



DOI: <https://doi.org/10.31933/unesrev.v6i3>

Received: 4 Mei 2024, Revised: 26 Mei 2024, Publish: 31 Mei 2024

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Pelanggaran Hukum Terhadap Hak Konsumen oleh Pelaku Usaha Pada *Marketplace* Dengan Tidak Memberikan Informasi Mengenai Produk Secara Jelas

Firdaus Ridhan Zhafari¹

¹Fakultas Hukum Universitas Indonesia, Jakarta, Indonesia

Email: firdausridhan@gmail.com

Corresponding Author: firdausridhan@gmail.com

Abstract: *The rapid advancements in technology, particularly in the fields of science and technology, have significantly simplified human activities, especially in economic terms. This is evident in the shift towards online transactions, which have become a primary mode for economic activities and meeting daily needs, such as online buying and selling. In today's globalized era, transactions do not require face-to-face interactions thanks to internet platforms known as marketplaces. These platforms facilitate the exchange between sellers and buyers without direct contact, offering various transactional facilities that enhance user convenience such as multiple payment methods, detailed product categories, delivery options, and a range of seller credentials including official shops and trusted labels. However, while these features provide numerous advantages, there are also inherent risks, such as increased opportunities for fraud since the transactions are not conducted face-to-face. This paper highlights a specific case encountered on the Shopee marketplace involving a misrepresented sale of a book, illustrating a breach of consumer rights as defined by Indonesia's Consumer Protection Law No. 8 of 1999. The principles of consumer protection, which include fairness, balance, and legal certainty, are discussed. These principles are essential for ensuring that consumers are protected from deceptive business practices and receive goods that correspond both in quality and quantity to what is paid for and advertised by the business.*

Keyword: *Technology advancement, Online marketplace, Consumer protection, E-commerce, Transaction security, Legal standards in trade, Consumer rights.*

Abstrak: Perkembangan teknologi yang cepat, khususnya di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi, telah sangat mempermudah aktivitas manusia, terutama dalam hal ekonomi. Hal ini terlihat dari pergeseran ke transaksi online, yang telah menjadi cara utama untuk aktivitas ekonomi dan memenuhi kebutuhan sehari-hari, seperti jual beli online. Di era globalisasi saat ini, transaksi tidak memerlukan interaksi tatap muka berkat platform internet yang dikenal sebagai marketplace. Platform ini memfasilitasi pertukaran antara penjual dan pembeli tanpa kontak langsung, menawarkan berbagai fasilitas transaksional yang meningkatkan kenyamanan pengguna seperti metode pembayaran yang beragam, kategori produk yang terperinci, pilihan pengiriman, dan berbagai kredensial penjual termasuk toko resmi dan label

terpercaya. Namun, meskipun fitur ini memberikan banyak keuntungan, terdapat juga risiko inheren, seperti peluang penipuan yang meningkat karena transaksi tidak dilakukan secara tatap muka. Makalah ini menyoroti kasus spesifik yang ditemukan di marketplace Shopee yang melibatkan penjualan buku yang salah representasi, menggambarkan pelanggaran hak konsumen seperti yang didefinisikan oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen Indonesia No. 8 tahun 1999. Prinsip-prinsip perlindungan konsumen, yang mencakup keadilan, keseimbangan, dan kepastian hukum, dibahas. Prinsip-prinsip ini sangat penting untuk memastikan bahwa konsumen dilindungi dari praktik bisnis yang menipu dan menerima barang yang sesuai baik dalam kualitas maupun kuantitas dengan apa yang dibayar dan diiklankan oleh bisnis.

Kata Kunci: Kemajuan teknologi, Marketplace online, Perlindungan konsumen, E-commerce, Keamanan transaksi, Standar hukum dalam perdagangan, Hak-hak konsumen.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin hari semakin pesat dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi berdampak kepada semakin mudahnya manusia dalam melakukan kegiatan ekonomi dan kegiatan yang bersifat untuk memenuhi kebutuhan hidup, mulai dari kebutuhan sehari-hari salah satunya seperti melakukan kegiatan jual-beli *online*.

Di era globalisasi saat ini, kegiatan jual beli dapat dilakukan secara *online*, melalui internet, dimana pelaku usaha dan konsumen tidak perlu bertemu secara langsung atau bertatap muka seperti dahulu kala, untuk dapat melakukan transaksi jual beli. Menurut Tomak, internet telah meningkatkan fleksibilitas dalam hal penyediaan informasi pada kegiatan jual beli.¹ Kegiatan jual beli yang dilakukan secara tidak langsung melalui internet tersebut dilaksanakan dalam suatu wadah bernama *marketplace*.²

Marketplace merupakan suatu *platform* yang menjadi wadah atau sarana penghubung antara penjual dan pembeli untuk melakukan jual beli secara tidak langsung atau *online*. Dalam praktiknya, marketplace menyediakan berbagai fasilitas untuk transaksi jual beli yang memadai bagi pembeli maupun penjual seperti metode pembayaran yang dapat dipilih oleh pembeli sesuai kenyamanan, pemilihan barang sesuai kategori yang dibutuhkan atau sedang dicari, kurir pengiriman barang yang dapat dipilih sesuai kebutuhan, fitur untuk dapat mengurutkan harga barang dari yang terendah hingga tertinggi, memilih penjual yang melakukan pengiriman paling dekat dari tempat tujuan barang akan dikirim, bahkan pembeli dapat memilih dari toko mana ia akan membeli suatu barang apakah pada *official shop* atau pada penjual yang mendapat label terpercaya oleh marketplace tersebut, dan banyak fitur lainnya yang dapat digunakan oleh pembeli. Pada intinya, marketplace merupakan penjual dan pembeli bertemu secara tidak langsung dalam website atau aplikasi *online*, yang mana setelah terdapat kesepakatan untuk melakukan transaksi pembelian, barang yang dibeli kemudian akan dikirim oleh penjual ke alamat yang telah diberikan oleh pembeli.³

Apabila diperhatikan dengan seksama, terdapat beberapa keuntungan dalam melakukan kegiatan jual beli melalui *marketplace*. Seperti yang sudah penulis sebutkan sebelumnya bahwa terdapat fitur-fitur yang disediakan oleh marketplace kepada pembeli untuk dapat memudahkan kegiatan jual beli, salah satunya adalah pembeli (konsumen) dapat membandingkan harga barang dari yang paling murah hingga yang paling mahal dengan

¹ Kerem Tomak, *Advances in Economics of Information Systems*, (London: Idea Group Publishing, 2005), hlm. 83

² Andy Prasetyo Wati, Jefry Aulia, Martha dan Anjek Indriwati, *Digital Marketin*, (Malang: Edulitera, 2019), hlm.27

³ Sabtarini Kusumaningsih, Joko Sutopo dan Fenti Nurlaeli, *Marketplace*, (Surabaya: Global Aksara Press, 2021), hlm. 2

mudah dan praktis tanpa harus menghabiskan tenaga untuk berputar-putar dari satu pedagang ke pedagang lain.⁴ Namun dibalik keuntungan-keuntungan dan kemudahan-kemudahan yang ditawarkan, terdapat pula kekurangan dalam melakukan transaksi jual beli melalui *marketplace*, yaitu adanya peluang bagi pelaku usaha untuk melakukan penipuan dengan mudah karena kegiatan jual beli tidak dilaksanakan secara langsung dengan bertatap muka.⁵

Pada salah satu etalase dagang yang penulis temukan pada *marketplace* shopee, penulis menemukan penilaian buruk mengenai etalase dagang tersebut. Etalase dagang tersebut menjual sebuah buku berjudul “Hukum Pidana dan Perkembangan Masyarakat” karya Prof. Sudarto S.H. Buku tersebut dijual seharga Rp 158.000 (seratus lima puluh delapan ribu rupiah) oleh pelaku usaha. Pada etalase tersebut, pelaku usaha tidak mencantumkan kondisi buku terkait, seperti apakah buku tersebut merupakan buku baru, buku *second*, atau bahkan fotokopian, baik pada judul etalase maupun kotak deskripsi yang telah disediakan oleh *marketplace* sebagai wadah untuk pelaku usaha menaruh seluruh informasi secara lengkap dan jelas mengenai produk dagangannya tersebut. Kemudian, penulis menemukan sebuah penilaian mengenai penjualan buku tersebut yang ditulis oleh salah satu konsumen yang Namanya dirahasiakan, pada penilaian tersebut konsumen memberi keterangan “jual buku colongan dan harganya nggak masuk akal. Buku perpustakaan univ. merdeka, barang lama, ada stamper dan bekas kertas perpustakaan. Nggak *worth it* bayar mahal tapi dapetnya buku colongan yang dijual dengan harga asli. Penjualnya nggak jujur.”, berikut konsumen tersebut melampirkan bukti-bukti berupa beberapa foto buku yang ia beli di etalase tersebut dengan judul yang sama dan terdapat bukti-bukti yang konsumen terangkan secara tertulis.

Kasus yang penulis temukan tersebut tentu melanggar Undang-Undang No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen). Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah mengatur mengenai hak dan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh konsumen dan pelaku usaha, juga hal-hal yang dilarang untuk dilakukan oleh pelaku usaha.

Tindakan pelaku usaha pada *marketplace* shopee tersebut jelas melanggar ketentuan dalam perundang-undangan, dan juga melanggar asas-asas hukum perlindungan konsumen. Terdapat asas perlindungan konsumen yang dibagi menjadi 3 (tiga) yaitu asas keadilan, asas keseimbangan, dan asas kepastian hukum. Dalam hukum ekonomi, keadilan disejajarkan dengan asas keseimbangan, kemanfaatan disejajarkan dengan asas maksimalisasi, dan kepastian hukum disejajarkan dengan efisiensi.⁶ Asas kepastian hukum disejajarkan dengan asas efisiensi sebab dinilai bahwa hukum yang berwujud berarti hukum yang efisien.⁷ Dengan hak ini, maka konsumen harus dilindungi dari pelaku usaha yang tidak memberikan hak konsumen secara utuh dengan tidak memberikan produk barang sesuai dengan nilai tukar yang diberikan, artinya kuantitas dan kualitas barang yang sampai kepada konsumen harus sesuai dengan yang ditawarkan oleh pelaku usaha dan dengan nilai uang yang dibayarkan oleh konsumen.

Pada Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, mencantumkan bahwa konsumen berhak mendapat informasi yang jelas mengenai produk yang ditawarkan oleh

⁴ SINDOnews, “5 Keuntungan Belanja di Marketplace”, ekbis.sindonews.com, 4 Juli 2022, tersedia pada <https://ekbis.sindonews.com/read/816681/34/5-keuntungan-belanja-di-marketplace-1656907630>, diakses pada tanggal 4 November 2023

⁵ Afriana Dyah, “Seller Penipu di Shopee”, mediakonsumen.com, 26 Desember 2022, tersedia pada <https://mediakonsumen.com/2022/12/26/surat-pembaca/seller-penipu-di-shopee>, diakses pada 4 November 2023.

⁶ Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), hlm.33

⁷ Himawan, *Pendekatan Ekonomi terhadap Hukum sebagai Sarana Pengembalian Wibawa Hukum*, dalam *Majalah Hukum dan Pembangunan* No.5 tahun XXI, Oktober 1991, (Jakarta, Fakultas Hukum Universitas Indonesia), hlm. 445

pelaku usaha. Informasi harus diberikan secara adil bagi semua konsumen. Itulah mengapa hukum perlindungan konsumen memberikan hak konsumen atas informasi yang jelas yang didalamnya harus mencakup atas informasi yang proporsional. Konsumen yang tidak terinformasi dengan baik perlu dilindungi, bahkan menjadi tanggung jawab negara untuk memberikan perlindungan. Dalam mengantisipasi produk-produk barang atau jasa yang merugikan atau mencelakakan konsumen, Sebagian negara peserta perdagangan bebas telah mengintroduksi doktrin *product liability* dalam tata hukumnya, seperti Jepang, Belanda, Inggris, Amerika Serikat, dan Masyarakat Uni Eropa serta negara-negara lain yang sudah terbiasa menjadikan hukum sebagai alat rekayasa sosial menuju kepastian hukum yang berkeadilan sosial⁸.

Product Liability sendiri memiliki 2 terjemahan yaitu “tanggung gugat produk” dan “tanggung jawab produk”, namun kurang lebih memiliki makna/substansi yang sama, yaitu

“*product liability refers to the legal liability of manufacturers and sellers to compensate buyers, users, and even bystanders, for damages or injuries suffered because of defects in a good purchased.*”⁹”

Penerapan *product liability* dibatasi dengan doktrin perbuatan melawan hukum sebagai salah satu bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha dalam hal konsumen menerima produk tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati diawal sebelum melakukan transaksi. Pendekatan yuridis-sosial-ekonomi terhadap kasus yang dikemukakan menunjukkan urgensi introduksi dan penerapan doktrin tersebut. Permasalahan yang dibahas merupakan hal-hal berikut¹⁰:

1. Kemungkinan penerapan *product liability* dalam doktrin perbuatan melawan hukum;
2. Tanggung jawab produsen kepada konsumen atas produk-produknya;
3. Era perdagangan bebas memerlukan norma-norma perlindungan konsumen.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis kemukakan diatas, maka rumusan masalah yang akan dikaji oleh penulis pada penelitian ini antara lain:

1. Apakah Tindakan pelaku usaha yang tidak memberi informasi secara detail dan jelas mengenai barang dagangannya di *marketplace* dapat termasuk kepada perbuatan melawan hukum?
2. Bagaimana pertanggung jawaban pelaku usaha yang tidak menulis informasi secara detail dan jelas mengenai barang dagangannya pada *marketplace*?

METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian normative yang menggunakan metode pendekatan penelitian, yaitu metode pendekatan peraturan perundang-perundangan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder terdiri dari bahan-bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan studi kepustakaan dengan Teknik analisis data secara deskriptif kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam kegiatan transaksi jual beli, baik pelaku usaha maupun konsumen, memiliki hak dan kewajiban yang sama pentingnya dan keduanya wajib melaksanakan hak dan kewajiban tersebut sesuai yang tercantum pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen, antara lain:

Pada pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menjelaskan mengenai hak konsumen, yaitu:

⁸ Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2003), hlm. 246

⁹ Henry Campbell Black, *Black Law Dictionary*, (St. Paul Minn: West Publishing Co, 1983), p. 1089

¹⁰ Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan ...*, hlm. 249-250

- a. atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapat advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan Pendidikan konsumen
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya;

Pada Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, menjelaskan mengenai kewajiban pelaku usaha, yaitu:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya tanpa adanya kebohongan;
- b. Memberikan informasi yang jujur, benar dan akurat terhadap konsumen dengan barang atau jasa yang diperdagangkan;
- c. Memberikan pelayanan konsumen secara benar dan jujur tanpa membeda-bedakan;
- d. Memberikan jaminan terhadap kualitas barang atau jasa yang diperdagangkan;
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji barang yang diperdagangkan;
- f. Memberikan ganti rugi atau kompensasi atas kerugian akibat penggunaan atau pemakaian barang atau jasa;
- g. Memberikan ganti rugi atau kompensasi apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai yang diperjanjikan;
- h. Penyelesaian sengketa jika terjadi sengketa antara pelaku usaha dan pengguna jasa.

Serta pada Pasal 8 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, menjelaskan mengenai hal-hal yang tidak boleh dilakukan oleh pelaku usaha, diantaranya:

- a. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dalam ketentuan peraturan perundang-undangan;
- b. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih, atau netto dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label etiket barang tersebut;
- c. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
- d. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket, atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- e. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut; Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
- f. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau tersebut;
- g. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tersebut;
- h. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
- i. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan pelaku usaha, serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut

ketentuan harus dipasang atau dibuat;

- j. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam Bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Dengan adanya ketentuan-ketentuan sebagaimana yang tercantum pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut, maka baik pelaku usaha maupun konsumen diharapkan saling bersikap sebagaimana yang telah diatur. Termasuk kepada pelaku usaha, berkewajiban memberikan informasi yang jelas, detail, dan jujur atas barang dagangannya, kepada konsumen. Hal ini untuk mengurangi adanya kerugian yang dialami oleh konsumen ketika mengkonsumsi barang atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku.

Pada Pasal 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen terdapat beberapa Lembaga yang disebutkan sebagai Lembaga Perlindungan Konsumen di Indonesia, diantaranya adalah:

1. Badan Perlindungan Konsumen nasional, yaitu badan yang dibentuk untuk membantu upaya pengembangan perlindungan konsumen;
2. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, yaitu sebuah Lembaga non pemerintahan yang terdaftar dan diakui oleh pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen.
3. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, yaitu sebuah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku dan konsumen.

Dalam hal terjadi sengketa antara konsumen dan pelaku usaha, terdapat 2 (dua) cara untuk dapat menyelesaikannya, hal ini tercantum pada Pasal 45 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu penyelesaian sengketa secara damai, dan penyelesaian sengketa melalui Lembaga atau instansi yang berwenang.

Sesuai dengan hukum positif yang berlaku di Indonesia, dalam hal konsumen dirugikan ketika mengkonsumsi suatu barang atau jasa, maka konsumen tersebut dapat menggugat pihak yang menimbulkan kerugian tersebut melalui instansi yang berwenang. Dalam hukum perlindungan konsumen, pihak yang menyebabkan kerugian tersebut dapat berarti produsen, supplier, pedagang besar, pedagang eceran, penjual, atau pihak yang memasarkan produk, tergantung dari siapa yang melakukan atau tidak melakukan perbuatan yang menimbulkan kerugian bagi konsumen. Kualifikasi gugatan yang lazim digunakan diberbagai negara, termasuk Indonesia adalah wanprestasi atau perbuatan melawan hukum.

Apabila terdapat hubungan kontraktual antara konsumen dan pengusaha, maka kualifikasi gugatannya adalah wanprestasi. Kerugian yang dialami konsumen adalah karena tidak dilaksanakannya oleh pengusaha. Sehingga, apabila tidak terdapat hubungan kontraktual antara konsumen dan pelaku usaha, maka tidak ada tanggung jawab hukum pelaku usaha kepada konsumen.

Jika gugatan konsumen menggunakan kualifikasi perbuatan melawan hukum, hubungan kontraktual tidaklah disyaratkan. Dengan kualifikasi gugatan ini, konsumen sebagai penggugat harus membuktikan unsur-unsur:

1. Adanya perbuatan melawan hukum;
2. Adanya kesalahan atau kelalaian pengusaha;
3. Adanya kerugian yang dialami konsumen;
4. Adanya hubungan kausal antara perbuatan melawan hukum dengan kerugian yang dialami konsumen.

Dalam hal pertanggung jawaban pelaku usaha terdapat hal yang dibebankan kepada pelaku usaha bilamana terdapat unsur cacat tersembunyi pada produk yang diatur dalam KUHPerdara, yaitu pelaku usaha harus menanggung barang tersebut cacat tersembunyi baik mengetahui atau tidak mengetahui cacat tersembunyi itu. Dalam memberikan pertanggung jawaban terkait produk cacat yang merugikan konsumen, Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan 3 (tiga) bentuk sanksi yaitu berupa sanksi perdata, pidana dan administrative. Sanksi perdata dapat diberikat kepada pelaku usaha dengan memberikan ganti rugi berupa pengembalian dalam bentuk pengembalian uang ataupun pertukaran barang

dengan tipe yang sama, rehabilitasi dan pemberian kompensasi.

Pemberian sanksi pidana dapat diberikan kepada pelaku usaha dikarenakan telah melanggar ketentuan sebagaimana yang telah diatur pada Pasal 62 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen dengan pemberian pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun serta denda sebesar Rp 2.000.000.000 (dua miliar rupiah) dan terdapat hukuman tambahan berupa penarikan barang serta pencabutan izin usaha. Sanksi administrative dapat diberikan kepada pelaku usaha bilamana pelaku usaha ingkar atau tidak memenuhi kewajibannya membayar kerugian yang telah diderita oleh konsumen. Sanksi ini dapat diproses melalui BPSK dengan penjatuhan sanksi administrative dalam bentuk ganti kerugian berupa uang sejumlah Rp 2.000.000 (dua juta rupiah).

KESIMPULAN

Berdasarkan pemaparan yang telah penulis kemukakan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa salah satu aspek terpenting mengenai hak dan kewajiban para pihak adalah penyediaan informasi yang jelas dan jujur mengenai barang atau jasa yang menjadi target transaksi jual beli. Undang-Undang Perlindungan Konsumen secara tegas mengatur hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usaha. Dalam hal pelaku usaha melanggar apa yang telah ditentukan dan diatur oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen, maka konsumen dilindungi oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen dengan adanya upaya penyelesaian sengkata pada Pasal 45.

REFERENSI

- Kerem Tomak, *Advances in Economics of Information Systems*, (London: Idea Group Publishing, 2005)
- Andy Prasetyo Wati, Jefry Aulia, Martha dan Anjek Indriwati, *Digital Marketin*, (Malang: Edulitera, 2019)
- Sabtarini Kusumaningsih, Joko Sutopo dan Fenti Nurlaeli, *Marketplace*, (Surabaya: Global Aksara Press, 2021)
- SINDOnews, "5 Keuntungan Belanja di Marketplace", <https://ekbis.sindonews.com/read/816681/34/5-keuntungan-belanja-di-marketplace-1656907630>, diakses pada tanggal 4 November 2023
- Afriana Dyah, "Seller Penipu di Shopee", [mediakonsumen.com](https://mediakonsumen.com/2022/12/26/surat-pembaca/seller-penipu-di-shopee), 26 Desember 2022, tersedia pada <https://mediakonsumen.com/2022/12/26/surat-pembaca/seller-penipu-di-shopee>, diakses pada 4 November 2023.
- Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004)
- Himawan, Pendekatan Ekonomi terhadap Hukum sebagai Sarana Pengembalian Wibawa Hukum, dalam *Majalah Hukum dan Pembangunan* No.5 tahun XXI, Oktober 1991, (Jakarta, Fakultas Hukum Universitas Indonesia)
- Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2003)
- Henry Champbell Black, *Black Law Dictionary*, (St. Paul Minn: West Publishing Co, 1983)