
PRODUK TIDAK SESUAI DI *MARKETPLACE*: TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA DAN PERAN LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN

Oleh:

Jessica Tatianna¹

Made Aditya Pramana Putra²

Universitas Udayana

Alamat: JL. Pulau Bali No. 1, Dauh Puri Klod, Kecamatan Denpasar Barat, Kota
Denpasar, Bali (80114).

Korespondensi Penulis: jessicaatatianna@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the legal certainty for consumers as well as the responsibility of business actors in order to protect consumer rights against non-conforming products. This research uses a normative juridical method with a statutory and comparative approach to identify various legal aspects that protect consumers. The results show that legal certainty related to non-conforming products is regulated in several key regulations, such as Law No. 7/2014 on Trade, which provides a general legal framework for trade activities. In addition, Government Regulation No. 71/2019 on the Implementation of Electronic Systems and Transactions and Government Regulation No. 80/2019 on Trading Through Electronic Systems strengthen protection in digital transactions. These regulations provide a clear legal foundation, ensure that consumers have the right to obtain products according to specifications and encourage the responsibility of business actors in resolving disputes. Thus, this study confirms the importance of regulatory harmonization to protect the interests of consumers as a whole.*

Keywords: *Legal Certainly, Consumer Protection, Marketplace, Responsibility, Business Actors.*

PRODUK TIDAK SESUAI DI MARKETPLACE: TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA DAN PERAN LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN

Abstrak. Studi ini bertujuan untuk menganalisis kepastian hukum bagi konsumen serta tanggung jawab pelaku usaha dalam rangka perlindungan hak konsumen terhadap produk yang tidak sesuai. Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan perbandingan untuk mengidentifikasi berbagai aspek hukum yang melindungi konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepastian hukum terkait produk yang tidak sesuai diatur dalam beberapa regulasi utama, seperti Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, yang memberikan kerangka hukum umum bagi aktivitas perdagangan. Selain itu, Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik serta Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 mengenai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik memperkuat perlindungan dalam transaksi digital. Regulasi ini dapat memberikan landasan hukum yang jelas, juga memastikan bahwa konsumen memiliki hak untuk mendapatkan produk sesuai spesifikasi dan mendorong tanggung jawab pelaku usaha dalam menyelesaikan suatu sengketa terhadap perlindungan konsumen. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan pentingnya harmonisasi regulasi untuk melindungi kepentingan konsumen secara menyeluruh.

Kata Kunci: Kepastian Hukum, Perlindungan Konsumen, *Marketplace*, Tanggung Jawab, Pelaku Usaha.

LATAR BELAKANG

Era modern seperti terjadi belakangan mendorong pertumbuhan industri, perdagangan, dan teknologi menjadi makin pesat. Keadaan seperti ini menarik pelaku usaha untuk berbondong-bondong bersaing agar bisa membuat produk yang berdaya saing, bermutu, dan bernilai sangat tinggi. Dengan ini, menjadikan mereka juga terikat pertanggungjawaban secara hukum agar menjaga kualitas produknya, pemilihan dalam penggunaan bahan baku, serta kehati-hatian dalam bekerja (*product liability*). Dengan ini, maka peningkatan produksi dan distribusi barang serta jasa juga mengalami peningkatan risiko terjadinya produk bermasalah. Kemudahan yang terjadi akibat kemajuan teknologi tentunya mampu menimbulkan potensi kerugian yang akan dialami oleh konsumen mengingat di tengah kemajuan industri, kasus mengenai produk bermasalah semakin sering terjadi. Hal ini menimbulkan kekhawatiran serius yang dialami oleh konsumen atas ekspektasi kesesuaian produk dalam berbelanja melalui *marketplace*. Produk yang tidak

sesuai bisa disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk cacat dalam desain, proses produksi yang buruk, penggunaan bahan-bahan berbahaya, atau kekurangan dalam peringatan dan instruksi penggunaan. Konsumen kerap kali tidak mendapat kejelasan dan kelengkapan informasi terkait produk yang hendak dibeli. Kurangnya transparansi dari pelaku usaha mengenai informasi yang diberikan, meningkatkan kerentanan pelanggan akan produk yang tak sesuai sesuai dengan gambar yang dilampirkan pada *marketplace*. Keyakinan konsumen dalam bertransaksi di *marketplace* merupakan hal yang penting karena konsumen berhak menerima produk yang memenuhi harapan dan minatnya serta memenuhi standar mutu dan keamanannya. Namun kehadiran produk yang tak sesuai syarat kualitas bisa memicu bencana untuk pelanggan, baik secara finansial maupun keselamatan masyarakat. Terjadinya kasus produk yang tak mempunyai kesesuaian dengan yang ditampilkan pada *marketplace*, dapat dikarenakan kurangnya pemantauan pada saat memproduksi suatu barang sehingga dengan difasilitasinya dengan kecanggihan teknologi, maka pelaku usaha menganggap, produknya telah memenuhi persyaratan standar standar dan tidak luput dari kurangnya pengujian yang insentif terhadap produk yang dibuat produsen.¹ Artinya, pengusaha sebaiknya melakukan pencegahan dengan cara menyelidiki proses produksinya.

Kedudukan konsumen dalam kasus produk bermasalah masih sangat rendah dibandingkan kedudukan pelaku usaha yang memproduksi barang bermasalah sehingga konsumen sering mendapatkan eksploitasi dari pelaku usaha terutama apabila melakukan pembelian melalui *marketplace*. Konsumen memiliki kedudukan yang lebih lemah dapat terjadi karena konsumen tidak memiliki kemampuan untuk mengetahui serta memahami tentang hak dan kewajiban dari pelanggan bila mendapatkan produk bermasalah. Ketidakmampuannya terjadi karena konsumen tidak memiliki pengetahuan dan pemahaman yang setara dengan konsumen lainnya sehingga hal ini membuat konsumen kesulitan dalam menuntut hak-haknya ketika mengalami kerugian akibat produk bermasalah.² Itulah mengapa, diperlukannya peraturan hukum dan lembaga yang berwenang agar melindungi dan memberdayakan konsumen. Upaya melindungi hukum

¹ Wibawa, I Gede Agus Satrya dan Suharta, I Nengah. "Mekanisme Penyelesaian Sengketa Konsumen Secara Mediasi Terhadap Produk Cacat Dalam Kaitannya Dengan Tanggung Jawab Pelaku usaha." *Jurnal Kertha Semaya* 4, No. 1 (2016).

² Fadhly, Fabian. "Ganti Rugi Sebagai Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Akibat Produk Cacat." *Jurnal Arena Hukum* 6, No. 2 (2013): 236-253.

PRODUK TIDAK SESUAI DI MARKETPLACE: TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA DAN PERAN LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN

pada pelanggan memiliki peran yang demikian krusial guna menjamin kenyamanan konsumen dalam mengkonsumsi produk tersebut. Regulasi undang-undang yang menetapkan terkait perlindungan konsumen diregulasi melalui UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Di dalam peraturan tersebut, telah dibentuknya jenis-jenis perlindungan yang dapat diberikan kepada masyarakat atau pelanggan. UU tersebut juga meregulasi terkait hak, kewajiban, perbuatan yang dilarang, serta tanggung jawab yang perlu ditaati oleh pengusaha yang pada konteks ini ialah produsen. Upaya melindungi pelanggan secara hukum harus mempertimbangkan aspek kenyamanan, keamanan, serta keselamatan pada saat memakai produknya. Dalam perspektif hukum perdata, jika pelanggan mengalami kerugian atau penderitaan akibat produk bermasalah yang dihasilkan oleh pelaku usaha, konsumen berhak mengajukan gugatan atas dasar tindakan berlawanan hukum. Ketentuan ini disebutkan melalui Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) dan berlaku terhadap pengusaha ataupun pihak lainnya yang mendistribusikan produk tersebut. Regulasi terkait marketplace diatur dalam UU No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik serta UU No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Aturan ini jelas dibentuk guna melindungi dan memastikan secara hukum kegiatan yang dilakukan di dalam pelaksanaan sistem dan transaksi elektronik.³

Lembaga yang berperan menjadi fasilitator konsumen adalah mereka yang ada di sektor perlindungan konsumen, yaitu Lembaga Perlindungan Konsumen. Berdasar Pasal 1 angka 9 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Lembaga Perlindungan Konsumen merupakan lembaga non-pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh pemerintah dengan tugas utama menangani perlindungan konsumen. Lembaga ini terdiri dari tiga jenis, yaitu Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), serta Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Ketiga lembaga perlindungan konsumen mempunyai wewenang, fungsi, dan wewenang yang mempunyai perbedaannya sendiri-sendiri.

Pelaku usaha diharuskan untuk berperan aktif dalam mendorong pembangunan ekonomi nasional dengan menjalankan tanggung jawab dan kewajiban hukum mereka.⁴

³ Ibid.

⁴ Munthiah, Aulia. "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Kepada Konsumen Tentang Keamanan Pangan Dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen." *Dialogia Iuridica* 7, No. 2 (2017): 1-23.

Hal ini menjadi krusial dalam konteks perlindungan konsumen, terutama ketika terdapat ketidaksesuaian produk yang dapat merugikan mereka. Pertanggungjawaban pengusaha kepada pelanggan semakin penting mengingat beragam kondisi yang dapat dikategorikan sebagai ketidaksesuaian produk, mulai dari cacat fisik hingga kesenjangan antara deskripsi produk dan kinerjanya, serta isu-isu mengenai keamanan dan keandalan. Penelitian hukum normatif menunjukkan bahwa ketidaksesuaian produk bukan hanya merugikan konsumen, tetapi juga dapat menimbulkan dampak negatif bagi reputasi dan kredibilitas pelaku usaha. Dalam konteks ini, kesadaran pelaku usaha terhadap kualitas produk yang mereka tawarkan sangatlah penting. Kurangnya perhatian terhadap hal ini dapat berakibat fatal, menyebabkan pengusaha tidak bisa berkompetisi dengan pesaingnya, dari yang lingkup dalam negeri hingga internasional. Melalui pendekatan perundang-undangan, penting untuk menetapkan kerangka hukum yang jelas terkait pertanggungjawaban pengusaha. Regulasi yang efektif harus memastikan, pengusaha bertanggung jawab penuh atas produk yang mereka pasarkan, sehingga dapat mencegah risiko dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Dengan demikian, keselarasan antara kepentingan pengusaha dan perlindungan pelanggan dapat tercapai, membangun iklim bisnis yang lebih sehat dan berkelanjutan.

Terdapat penelitian terlebih dahulu yang dilakukan oleh peneliti yang lain mengenai persoalan demikian. Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Sapta Abi Pratama, dengan publikasi jurnal yang berjudul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Tidak Sesuai Gambar Pada Transaksi Di *Marketplace*”. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa terdapat banyak dasar hukum untuk perlindungan kepada pelanggan akibat produk yang tak sesuai dengan ilustrasi yang tampil pada marketplace sehingga bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan oleh pengusaha dalam penelitian ini ditekankan dapat diselesaikan dengan cara elektronik sesuai PP No 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Rifky Pratama Arief, dengan publikasi jurnal yang berjudul “Hukum Perlindungan Konsumen atas Barang yang Tidak Sesuai dengan Gambar pada Transaksi di *Marketplace*”. Penelitian tersebut juga menyimpulkan bahwa terdapat banyak dasar hukum yang dapat digunakan untuk melindungi pelanggan secara hukum akibat produk yang didapat tak sesuai dengan ilustrasi sehingga terdapat banyak cara penyelesaiannya, dari yang melalui cara litigasi hingga non-litigasi.

PRODUK TIDAK SESUAI DI MARKETPLACE: TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA DAN PERAN LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN

Penelitian ini ditujukan dalam rangka melakukan analisis bagaimana persoalan bertransaksi di *marketplace* dapat diselesaikan berdasar aturan undang-undang yang ditetapkan dan menunjukkan peran serta lembaga yang berwewenang dalam menjadi penuelesai sengketa perlindungan pelanggan akibat produk yang tak sesuai gambar.

METODE PENELITIAN

Metode yang dipergunakan ialah penelitian hukum normatif dan pendekatannya deskriptif melalui analisis perundang-undangan (*statute approach*) guna menguraikan produk hukum terkait topik bahasan. Sumber hukum primer yang dipergunakan mencakup Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, serta Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Sementara itu, bahan hukum sekundernya mencakup referensi yang memperjelas bahan hukum primer, di antaranya buku, skripsi, jurnal, dan tesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk Tanggung Jawab Pelaku Usaha Kepada Konsumen Terhadap Produk yang Tidak Sesuai Dengan yang Ditampilkan pada *Marketplace*

Marketplace merupakan media untuk bertransaksi dengan cara online antara pelanggan dan para pelaku usaha yang menyediakan banyak produk yang berbeda serta harga yang bervariasi.⁵ Dengan adanya *marketplace*, maka semakin mudah bagi para pelaku usaha melakukan penjualan dengan metode yang praktis yaitu dengan cara mengunggah gambar produk yang akan dijual di *marketplace*. Hal ini kerap disalahgunakan oleh pelaku usaha dikarenakan mereka dapat mengunggah gambar produknya bukan seperti tampilan aslinya. Sering kali gambar yang digunakan merupakan gambar yang mereka temui di internet kemudian di klaim sebagai produk yang dijual tetapi kenyataannya produk yang mereka tampilkan dengan produk aslinya berbeda sehingga konsumen merasa tidak puas dan merasa dibohongi oleh pelaku usaha. Perbedaan tersebut dapat berbentuk perbedaan warna, perbedaan ukuran, perbedaan

⁵ Pratama, Sapta Abi. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Tidak Sesuai Gambar Pada Transaksi di Marketplace." *National Conference on Law Studies (NCOLS)* 2, No. 1 (2020): 182-199.

detail atau motif, perbedaan fitur suatu produk, dan lebih parahnya perbedaan produk yang dikirim dengan produk yang dipesan oleh konsumen.

Ketidaksesuaian gambar produk yang ditampilkan juga dapat berupa beberapa hal yakni pertama, manipulasi gambar yang dilakukan dengan kecanggihan teknologi saat ini maka pelaku usaha dapat menggunakan perangkat lunak untuk melakukan proses *editing* gambar yang berlebihan untuk membuat gambar terlihat semakin menarik dengan meningkatkan warna, kontras, dan detail produk yang tak sesuai dengan tampilan asli produk yang dijual. Kedua, ketidakakuratan deskripsi atau informasi sehingga penyedia produk tidak memberi deskripsi produk yang tepat dan detail, seperti ukuran, warna, dan bahan. Hal ini tentu membuat konsumen salah paham terhadap produk yang akan mereka beli. Lain hal apabila produk tersebut merupakan produk yang di impor dari luar negeri, apabila deskripsi produk salah diterjemahkan maka akan membuat ketidaksesuaian produk yang sebenarnya. Ketiga, proses produksi suatu barang dapat berupa produksi massal atau produksi buatan tangan (*handmade*). Produk yang diproduksi secara massal memiliki risiko yang rendah apabila produk gagal atau cacat pada saat proses produksi, namun apabila produk tersebut dibuat dengan tangan (*handmade*) maka besar kemungkinan bahwa produk tersebut sering kali berbeda satu dengan yang lain. Fenomena tersebut kemungkinan menjadi ketidaksesuaian dengan gambar produk yang ditampilkan karena pelaku usaha hanya mengambil 1 (satu) sampel gambar dari produk yang dijual. Keempat, penjual dengan sengaja memiliki niat untuk menipu konsumen. Hal ini justru dilakukan oleh pelaku usaha secara sengaja untuk menerima keuntungan dengan cara menggunakan gambar yang menyesatkan hanya untuk menarik pembeli padahal mereka tahu, produk yang dijual tak sesuai dengan gambar. Selain melakukan penipuan terhadap gambar produk, pelaku usaha yang memiliki niat menipu sering kali menggunakan gambar dari produk asli tetapi mereka menjual produk tiruan atau replika untuk menipu konsumen. Kerugian yang dialami oleh konsumen sering terjadi adalah karena produk tersebut tidak sesuai dengan gambar karena gambar yang ditampilkan termasuk ke dalam salah satu karakteristik yang telah dijabarkan sebelumnya. Produk yang merugikan konsumen biasanya produk yang kategorinya sama dengan apa yang ditampilkan di *marketplace* dengan keinginan konsumen tetapi setelah produk tersebut tiba di tangan konsumen, kualitas yang diterima dengan kualitas yang terlihat pada *marketplace* sangat berbeda sehingga dapat dikategorikan sebagai kualitas yang tidak bermutu.

PRODUK TIDAK SESUAI DI MARKETPLACE: TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA DAN PERAN LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN

Ditinjau berdasarkan teori tanggung jawab hukum berdasar Abdulkadir Muhammad, teori ini dikelompokkan atas pertama, tanggung jawab dikarenakan adanya tindakan pelanggaran hukum secara disengaja yang dimana pada konteks ini, penyedia produk secara sadar berbuat melawan hukum yang dapat membuat pelanggan rugi. Kedua, tanggung jawab diakibatkan tindakan pelanggaran hukum akibat tindakan lalai pelaku usaha. Ketiga, tanggung jawab mutlak yaitu kesalahan yang dibuat secara sengaja maupun tidak sengaja namun tetap harus bertanggung jawab atas perbuatannya. Teori tanggung jawab hukum merupakan sebuah kerangka konseptual yang menjelaskan bagaimana dan mengapa seseorang atau entitas dapat dimintai pertanggungjawaban atas tindakan atau kelalaian mereka yang merugikan orang lain. Dalam teori ini, terdapat dua kategori, di antaranya pertanggungjawaban kontraktual dan delik. Pertanggungjawaban kontraktual dilakukan apabila terdapat perjanjian atau kesepakatan terdahulu sebelum melaksanakan suatu kesepakatan. Namun, dalam hal jual-beli melalui *marketplace*, tanggung jawab kontraktual tidak berlaku sehingga tanggung jawab delik yang diberlakukan. Tanggung jawab delik merupakan tanggung jawab pihak tertentu dalam hal ini adalah pelaku usaha atas tindakan yang melanggar hukum sehingga mengakibatkan kerugian bagi pihak lain atau konsumen. Meskipun dalam tanggung jawab delik tidak terdapat kontrak formal yang dibuat, tetapi dalam konteks pelaku usaha yang lalai dalam memberikan informasi yang akurat sehingga menimbulkan kerugian bagi konsumen dapat diminta pertanggungjawaban berdasarkan hukum delik sesuai dengan undang-undang yang diberlakukan.

Proses jual-beli yang ditransaksikan pelaku usaha dengan pelanggan merupakan perbuatan hukum yang secara tak sadar dilakukan oleh kedua belah pihak melalui *marketplace*. Berdasarkan Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) di dalamnya tertulis, persyaratan sah nya sebuah perjanjian ditandai dengan adanya kesepakatan antarpihak. Kesepakatan di sini adalah adanya persetujuan yang dilakukan pihak tertentu yang menandakan bahwa pelaku usaha dan konsumen telah melakukan perbuatan hukum dan memiliki akibat hukum atas apa yang telah disepakati. Dengan adanya kesepakatan, maka ada pula hak dan kewajiban yang mengikutinya bagi kedua belah pihaknya. Aspek tersebut dipahami karena bisa menjadi upaya *preventif* masing-masing pihak. Ketidaksesuaian gambar yang tertera pada *marketplace* merupakan tindakan yang melawan hukum karena apabila konsumen membeli produk tetapi tidak

sesuai dengan gambar yang tertera maka hal ini tidak sesuai dengan kesepakatan sehingga bisa dinyatakan, pelaku usaha sudah berbuat wanprestasi sebagaimana diregulasi Pasal 1243 KUHPerdara akibat tidak terpenuhinya kewajiban pelaku usaha kepada pelanggan yang dirugikannya.

Pelanggaran terhadap aturan hukum oleh pelaku usaha menyebabkan mereka mesti mempertanggungjawabkan pada pelanggan dirugikannya karena ketidaksesuaian produk yang ditawarkan. Pada konteks ini, peraturan yang meregulasi pertanggungjawaban pelaku usaha atas kewajibannya adalah UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pasal 3 huruf c menegaskan, upaya melindungi pelanggan ditujukan dalam rangka mendorong adanya kesempatan pelanggan untuk menetapkan dan menuntut hak mereka. Sementara itu, huruf e menekankan bahwa upaya melindungi pelanggan ditujukan dalam rangka membangkitkan kesadaran pengusaha akan seberapa penting melindungi konsumennya, yang membuatnya tercipta kejujuran dan pertanggungjawaban saat menjalankan bisnisnya. Bila mereka tak bersikap jujur dalam kegiatan usahanya, maka mereka wajib bertanggung jawab atas tindakannya. Pasal 4 huruf h menjabarkan, pelanggan mempunyai hak mendapat kompensasi, penggantian kerugian bila produk yang diterimanya tak sama dengan yang dijanjikan. Kewajiban pelaku usaha ini diregulasi lebih lanjut melalui Pasal 7 huruf f, yang menyebutkan, pelaku usaha harus memberikan kompensasi, ganti rugi, ataupun penggantian atas kerugian yang timbul dikarenakan pemakaian produk yang mereka perdagangkan. Hal ini diperjelas melalui Pasal 19 ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang menjabarkan ganti rugi dapat berupa pengembalian uang, penggantian barang/jasa yang setara, atau pemberian santunan jika konsumen mengalami kerugian fisik ataupun gangguan kesehatan.

Pertanggungjawaban pelaku usaha nantinya diberatkan menjadi adanya tuntutan pidana apabila terbukti bahwa terdapatnya bukti atas aspek kesalahan dari pihak pengusaha, sebagaimana diregulasi Pasal 19 ayat (4). Pada konteks ini, bila pelaku usaha dibuktikan tidak bertindak berlawanan hukum yang dapat dibuktikan olehnya, maka kesalahan tersebut tidak dapat dijatuhkan kepada pelaku usaha melainkan kesalahannya termasuk perbuatan pelanggan sehingga apabila terbukti pelaku usaha tak bersalah maka

PRODUK TIDAK SESUAI DI MARKETPLACE: TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA DAN PERAN LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN

mereka tak perlu melakukan mengganti kerugian karena barang yang diperdagangkan di *markerplace*.⁶

Undang-Undang Perlindungan Konsumen secara garis besar substansinya hanya mengatur tentang perlindungan terhadap pelaku usaha dan konsumen secara umum dan tidak di khususkan mengatur tentang kasus yang terjadi apabila kegiatan tersebut dilakukan pada *marketplace* sehingga diperlukannya peraturan yang meregulasi terkait transaksi jual-beli elektronik. Terdapat UU No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, PP No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, dan PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Masing-masing aturan tersebut memiliki substansi yang berbeda dalam mengatur perdagangan elektronik sehingga terdapat perbedaan perspektif.

UU No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan merupakan peraturan yang mengatur tentang segala bentuk perdagangan. Undang-Undang ini mengatur pula tentang perdagangan lewat media elektronik yang tertulis melalui Pasal 65. Dalam ayat (1) Pasal 65 Undang-Undang Perdagangan menyatakan, pelaku usaha yang melakukan kegiatan dagang menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar. Apabila informasi yang disediakan tak mempunyai kesesuaian dengan fakta dan kebenaran informasinya, maka melalui ayat (2) dijelaskan bahwa produk tersebut dilarang untuk diperdagangkan. Undang-undang ini menjelaskan bahwa informasi yang dijelaskan atau disediakan sedikitnya berisi terkait identitas dan legalitas pengusaha selaku sebagai pelaku usaha, syarat teknis produk, syarat teknis jasa, harga serta pembayaran, dan cara penyerahan produk. Apabila pelaku usaha dalam kegiatan perdagangan tidak menjalankan kewajibannya sebagaimana dinyatakan Pasal 65 ayat (1), maka pelaku usaha bisa mendapat sanksi administratif dalam bentuk pencabutan izin usahanya.⁷

PP No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik menggunakan istilah Penyelenggara Sistem Elektronik dan Pengguna Sistem Elektronik. Berdasarkan Pasal 1 angka 4, Penyelenggara Sistem Elektronik adalah individu, penyelenggara negara, badan usaha, atau masyarakat yang menyediakan, mengelola, atau mengoperasikan sistem elektronik secara mandiri atau bersama-sama untuk pengguna,

⁶ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁷ Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan.

baik untuk kepentingan pribadi maupun pihak lain. Sementara itu, Pasal 1 angka 11 mendefinisikan Pengguna Sistem Elektronik sebagai individu, penyelenggara negara, badan usaha, atau masyarakat yang memanfaatkan barang, jasa, fasilitas, atau informasi dari Penyelenggara Sistem Elektronik. Dari definisi di atas, bisa diambil simpulan, Penyelenggara Sistem Elektronik berperan sebagai pelaku usaha, sedangkan Pengguna Sistem Elektronik berperan sebagai konsumennya. Pasal 28 ayat (1) dan (2) menjabarkan, pelaku usaha wajib memberikan kompensasi, ganti rugi, atau penggantian kepada konsumen atas kerugian yang timbul dari penggunaan barang ataupun jasa yang mereka perdagangkan secara elektronik. Kompensasi ini harus diberikan sesuai dengan kesepakatan atau peraturan yang berlaku. Persyaratan terkait transaksi elektronik diatur dalam Pasal 45. Pada ayat (1) dijelaskan, transaksi elektronik dari pihak-pihak yang terlibat memiliki kekuatan hukum, dengan memperhatikan prinsip-prinsip yang diuraikan dalam ayat (2). Sejalan dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Pasal 48 ayat (1) mengatur, pelaku usaha yang menyediakan produknya lewat media elektronik harus memberikan kelengkapan dan keakuratan informasi mengenai produk tersebut. Ketika konsumen membeli produk melalui *marketplace*, hal ini menunjukkan bahwa konsumen telah menyetujui kontrak yang berlaku. Pertanggungjawaban pelaku usaha pada pelanggan diregulasi melalui Pasal 100 ayat (1), yang menyebutkan bahwa pelanggaran dapat dikenakan sanksi administratif, yang mana tertuang melalui ayat (2) yang menyatakan bahwa sanksi administratif yang diberikan berbentuk teguran tertulis, denda administratif, pemberhentian sementara, pemutusan akses, dan/atau dikeluarkannya dari daftar.⁸

PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik juga meregulasi terkait kegiatan jual-beli melalui *marketplace*. Peraturan ini merupakan dasar hukum yang berlaku untuk mengatur tentang perdagangan elektronik yang dilakukan di *marketplace*. Pasal 3 Peraturan Pemerintah ini telah menyatakan bahwa terkait kegiatan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) perlu memberi perhatian pada prinsip yang diantaranya adalah Itikad baik, hati-hati, transparan, kepercayaan, akuntabel, keseimbangan, serta adil dan sehat. Prinsip-prinsip tersebut perlu diterapkan untuk menghindari hal yang tidak diinginkan oleh para pihak. Kewajiban dari pelaku usaha

⁸ Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik

PRODUK TIDAK SESUAI DI MARKETPLACE: TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA DAN PERAN LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN

diregulasi melalui Pasal 13 PP ini yang menyatakan, terkait berkegiatan PMSE, pelaku usaha harus menyediakan informasi yang menjunjung ketepatan, kejelasan, serta kejujuran terkait identitas subyek hukum dan kondisi serta kepastian produknya yang disediakan melalui *marketplace*. Maksud dari pernyataan informasi di atas tercantum melalui ayat (1) merujuk pada data yang akurat dan benar, keselarasan antara iklan dan kondisi fisik produk, seberapa layak produknya untuk dikonsumsi, legalitas, serta kualitas, harga, dan aksesibilitas barang atau jasa. Pasal 26 Peraturan Pemerintah ini menjabarkan, pelaku usaha berkewajiban memberi perlindungan hak konsumen sebagaimana ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Selain itu, pelaku usaha berkewajiban menyediakan layanan pengaduan bagi konsumen, sesuai diregulasi Pasal 27 ayat (1) dan (2), sebagai bentuk tanggung jawab. Terkait produk yang tak sesuai dengan gambar di *marketplace*, pelaku usaha mempunyai tanggung jawab untuk menerima pengembalian barang (retur) jika terjadi ketidaksesuaian barang dan waktu pengiriman, adanya cacat tersembunyi, kerusakan, atau barang yang telah kedaluwarsa, sebagaimana ketentuan Pasal 69 ayat (2). Pertanggungjawaban administratif pelaku usaha tetap berlaku sesuai diregulasi melalui Pasal 80. Jika pengusaha melakukan pelanggaran ketentuan Pasal 13, Pasal 26, dan Pasal 27, mereka akan dikenai sanksi administratif oleh Menteri. Sanksi yang di sini bisa berbentuk peringatan tertulis, pencatatan dalam daftar yang diprioritaskan untuk diawasi, pencantuman menjadi daftar hitam, diblokir sementara pada PMSE dari yang akses domestik hingga internasional oleh instansi yang berkewenangan, dan/atau pencabutan izin usaha.⁹

Beberapa peraturan yang telah dikulik satu-per-satu di atas menyatakan bahwa terdapat berbagai bentuk perlindungan hukum untuk konsumen yang berkaitan dengan kasus ketidaksesuaian gambar produk di *marketplace*. Pada konteks ini, pelanggan yang dirasa menderita kerugian dari pelaku usaha memiliki kekuatan hukum yang dapat digunakan agar meminta tanggung jawab dari mereka akibat kerugian yang dialami secara materil maupun non materil dalam bertransaksi di *marketplace*.

⁹ Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Peran Lembaga Perlindungan Konsumen dalam Menangani Ketidaksesuaian Produk yang Ditampilkan pada *Marketplace*

Lembaga Perlindungan konsumen berperan krusial dalam melindungi dan mengadvokasi hak-hak konsumen dalam menangani kasus ketidaksesuaian produk yang ditampilkan di *marketplace* sehingga mengakibatkan konsumen dirugikan. Lembaga Perlindungan Konsumen dalam menjalankan tugasnya memastikan bahwa produk yang ditawarkan pelaku usaha/pasar aman serta memenuhi standar kualitas. Beberapa peran serta Lembaga Perlindungan Konsumen dalam memastikan hak-hak pelanggan akibat pelaku usaha yang merugikannya yakni pertama, Lembaga Perlindungan Konsumen bertugas untuk menyediakan informasi dan juga edukasi kepada pelanggan terkait hak-hak yang dapat diperoleh konsumen. Kedua, Lembaga Perlindungan Konsumen merupakan wadah untuk menerima dan mengatasi segala masalah pelanggan terkait produk yang tidak memenuhi harapan konsumen sehingga Lembaga Perlindungan Konsumen memiliki wewenang untuk mengatasi persengketaan antara penyedia produk dan pelanggan secara adil. Ketiga, Lembaga Perlindungan Konsumen perlu melakukan pengawasan dan pengujian pada barang yang dijual/diedarkan untuk memastikan bahwa produknya telah memenuhi standar keselamatan dan kualitas. Keempat, adanya Lembaga Perlindungan Konsumen dipercaya dapat membantu penegakan hukum untuk memastikan bahwa pelaku usaha yang melanggar hak konsumen dapat dikenakan sanksi. Kelima, adanya Lembaga Perlindungan Konsumen bisa mendorong pertanggungjawaban sosial pengusaha yakni dengan mendorong mereka melakukan tindakan secara etis dan mempertanggungjawabkan kegiatan jual-beli dengan konsumen. Lembaga Perlindungan Konsumen diyakini mampu menciptakan lingkungan yang adil, aman, dan terpercaya bagi konsumen. Lembaga ini terdiri dari tiga jenis, yaitu Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Ketiga lembaga tersebut bertugas, berfungsi, dan berwenang yang berbeda sesuai perannya masing-masing.

Dalam menyelesaikan persengketaan perlindungan konsumen yang dilaksanakan lewat Lembaga Perlindungan Konsumen merupakan bentuk non-litigasi ataupun jalur di luar pengadilan. Penyelesaian sengketa melalui metode ini diregulasi melalui UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, khususnya pada Pasal 45 ayat (2), yang menjabarkan, penyelesaian sengketa perlindungan konsumen di luar pengadilan

PRODUK TIDAK SESUAI DI MARKETPLACE: TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA DAN PERAN LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN

dilakukan berdasarkan kesepakatan sukarela antara kedua pihak yang bersengketa. Artinya, peran lembaga perlindungan konsumen sangat penting jika kedua belah pihak memilih untuk mengatasi persengketaannya lewat metode non-litigasi.

Adapun lembaga perlindungan yang berwenang menyelesaikan sengketa perlindungan konsumen, yaitu pertama BPKN. Lembaga ini dibuat guna mendukung guna memajukan perlindungan konsumen di Indonesia dengan cara menanggapi tren serta keperluan perlindungan yang sedang sedang terjadi di ranah publik.¹⁰ Dibentuknya lembaga ini tidak lepas dari aturan undang-undang yang ditetapkan, yakni diregulasi melalui UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 31 hingga Pasal 43. Lembaga ini memiliki peran sebagai pemberi masukan dan pertimbangan terhadap pemangku kebijakan terkait usaha mengoptimalkan perlindungan konsumen di Indonesia. Terkait pelaksanaan tugasnya, lembaga ini memiliki berbagai tanggung jawab, antara lain:¹¹

- a. memberi usulan dan rekomendasi terhadap pemangku mengenai proses perancangan regulasi perlindungan konsumen;
- b. mengkaji aturan undang-undang yang ditetapkan mengenai perlindungan konsumen;
- c. menyelidiki produk yang dapat membahayakan keselamatan pelanggan;
- d. mempromosikan pengembangan lembaga perlindungan konsumen non-pemerintah;
- e. menyebarkan data mengenai perlindungan konsumen lewat media dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya keberpihakan terhadap pelanggan;
- f. menerima aduan perlindungan konsumen dari publik maupun pengusaha; dan
- g. meneliti terkait apa yang dibutuhkan pelanggan.

UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen kemudian diperkuat melalui diterbitkannya PP No. 4 Tahun 2019 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional. Dengan ini, maka peran BPKN dalam menindaklanjuti ketidaksesuaian produk yang ditampilkan pada *marketplace* yaitu dengan cara mengawasi implementasi perdagangan yang berlangsung di marketplace untuk memastikan bahwa informasi yang diberikan terhadap suatu produk harus sesuai dengan kenyataan, mengedukasi pelanggan mengenai hak-haknya yang dapat diperoleh dan memberikan edukasi produk yang tidak sesuai, menyediakan saluran informasi untuk konsumen agar dapat mengajukan

¹⁰ Pasal 1 butir 12 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

¹¹ Pasal 34 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

pengaduan terkait ketidaksesuaian produk, dan BPKN berperan sebagai advokat bagi konsumen dengan memberikan masukan terhadap pemangku kebijakan tentang regulasi terkait perlindungan konsumen di era digital.

Kedua, LPKSM ialah lembaga nonpemerintah yang teregistrasi di pemerintahan, yang memiliki kewenangan dalam mengurus perlindungan konsumen di Indonesia.¹² Lembaga ini diregulasi melalui Pasal 44 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. LPKSM memiliki sejumlah tugas untuk mewujudkan tugasnya, yakni:¹³

- a. membagikan informasi untuk mendorong peningkatan kesadaran tentang hak dan tanggung jawab pelanggan dan agar berhati-hati saat memanfaatkan produk tertentu;
- b. memberi saran atau masukan terhadap pelanggan yang membutuhkan;
- c. melakukan kerja sama dengan otoritas yang berkepentingan untuk menciptakan perlindungan konsumen;
- d. memberi bantuan pelanggan yang berjuang akan hak mereka, tak terkecuali dalam mendengar keluhan dan aduan dari pelanggan;
- e. memantau bersamaan dengan pemangku kebijakan dan publik terkait pelaksanaan perlindungan konsumen.

UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen kemudian diikuti melalui diterbitkannya PP No. 89 Tahun 2019 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat. Berdasarkan aturan ini, terkait pelaksanaan tugas-tugasnya, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat bisa menjalin kolaborasi bersama instansi ataupun organisasi lainnya, dari yang berskala dalam negeri sampai internasional.¹⁴ Peran LPKSM dalam menindaklanjuti ketidaksesuaian produk yang ditampilkan pada *marketplace* yaitu melalui cara menginformasikan dan mengedukasi kepada konsumen terkait hak-hak mereka dan bagaimana mengidentifikasi produk yang tak sesuai, menerima pengaduan dari konsumen terkait ketidaksesuaian produk sehingga menjadi mediator antara pelanggan dan pengusaha guna mengatasi persengketaan secara damai, berperan dalam mengadvokasi hak-hak konsumen di tingkat nasional, bekerja sama dengan BPKN dalam usaha penegakan hukum dan perlindungan konsumen yang

¹² Pasal 1 butir 9 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

¹³ Pasal 44 ayat (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

¹⁴ Angka 3 Pasal 9 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 89 Tahun 2019 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.

PRODUK TIDAK SESUAI DI MARKETPLACE: TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA DAN PERAN LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN

lebih efektif, dan melakukan penelitian terhadap praktik bisnis di marketplace untuk mengidentifikasi potensi pelanggaran dan memberi rekomendasi perbaikan.

Ketiga, BPSK ialah lembaga yang memiliki tugas untuk mengurus dan mengatasi perselisihan antara pengusaha selaku penyedia produk dan pelanggan selaku penggunaannya. BPSK dibuat oleh pemerintah guna mengatasi persengketaan perlindungan konsumen di tingkat Daerah Tingkat II atau Kota. Lembaga ini diregulasi melalui UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, terkhusus pada Pasal 49 hingga Pasal 58. Beberapa tugas BPSK untuk mewujudkan perlindungan konsumen meliputi:¹⁵

- a. menyelesaikan persengketaan pelanggan lewat mediasi, arbitrase, ataupun konsiliasi;
- b. menjadi konsultan mengenai perlindungan konsumen;
- c. memantau pelabelan klausula baku;
- d. membuat laporan pelanggaran akan ketentuan undang-undang terhadap penyidik umum;
- e. mendengar aduan konsumen, dari yang bentuknya tulisan, hingga tak tertulis, terkait pelanggaran perlindungan konsumen;
- f. menyidik persengketaan perlindungan konsumen;
- g. melakukan panggilan pengusaha yang mendapat dugaan melanggar ketentuan perlindungan konsumen;
- h. melakukan pemanggilan dan mendatangkansaksi, ahli, ataupun pihak yang tahu tindakan penyimpangan ketentuan ini;
- i. memohon bantuan penyidik agar mendatangkan pihak-pihak yang tak mempunyai kesediaan dipanggil BPSK;
- j. memperoleh dan memeriksa dokumen ataupun bukti lainnya dalam rangka kebutuhan penyidikan ataupun pemeriksaan;
- k. mengambil putusan adakah ada kerugian bagi konsumen;
- l. memberitahukan putusannya terhadap pengusaha yang bertindak pelanggaran perlindungan konsumen;
- m. menjatuhkan sanksi administratif terhadap pengusaha yang bertindak pelanggaran ketentuan UU ini.

¹⁵ Pasal 44 ayat (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen kemudian diperbarui melalui adanya Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 72 Tahun 2020 tentang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Peran BPSK dalam menindaklanjuti ketidaksesuaian produk yang ditampilkan pada *marketplace* yaitu dengan cara menerima pengaduan dari konsumen yang merasakan ketidaksesuaian produk, berperan menjadi lembaga yang memediasi pelanggan dengan pengusaha, melakukan penyelidikan untuk mengumpulkan informasi terkait ketidaksesuaian produk, BPSK dapat memberikan rekomendasi atau keputusan untuk menyelesaikan sengketa, yang mungkin termasuk pengembalian dana atau penggantian produk apabila mediasi tidak berhasil, BPSK bekerja sama dengan BPKN dan lembaga lain untuk menangani isu-isu yang lebih luas terkait perlindungan konsumen di *marketplace*.

Berdasarkan ketiga lembaga penyelesaian sengketa konsumen, ketiganya memiliki perbedaan meskipun ketiganya memiliki tujuan yang sama yaitu untuk saling melengkapi dalam melindungi konsumen. BPKN berfungsi menjadi instansi pemerintah yang mengawasi dan melindungi hak-hak pelanggan secara nasional. BPKN bertanggung jawab untuk memberikan edukasi, mengawasi pelaku usaha, dan menyelesaikan sengketa. BPKN berwenang untuk melakukan penelitian, penyuluhan, dan advokasi di tingkat nasional serta bekerja sama dengan lembaga lain. BPKN bertujuan untuk Menciptakan perlindungan konsumen yang lebih baik dan mendorong pelanggan sadar terkait hak-haknya di seluruh Indonesia. LPKSM berfungsi menjadi organisasi nonpemerintah yang bergerak di bidang perlindungan konsumen. LPKSM berfokus pada advokasi dan pemberdayaan konsumen. LPKSM berwenang untuk menerima pengaduan, memberikan edukasi kepada masyarakat, dan melakukan kampanye terkait perlindungan konsumen. LPKSM bertujuan untuk Mendorong partisipasi masyarakat dalam perlindungan konsumen dan membantu konsumen memahami hak-hak mereka. BPSK berperan menjadi mediator dan arbitrator terkait usaha menyelesaikan persengketaan pengusaha selaku penyedia produk dengan pengguna produk. BPSK berwenang untuk menangani Menangani pengaduan sengketa konsumen, memberikan solusi, dan membuat rekomendasi untuk penyelesaian. BPSK ditujukan dalam rangka membantu penyelesaian sengketa dengan cara yang cepat dan adil, tanpa perlu melalui proses pengadilan.

PRODUK TIDAK SESUAI DI MARKETPLACE: TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA DAN PERAN LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan bertransaksi pada marketplace sudah termasuk kegiatan yang sering terjadi di tengah masyarakat kekinian sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa banyak persoalan yang dialami pengusaha selaku penyedia produk dengan pelanggan selaku pengguna dalam kegiatan bertransaksi sebuah produk. Akibat kesengajaan atau kelalaian pelaku usaha atas pengalaman pelanggan dalam menggunakan produk yang membuatnya rugi, terdapat bentuk tanggung jawab pelaku usaha yaitu berkewajiban untuk memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan. Penggantian kerugian di sini ialah bisa berbentuk mengembalikan dana ataupun menggantikannya dengan produk yang serupa ataupun setara yang lain. Pengusaha juga dibebankan agar melakukan penggantian kerugian terhadap kesehatan konsumen atau pemberian santunan apabila konsumen mengalami kerugian secara fisik. Pertanggungjawaban pengusaha bisa diberatkan menjadi adanya tuntutan pidana apabila terbukti bahwa adanya pembuktian atas aspek kesalahan dari pihak pelaku usaha. Apabila pihak yang dirugikan tidak puas dengan *feedback* dari pelaku usaha, konsumen berhak melakukan pelaporan kepada lembaga-lembaga yang bernaung dalam perlindungan konsumen untuk memperoleh haknya. Terkait penyelesaian persengketaan yang dialami pelanggan dengan pelaku usaha, terdapat beberapa lembaga/badan yang berwenang, di antaranya Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) yang merupakan lembaga pemerintah nasional untuk perlindungan konsumen secara keseluruhan, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) yang merupakan organisasi swadaya masyarakat yang fokus pada advokasi dan edukasi konsumen, dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang merupakan instansi khusus yang bertugas menyelesaikan sengketa antara pelanggan dan pelaku usaha.

DAFTAR REFERENSI

Buku

- Kusumadewi, Yessy, dan Sharon, Grace. 2022. Hukum Perlindungan Konsumen. Yogyakarta: Lembaga Fatimah Azzahrah.
- Zulham. 2013. Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Kencana.

Jurnal

- Devi, Komang Bulan Tri Laksmi dan Dharmawan, Ni Ketut Supasti. 2016. "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Terkait Cacat Tersembunyi Pada Barang Elektronik Dalam Transaksi Online." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 4, No. 1: 1-14.
- Fadhly, Fabian. 2013. "Ganti Rugi Sebagai Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Akibat Produk Cacat." *Jurnal Arena Hukum* 6, No. 2: 236-253.
- Kartika, I Made Surya dan Darmadi, Anak Agung Sagung Wiratni. 2016. "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Periklanan dalam Memberikan Informasi yang Lengkap dan Benar." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 4, No. 1.
- Lumantow, Carter H. 2013. "Tinjauan Yuridis Tanggung Jawab Pelaku usaha Terhadap Produk Cacat Dalam Kaitannya Dengan Perlindungan Konsumen Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen." *Jurnal Hukum Unsrat* 1, No. 2: 35-43.
- Mahardika, Putu Surya dan Rudy, Dewa Gde. 2018. "Tanggung Jawab Pemilik Toko Online Dalam Jual-Beli Online (E-Commerce) Ditinjau Berdasarkan Hukum Perlindungan Konsumen." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 2, No. 5: 1-16.
- Munthiah, Aulia. 2017. "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Kepada Konsumen Tentang Keamanan Pangan Dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen." *Dialogia Iuridica* 7, No. 2: 1-23.
- Narayana, Anak Agung Hari dan Rudy, Dewa Gde. 2021. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online Melalui Media Facebook." *Jurnal Kertha Negara* 9, No. 2: 83-91.
- Pratama, Sapta Abi. 2020. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Tidak Sesuai Gambar Pada Transaksi di Marketplace." *National Conference on Law Studies (NCOLS)* 2, No. 1: 182-199.
- Putri, Ni Made Santi Adiyani dan Sarjana, I Made dan Priyanto, I Made Dedy. 2017. "Pelaksanaan Penyelesaian Sengketa Konsumen oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen di Kota Denpasar." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 2, No. 2.

PRODUK TIDAK SESUAI DI MARKETPLACE: TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA DAN PERAN LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN

- Ramadhona, Bella Citra dan Darmakusuma Anak Agung Gede Agung. 2018. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Wanprestasi Dalam Transaksi Elektronik." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 2, No. 04: 1-5.
- Riawan, Belly dan Mahartayasa, I Made. 2015. "Perlindungan Konsumen Dalam Kegiatan Transaksi Jual Beli Online di Indonesia." *Jurnal Kertha Semaya* 3, No. 1.
- Putra, I Made Dwija Di dan Sukihana, Ida Ayu. 2018. "Tanggung Jawab Penyedia Aplikasi Jual Beli Online Terhadap Konsumen Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 6, No. 4.
- Putri, Anak Agung Bintang Evitayuni Purnama dan Hadjon, Edward Thomas Lamury. 2014. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Elektronik di Indonesia." *Jurnal Kertha Desa* 2, No.3.
- Togatorop, Mitra Junata dan Priyanto, I Made Dedy dan Sumadi, I Putu Sudarma. 2023. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Hal Pengiriman Barang Tidak Sesuai Dengan yang Dibeli." *Kertha Negara: Journal Ilmu Hukum* 11, No. 08: 835-844.
- Wibawa, I Gede Agus Satria dan Suharta, I Nengah. 2016. "Mekanisme Penyelesaian Sengketa Konsumen Secara Mediasi Terhadap Produk Cacat Dalam Kaitannya Dengan Tanggung Jawab Pelaku usaha." *Jurnal Kertha Semaya* 4, No. 1.

Peraturan Perundang-Undangan

- Indonesia. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 22, Tambahan Lembaran RI Nomor 3821. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Indonesia. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan. Lembaran Negara RI Tahun 2014 Nomor 45, Tambahan Lembaran RI Nomor 5512. Sekretariat Negara. Jakarta
- Indonesia. Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Lembaran Negara RI Tahun 2019 Nomor 185, Tambahan Lembaran Negara Nomor 6400. Sekretariat Negara. Jakarta.

Indonesia. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Lembaran Negara RI Tahun 2019 Nomor 222, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6420. Sekretariat Negara. Jakarta