

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS
PENGUNAAN KLAUSULA EKSONERASI OLEH PELAKU USAHA
DALAM TRANSAKSI PERJANJIAN JUAL BELI *MYSTERY BOX* PADA
MARKETPLACE TOKOPEDIA**

(Skripsi)

Oleh

**AVICENNA MUHAMMAD RAFIF SATYANEGARA
2112011243**



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDARLAMPUNG
2025**

ABSTRAK

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS PENGUNAAN KLAUSULA EKSONERASI OLEH PELAKU USAHA DALAM TRANSAKSI PERJANJIAN JUAL BELI *MYSTERY BOX* PADA *MARKETPLACE* TOKOPEDIA

Oleh

AVICENNA MUHAMMAD RAFIF SATYANEGARA

Marketplace digital menggantikan pasar konvensional dengan sistem lebih efisien, tetapi menciptakan ketimpangan antara konsumen dan pelaku usaha. Fenomena *mystery box* sedang ramai yang dimana pelaku usaha dengan sengaja mencantumkan klausula eksonerasi yang membatasi hak konsumen, hal ini dikarenakan ketidakpastian dari isi *mystery box* itu sendiri. Meski UUPK berupaya melindungi konsumen, celah hukum masih dimanfaatkan. Tokopedia melarang transaksi berbasis ketidakpastian, tetapi pelanggaran tetap terjadi. Penelitian ini mengkaji penerapan klausula eksonerasi dalam transaksi jual beli *mystery box*, akibatnya terhadap konsumen, dan perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan atas penerapan klausula eksonerasi oleh pelaku usaha dalam transaksi jual beli *mystery box*. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pertanggungjawaban pelaku usaha atas kerugian yang timbul serta perlindungan konsumen atas penerapan klausula eksonerasi dalam transaksi *mystery box* di Tokopedia.

Penelitian ini menggunakan metode hukum normatif. Pendekatan masalah yang digunakan adalah pendekatan perundang-undangan dan asas-asas hukum dengan tipe *nonjudicial case study*. Data yang digunakan bersumber dari bahan hukum primer, sekunder, dan tersier, dikumpulkan melalui studi kepustakaan.

Hasil penelitian dan pembahasan menunjukkan bahwa pelaku usaha tetap bertanggung jawab berdasarkan UUPK, termasuk memberikan kompensasi atas barang yang tidak sesuai perjanjian. Tokopedia menerapkan perlindungan hukum preventif melalui kebijakan Syarat dan Ketentuan yang mengikat semua pengguna serta fitur Pusat Resolusi untuk menyelesaikan sengketa. Konsumen dapat mengajukan komplain jika mengalami kerugian pada pusat resolusi. Klausula eksonerasi yang membatasi tanggung jawab secara sepihak dilarang oleh hukum, sehingga pelaku usaha tetap wajib memberikan ganti rugi. Penyelesaian sengketa dapat dilakukan secara non-litigasi melalui BPSK dengan mekanisme mediasi, arbitrase, atau konsiliasi, atau melalui litigasi di pengadilan.

Kata Kunci : *Marketplace* Tokopedia, Klausula Eksonerasi, *Mystery Box*, Perlindungan Konsumen

ABSTRACT

LEGAL PROTECTION FOR CONSUMERS AGAINST THE USE OF EXONERATION CLAUSES BY BUSINESS ACTORS IN MYSTERY BOX SALES TRANSACTIONS ON THE TOKOPEDIA MARKETPLACE

By

AVICENNA MUHAMMAD RAFIF SATYANEGARA

Digital marketplaces have replaced conventional markets with more efficient systems but have also created an imbalance between consumers and business actors. The mystery box phenomenon is currently gaining popularity, where businesses deliberately include exoneration clauses that limit consumer rights. This is due to the inherent uncertainty regarding the contents of the mystery box itself. Although the Consumer Protection Law (UUPK) aim to protect consumers, legal loopholes are still being exploited. Tokopedia prohibits uncertainty-based transactions, yet violations continue to occur. This study examines the implementation of exoneration clauses in mystery box transactions and the legal protection available to consumers harmed by such clauses, aiming to analyze consumer protection against exoneration clauses in mystery box transactions.

This research employs a normative legal method. The research method that will be used is statutory and legal principles approach, as well as a nonjudicial case study type, which examines legal cases without conflicts resolved through court intervention. The data used is derived from primary, secondary, and tertiary legal sources, collected through literature studies.

The findings indicate that Tokopedia implements preventive legal protection through Terms and Conditions that bind all users and a Resolution Center feature for dispute resolution. Consumers can file complaints regarding losses through this platform. Business actors remain responsible under the UUPK, including providing compensation for goods that do not meet the agreement. Exoneration clauses that unilaterally limit liability are prohibited by law, obligating business actors to provide restitution. Dispute resolution can be pursued through non-litigation methods via the Consumer Dispute Settlement Agency (BPSK) through mediation, arbitration, or conciliation, or through litigation in court.

Keywords: Tokopedia Marketplace, Exoneration Clause, Mystery Box, Consumer Rights Protection

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS
PENGUNAAN KLAUSULA EKSONERASI OLEH PELAKU USAHA
DALAM TRANSAKSI PERJANJIAN JUAL BELI *MYSTERY BOX* PADA
MARKETPLACE TOKOPEDIA**

Oleh

**AVICENNA MUHAMMAD RAFIF SATYANEGARA
2112011243**

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
SARJANA HUKUM**

Pada

**Bagian Hukum Perdata
Fakultas Hukum Universitas Lampung**



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDARLAMPUNG
2025**

Judul Skripsi : **PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP
KONSUMEN ATAS PENGGUNAAN
KLAUSULA EKSONERASI OLEH
PELAKU USAHA DALAM TRANSAKSI
PERJANJIAN JUAL BELI MYSTERY
BOX PADA MARKETPLACE
TOKOPEDIA**

Nama Mahasiswa : **Avicenna Muhammad Rafif Satyanegara**

No. Pokok Mahasiswa : **2112011243**

Bagian : **Hukum Perdata**

Fakultas : **Hukum**



Dr. Sunaryo, S.H., M.Hum.

NIP 196012281989031001

Dr. Yennie Agustin MR, S.H., M.H.

NIP 197108251997022001

2. Ketua Bagian Hukum Perdata

Dr. Ahmad Zazili, S.H., M.H.

NIP 197404132005011001

MENGESAHKAN**1. Tim Penguji**

Ketua : Dr. Sunaryo, S.H., M.Hum.



Sekretaris/Anggota : Dr. Yennie Agustin MR, S.H., M.H.



Penguji Utama : Dr. Sepriyadi Adhan S, S.H., M.H.

**2. Dekan Fakultas Hukum**

Dr. M. Fakhri, S.H., M.S.
NIP. 196412181988031002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 24 Juni 2025

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Avicenna Muhammad Rafif Satyanegara

Npm : 2112011243

Bagian : Hukum Perdata

Fakultas : Hukum

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Penggunaan Klausula Eksonerasi Oleh Pelaku Usaha Dalam Transaksi Perjanjian Jual Beli *Mystery Box* Pada Marketplace Tokopedia”** adalah benar-benar karya sendiri dan bukan hasil plagiat sebagaimana telah diatur dalam Pasal 43 Ayat (2) dan Pasal 44 Ayat (1) huruf g Peraturan Rektor Universitas Lampung Nomor 02 Tahun 2024.

Bandarlampung, 29 Juni 2025



Avicenna Muhammad Rafif Satyanegara
NPM 2112011243

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Avicenna Muhammad Rafif Satyanegara, dilahirkan di Tangerang pada tanggal 23 Agustus 2003, anak kedua dari dua bersaudara, dari pasangan Bapak Hadijanto Satyanegara dan Ibu Nurul Hidayah. Penulis menyelesaikan pendidikan formal di Sekolah Dasar Negeri Pinang 3 Kota Tangerang, Banten pada tahun 2015, Pondok Pesantren Modern Sahid Bogor pada tahun 2018, dan Sekolah Menengah Atas Negeri 85 Jakarta Barat pada tahun 2021.

Penulis kemudian melanjutkan studi sebagai mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Lampung melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN) pada tahun 2021. Selama menjadi mahasiswa penulis mengikuti organisasi *Model United Nations* (MUN) Unila Bagian RnD Periode 2023/2024 dan HIMA Perdata pada tahun 2024-2025. Selain itu, penulis juga telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Periode I pada tahun 2024 selama 35 hari di Desa Rumbih, Kecamatan Pakuan Ratu, Kabupaten Way Kanan.

MOTO

“Maka bertasbihlah dengan (menyebut) nama Rabbmu Yang Maha Besar”

(QS. Al-Waqi’ah: 95)

“Antara kita akan menemukan jalan ke luar, atau kita akan membuat jalan ke luar itu sendiri”

(Hannibal)

“Orang yang ingin memberi perintah, harus lebih dahulu mau diperintah”

(Jenderal Soedirman)

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah Rabbil 'Alamin, Puji rasa syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah Nya yang memberikan keberkahan dan kekuatan, shalawat serta salam tidak lupa penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai junjungan dan suri tauladan dalam menjalani kehidupan bagi penulis serta seluruh umat Islam di muka bumi ini, dengan kerendahan hati.

Saya persembahkan skripsi ini kepada :

Ayah dan Ibu tercinta, Bapak Hadrijanto Satyanegara dan Ibu Nurul Hidayah
Dan kakak tersayang, Annisa Emeraldalda Satyanegara

Terima kasih yang tulus atas segala perhatian, doa, dan kasih sayang yang telah Mami, Papi, dan Uni berikan selama ini. Dukungan serta bimbingan kalian menjadi pondasi penting dalam setiap langkah saya. Semoga Allah SWT senantiasa mencurahkan keberkahan, kesehatan, dan kebahagiaan kepada Mami, Papi, dan Uni. Semoga anakmu ini kelak dapat membahagiakan dan membuat bangga kalian selalu kalian dalam setiap pencapaian hidup.

Almamater kebangganku, Universitas Lampung.

SANWACANA

Salam sejahtera dan puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan kasih-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Penggunaan Klausula Eksonerasi Oleh Pelaku Usaha Dalam Transaksi Perjanjian Jual Beli *Mystery Box* Pada *Marketplace* Tokopedia** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum di Fakultas Hukum Universitas Lampung.

Penyelesaian skripsi ini tidaklah terlepas dari bantuan dan bimbingan dari dosen pembimbing, saran serta dukungan dari berbagai pihak lain baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik. Maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. M. Fakhri, S.H., M.S., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Lampung.
2. Bapak Dr. Ahmad Zazili, S.H., M.H., selaku Ketua Bagian Hukum Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Lampung.
3. Bapak M. Wendy Trijaya, S.H., M.Hum., selaku Sekretaris Bagian Hukum Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Lampung.
4. Bapak Dr. Sunaryo, S.H., M.Hum., selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya Untuk Membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Yennie Agustin Mahroennisa Rasjid, S.H., M.H., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan dukungan dan arahan kepada penulis dengan penuh kesabaran dan telah meluangkan waktu untuk memberikan saran dan kritik kepada penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak Dr. Sepriyadi Adnan S, SH, MH., selaku Dosen Pembahas I yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun kepada penulis agar penulis dapat menyelesaikan proses penulisan skripsi ini.

7. Ibu Yulia Kusuma Wardani, S.H., LL.M., selaku Dosen Pembahas II yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun kepada penulis agar penulis dapat menyelesaikan proses penulisan skripsi ini.
8. Ibu Upik Hamidah, S.H., M.H., selaku Dosen Pembimbing Akademik atas bimbingan dan arahan kepada penulis selama menjalankan studi di Fakultas Hukum Universitas Lampung.
9. Seluruh Bapak/Ibu dosen dan karyawan Fakultas Hukum Universitas Lampung, khususnya Bapak/Ibu Dosen Bagian Hukum Keperdataan yang telah banyak memberikan ilmu yang bermanfaat dan berguna bagi penulis.
10. Ayah dan Ibuku tercinta, yang selalu membimbing, mendoakan, dan memberikan anakmu ini segalanya tanpa pamrih.
11. Satu-satunya kakakku, seorang wanita tangguh pekerja keras yang turut mendukung penulis disaat tersulit sampai hari ini.
12. Teman-teman kelompok HPU Ibu Rilda dan kawan seperjuangan lainnya, Jose Timothy Lumbantobing, Aria Bima Sena, Geaga Argantara, Michael Yohanes, Fadillah Al Faruq, Rouf dan Dianta Pramudya yang selama ini telah menjadi tempat untuk bercerita, saling menyampaikan keluhan kesah, serta dukungan untuk penulis selama penyelesaian skripsi ini.
13. Kawan-kawan sobat ambyar, Dzaki Ramadhan, Andi Septian, Ghuftron, Belita dan lainnya yang selama ini turut membantu penulis dengan berupa memberikan dukungan moral dan tempat bertukar cerita dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Teman-teman kuliah kerja nyata (KKN) Kampung Rumbih tahun 2024, Alif Ramadhan, Josua Riscando Napitu, Dewinta Yuliyanti, Annisa Amimi, Rofila Syahda Azaria, dan Fadilah Nur Azizah, terima kasih atas pengalaman 40 hari selama KKN serta dukungannya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
15. Teman-teman Fakultas Hukum Unila angkatan 2021 secara keseluruhan, khususnya bagian Hukum Keperdataan.
16. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
17. Almamaterku yang kubanggakan, Universitas Lampung.

Penulis sangat sadar, dikarenakan keterbatas pengetahuan yang penulis miliki, sudah dipastikan masih sangat banyak kekurangan dalam skripsi ini, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan segala bentuk kritik, saran dan masukan dari segala pihak untuk memaksimalkan potensi kesempurnaan skripsi ini. Semoga Allah memberkahi kita semua selalu.

Bandarlampung,

Juni 2025

Avicenna Muhammad Rafif Satyanegara

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
HALAMAN PERNYATAAN	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
MOTO	ix
PERSEMBAHAN	x
SANWACANA	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Permasalahan.....	7
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Kegunaan Penelitian.....	8
II. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Tinjauan Umum Mengenai Jual Beli	9
2.1.1 Pengertian Jual Beli	9
2.1.2 Pengaturan Hukum Jual Beli	10
2.1.3 Pengaturan Hukum Jual Beli <i>Online</i>	11
2.1.4 Hak dan Kewajiban Konsumen	12
2.1.5 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha.....	14
2.1.6 Tanggung Jawab Pelaku Usaha	18
2.2 Tinjauan Umum Mengenai Perjanjian Baku	21
2.2.1 Pengertian Perjanjian Baku	21
2.2.2 Pengaturan Hukum Klausula Baku.....	22

2.3	Tinjauan Umum Mengenai Klausula Ekonerasi	24
2.3.1	Pengertian Klausula Eksonerasi	24
2.3.2	Larangan Terhadap Pencantuman Klausula Ekonerasi	25
2.4	Tinjauan Umum Mengenai <i>Marketplace</i> Tokopedia	27
2.4.1	Pengertian <i>Marketplace</i>	27
2.4.2	<i>Marketplace</i> Tokopedia.....	28
2.4.3	Pusat Resolusi Tokopedia.....	28
2.4.4	Pengertian <i>Mystery Box</i>	30
2.5	Tinjauan Umum Mengenai Perlindungan Konsumen.....	30
2.5.1	Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen	30
2.5.2	Teori Perlindungan Hukum Konsumen.....	33
2.5.3	Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen	33
2.6	Kerangka Pikir	37
III.	METODE PENELITIAN	39
3.1	Jenis Penelitian	39
3.2	Tipe Penelitian	39
3.3	Pendekatan Masalah.....	40
3.4	Jenis dan Sumber Data	41
3.5	Metode Pengumpulan dan Pengolahan Data	42
3.6	Analisis Data.....	42
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1	Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Kerugian Yang Timbul Terhadap Barang <i>Mystery Box</i> Jika Terjadi Penggunaan Klausula Eksonerasi.....	43
4.2	Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Dirugikan Atas Penerapan Klausula Eksonerasi Oleh Pelaku Usaha Dalam Transaksi Jual Beli <i>Mystery Box</i> Di Tokopedia	53
V.	PENUTUP	62
5.1	Kesimpulan.....	62
5.2	Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA		65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Contoh Proses Awal Pengajuan Komplain Di Pusat Resolusi Tokopedia	29
Gambar 2	Contoh Halaman Komplain Dan Diskusi Di Pusat Resolusi Tokopedia	29
Gambar 3	Contoh Penjual <i>Mystery Box</i> Yang Mencantumkan Klausula Eksonerasi.....	46
Gambar 4	Contoh Penjual Lain <i>Mystery Box</i> Yang Mencantumkan Klausula Eksonerasi.....	46
Gambar 5	Contoh <i>Mystery Box</i> Yang Dijual Oleh Penjual Mall	56
Gambar 6	Contoh <i>Mystery Box</i> Yang Dijual Oleh Penjual Bukan Mall	56

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era modern ini, pasar tradisional tak lagi menjadi satu-satunya pilihan masyarakat untuk bertransaksi. Seiring komersialisasi internet pada awal 1990-an, cara berbelanja mengalami perubahan besar. *Marketplace* hadir sebagai inovasi yang menawarkan kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen. *Marketplace*, secara sederhana, adalah platform pihak ketiga yang menjadi penghubung antara penjual dan pembeli di ruang digital.¹ Transaksi melalui *marketplace*, seperti halnya transaksi biasa, adalah perjanjian antara penjual dan pembeli. Dalam konteks bisnis *online*, pelaku transaksi ini disebut pedagang dan pelanggan, dengan kedudukan yang sama seperti dalam transaksi tradisional.²

Marketplace telah menjadi bagian penting dalam ekosistem perdagangan modern, memungkinkan transaksi antara penjual dan pembeli secara daring dengan mudah dan efisien. Perdagangan elektronik melalui *marketplace* menghadirkan tantangan baik positif maupun negatif. Dari sisi positif, konsumen dapat menikmati kemudahan luar biasa karena bisa berbelanja dari rumah serta mendapatkan berbagai pilihan barang atau jasa dengan harga relatif murah. Konsumen memiliki kebebasan untuk memilih jenis dan kualitas barang atau jasa sesuai dengan kebutuhan mereka. *Marketplace* berperan sebagai pengelola situs tanpa terlibat langsung dalam transaksi antara penjual dan pembeli. Perjanjian jual beli yang terbentuk di *marketplace* pada dasarnya mengikuti prinsip-prinsip perjanjian jual beli konvensional. Dengan demikian, ketentuan hukum yang berlaku untuk transaksi jual beli secara umum juga berlaku untuk transaksi *online* di *marketplace*.

Namun, kondisi ini juga membawa dampak negatif, di mana posisi konsumen bisa menjadi lebih lemah dibandingkan dengan pelaku usaha sehingga dapat menyebabkan kekecewaan dan kerugian. Kontrak antara pedagang dan konsumen terbentuk ketika mereka setuju untuk membeli dan menjual barang atau jasa yang ditawarkan. Apabila pembeli setuju, mereka harus mematuhi aturan yang

¹ Impulse Digital, “Ketahui Perbedaan E-commerce dan Marketplace Serta Contohnya”, <https://rb.gy/d7pl5i>, diakses pada 5 September 2024

² Yuliastiwi, Ni Putu Octa Putri; Dwijayanthi, Putri Triari. “Pengaturan Transaksi Melalui Marketplace Dalam Perspektif Hukum Perdata Di Indonesia”, Vol.11 No.6, *Jurnal Kertha Desa*, pp. 2682-2693, Hlm. 2683, diakses pada 5 September 2024.

ditetapkan oleh penjual. Kemudahan dalam proses jual beli secara *online* ini juga membuka kemungkinan timbulnya permasalahan dalam transaksi tersebut. Dengan banyaknya keuntungan yang diperoleh, tidak dapat dihindari adanya potensi masalah yang mungkin muncul dalam setiap transaksi.³

Pada umumnya, *marketplace* di Indonesia merupakan suatu perseroan terbatas yang menjalankan kegiatan usaha sebagai situs pencarian toko dan barang yang dijual oleh penjual terdaftar. Dalam hal ini, *marketplace* tersebut hanya berperan sebagai pengelola situs dan tidak terlibat langsung dalam transaksi antara penjual dan pembeli. Oleh karena itu, pembeli dan penjual membuat perjanjian jual beli di antara mereka sendiri, tanpa melibatkan *marketplace* sebagai pihak dalam perjanjian tersebut.

Perjanjian jual beli yang terjadi adalah serupa dengan perjanjian jual beli secara umum, sehingga ketentuan hukum mengenai jual beli konvensional juga berlaku, termasuk ketentuan dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (selanjutnya disebut KUH Perdata) serta ketentuan perlindungan konsumen dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK). Selain itu, ketentuan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (selanjutnya disebut PP PMSE) juga relevan, mengingat perjanjian tersebut merupakan kontrak elektronik yang dilakukan melalui sistem elektronik.

Berdasarkan Pasal 1457 KUH Perdata, jual beli adalah suatu perjanjian di mana satu pihak mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak lain berkewajiban membayar harga yang telah disepakati. Kedua belah pihak harus memenuhi syarat sah perjanjian yang diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata.

Salah satu produk yang saat ini tengah viral di berbagai *marketplace* adalah *mystery box*. *mystery box* adalah kotak kejutan berisi barang tanpa rincian spesifik, dijual dalam berbagai harga sesuai kategori. Konsep ini menarik perhatian konsumen dengan sensasi kejutan dan peluang mendapat barang bernilai lebih tinggi. Konsep *mystery box* tidak merujuk pada satu jenis barang tertentu, melainkan merupakan kotak yang berisi barang-barang yang isinya tidak diketahui oleh pembeli sebelum kotak tersebut dibuka. Barang-barang di dalam *mystery box* ditentukan secara acak oleh penjual, yang sering kali menggunakan strategi pemasaran yang menarik untuk menarik perhatian konsumen.

³ *Ibid*, Hlm. 2683.

Para penjual biasanya mempromosikan *mystery box* dengan iming-iming hadiah menarik, seperti gadget terbaru, barang elektronik, atau produk-produk branded yang memiliki nilai tinggi. Selain itu, penjual seringkali menjanjikan bahwa isi kotak tidak akan mengecewakan, dengan kata-kata seperti "tidak ada zonk" atau "jaminan barang berkualitas". Strategi pemasaran ini bertujuan untuk menciptakan rasa penasaran danantisipasi di kalangan pembeli, yang berpotensi mendorong mereka untuk melakukan pembelian meskipun risiko ketidakpuasan tetap ada.

Fenomena yang sedang hangat diperbincangkan dalam berita adalah kasus *mystery box* yang melibatkan seorang wanita dengan akun media sosial bernama Solikah Sonika. Dalam video yang diunggahnya, ia menyatakan kekecewaannya terhadap *mystery box* yang dibelinya secara online dengan harga Rp 100.000,00. Ketika kotak tersebut dibuka, ternyata hanya berisi garam.⁴ Hal ini menimbulkan kerugian bagi konsumen karena harga barang yang diterima tidak sebanding dengan uang yang telah dikeluarkan, dan tidak ada opsi untuk mengembalikan barang tersebut.

Pada kasus kedua, seorang konsumen membeli *mystery box* seharga Rp11.000.000 dengan janji bahwa nilai barang yang diterima akan jauh melebihi harga yang dibayarkan. Namun, barang yang diterima hanya memiliki nilai selisih Rp500.000. Ketika konsumen meminta pengembalian dana, permintaan tersebut ditolak karena sesuai dengan perjanjian yang telah disetujui.⁵ Dalam kasus ini, konsumen merasakan kerugian tidak hanya karena barang yang diterima tidak sesuai dengan ekspektasi harga, tetapi juga karena terikat oleh perjanjian yang menghalangi mereka untuk mengembalikan barang. Hal ini menunjukkan risiko yang melekat dalam transaksi *mystery box*, di mana ketidakjelasan tentang nilai dan kualitas barang yang dibeli dapat menyebabkan kekecewaan dan kerugian finansial bagi konsumen. Kerugian yang dialami konsumen tidak hanya diakibatkan oleh tindakan oknum pelaku usaha diatas, namun juga disebabkan pula oleh adanya klausula eksonerasi yang dibuat oleh pihak penjual yang menyatakan bahwa barang yang dibeli tidak dapat dikembalikan,

⁴ Ari Syahril Ramadhan dan Elvariza Opita, "Beli Mystery Box Seharga Rp 100 Ribu dari Toko Online di Bandung, Perempuan Ini Langsung Syok saat Unboxing", <https://jabar.suara.com/read/2022/08/11/173154/beli-mystery-box-seharga-rp-100-ribu-dari-toko-online-di-bandung-perempuan-ini-langsung-syok-saat-unboxing>, diakses pada 5 September 2024.

⁵ Yudha, "Tidak Sesuai Penawaran, Mystery Box JD.ID Mengecewakan", <https://news.detik.com/suara-pembaca/d-4312309/tidak-sesuai-penawaran-mystery-box-jdid-mengecewakan>", diakses pada 5 September 2024.

Transaksi *mystery box* di *marketplace* menyimpan sejumlah permasalahan hukum yang perlu dicermati, terutama terkait ketidakpastian mengenai isi kotak yang sangat bergantung pada faktor keberuntungan. Pembeli yang mendapatkan barang berkualitas tinggi mungkin merasa puas, tetapi jika isi kotak tersebut ternyata berupa barang dengan nilai jauh lebih rendah, mereka akan merasa dirugikan. Ketidakpastian ini menimbulkan pertanyaan serius tentang kesesuaian nilai antara barang yang diterima dan harga yang dibayarkan. Pasal 4 UUPK menyatakan bahwa konsumen berhak menerima barang dan/atau jasa yang sesuai dengan nilai tukar serta kondisi yang dijanjikan. Hal ini menunjukkan bahwa jika isi *mystery box* tidak memenuhi ekspektasi yang adil berdasarkan harga yang dibayarkan, hak konsumen dapat dianggap terlanggar.

Dalam transaksi *mystery box*, Penjual seringkali memberikan klausula baku agar proses transaksi dengan pembeli menjadi lebih mudah. Namun, klausula baku juga dapat dimanfaatkan oleh penjual untuk tidak memenuhi kewajiban mereka, yang dimana, apabila klausula baku ini merugikan pihak konsumen dikarenakan memuat hal yang mengesampingkan kewajiban penjual berdasarkan UUPK, maka hal ini disebut klausula eksonerasi.⁶

Menurut Pasal 1 angka 10 UUPK, klausula baku diartikan sebagai ketentuan atau syarat yang telah disiapkan secara sepihak oleh pelaku usaha dan dicantumkan dalam dokumen atau perjanjian yang mengikat konsumen. penerapan klausula baku tidak selalu bertentangan dengan hukum, asalkan tidak menempatkan konsumen dalam posisi yang merugikan atau menciptakan ketidakseimbangan yang mencolok antara pihak-pihak dalam perjanjian. Dalam merumuskan klausula baku, penting untuk mempertimbangkan asas kebebasan berkontrak sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 ayat (3) KUH Perdata. Salah satu aspek utama dalam asas tersebut adalah keharusan adanya itikad baik dari setiap pihak yang terlibat dalam perjanjian.

Sedangkan pelarangan terhadap klausula eksonerasi sendiri tercantum jelas dalam Pasal 18 UUPK yang secara garis besar menyatakan pelarangan bagi pelaku usaha untuk mencantumkan klausula yang mengalihkan tanggung jawab pelaku usaha serta memberikan hak kepada pelaku usaha untuk menolak pengembalian barang maupun uang atas pembelian konsumen.

⁶ Dicki Nelson. "Apa itu Klausula Eksonerasi dan Keabsahannya dalam Perjanjian", https://www.hukumonline.com/klinik/a/apa-itu-klausula-eksonerasi-dan-keabsahannya-dalam-perjanjian-lt52b66e4e181a5/#_ftn1, diakses pada 10 September 2024

Klausula eksonerasi adalah ketentuan dalam perjanjian yang digunakan oleh pelaku usaha untuk membatasi atau meniadakan tanggung jawab atas risiko tertentu yang dapat timbul dalam transaksi.⁷ Klausula ini biasanya dimasukkan untuk melindungi pelaku usaha dari tuntutan hukum akibat kerugian atau kegagalan yang mungkin terjadi.

Berdasarkan poin ke-5 bagian transaksi penjualan syarat dan ketentuan Tokopedia, Tokopedia melarang penjual mencantumkan klausula baku dalam judul, foto, catatan, atau deskripsi produk yang bertentangan dengan hukum di Indonesia. Larangan ini mencakup ketentuan seperti menolak komplain, retur, atau refund, tidak memberikan garansi, mengalihkan tanggung jawab, menyusutkan harga, serta mengirim barang acak tanpa persetujuan pembeli. Aturan ini bertujuan menjaga transparansi dan melindungi hak pembeli. Jika ada perbedaan antara catatan toko atau deskripsi produk dengan Syarat dan Ketentuan Tokopedia, maka aturan Tokopedia yang berlaku.⁸

Klausula eksonerasi dalam transaksi *mystery box* sering kali dicantumkan oleh penjual untuk memberikan kepastian bagi penjual dalam menjalankan usahanya dan menghindari potensi sengketa terkait ekspektasi konsumen terhadap isi *mystery box*. Tujuan pencantuman klausula baku ini adalah untuk mencegah konsumen melakukan pengembalian jika merasa tidak puas dengan isi *mystery box* yang diterima. Tanpa adanya klausula eksonerasi ini, kemungkinan besar konsumen akan terus meminta pertukaran atau pengembalian dana, yang pada gilirannya akan menyulitkan penjual dalam memasarkan produk *mystery box* dan mencapai keuntungan yang diinginkan.

Penulis menemukan beberapa toko di aplikasi *marketplace* Tokopedia yang mencantumkan klausula eksonerasi, khususnya dalam bentuk pembatasan tanggung jawab. Seperti salah satu contoh, penulis dalam hal ini menemukan toko berdomisili di Cirebon yang menjual produk *mystery box* dengan jenis kategori barang gawai dengan hadiah utama berupa *Iphone* dengan harga 4.900.000. Toko tersebut mencantumkan klausula eksonerasi yang menyatakan bahwa “Produk tidak bisa diretur dalam bentuk alasan apapun”, ketentuan ini bertentangan dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memberikan batas waktu bagi konsumen dalam mengembalikan barang yang tidak

⁷ Nanda Amalia, *Hukum Perikatan*, Unimal Press, Lhokseumawe, 2013. Hlm. 87.

⁸ Tokopedia, “*Terms & Conditions*”, <https://www.tokopedia.com/terms?lang=id#item> diakses pada 8 Maret 2025

sesuai dengan kontrak atau memiliki cacat tersembunyi, selain itu, seperti yang disebutkan sebelumnya, hal ini bertentangan dengan Pasal 18 UUPK yang secara tegas menyatakan pelarangan bagi pelaku usaha untuk mencantumkan klausula yang mengalihkan tanggung jawab pelaku usaha dan/atau memberikan hak kepada pelaku usaha untuk menolak pengembalian barang maupun uang atas pembelian konsumen.

Pada *marketplace* Tokopedia, apabila ada perkara komplain antara pembeli dan penjual setelah penerimaan, tahap awal dapat diselesaikan melalui pusat resolusi sesuai dengan syarat & ketentuan Tokopedia, namun berdasarkan poin ke-10 dalam bagian pengaturan pusat resolusi di halaman syarat dan ketentuan Tokopedia, disebutkan bahwa pusat resolusi tidak berlaku untuk semua produk dalam daftar jenis barang yang dilarang diperjual-belikan di Tokopedia.

Berdasarkan poin ke-37 dalam daftar jenis barang dan jasa yang dilarang dan/atau dibatasi di halaman syarat dan ketentuan Tokopedia, penjualan barang dengan isi tidak pasti, bersifat acak, atau berbasis undian, termasuk *mystery box*, tidak diperbolehkan. Larangan ini bertujuan menjaga transparansi dan kepastian bagi pembeli. Namun, aturan ini tidak berlaku bagi penjual *mall*, yaitu penjual resmi memiliki centang berwarna ungu, yang tetap diperbolehkan menjual produk *mystery box*. Sedangkan dalam hal ini, penulis menemukan lebih banyak halaman penjual *mystery box* bukan berasal dari penjual *mall* yang resmi, seperti salah satu contoh diatas.

Di Indonesia sendiri tidak ada peraturan hukum yang secara spesifik mengatur mengenai transaksi jual beli *mystery box*, dalam konteks perlindungan hukum terhadap konsumen, peraturan yang dapat dijadikan pedoman di Indonesia saat ini adalah UUPK. Undang-undang ini bertujuan menciptakan sistem perlindungan konsumen yang menjamin kepastian hukum, keterbukaan informasi, dan akses yang memadai untuk mendapatkan informasi. Meskipun demikian, undang-undang ini tidak secara khusus mengatur mengenai transaksi *online*, termasuk yang terkait dengan *mystery box*.

Berdasarkan penjelasan di atas mengenai penerapan klausula eksonerasi dalam layanan *marketplace*, ketentuan semacam ini berpotensi membatasi hak konsumen dalam memperoleh tanggung jawab atas kerugian yang dialami. Padahal, dalam perlindungan konsumen, terdapat ketentuan yang mengakui hak konsumen untuk memperoleh kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak berfungsi sebagaimana mestinya. Tokopedia, sebagai salah satu platform *marketplace* yang umum digunakan, menjadi tempat penulis menemukan berbagai contoh oknum pelaku

usaha yang menjual *mystery box* namun mencantumkan klausula eksonerasi. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis penerapan klausula eksonerasi dalam transaksi yang terjadi di *marketplace* tersebut serta implikasinya terhadap perlindungan konsumen. Latar belakang dan uraian kasus diatas membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Penggunaan Klausula Eksonerasi Oleh Pelaku Usaha Dalam Transaksi Perjanjian Jual Beli *Mystery Box* Pada *Marketplace* Tokopedia”.

1.2 Rumusan Permasalahan

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan antara lain sebagai berikut :

1. Bagaimana pertanggungjawaban pelaku usaha atas kerugian yang timbul dalam pembelian barang *mystery box* oleh konsumen dalam kaitannya dengan penggunaan klausula eksonerasi?
2. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan atas penerapan klausula eksonerasi oleh pelaku usaha dalam transaksi jual beli *mystery box* di Tokopedia ditinjau dari Undang-undang Perlindungan Konsumen?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini meliputi ruang lingkup bidang ilmu dan ruang lingkup pembahasan. Ruang lingkup bidang ilmu dalam penelitian ini mencakup hukum perdata khususnya mengenai Hukum Perlindungan Konsumen yang berfokus pada perlindungan hak-hak konsumen dalam transaksi jual beli *online*. Sedangkan ruang lingkup pembahasan dalam penelitian ini mencakup tiga aspek utama, pertama, perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan atas penerapan klausula eksonerasi oleh pelaku usaha dalam transaksi jual beli *mystery box* di Tokopedia berdasarkan Undang-undang Perlindungan Konsumen di Indonesia, kedua, analisis mengenai bagaimana unsur ketidakpastian dalam produk *mystery box* memengaruhi penerapan klausula eksonerasi oleh pelaku usaha dan ketiga, evaluasi terhadap kebijakan *marketplace* Tokopedia terkait penerapan klausula eksonerasi oleh pelaku usaha dalam transaksi jual beli *mystery box*. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai aspek hukum yang relevan dengan perlindungan konsumen dalam konteks fenomena tersebut.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan tersebut, tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian yang timbul dalam pembelian barang *mystery box* oleh konsumen dalam kaitannya dengan penggunaan klausula eksonerasi.
2. Untuk menganalisis perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan atas penerapan klausula eksonerasi oleh pelaku usaha dalam transaksi jual beli *mystery box* di Tokopedia ditinjau dari Undang-undang Perlindungan Konsumen.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam berbagai bidang, baik secara teoritis maupun praktis. Kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Kegunaan yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan wawasan bagi pengembangan ilmu hukum, khususnya di bidang Hukum Perdata yang berkaitan dengan perlindungan konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya referensi dan literatur mengenai praktik transaksi jual beli *online*, klausula eksonerasi, serta mengidentifikasi tantangan hukum yang dihadapi konsumen. Dengan demikian, penelitian ini juga diharapkan dapat memicu diskusi lebih lanjut mengenai pentingnya perlindungan konsumen dalam transaksi yang tidak konvensional.

2. Kegunaan Praktis

- a. Menambah pengetahuan di bidang ilmu hukum bagi penulis, khususnya dalam Hukum Perdata yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dalam transaksi *online*, serta klausula eksonerasi.
- b. Menjadi bahan informasi dan referensi bagi pihak-pihak yang tertarik melakukan penelitian mengenai praktik jual beli *online*, khususnya terkait produk *mystery box*.
- c. Memberikan wawasan praktis bagi konsumen untuk memahami hak-hak mereka dan menghadapi risiko dalam transaksi jual beli *mystery box*.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Umum Mengenai Jual Beli

2.1.1 Pengertian Jual Beli

Jual beli adalah transaksi di mana penjual menyerahkan barang atau jasa kepada pembeli dengan imbalan uang atau nilai lainnya. Proses ini melibatkan kesepakatan yang menetapkan syarat dan ketentuan, termasuk harga, spesifikasi barang atau jasa, serta waktu dan cara pembayaran. Sebagai bagian dari kegiatan perdagangan, jual beli bertujuan untuk memperoleh keuntungan dan merupakan aktivitas penting dalam dunia usaha, menciptakan interaksi antara penjual dan pembeli serta membentuk komunikasi sosial. Dalam proses ini, penjual berupaya mendapatkan uang, sementara pembeli mencari barang atau jasa yang dibutuhkan, sehingga jual beli melibatkan kesepakatan kedua pihak untuk mencapai tujuan bersama.⁹

Dalam hukum perdata Indonesia, jual beli diartikan sebagai sebuah perjanjian di mana satu pihak mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, sementara pihak lainnya berjanji untuk membayar harga yang telah disepakati. Definisi ini diatur dalam Pasal 1457 KUH Perdata, yang menegaskan bahwa transaksi jual beli melibatkan kewajiban dari masing-masing pihak untuk memenuhi perjanjian yang telah disetujui bersama. Menurut Subekti, perjanjian adalah suatu peristiwa hukum di mana satu pihak berjanji kepada pihak lain, atau dua pihak saling mengikatkan diri dengan janji untuk melaksanakan suatu hal tertentu.¹⁰

Perjanjian jual beli merupakan sebuah perjanjian yang dilakukan antara penjual dan pembeli. Dalam perjanjian ini, penjual memiliki kewajiban untuk menyerahkan objek jual beli kepada pembeli dan berhak menerima pembayaran, sementara pembeli diwajibkan untuk membayar harga dan berhak menerima objek tersebut.¹¹

⁹ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perdata Indonesia*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti: 2014), Hlm 317-318, diakses pada 5 September 2024.

¹⁰ Subekti, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, Intermasa, Jakarta, 2001, Hlm. 36 .

¹¹ Salim HS, *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*, (Jakarta : Sinar Grafika: 2003), Hlm. 49, diakses pada 9 September 2024.

Definisi ini mengandung beberapa unsur penting, yaitu:

1. Adanya subjek hukum, yaitu penjual dan pembeli,
2. Kesepakatan mengenai barang dan harga antara penjual dan pembeli,
3. Hak dan kewajiban yang timbul bagi kedua belah pihak dalam transaksi jual beli.

Sedangkan jual beli *online* adalah bentuk transaksi yang dilakukan melalui platform digital atau internet, di mana penjual dan pembeli berinteraksi dan melakukan transaksi tanpa harus bertemu secara langsung. Interaksi ini berlangsung melalui media elektronik yang menyediakan sarana komunikasi, negosiasi, dan kesepakatan secara virtual, menggunakan perangkat seperti komputer, smartpone, dan jaringan internet.

Dalam konteks ini, Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut UU ITE) mendefinisikan transaksi elektronik sebagai perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Senada dengan pengertian tersebut, pasal 1 angka 2 PP PMSE juga mendefinisikan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik adalah Perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik.

2.1.2 Pengaturan Hukum Jual Beli

Menurut Pasal 1320 KUH Perdata, sahnya perjanjian, termasuk jual beli, ditentukan oleh empat syarat: kesepakatan para pihak (*Consensus ad Idem*); kecakapan hukum (*Capacity*) dari para pihak; suatu hal tertentu (*Object*) yang jelas dan dapat ditentukan; dan sebab yang halal (*Cause*) yang sah dan tidak bertentangan dengan hukum.

Perjanjian jual beli diatur dalam Pasal 1457 hingga Pasal 1540 KUH Perdata, yang mencakup definisi, syarat sahnya perjanjian, serta hak dan kewajiban pihak-pihak terkait. Pasal 1457 mendefinisikan jual beli sebagai perjanjian di mana satu pihak menyerahkan barang, sementara pihak lainnya membayar harga yang disepakati, menunjukkan bahwa inti perjanjian terletak pada kesepakatan barang dan harga. Pasal 1458 menyatakan perjanjian jual beli mengikat saat kesepakatan tercapai, meskipun barang belum diserahkan atau harga belum dibayar. Pasal 1474 mengatur kewajiban penjual untuk menyerahkan barang dalam kondisi baik dan bertanggung jawab atas cacat tersembunyi yang dapat membatalkan transaksi.

2.1.3 Pengaturan Hukum Jual Beli *Online*

Dalam konteks jual beli *online*, PP PMSE menetapkan kerangka hukum yang penting untuk pelaksanaan transaksi elektronik melalui platform digital, mengatur berbagai aspek hukum terkait perdagangan dalam sistem elektronik agar sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Pasal 4 Ayat (1) PP PMSE menyebutkan bahwa transaksi elektronik dapat dilakukan oleh pelaku usaha, konsumen, individu, dan instansi penyelenggara negara sebagai para pihak.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), kontrak elektronik merupakan perjanjian yang dibuat antara para pihak melalui sistem elektronik. Jika kontrak tersebut mengandung klausula baku, maka penyusunannya harus sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. UU ITE secara tegas mengatur berbagai aspek dalam perjanjian elektronik, mulai dari keabsahan pernyataan hak yang dibuat dalam sistem informasi elektronik, kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang jelas dan lengkap mengenai syarat kontrak, hingga mekanisme penyelesaian sengketa apabila terjadi perselisihan. Dalam Pasal 9 UU ITE dinyatakan bahwa ketentuan lebih lanjut mengenai penyelenggaraan transaksi elektronik akan diatur melalui Peraturan Pemerintah.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, kontrak elektronik memiliki persyaratan tertentu agar dianggap sah, sebagaimana halnya kontrak konvensional. Suatu kontrak elektronik dapat dinyatakan sah apabila memenuhi beberapa ketentuan berikut:

- a. Adanya kesepakatan antara para pihak yang terlibat.
- b. Dibuat oleh subjek hukum yang cakap atau memiliki kewenangan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- c. Memiliki objek yang jelas.
- d. Tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku, norma kesusilaan, serta ketertiban umum.

Selain itu, kontrak elektronik harus memuat informasi penting seperti:

- a. Identitas para pihak yang terlibat dalam transaksi.
- b. Objek transaksi beserta spesifikasinya.
- c. Ketentuan mengenai persyaratan transaksi elektronik.
- d. Rincian harga serta biaya yang harus dibayarkan.
- e. Prosedur pembatalan yang dapat dilakukan oleh para pihak.
- f. Hak bagi pihak yang dirugikan untuk mengembalikan barang atau meminta penggantian produk apabila terdapat cacat tersembunyi.

- g. Pilihan hukum yang berlaku dalam penyelesaian sengketa terkait transaksi elektronik.

Dengan adanya ketentuan ini, kontrak elektronik dapat memberikan perlindungan hukum bagi para pihak serta memastikan transaksi berjalan sesuai dengan regulasi yang berlaku.

Selanjutnya, Pasal 26 PP PMSE mengatur kewajiban pelaku usaha, yang mencakup perlindungan hak konsumen sesuai dengan peraturan perlindungan konsumen dan kepatuhan terhadap ketentuan persaingan usaha. Dengan demikian, PP PMSE tidak hanya menyediakan standar bagi pelaku usaha dalam menjalankan transaksi elektronik, tetapi juga memberikan perlindungan tambahan kepada konsumen dalam perdagangan *online*, memperkuat keseluruhan kerangka hukum jual beli elektronik.

2.1.4 Hak dan Kewajiban Konsumen

Pada tanggal 15 Maret 1962, Presiden John F. Kennedy menyampaikan *consumer message* yang memuat formulasi utama tentang hak-hak konsumen, yang kini dikenal sebagai *Consumer Bill of Rights*, di hadapan Kongres Amerika Serikat. Pernyataan tersebut menandai dimulainya era baru perlindungan konsumen. Dalam pidatonya, Presiden Kennedy merinci empat hak dasar konsumen, yaitu:¹²

1. Hak atas Keamanan (*The Right to Safety*): Konsumen berhak memperoleh jaminan bahwa produk yang digunakan aman dan tidak membahayakan kesehatan maupun keselamatan mereka.
2. Hak untuk Memilih (*The Right to Choose*): Konsumen memiliki kebebasan untuk memilih berbagai produk dan layanan yang tersedia, tanpa dipengaruhi atau dipaksa.
3. Hak untuk Mendapatkan Informasi (*The Right to be Informed*): Konsumen berhak mendapatkan informasi yang benar, jujur, dan jelas mengenai produk atau jasa yang mereka gunakan.
4. Hak untuk Didengar (*The Right to be Heard*): Konsumen memiliki hak untuk menyampaikan pendapat dan keluhan mereka terkait produk atau jasa yang diterima.

¹² Brandon Dorothy. (2023). “*Know Your Consumer Rights and Responsibilities*”, Alabama Cooperative Extension System (ACES), Tersedia di: <https://www.aces.edu/blog/topics/business-community-urban/know-your-consumer-rights-and-responsibilities/>. diakses pada 13 September 2024.

Keempat hak tersebut kemudian dituangkan dalam *Consumer Bill of Rights* atau yang dikenal juga sebagai *Kennedy's Bill of Rights*. Organisasi Konsumen Dunia (*International Organization of Consumers Union - IOCU*) kemudian memperluas hak-hak tersebut dengan menambahkan beberapa hak lain, yaitu:

1. Hak atas Ganti Rugi: Konsumen berhak mendapatkan ganti rugi jika produk atau layanan yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau mengalami kerusakan.
2. Hak atas Pendidikan Konsumen: Konsumen berhak memperoleh pendidikan dan informasi yang memadai untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan tentang hak-hak mereka.
3. Hak atas Pemenuhan Kebutuhan Dasar dan Lingkungan yang Sehat: Konsumen memiliki hak untuk memperoleh akses terhadap kebutuhan dasar yang layak, seperti pangan, sandang, papan, serta lingkungan yang sehat.

Sedangkan berdasarkan Pasal 4 UUPK, hak-hak yang dimiliki oleh konsumen adalah sebagai berikut:

- a. Konsumen memiliki hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dibeli atau digunakan.
- b. Konsumen berhak memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar, kondisi, dan jaminan yang telah dijanjikan oleh pihak penjual.
- c. Konsumen berhak mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa yang ditawarkan.
- d. Konsumen memiliki hak untuk didengar pendapat dan keluhannya terkait barang dan/atau jasa yang telah digunakan.
- e. Konsumen berhak memperoleh advokasi, perlindungan, serta upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen yang dilakukan secara patut.
- f. Konsumen berhak mendapatkan pembinaan dan pendidikan terkait hak serta kewajiban sebagai konsumen.
- g. Konsumen berhak diperlakukan atau dilayani secara benar, jujur, dan tanpa adanya diskriminasi.
- h. Konsumen berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sesuai dengan harapan.
- i. Hak-hak lain yang telah diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Selain itu, kewajiban konsumen diatur pula pada Pasal 5 UUPK adalah sebagai berikut:

- a. Konsumen wajib membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dibeli, demi menjaga keamanan dan keselamatan saat digunakan.
- b. Konsumen wajib beritikad baik dalam setiap transaksi pembelian barang dan/atau jasa, artinya konsumen tidak boleh menipu atau menyalahi kesepakatan.
- c. Konsumen wajib membayar barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar yang telah disepakati sebelumnya.
- d. Konsumen juga wajib mengikuti upaya penyelesaian sengketa hukum perlindungan konsumen secara patut.

2.1.5 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Hak dan kewajiban pelaku usaha menurut UUPK merupakan landasan penting dalam menjaga keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan konsumen. UUPK mendefinisikan 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. Berdasarkan definisi ini, pelaku usaha dapat dikategorikan menjadi dua bentuk utama:¹³

1. Individu: Merupakan orang perseorangan yang menjalankan kegiatan usahanya secara mandiri tanpa keterlibatan pihak lain.
2. Badan Usaha: Terdiri dari sekumpulan individu yang bekerja sama untuk menjalankan suatu kegiatan usaha. Badan usaha ini dapat berupa badan hukum atau bukan badan hukum.

Hak-hak pelaku usaha diatur dalam Pasal 6 UUPK yang antara lain adalah sebagai berikut:

- a. Pelaku usaha berhak menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- b. Pelaku usaha berhak mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.

¹³ Astuti. (2023). "Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha", Tersedia di: <https://lexmundus.com/articles/hak-dan-kewajiban-pelaku-usaha/>. diakses pada 13 September 2024.

- c. Pelaku usaha berhak melakukan pembelaan diri secara patut dalam penyelesaian hukum sengketa dengan konsumen.
- d. Pelaku usaha berhak atas rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- e. Hak-hak lain yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Berdasarkan Pasal 7 UUPK, kewajiban pelaku usaha adalah sebagai berikut:

- a. Pelaku usaha wajib beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
- b. Pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, serta memberikan penjelasan mengenai penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan barang dan/atau jasa tersebut.
- c. Pelaku usaha wajib memperlakukan atau melayani konsumen secara benar, jujur, dan tidak diskriminatif.
- d. Pelaku usaha wajib menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
- e. Pelaku usaha wajib memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu, serta memberikan jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau diperdagangkan.
- f. Pelaku usaha wajib memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, atau pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- g. Pelaku usaha wajib memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Kewajiban pelaku usaha mencakup tanggung jawab yang penting dalam menjalankan bisnis mereka. Pelaku usaha diharapkan memberikan informasi yang akurat, jelas, dan jujur kepada konsumen, serta memperlakukan mereka dengan baik tanpa diskriminasi. Selain itu, mereka juga harus menjamin mutu barang atau jasa sesuai dengan standar yang berlaku, serta memberikan kesempatan bagi konsumen untuk menguji atau mencoba produk. Jika barang atau jasa yang diberikan tidak sesuai dengan perjanjian atau menyebabkan kerugian, pelaku usaha wajib menyediakan kompensasi atau ganti rugi. Langkah-langkah ini dirancang untuk menjaga kepercayaan dan kepuasan konsumen, serta memastikan pelaku usaha menjalankan bisnisnya dengan penuh tanggung jawab.

Sedangkan Pasal 8, Pasal 9, dan Pasal 10 UUPK secara spesifik mengatur tentang larangan-larangan yang harus dipatuhi oleh pelaku usaha terkait dengan produksi, perdagangan, serta promosi barang dan/atau jasa, guna menciptakan iklim usaha yang sehat dan adil bagi semua pihak.

Berikut adalah penjelasan rinci mengenai ketentuan-ketentuan tersebut:

1. Pasal 8 UUPK

Pelaku usaha dilarang memproduksi atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi persyaratan berikut:

- a. Tidak mematuhi standar atau ketentuan yang ditetapkan oleh peraturan perundang-undangan.
- b. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih, netto, atau jumlah yang tertera pada label atau etiket produk.
- c. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah yang sebenarnya menurut standar yang berlaku.
- d. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau efektivitas sebagaimana yang dinyatakan dalam label, etiket, atau keterangan produk dan/atau jasa tersebut.
- e. Tidak memenuhi kualitas, tingkatan, komposisi, proses produksi, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan produk dan/atau jasa tersebut.
- f. Tidak menepati janji yang tertera dalam label, etiket, keterangan, iklan, atau promosi penjualan terkait produk dan/atau jasa tersebut.
- g. Tidak mencantumkan tanggal kedaluwarsa atau batas waktu penggunaan yang paling baik untuk produk tertentu.
- h. Tidak mengikuti ketentuan produksi halal meskipun terdapat label "halal".
- i. Tidak memasang label atau memberikan informasi yang lengkap, seperti nama produk, ukuran, berat/isi bersih, komposisi, cara penggunaan, tanggal produksi, efek samping, nama dan alamat pelaku usaha, serta informasi lain yang diwajibkan oleh peraturan.

- j. Tidak menyediakan informasi atau petunjuk penggunaan produk dalam bahasa Indonesia sesuai dengan peraturan yang berlaku.

2. Pasal 9 UUPK

Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan barang dan/atau jasa dengan cara yang tidak sesuai fakta atau memberikan kesan yang menyesatkan, seperti:

- a. Mengklaim bahwa produk tersebut memenuhi syarat atau memiliki diskon, harga khusus, kualitas tertentu, gaya atau mode tertentu, ciri khas, sejarah, atau manfaat yang tidak sebenarnya.
- b. Menggambarkan barang dalam kondisi baru atau baik, padahal tidak demikian.
- c. Menyatakan bahwa produk atau jasa tersebut memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan, keuntungan, atau aksesoris tertentu yang tidak ada.
- d. Mengklaim bahwa produk atau jasa diproduksi oleh perusahaan yang memiliki sponsor, persetujuan, atau afiliasi tertentu.
- e. Memberikan kesan bahwa produk atau jasa selalu tersedia.
- f. Menutupi adanya cacat tersembunyi pada barang.
- g. Mengklaim bahwa barang tersebut merupakan bagian dari barang tertentu lainnya.
- h. Menyatakan bahwa barang tersebut berasal dari wilayah atau daerah tertentu yang memberi kesan kualitas khusus.
- i. Menggunakan pernyataan yang secara langsung atau tidak langsung merendahkan produk atau jasa lain.
- j. Menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti "aman", "bebas risiko", atau "tanpa efek samping", tanpa penjelasan yang jelas.
- k. Menawarkan sesuatu dengan janji yang belum tentu dapat dipenuhi.

3. Pasal 10 UUPK

Pelaku usaha yang memasarkan produk dan/atau jasa dilarang memberikan informasi yang tidak benar atau menyesatkan, seperti:

- a. Memberikan pernyataan yang tidak akurat mengenai harga atau tarif produk dan/atau jasa.

- b. Menyampaikan klaim yang salah terkait manfaat atau kegunaan produk dan/atau jasa.
- c. Mengaburkan informasi mengenai kondisi, tanggungan, jaminan, hak, atau kompensasi atas produk dan/atau jasa tersebut.
- d. Menawarkan diskon atau hadiah yang menarik tetapi tidak sesuai dengan kenyataan.
- e. Menyembunyikan potensi bahaya yang mungkin timbul dari penggunaan produk dan/atau jasa tersebut.

2.1.6 Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Tanggung jawab hukum memiliki kaitan erat dengan konsep kewajiban hukum. Ketika seseorang dianggap bertanggung jawab secara hukum atas suatu tindakan, hal ini berarti bahwa ia harus menanggung konsekuensi hukum berupa sanksi jika tindakannya tersebut melanggar ketentuan yang berlaku.

Menurut Hans Kelsen, tanggung jawab hukum merujuk pada keadaan di mana seseorang dianggap bertanggung jawab secara hukum atas suatu perbuatan. Artinya, individu tersebut harus memikul tanggung jawab dan menerima sanksi jika perbuatannya melanggar aturan yang berlaku. Dengan kata lain, tanggung jawab hukum muncul ketika seseorang melakukan tindakan yang bertentangan dengan hukum, dan akibatnya ia harus siap menghadapi konsekuensi berupa sanksi sesuai dengan ketentuan yang ada.¹⁴

Menurut Pasal 4 huruf h Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), setiap konsumen berhak untuk memperoleh kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Hak ini bertujuan untuk melindungi kepentingan konsumen dari potensi kerugian akibat ketidaksesuaian produk atau layanan yang diberikan oleh pelaku usaha. Dalam konteks ini, kompensasi dapat berbentuk pengembalian dana, penggantian produk, atau perbaikan layanan agar sesuai dengan ekspektasi dan hak yang dimiliki konsumen.

Di sisi lain, tanggung jawab pelaku usaha dalam memenuhi hak konsumen juga telah diatur dalam Pasal 7 huruf g UUPK. Ketentuan ini mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian jika barang dan/atau jasa yang disediakan tidak memenuhi standar yang telah dijanjikan atau

¹⁴ Moh Syaeful Bahar & Rahmat Dwi Susanto. "Perlindungan Hukum Terhadap Tenaga Kerja Akibat Kesewenangan Pengusaha", *Jurnal Legisla*, Volume 14 Nomor 2, pp. 215-231. (2022). Hlm. 216-224, diakses pada 13 September 2024.

disepakati. Dengan adanya aturan ini, pelaku usaha tidak bisa lepas dari kewajiban mereka terhadap konsumen yang dirugikan. Selain itu, ketentuan ini juga berfungsi sebagai mekanisme kontrol agar pelaku usaha lebih berhati-hati dalam menawarkan produk dan jasa, sehingga kualitas barang dan layanan yang diberikan tetap terjaga serta tidak merugikan konsumen.

Secara umum, berbagai prinsip tanggung jawab hukum dapat dikelompokkan menjadi beberapa kategori, yaitu:¹⁵

1. Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Unsur Kesalahan

Secara umum, asas tanggung jawab hukum diterima karena dianggap adil bagi pihak yang melakukan kesalahan untuk mengganti kerugian yang diderita korban. Sebaliknya, tidaklah adil jika seseorang yang tidak bersalah harus menanggung kerugian yang dialami orang lain.

Prinsip tanggung jawab berdasarkan kelalaian (*negligence*), yang bergantung pada adanya unsur kesalahan (*privity of contract*), merupakan teori tanggung jawab yang sering merugikan konsumen. Hal ini karena gugatan konsumen hanya dapat diajukan jika dua syarat terpenuhi, yaitu adanya kelalaian dan hubungan kontraktual antara produsen dan konsumen.

Dalam hukum perdata, Pasal 1365, 1366, dan 1367 KUH Perdata mengatur tentang tanggung jawab perbuatan melawan hukum. Pasal 1365 menetapkan bahwa untuk dapat dikatakan sebagai perbuatan melawan hukum, harus ada empat unsur pokok, yaitu adanya tindakan, adanya unsur kesalahan, adanya kerugian yang dialami, serta hubungan sebab-akibat antara kesalahan dan kerugian tersebut.

Prinsip ini juga mencakup konsep tanggung jawab *vicarious liability* dan *corporate liability*. *Vicarious liability* mengacu pada tanggung jawab majikan atas kerugian yang ditimbulkan oleh karyawan yang berada di bawah pengawasannya. Sementara itu, *corporate liability* memiliki makna yang mirip, di mana lembaga yang menaungi sekelompok pekerja bertanggung jawab atas tindakan para pekerjanya.¹⁶

2. Prinsip Praduga Untuk Selalu Bertanggung Jawab

¹⁵ Fransiska Eleanora. *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Kota Malang: Madza Media: 2023). Hlm. 24-31, diakses pada 15 September 2024.

¹⁶ Moh Syaeful Bahar & Rahmat Dwi Susanto, Rahmat, *loc.cit*.

Prinsip ini menyatakan bahwa tergugat selalu dianggap bertanggung jawab, dengan penerapan beban pembuktian terbalik. Artinya, seseorang dianggap bersalah sampai ia dapat membuktikan sebaliknya. Jika prinsip ini digunakan, maka kewajiban untuk membuktikan ketidakbersalahan berada di tangan pelaku usaha yang digugat.

Pelaku usaha harus menghadirkan bukti-bukti untuk menunjukkan bahwa mereka tidak bersalah. Namun, penerapan prinsip ini bukan berarti konsumen dapat dengan sembarangan mengajukan gugatan. Pelaku usaha juga memiliki hak untuk mengajukan gugatan balik kepada konsumen jika dapat membuktikan bahwa mereka tidak melakukan kesalahan.

3. Prinsip Tanggung Jawab Mutlak

Prinsip tanggung jawab mutlak sering kali diidentikkan dengan prinsip tanggung jawab absolut. Tanggung jawab mutlak mengacu pada konsep di mana kesalahan tidak menjadi faktor penentu, sementara tanggung jawab absolut berarti tanggung jawab tanpa adanya kesalahan dan tanpa pengecualian.

Menurut R.C. Hoebner, prinsip tanggung jawab mutlak diterapkan karena beberapa alasan:

1. Pertama, konsumen sering kali kesulitan membuktikan adanya kesalahan dalam proses produksi dan distribusi yang kompleks.
2. Kedua, produsen diharapkan dapat lebih siap menghadapi gugatan terkait kesalahan yang mungkin terjadi.
3. Ketiga, prinsip ini memotivasi produsen untuk lebih berhati-hati dalam proses produksi.
4. Keempat, prinsip ini digunakan untuk menjerat pelaku usaha, terutama produsen barang yang merugikan konsumen, dalam kasus yang dikenal sebagai *product liability*, di mana produsen wajib bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen akibat penggunaan produk mereka.

Dalam hukum perdata, tanggung jawab hukum bergantung pada sifat hubungan hukum yang melahirkan hak-hak keperdataan. Tanggung jawab ini dapat dimintakan berdasarkan pertanggungjawaban atas kerugian akibat perbuatan melawan hukum (*onrechtmatige daad*) atau pertanggungjawaban akibat wanprestasi.

4. Pembatasan Tanggung Jawab

Prinsip tanggung jawab ini mengacu pada upaya pelaku usaha untuk menetapkan batasan dalam klausul perjanjian standar yang mereka buat. Prinsip ini sangat populer di kalangan pelaku usaha karena memungkinkan mereka untuk memasukkan klausula eksonerasi, yang membatasi tanggung jawab mereka. Dalam praktiknya, prinsip ini sering diterapkan dengan mencantumkan klausula yang menyatakan bahwa “kehilangan ditanggung oleh pemilik (konsumen)” atau “barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan”. Klausula semacam ini, yang dikenal sebagai klausula eksonerasi, bertujuan untuk menghilangkan tanggung jawab pelaku usaha terhadap beberapa hal. Klausula yang mengandung pembatasan semacam ini jelas dilarang oleh UUPK. Setiap pembatasan tanggung jawab harus berdasarkan peraturan perundang-undangan yang jelas dan tidak boleh mengabaikan hak-hak konsumen secara sepihak.

Berdasarkan Pasal 19 ayat (1) UUPK, pelaku usaha bertanggung jawab untuk memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian yang diderita konsumen akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa yang diproduksi atau diperdagangkan oleh mereka. Ganti rugi ini dapat berupa pengembalian uang, penggantian barang dengan yang sejenis atau setara nilainya, perawatan kesehatan, atau pemberian santunan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

2.2 Tinjauan Umum Mengenai Perjanjian Baku

2.2.1 Pengertian Perjanjian Baku

Perjanjian baku merupakan jenis perjanjian yang ketentuannya ditetapkan sepihak oleh salah satu pihak yang terlibat. Dalam praktiknya, perjanjian ini sering disebut juga sebagai perjanjian adhesi, karena pihak lainnya hanya memiliki dua pilihan, yaitu menyetujui seluruh isi perjanjian atau menolak untuk mengikatkan diri sama sekali. Pihak kedua tidak memiliki ruang untuk bernegosiasi atas isi perjanjian tersebut.¹⁷ Dalam konteks perjanjian baku, klausula baku merujuk pada bagian isi perjanjian yang telah dirumuskan dan ditentukan terlebih dahulu oleh pelaku usaha.

Klausula baku sering ditemukan dalam dokumen atau kontrak yang biasanya disusun oleh pihak yang memiliki posisi lebih kuat dibandingkan dengan pihak lainnya. Istilah "baku" menunjukkan bahwa perjanjian atau klausula tersebut tidak dapat diubah atau dinegosiasikan oleh pihak yang lebih lemah, yang hanya

¹⁷ David Budiman, “Implementasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen terhadap Perjanjian Baku Bermuatan Klausula Eksonerasi”, *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Volume 8 Nomor 1, (2024), hlm. 1221-1222, diakses pada 11 Juni 2025.

memiliki dua pilihan: menerima seluruh isi perjanjian atau menolak sepenuhnya tanpa ruang untuk negosiasi.¹⁸

Pengertian Klausula Baku diatur dalam Pasal 1 angka 10 UUPK, yaitu “Setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen.”

Ketentuan tentang pencantuman klausula baku dalam perjanjian juga diatur oleh UUPK. Pada dasarnya, Undang-Undang ini tidak melarang pelaku usaha untuk menyusun perjanjian baku yang berisi klausula baku dalam dokumen atau perjanjian transaksi terkait barang atau jasa, selama isi dari perjanjian baku tersebut tidak melanggar ketentuan yang dilarang oleh UUPK.

Klausula baku memiliki beberapa karakteristik utama, antara lain:¹⁹

1. Ketentuannya ditetapkan secara sepihak oleh penjual yang memiliki posisi lebih dominan dibandingkan pembeli.
2. Pembeli tidak memiliki kesempatan untuk bernegosiasi atau menentukan isi perjanjian.
3. Karena kebutuhan yang mendesak, pembeli sering kali terpaksa menyetujui perjanjian tanpa pilihan lain.
4. Perjanjian tersebut selalu dibuat dalam bentuk tertulis.
5. Disusun terlebih dahulu, baik secara massal maupun secara individual, sebelum ditawarkan kepada pembeli.

Ciri-ciri ini menunjukkan bahwa klausula baku umumnya menguntungkan pihak yang memiliki posisi lebih kuat dalam perjanjian, sementara pihak lain hanya dapat menerima tanpa melakukan perubahan terhadap isi perjanjian tersebut.

2.2.2 Pengaturan Hukum Klausula Baku

Dalam rangka melindungi kepentingan konsumen dan menjaga keadilan dalam transaksi, peraturan mengenai klausula baku di Indonesia diatur dalam Pasal 18 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK). Pasal 18 Ayat (1) UUPK mengatur bahwa pelaku usaha yang menawarkan barang dan/atau jasa untuk

¹⁸ Ghazwan Aqrabin Faqih dkk, “Klausula Baku Dalam Perjanjian Jual Beli Melalui E-Commerce Menurut Hukum Positif Indonesia”, *Jurnal Risalah Kenotariatan*, Volume 4, No. 2, pp. 846-851, (2023), Hlm. 845-846, diakses pada 9 September 2024.

¹⁹ Melisa Aquaria Putri S, “Klausula Baku Dalam Suatu Perjanjian Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”, *Jurnal Gagasan Hukum* Vol. 02, No.02, (2024), Hlm. 124-125, diakses pada 16 Maret 2024.

diperdagangkan dilarang untuk menyusun atau mencantumkan klausula baku dalam dokumen atau perjanjian jika klausula tersebut:

- a. Menyatakan pengalihan tanggung jawab dari pelaku usaha.
- b. Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak pengembalian barang yang dibeli oleh konsumen.
- c. Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak pengembalian uang yang telah dibayarkan untuk barang dan/atau jasa.
- d. Menyatakan adanya pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha, baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk melakukan tindakan sepihak terkait barang yang dibeli secara angsuran.
- e. Mengatur pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen.
- f. Memberikan hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi kekayaan konsumen yang menjadi objek jual beli jasa.
- g. Menyatakan bahwa konsumen tunduk pada peraturan baru, tambahan, atau perubahan yang ditetapkan sepihak oleh pelaku usaha selama periode penggunaan jasa.
- h. Menyatakan bahwa konsumen memberikan kuasa kepada pelaku usaha untuk membebankan hak tanggungan, gadai, atau jaminan atas barang yang dibeli secara angsuran.

Pasal 18 Ayat (2) UUPK menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letaknya sulit terlihat, sulit dibaca dengan jelas, atau sulit dipahami oleh konsumen. Aturan ini bertujuan untuk memastikan bahwa konsumen memiliki kesempatan yang adil untuk memahami isi perjanjian dan tidak terjebak dalam syarat-syarat yang memberatkan tanpa disadari. Klausula baku harus disampaikan dengan jelas dan transparan.

Sementara itu, Pasal 18 Ayat (3) UUPK menegaskan bahwa setiap klausula baku yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha, tetapi melanggar ketentuan yang diatur dalam ayat (1) dan (2), dinyatakan batal demi hukum. Artinya, meskipun klausula tersebut sudah dimasukkan dalam perjanjian, klausula tersebut tidak memiliki kekuatan hukum dan tidak mengikat konsumen. Ini bertujuan untuk mencegah pelaku usaha dari menciptakan klausula yang sepihak dan tidak adil bagi konsumen.

Terakhir, Pasal 18 Ayat (4) UUPK mengharuskan pelaku usaha untuk menyesuaikan klausula baku yang mereka gunakan jika terbukti bertentangan dengan ketentuan dalam undang-undang ini. Pelaku usaha diwajibkan untuk memperbaiki atau menghapus klausula yang melanggar peraturan guna memastikan bahwa perjanjian yang mereka buat tidak merugikan konsumen dan sesuai dengan hukum yang berlaku.

Selain itu, Pasal 53 Ayat (2) PP PMSE menegaskan bahwa, “Kontrak Elektronik dilarang mencantumkan klausula baku yang merugikan Konsumen sebagaimana diatur dalam Undang-Undang mengenai Perlindungan Konsumen.” Kedua pasal ini menunjukkan pentingnya kepatuhan terhadap ketentuan yang ada dalam pembuatan kontrak elektronik, terutama dalam menghindari klausula baku yang dapat merugikan konsumen.

2.3 Tinjauan Umum Mengenai Klausula Ekonerasi

2.3.1 Pengertian Klausula Eksonerasi

Klausula eksonerasi merupakan ketentuan dalam perjanjian yang membebaskan atau mengalihkan tanggung jawab dari satu pihak ke pihak lainnya. Contohnya, seorang penjual dapat mencantumkan bahwa barang yang telah dibeli tidak dapat dikembalikan, sehingga ia tidak bertanggung jawab atas kualitas barang tersebut. Ketentuan ini memungkinkan salah satu pihak dalam kontrak untuk membatasi atau bahkan menghindari kewajibannya dalam membayar ganti rugi, biasanya dalam kondisi tertentu seperti pelanggaran kontrak atau tindakan yang bertentangan dengan hukum.²⁰

Klausula eksonerasi dapat dibagi menjadi dua bentuk utama. Pertama, klausula eksonerasi yang bersifat menghapuskan tanggung jawab (*exclusion clause*), yaitu ketentuan dalam kontrak yang sepenuhnya membebaskan salah satu pihak biasanya pihak yang lebih dominan dari kewajiban hukum. Akibatnya, jika terjadi wanprestasi atau perbuatan melawan hukum, pihak yang lebih lemah tidak memiliki dasar untuk menuntut pertanggungjawaban. Kedua, klausula eksonerasi yang bersifat membatasi (*limiting clause*), yang tidak sepenuhnya menghilangkan tanggung jawab tetapi hanya membatasinya hingga nominal tertentu.

Pasal 1493 KUH Perdata menegaskan sifat terbuka dalam Buku III KUH Perdata tentang perikatan, yang menunjukkan bahwa ketentuan dalam buku ini bersifat pelengkap. Artinya, aturan-aturan dalam Buku III hanya berlaku jika tidak ada kesepakatan khusus antara para pihak. Pasal ini memberikan keleluasaan kepada para pihak untuk memperluas atau mengurangi kewajiban yang ditetapkan dalam undang-undang, termasuk dalam hal penggunaan klausula eksonerasi. Klausula eksonerasi memungkinkan salah satu pihak dalam perjanjian untuk membebaskan dirinya dari tanggung jawab yang seharusnya ditanggung. Namun, meskipun kebebasan ini diberikan, KUH Perdata tetap menetapkan batasan tertentu dalam penggunaannya.

²⁰ Yohannes Unggul Julius, “Klausul Eksonerasi Dalam Kontrak: Perlindungan Serta Dampaknya Terhadap Hak Konsumen”, *Jurnal Darma Agung*, Volume: 32 Nomor: 3, (2024), Juni: 134 – 143, Hlm. 136-137, diakses pada 20 Februari 2025.

Batasan tersebut diatur dalam Pasal 1494 KUH Perdata, yang menyatakan bahwa meskipun dalam perjanjian telah disepakati bahwa penjual tidak bertanggung jawab atas sesuatu, ia tetap wajib menanggung akibat dari perbuatannya sendiri. Dengan demikian, perjanjian yang bertentangan dengan ketentuan ini dianggap batal. Dari ketentuan dalam Pasal 1493 dan 1494 KUH Perdata, dapat disimpulkan bahwa KUH Perdata mendekati klausula eksonerasi dari sudut pandang asas kebebasan berkontrak, bukan dari perspektif perlindungan konsumen. KUH Perdata memberikan kebebasan bagi para pihak untuk menentukan isi perjanjian mereka selama tidak bertentangan dengan asas umum dalam Pasal 1338 dan 1320 KUH Perdata. Namun, kebebasan ini tetap memiliki batasan tertentu untuk menjaga keseimbangan hak dan kewajiban para pihak dalam suatu perjanjian.

2.3.2 Larangan Terhadap Pencantuman Klausula Eksonerasi

Pelarangan terhadap pencantuman klausula eksonerasi dalam perjanjian bertujuan untuk mencegah ketidakseimbangan antara para pihak, terutama dalam hubungan antara pelaku usaha dan konsumen. Klausula baku dapat menjadi tidak adil jika memberikan keuntungan yang berlebihan bagi satu pihak dengan mengorbankan hak pihak lain. Prinsip dasar dalam perjanjian menyatakan bahwa kontrak yang sah harus dibuat berdasarkan kesepakatan bersama dan mengikat layaknya hukum. Namun, apabila suatu kontrak mengandung klausula yang bertentangan dengan prinsip ini, seperti klausula eksonerasi yang mengalihkan atau menghapuskan tanggung jawab sepihak, maka kontrak tersebut dapat dinyatakan tidak sah.

Dalam konteks perlindungan konsumen, Pasal 18 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) secara tegas melarang pelaku usaha mencantumkan klausula eksonerasi dalam perjanjian yang berpotensi merugikan konsumen.

Pasal 18 ayat (1) UUPK mengatur bahwa pelaku usaha tidak diperbolehkan mencantumkan klausula baku dalam perjanjian yang mengandung unsur-unsur berikut:

- a. Mengalihkan tanggung jawab pelaku usaha.
- b. Menolak pengembalian barang yang telah dibeli konsumen.
- c. Menolak pengembalian uang atas barang atau jasa yang telah dibeli konsumen.
- d. Memberikan kuasa kepada pelaku usaha untuk melakukan tindakan sepihak terhadap barang yang dibeli secara angsuran.
- e. Mengatur pembuktian hilangnya manfaat barang atau jasa yang dibeli secara angsuran.

- f. Memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi objek jual beli jasa.
- g. Menyatakan tunduknya konsumen terhadap aturan baru atau perubahan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha selama masa penggunaan jasa.
- h. Memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk membebaskan hak tanggungan, hak gadai, atau jaminan terhadap barang yang dibeli secara angsuran.

Selain itu, pelarangan terhadap klausula eksonerasi disebutkan pula pada Pasal 46 ayat (2) Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 22 Tahun 2023 tentang Perlindungan konsumen dan Masyarakat Di Sektor Jasa Keuangan, Lembaga Jasa Keuangan (selanjutnya disebut POJK Nomor 22 Tahun 2023). Pelaku Usaha Jasa Keuangan (PUJK) dilarang menyusun atau menggunakan perjanjian baku yang mencantumkan ketentuan eksonerasi (penghindaran tanggung jawab), dengan rincian larangan sebagai berikut:

- a. Memuat pernyataan yang memindahkan tanggung jawab atau kewajiban PUJK kepada konsumen.
- b. Memuat ketentuan yang memberi wewenang kepada PUJK, baik langsung maupun tidak langsung, untuk secara sepihak mengambil tindakan atas agunan milik konsumen, kecuali bila tindakan tersebut berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- c. Memberikan beban pembuktian kepada konsumen jika PUJK mengklaim bahwa kerusakan atau kehilangan manfaat produk/layanan bukan tanggung jawabnya.
- d. Memberikan hak kepada PUJK untuk mengurangi manfaat dari produk/layanan, atau mengurangi nilai kekayaan konsumen yang menjadi objek perjanjian.
- e. Memuat pernyataan bahwa konsumen memberikan kuasa kepada PUJK untuk membebani hak tanggungan, gadai, atau bentuk jaminan lain atas produk/layanan yang dibeli secara cicilan.
- f. Memberikan kewenangan kepada PUJK untuk menambah, mengubah, atau menetapkan ketentuan tambahan secara sepihak setelah perjanjian disepakati.
- g. Menyatakan bahwa konsumen secara otomatis tunduk pada perubahan sepihak yang dilakukan oleh PUJK.
- h. Memberikan kekuasaan kepada PUJK untuk menghindari atau membatasi keberlakuan suatu klausul dalam perjanjian.
- i. Menyatakan bahwa PUJK memiliki hak untuk menafsirkan isi perjanjian secara sepihak.

- j. Menyatakan bahwa PUJK tidak bertanggung jawab atas kesalahan atau kelalaian yang dilakukan oleh pegawainya atau pihak ketiga yang bertindak untuk kepentingan PUJK.
- k. Membatasi hak konsumen untuk mengajukan gugatan terhadap PUJK apabila timbul sengketa berdasarkan perjanjian.
- l. Membatasi jenis atau bentuk alat bukti yang dapat diajukan oleh konsumen dalam penyelesaian sengketa terkait perjanjian.

Ketidakseimbangan antara konsumen dan pelaku usaha dalam perjanjian dapat mengganggu prinsip kebebasan berkontrak. Idealnya, kedua belah pihak harus memiliki hak yang sama dalam menentukan isi perjanjian tanpa tekanan atau paksaan dari salah satu pihak. Setiap pihak juga perlu merasa puas dengan kesepakatan yang telah dibuat. Dalam prinsip kebebasan berkontrak, posisi negosiasi seharusnya setara sehingga tidak ada pihak yang dirugikan.

Larangan terhadap pencantuman klausula eksonerasi bertujuan untuk mencegah salah satu pihak menghindari atau membatasi tanggung jawabnya apabila gagal memenuhi kewajibannya. Selain itu, larangan ini juga bertujuan menciptakan keseimbangan antara pihak-pihak dalam perjanjian, sehingga tidak ada yang berada dalam posisi lebih lemah di hadapan hukum.²¹

2.4 Tinjauan Umum Mengenai *Marketplace* Tokopedia

2.4.1 Pengertian *Marketplace*

Berdasarkan Pasal 1 Angka 13 Peraturan Menteri Perdagangan (selanjutnya disebut Permendag) Nomor 31 Tahun 2023 Tentang Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Lokapasar (*Marketplace*) adalah penyedia sarana yang sebagian atau keseluruhan proses transaksi berada di dalam Sistem Elektronik berupa situs *website* atau aplikasi secara komersial sebagai wadah bagi Pedagang (*Merchant*) untuk dapat memasang penawaran Barang dan/atau Jasa.

Selanjutnya disebutkan pula pada Pasal 2 Ayat (3) Permendag Nomor 31 Tahun 2023 Tentang Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, *Marketplace* dapat dikategorikan sebagai Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE). Penyelenggara sistem elektronik mencakup setiap orang, penyelenggara negara, badan usaha, atau masyarakat yang menyediakan, mengelola, dan/atau

²¹ Yusuf Shofie, *Kapita Selekta Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2008, Hlm. 45, diakses pada 1 Maret 2025.

mengoperasikan sistem elektronik, baik secara mandiri maupun bersama-sama, untuk keperluan pribadi maupun pihak lain.

Marketplace adalah platform digital yang berfungsi sebagai tempat jual beli produk atau jasa, di mana penjual dan konsumen bertemu melalui situs *website*. Pada platform ini, pembeli dapat menemukan berbagai produk atau jasa dari beragam penjual yang berbeda, dengan setiap produk biasanya dilengkapi rincian spesifikasi serta penjelasan mengenai kondisi produknya. *Marketplace* berperan sebagai penghubung antara penjual dan pembeli melalui media internet, memfasilitasi transaksi dengan menyediakan berbagai kemudahan.²²

2.4.2 *Marketplace* Tokopedia

Tokopedia adalah platform *marketplace* yang dikelola oleh PT Tokopedia, menyediakan layanan bagi pembeli dan penjual untuk bertransaksi secara aman. Pengguna dapat memesan atau menjual produk berwujud yang dikirim melalui jasa pengiriman. Untuk melindungi transaksi, Tokopedia memiliki fitur Pusat Resolusi yang menahan dana pembayaran kepada Penjual hingga permasalahan terselesaikan, terutama bagi yang belum melakukan Integrasi Akun. Pembeli dan Penjual perlu menyertakan bukti transaksi seperti foto barang, nota, dan resi pengiriman dalam proses penyelesaian. Jika tidak ada kesepakatan, Tokopedia berhak mengambil keputusan berdasarkan bukti yang ada.

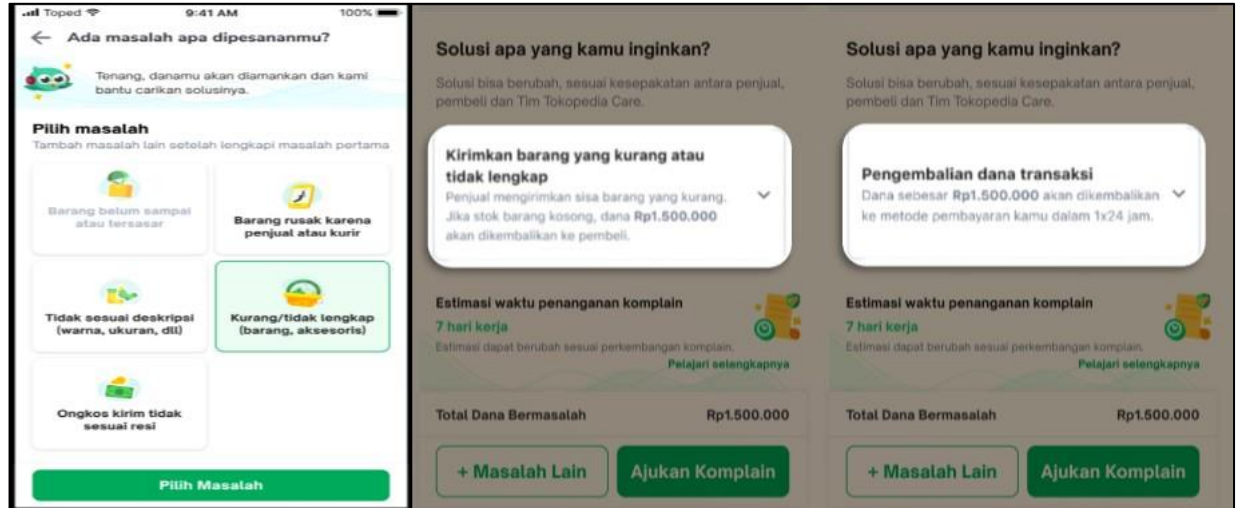
2.4.3 Pusat Resolusi Tokopedia

Pusat Resolusi Tokopedia merupakan fitur yang disediakan oleh *platform* Tokopedia sebagai sarana penyelesaian masalah antara pembeli dan penjual ketika terjadi kendala dalam proses transaksi. Fitur ini memungkinkan kedua belah pihak untuk mengajukan komplain, menyampaikan keluhan, serta melampirkan bukti pendukung seperti foto atau dokumen. Pusat Resolusi tidak berlaku untuk produk pakaian dalam bekas, kendala terkait rasa, aroma, atau tekstur produk, serta barang yang dilarang dijual sesuai Syarat dan Ketentuan Tokopedia.²³ Dalam prosesnya, Tokopedia bertindak sebagai mediator yang memfasilitasi komunikasi dan negosiasi antara pembeli dan penjual. Jika penjual tidak memberikan tanggapan, Tokopedia berhak mengambil keputusan akhir berdasarkan informasi yang tersedia. Selain itu, jika pembeli dan penjual tidak berhasil mencapai kata sepakat dalam menyelesaikan permasalahan transaksi, maka tim *customer care* Tokopedia akan mengambil peran sebagai pihak penengah. Dalam kapasitas ini, tim *customer care* Tokopedia akan membantu menilai situasi dan memberikan solusi atas kendala yang terjadi. Setelah permasalahan dianggap tuntas oleh konsumen, konsumen

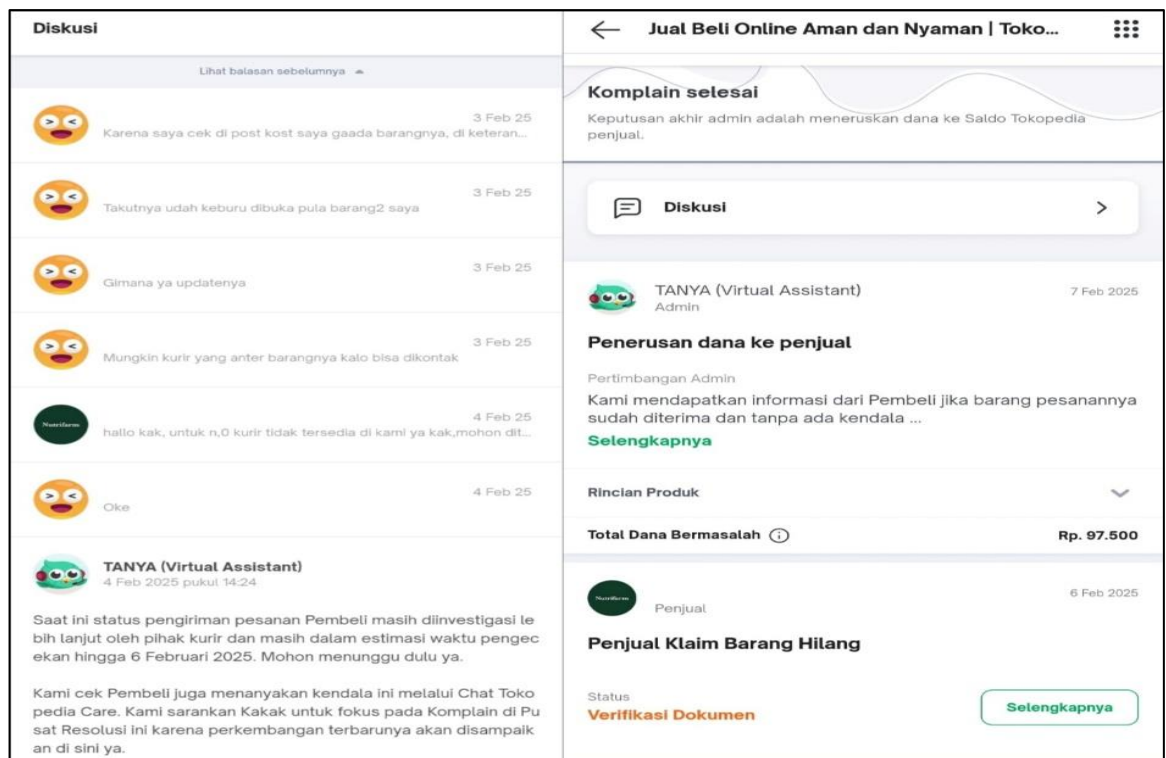
²² Emmy Thalib, "Tinjauan Yuridis Mengenai Marketplace Berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan Di Indonesia", *Jurnal Kajian Hukum dan Keadilan IUS*, Volume 7 No. 2, pp. 95-205. (2019). Hlm. 197-198, diakses pada 9, September 2024.

²³ Tokopedia, *Loc. Cit.*

memiliki opsi untuk menekan tombol "Selesaikan Pesanan" sebagai tanda bahwa transaksi telah diselesaikan.²⁴ Setelah itu, segala bentuk komplain atau klaim yang diajukan setelah pesanan memiliki status “Selesai” tidak lagi menjadi tanggung jawab Tokopedia.²⁵



Gambar 1. Contoh proses awal pengajuan komplain di Pusat Resolusi Tokopedia



Gambar 2. Contoh halaman komplain dan diskusi di Pusat Resolusi Tokopedia

²⁴ Tokopedia Care, “Apa Itu Pusat Resolusi?”, <https://www.tokopedia.com/help/article/apa-itu-pusat-resolusi>, diakses pada 8 Juni 2025.

²⁵ Tokopedia, *Loc. Cit.*

2.4.4 Pengertian *Mystery Box*

Mystery Box adalah kotak kejutan yang sering ditawarkan dengan tema atau merek tertentu. Penjual hanya memberikan gambaran umum tentang jenis barang yang mungkin diperoleh pembeli, tanpa rincian spesifik. Penjual yang menawarkan produk dengan konsep *mystery box* ini menjualnya dengan berbagai harga, tergantung pada kategori barang yang ditawarkan. Konsep ini memberikan sensasi kejutan dan potensi mendapatkan produk yang jauh lebih bernilai dibandingkan harga yang dibayarkan. *Mystery box* sering kali digunakan oleh pihak penjual untuk menarik perhatian konsumen dengan cara yang unik dan memberikan pengalaman belanja yang berbeda.²⁶ Berdasarkan poin ke-37 bagian jenis barang dan jasa pada syarat dan ketentuan Tokopedia, disebutkan bahwa “Segala jenis Barang yang isinya tidak pasti, bersifat acak dan/atau undian, termasuk namun tidak terbatas pada Produk Kotak Misteri. Ketentuan tersebut dikecualikan untuk Penjual Mall”.²⁷

2.5 Tinjauan Umum Mengenai Perlindungan Konsumen

2.5.1 Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen

Berdasarkan Pasal 1 angka (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), konsumen diartikan sebagai “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”.

Konsumen dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori utama berdasarkan tujuan penggunaan barang atau jasa, yaitu:²⁸

1. Konsumen komersial, yaitu merujuk pada individu atau entitas yang memperoleh barang atau jasa dengan tujuan utama mendapatkan keuntungan, baik melalui produksi maupun distribusi lebih lanjut.
2. Konsumen perantara, kategori ini mencakup pihak yang membeli barang atau jasa untuk diperdagangkan kembali. Tujuannya tetap berorientasi pada keuntungan, namun peran mereka lebih sebagai perantara dalam rantai distribusi.
3. Konsumen akhir, merupakan individu yang memperoleh dan menggunakan barang atau jasa untuk kebutuhan pribadi, keluarga, atau pihak lain tanpa

²⁶ European Consumer Centre, “*The mystery box: a box full of surprises or disappointments?*”, <https://www.eccnederland.nl/en/news/the-mystery-box-a-box-full-of-surprises-or-disappointments#:~:> diakses pada 9 September 2024.

²⁷ Tokopedia, *Loc. Cit.*

²⁸ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Edisi Revisi, Diadit Media, Jakarta, 2011, Hlm. 21, diakses pada 20 Februari 2025.

maksud memperjualbelikannya kembali demi keuntungan. Konsumen dalam kategori ini menggunakan produk untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari.

Hukum perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum konsumen yang mengatur asas dan kaidah untuk melindungi kepentingan konsumen. Sementara itu, hukum konsumen mencakup peraturan yang mengatur hubungan dan masalah antara pihak-pihak terkait barang atau jasa konsumen.²⁹

Hukum perlindungan konsumen merupakan seperangkat prinsip dan aturan yang mengatur serta melindungi hak-hak konsumen dalam transaksi antara penyedia dan pengguna produk di masyarakat. Penyedia produk, yang sering disebut sebagai penjual, bertanggung jawab untuk memastikan bahwa barang atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan standar yang berlaku, sementara konsumen sebagai pengguna memiliki hak untuk memperoleh produk yang aman dan sesuai dengan informasi yang diberikan.

Dalam cakupan yang lebih luas, hukum perlindungan konsumen tidak hanya berfungsi sebagai aturan yang mengatur hubungan antara kedua belah pihak, tetapi juga bertujuan untuk melindungi kepentingan konsumen agar terhindar dari praktik yang merugikan.³⁰

Berdasarkan Pasal 1 angka (1) UUPK, perlindungan konsumen diartikan sebagai: “Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.”

Berdasarkan Pasal 2 UUPK, perlindungan konsumen sebagai usaha bersama memiliki lima asas dasar, yaitu:

1. Asas Manfaat

Asas ini menekankan bahwa setiap upaya perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen maupun pelaku usaha.

2. Asas Keadilan

²⁹ Maharani, Alfina, And Adnand Darya Dzikra. “Fungsi Perlindungan Konsumen Dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Di Indonesia : Perlindungan, Konsumen Dan Pelaku Usaha”. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, Vol. 2 (6):659-66. (2021). Hlm. 660, diakses pada 13 September 2024.

³⁰ Puteri Asyifa Octavia Apandy dkk, “Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli”, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Volume 3, No. 1, Hlm. 14-15, diakses pada 18 Maret 2025.

Asas ini mengharuskan adanya partisipasi aktif dari seluruh masyarakat, serta memberikan kesempatan yang adil kepada konsumen dan pelaku usaha untuk mendapatkan hak dan melaksanakan kewajiban mereka secara seimbang.

3. Asas Keseimbangan

Asas ini mengatur keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah, baik dari segi materiil maupun spiritual.

4. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

Asas ini memberikan jaminan terhadap keamanan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan barang dan/atau jasa yang mereka konsumsi atau gunakan.

5. Asas Kepastian Hukum

Asas ini menjamin bahwa baik pelaku usaha maupun konsumen akan mematuhi hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta memastikan adanya jaminan kepastian hukum dari negara.

Selain itu, Pasal 3 UUPK mengatur bahwa perlindungan konsumen bertujuan untuk:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen dalam melindungi diri mereka sendiri.
- b. Menjaga harkat dan martabat konsumen dengan menghindarkan mereka dari dampak negatif penggunaan barang dan/atau jasa.
- c. Memperkuat posisi konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
- d. Membangun sistem perlindungan konsumen yang memiliki kepastian hukum, keterbukaan informasi, dan memberikan akses bagi konsumen untuk memperoleh informasi yang diperlukan.
- e. Menumbuhkan kesadaran di kalangan pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen, sehingga mendorong sikap jujur dan bertanggung jawab dalam menjalankan usaha.

- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang dapat menjamin keberlanjutan usaha, serta memberikan keamanan, kenyamanan, kesehatan, dan keselamatan bagi konsumen.

2.5.2 Teori Perlindungan Hukum Konsumen

Perlindungan hukum konsumen merupakan bentuk pengakuan dan penghormatan terhadap harkat, martabat, serta hak asasi manusia yang melekat pada setiap subjek hukum. Perlindungan ini berfungsi sebagai upaya untuk menghindarkan individu dari tindakan sewenang-wenang, melalui aturan-aturan hukum yang berlaku. Hadjon membagi perlindungan hukum ke dalam dua jenis, yaitu:³¹

1. Perlindungan Hukum Preventif : Perlindungan preventif memberi kesempatan kepada warga negara atau subjek hukum untuk menyampaikan keberatan atau pendapatnya sebelum pemerintah mengeluarkan keputusan final. Selain itu, tujuan dari perlindungan ini adalah sebagai langkah yang bersifat antisipatif untuk menghindari terjadinya pelanggaran terhadap norma-norma yang berlaku di masyarakat. Inti dari pendekatan ini adalah mencegah terwujudnya kondisi di mana niat dan kesempatan bertemu, sehingga situasi keamanan serta ketertiban sosial dapat tetap dijaga dengan baik.
2. Perlindungan Hukum Represif: Perlindungan ini ditujukan untuk menyelesaikan perselisihan yang telah terjadi, dengan memberikan sarana hukum guna mengatasi sengketa secara adil dan berimbang.

2.5.3 Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen

Disebutkan pada Pasal 23 UUPK, Pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen.

Penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan melalui dua jalur utama, yaitu pengadilan (litigasi) dan di luar pengadilan (non-litigasi). Berdasarkan Pasal 45 ayat (1) UUPK, konsumen memiliki hak untuk memilih jalur hukum yang sesuai dengan kebutuhan dan situasi sengketa yang dihadapi. Jalur litigasi melibatkan proses gugatan perdata di pengadilan, sementara jalur non-litigasi mengedepankan musyawarah dan kesepakatan antara pihak yang bersengketa di luar pengadilan. Kedua metode ini tidak bersifat bertahap, artinya konsumen dapat langsung memilih untuk menyelesaikan sengketa melalui pengadilan tanpa harus mencoba jalur non-litigasi terlebih dahulu, atau sebaliknya, memilih jalur non-litigasi tanpa membawa perkara ke pengadilan. Namun, jika telah dipilih upaya penyelesaian

³¹ Philipus M. Hadjon. *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat di Indonesia*. Peradaban. Surabaya. 2007. Hlm. 3-5

sengketa di luar pengadilan, jalur litigasi hanya dapat ditempuh setelah upaya non-litigasi gagal mencapai kesepakatan.

UUPK mendefinisikan BPSK sebagai badan yang memiliki tugas untuk menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen. Pasal 52 UUPK menjelaskan tugas dan wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, yang meliputi:

- 1) Melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara Mediasi atau Arbitrase, atau Konsiliasi.
- 2) Memberikan konsultasi perlindungan konsumen.
- 3) Melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku.
- 4) Melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam UUPK.
- 5) Menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis, dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen.
- 6) Melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen.
- 7) Memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen.
- 8) Memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap UUPK.
- 9) Meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang yang tidak bersedia memenuhi panggilan BPSK.
- 10) Mendapatkan, meneliti dan/atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan.
- 11) Memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak konsumen.
- 12) Memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen.
- 13) Menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan UUPK.

UUPK tidak secara spesifik mendefinisikan mediasi, konsiliasi, maupun arbitrase dalam konteks perlindungan konsumen. Penjelasan lebih lanjut mengenai hal ini dapat ditemukan dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan (selanjutnya disebut Kepmenperindag) No. 350 Tahun 2001 tentang Tugas dan Wewenang BPSK.

Dalam keputusan tersebut, mediasi dijelaskan sebagai suatu proses penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, di mana BPSK bertindak sebagai penasihat, namun keputusan akhir tetap diserahkan kepada pihak-pihak yang bersengketa. Proses konsiliasi serupa dengan mediasi, tetapi dalam konsiliasi, BPSK hanya berperan sebagai fasilitator untuk mempertemukan pihak-pihak yang terlibat dalam sengketa. Sementara itu, arbitrase adalah proses di luar pengadilan di mana para pihak sepenuhnya menyerahkan penyelesaian sengketa kepada BPSK, dan keputusan yang diambil bersifat mengikat.

Ada beberapa perbedaan dalam penyelesaian sengketa konsumen antara jalur litigasi dan non-litigasi di BPSK. Penyelesaian secara litigasi dilakukan di pengadilan, sementara non-litigasi dilakukan di luar pengadilan. Dalam proses di pengadilan, perkara dimulai dengan pengajuan gugatan, sedangkan di BPSK, proses diawali dengan pengaduan dari pihak yang merasa dirugikan.

Di pengadilan, gugatan dapat diajukan oleh berbagai pihak, Menurut Pasal 46 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, gugatan terhadap pelaku usaha yang melakukan pelanggaran dapat diajukan oleh beberapa pihak, yaitu :

- a. Pertama, konsumen yang mengalami kerugian langsung atau ahli warisnya memiliki hak untuk mengajukan tuntutan.
- b. Kedua, sekelompok konsumen dengan kepentingan yang serupa juga dapat menggugat jika mereka merasa dirugikan.

Selain itu, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang berbadan hukum atau berbentuk yayasan juga berhak mengajukan gugatan, asalkan tujuan utamanya adalah melindungi hak-hak konsumen dan telah menjalankan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya. Terakhir, pemerintah atau instansi terkait dapat mengambil tindakan hukum apabila barang atau jasa yang beredar menyebabkan kerugian materi yang besar atau berdampak pada banyak orang.

Proses litigasi di pengadilan mengikuti aturan hukum acara perdata yang melibatkan tahapan gugatan, upaya perdamaian, jawaban, replik, duplik, pembuktian, hingga putusan hakim. Sementara itu, penyelesaian di BPSK menggunakan salah satu dari tiga metode, yakni konsiliasi, mediasi, atau arbitrase.

Di pengadilan, pemeriksaan mencakup legalitas yang mendasari sengketa secara menyeluruh. Berbeda dengan BPSK, yang lebih fokus pada mencari solusi dan titik temu yang dapat disepakati oleh pihak-pihak yang terlibat, tanpa terlalu mendalami aspek sebelum terjadinya sengketa.

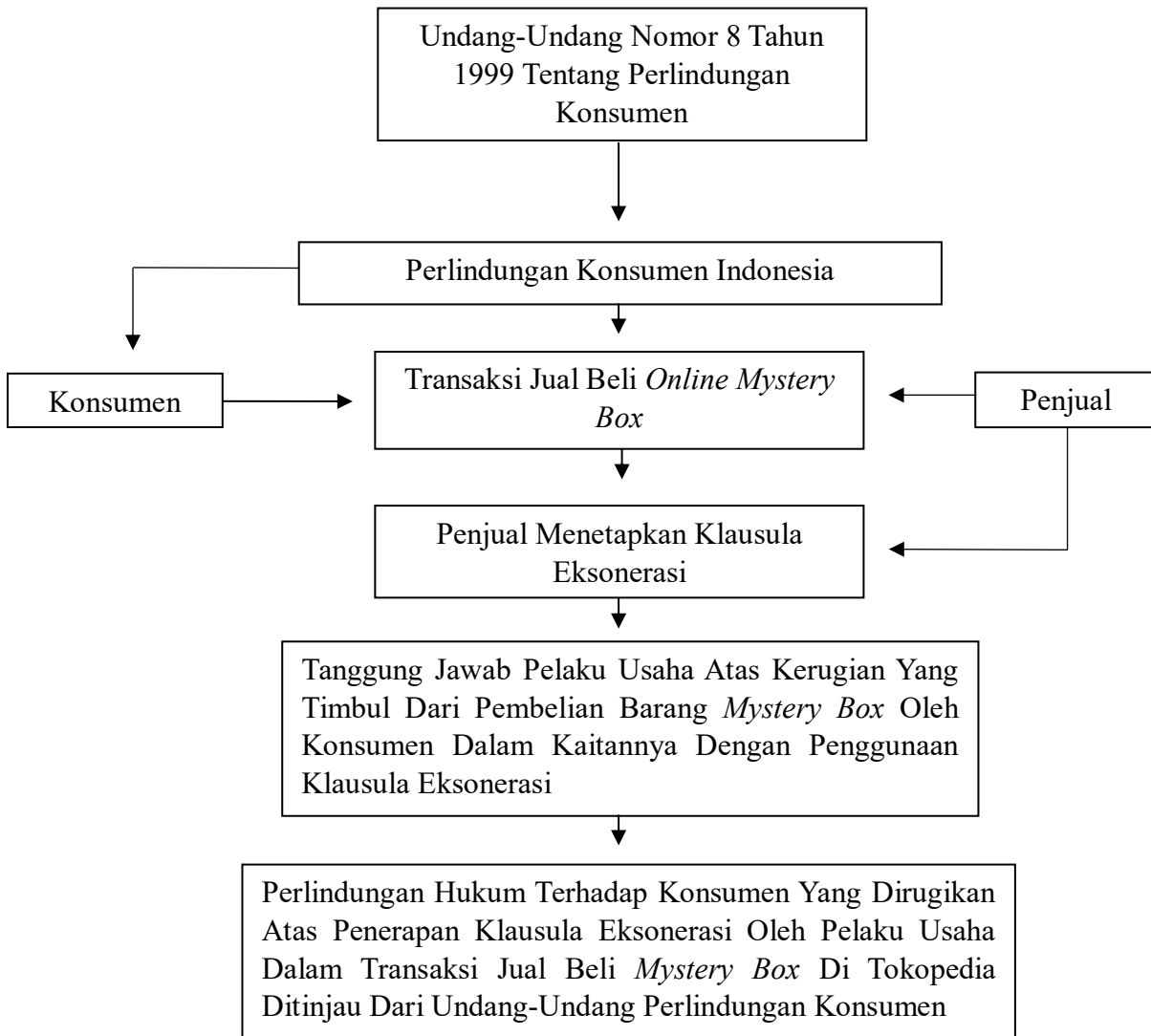
Putusan di pengadilan merupakan keputusan mutlak yang diambil oleh hakim berdasarkan fakta hukum yang terungkap selama persidangan, bersifat final dan mengikat sehingga para pihak yang bersengketa harus mematuhi. Sementara itu, di BPSK, mekanisme penyelesaian sengketa bergantung pada metode yang dipilih oleh para pihak. Jika penyelesaian dilakukan melalui mediasi atau konsiliasi, maka putusan diambil berdasarkan kesepakatan antara pengadu (konsumen) dan teradu (pelaku usaha), di mana kedua belah pihak berusaha mencapai solusi yang adil dan dapat diterima bersama tanpa adanya keputusan sepihak dari otoritas tertentu.

Namun, apabila sengketa diproses melalui arbitrase, maka majelis BPSK yang akan mengeluarkan putusan yang bersifat mengikat bagi kedua belah pihak, serupa dengan putusan pengadilan. Meskipun terdapat perbedaan dalam mekanisme dan proses yang digunakan, baik jalur litigasi di pengadilan maupun penyelesaian non-litigasi melalui BPSK memiliki tujuan yang sama, yaitu memberikan perlindungan hukum kepada konsumen yang mengalami kerugian. Keduanya berlandaskan pada prinsip keadilan dan kepastian hukum sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Dalam konteks perlindungan konsumen, penting bagi individu yang merasa dirugikan untuk memahami jalur mana yang paling sesuai dengan kebutuhannya, apakah melalui proses peradilan formal yang cenderung lebih panjang dan kompleks atau melalui penyelesaian di BPSK yang lebih cepat dan fleksibel tergantung pada metode yang digunakan. Dengan adanya pilihan ini, diharapkan konsumen dapat memperoleh hak-haknya secara efektif serta memperoleh ganti rugi atau penyelesaian yang adil atas permasalahan yang dihadapi.³²

³² Febry Chrisdant. "Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Pengadilan Dan Non Litigasi Oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (Bpsk)". *Jurnal Magister Hukum PERSPEKTIF*, Volume 11, Nomor 2, pp. 53-62. (2020). Hlm. 57-58, diakses pada 15 September 2024.

2.6 Kerangka Pikir



Keterangan :

Undang-Undang Perlindungan Konsumen berperan sebagai payung hukum yang memberikan perlindungan dan jaminan terhadap hak-hak konsumen dalam setiap transaksi. Undang-undang ini mengatur hubungan antara konsumen dan pelaku usaha, serta menetapkan standar-standar etika dan kewajiban bagi pelaku usaha untuk memastikan bahwa konsumen tidak dirugikan secara ekonomi maupun kesehatan.

Dengan adanya payung hukum ini, konsumen memiliki dasar hukum yang kuat untuk menuntut keadilan ketika mengalami kerugian akibat produk atau layanan yang tidak sesuai dengan perjanjian atau kualitas yang diharapkan. Selain itu, undang-undang ini juga mendorong pelaku usaha untuk lebih bertanggung jawab

dalam menjalankan bisnis mereka, sehingga tercipta keseimbangan yang adil antara kepentingan konsumen dan pelaku usaha.

Mystery box adalah jenis produk atau layanan yang dijual dengan konsep kejutan, di mana pembeli tidak mengetahui isi barang yang akan diterima sampai paket dibuka. Biasanya, *mystery box* ditawarkan dengan harga tertentu, dan barang di dalamnya bisa berupa produk dari berbagai kategori, seperti mainan, pakaian, alat elektronik, atau barang-barang koleksi. Konsep ini menarik konsumen karena faktor kejutan dan kemungkinan mendapatkan barang bernilai lebih tinggi dari harga yang dibayarkan.

Dalam transaksi jual beli *online*, khususnya *mystery box*, Undang-Undang Perlindungan Konsumen berperan penting melindungi konsumen dari praktik bisnis yang tidak adil, seperti penggunaan klausula eksonerasi yang dibuat sepihak oleh penjual. Klausula ini sering menyatakan bahwa barang tidak dapat dikembalikan atau ditukar, meskipun kondisinya tidak sesuai atau tidak bernilai sebanding dengan harga yang dibayarkan. Hal ini merugikan konsumen karena mereka kehilangan hak untuk pengembalian atau penukaran barang.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian hukum merupakan proses yang bertujuan untuk menjelaskan kembali berbagai konsep, materi, fakta, dan sistem hukum yang sudah ada agar dapat diperbaiki atau ditingkatkan. Proses ini juga mencakup upaya untuk mengeksplorasi dan menemukan nilai-nilai baru yang dapat memberikan manfaat bagi kesejahteraan umat manusia, terutama seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi.³³ Penelitian memiliki peran penting dalam mengumpulkan data yang valid dan faktual guna menemukan solusi atas permasalahan yang ada. Dengan pendekatan yang sistematis, hasil penelitian dapat mencerminkan realitas yang sebenarnya serta memiliki dasar yang kuat untuk dipertanggungjawabkan.

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif, atau doktrinal, berfokus pada analisis bahan hukum tertulis seperti undang-undang, putusan pengadilan, dan teori hukum. Penelitian ini menggunakan pendekatan normatif untuk mengkaji hukum dari segi teori, sejarah, filosofi, dan strukturnya, termasuk analisis pasal demi pasal dan kekuatan mengikat peraturan. Meskipun tidak mencakup implementasi hukum, pendekatan ini penting untuk memahami konsistensi dan formalitas hukum serta bahasa yang digunakan, sehingga sering disebut sebagai “penelitian hukum dogmatik” atau “teoretis.”

Penelitian ini mengkaji penerapan klausula eksonerasi oleh pihak *marketplace* dan penjual terhadap pengguna serta menelaah bentuk tanggung jawab pihak *marketplace* dalam pelaksanaan klausula eksonerasi dalam transaksi jual beli *online mystery box*.

3.2 Tipe Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang diangkat, penelitian ini menggunakan tipe deskriptif. Penelitian hukum deskriptif bersifat pemaparan dan bertujuan untuk memperoleh gambaran (deskripsi) lengkap tentang keadaan hukum yang berlaku di tempat tertentu dan pada saat tertentu, atau mengenai gejala yuridis yang ada, atau

³³ Abdulkadir Muhammad. *Hukum dan Penelitian Hukum*. (Bandung: PT Citra Aditya Bakti: 2004). Hlm 97-128, diakses pada 15 September 2024.

peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat. Penelitian ini biasanya dilakukan dengan data atau pengetahuan awal tentang masalah yang diteliti.

Oleh sebab itu, penulis akan menganalisis, meninjau, dan mengidentifikasi secara jelas dan rinci mengenai pengaturan hukum terhadap larangan pengembalian barang serta klausula baku yang merugikan konsumen dalam transaksi jual beli online *Mystery Box*, serta perlindungan hukum bagi konsumen yang dirugikan, ditinjau dari perspektif UUPK.

Penelitian ini mengkaji pengaturan hukum terhadap pencantuman klausula eksonerasi yang mengesampingkan kewajiban penjual dan merugikan konsumen dalam transaksi jual beli *online mystery box*, serta bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan, dengan menggunakan pendekatan normatif. Pendekatan ini berfokus pada analisis terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan bahan hukum terkait, serta kesesuaiannya dengan teori dan asas-asas hukum yang berlaku dalam perlindungan konsumen di Indonesia.

3.3 Pendekatan Masalah

Pendekatan masalah merupakan suatu proses yang sistematis dalam menyelesaikan atau mencari solusi terhadap permasalahan yang dihadapi. Proses ini melibatkan serangkaian tahapan yang telah ditetapkan, mulai dari identifikasi masalah, analisis data, hingga penyusunan kesimpulan yang relevan dengan tujuan penelitian. Dengan mengikuti tahapan yang terstruktur, pendekatan ini memungkinkan penelitian menghasilkan temuan yang valid, objektif, dan dapat dipertanggungjawabkan. Selain itu, penerapan pendekatan masalah yang tepat juga membantu dalam memahami akar permasalahan secara mendalam, sehingga solusi yang dihasilkan lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Sesuai dengan rumusan permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, pendekatan masalah yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan asas-asas hukum dan pendekatan perundang-undangan, dengan tipe *nonjudicial case study*.

Nonjudicial case study merupakan penerapan hukum normatif dalam suatu peristiwa hukum hingga penyelesaiannya tanpa melibatkan pengadilan. Jika terjadi konflik, penyelesaiannya dilakukan langsung oleh para pihak tanpa intervensi lembaga peradilan. Dalam proses ini, hukum normatif tetap dijalankan sesuai ketentuan yang berlaku, sehingga tujuan hukum dapat tercapai melalui kesepakatan antara pihak-pihak yang terlibat.

Pendekatan ini didasarkan pada bahan hukum utama dengan menelaah teori-teori, konsep-konsep, asas hukum, serta peraturan perundang-undangan yang relevan dengan penelitian ini.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan informasi yang dikumpulkan dari literatur dan bahan pustaka yang berfungsi sebagai landasan dalam penelitian ilmiah. Adapun bahan hukum dapat diklasifikasikan menjadi tiga (3) golongan, yaitu:

1. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer, yaitu bahan hukum yang mempunyai kekuatan mengikat secara umum (perundang-undangan) atau mempunyai kekuatan mengikat bagi pihak-pihak berkepentingan. Adapun bahan hukum primer yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu :

- a. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata;
- b. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen;
- c. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik;
- d. Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik;
- e. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik;
- f. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 22 Tahun 2023 tentang Perlindungan konsumen dan Masyarakat Di Sektor Jasa Keuangan, Lembaga Jasa Keuangan;
- g. Syarat dan Ketentuan Transaksi *Marketplace* Tokopedia.

2. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder berfungsi sebagai pendukung bahan hukum primer dalam memberikan penjelasan yang lebih mendalam pada suatu penelitian. Data ini umumnya digunakan untuk melengkapi informasi dari data primer serta memberikan arahan bagi perkembangan penelitian lebih lanjut. Jenis bahan hukum sekunder yang dimanfaatkan dalam penelitian ini mencakup buku teks, artikel jurnal, hasil penelitian ilmiah, serta sumber lain yang relevan dengan topik yang dibahas.

3. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier yaitu bahan hukum yang memberi penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.

3.5 Metode Pengumpulan dan Pengolahan Data

Metode pengumpulan data yang akan digunakan didalam penelitian ini adalah studi kepustakaan. Studi kepustakaan merupakan kajian tertulis mengenai hukum yang bertujuan untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber yang telah dipublikasikan secara luas dan diperlukan dalam penelitian. Proses ini dilakukan guna memperoleh data sekunder melalui studi dokumentasi, dengan cara membaca dan mengutip literatur seperti buku, jurnal, serta menelaah peraturan perundang-undangan yang relevan dengan topik yang sedang dibahas.

Setelah itu, penelitian ini melakukan pengolahan data yang disusun secara sistematis. Data sekunder yang diperoleh akan dikaitkan satu sama lain dan disesuaikan dengan permasalahan yang diteliti, sehingga seluruh data tersebut membentuk satu kesatuan yang utuh dan relevan dengan kebutuhan penelitian.

3.6 Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan akan dianalisis menggunakan metode kualitatif, yakni dengan merekonstruksi atau menginterpretasikan data menjadi kalimat yang sistematis dan disusun dengan bahasa yang efektif. Data tersebut akan dihubungkan sesuai dengan pokok bahasan yang telah ditetapkan, sehingga menghasilkan gambaran yang jelas untuk menarik kesimpulan. Analisis kualitatif bertujuan untuk menjelaskan data secara rinci dalam bentuk kalimat yang teratur, logis, koheren, dan efisien, sehingga memudahkan proses interpretasi dan pemahaman terhadap hasil analisis.³⁴

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, Alfabeta, Bandung, 2023. Hlm. 7.

V. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Menurut Pasal 4 huruf h UUPK, konsumen memiliki hak untuk menerima kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan kesepakatan atau tidak sebagaimana mestinya. Di sisi lain, Pasal 7 huruf g UUPK mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian jika barang atau jasa yang mereka tawarkan tidak memenuhi ketentuan yang telah disepakati. Tanggung jawab pelaku usaha mencakup tiga bentuk: tanggung jawab kontraktual (akibat pelanggaran perjanjian), tanggung jawab atas produk (memastikan barang tidak merugikan konsumen), dan tanggung jawab pidana (terkait pelanggaran hukum seperti penipuan). Meskipun pelaku usaha mencoba membatasi tanggung jawab melalui klausula eksonerasi, UUPK melarang pembatasan yang merugikan konsumen. Berdasarkan Pasal 19 ayat (1) UUPK, pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerugian yang dialami konsumen akibat barang yang mereka jual, baik berupa pengembalian dana, penggantian barang sejenis, atau kompensasi lain yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Maka tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian yang timbul terhadap barang *mystery box* yang dibeli konsumen dalam kaitannya dengan penggunaan klausula eksonerasi yaitu berupa pengembalian barang yang setara secara nilai atau pengembalian dana.
2. Perlindungan hukum atas jual beli *mystery box* di Tokopedia melalui Pusat Resolusi bergantung pada kecermatan pembeli. Jika barang tidak sesuai tetapi tombol "Selesai" sudah ditekan, dana tetap diteruskan ke penjual, menghilangkan hak ganti rugi. Tokopedia menerapkan perlindungan hukum preventif dalam transaksi *mystery box* melalui kebijakan Syarat dan Ketentuan yang mengikat semua pengguna. Penjual dilarang mencantumkan aturan yang bertentangan dengan hukum, seperti menolak komplain, tidak menerima retur atau refund, serta penjual yang tidak bukan merupakan penjual mall tidak diperbolehkan menjual *mystery box*. Jika terjadi perbedaan antara aturan penjual dan kebijakan Tokopedia, maka yang berlaku adalah ketentuan Tokopedia. Jika konsumen dirugikan akibat

pencantuman klausula eksonerasi terhadap penjualan barang *mystery box*, mereka dapat mengajukan komplain melalui pusat resolusi. Fitur ini memfasilitasi penyelesaian sengketa, termasuk retur dan/atau pengembalian dana. Jika tidak ada kesepakatan antara pembeli dan penjual, Tokopedia bertindak sebagai mediator dan dapat mengambil langkah represif, seperti menahan dana atau mengatur pengembalian dana sesuai keputusan mediasi. Sesuai poin ke-37 S&K Tokopedia, *mystery box* hanya boleh dijual oleh penjual mall. Jika penjual tidak resmi melanggar ketentuan atau UUPK, ia wajib mengembalikan dana atau barang. Pasal 19 UUPK menganut prinsip praduga lalai, dengan batas ganti rugi 7 hari. Jika penjual menolak, konsumen bisa menggugat melalui BPSK atau pengadilan. Penyelesaian sengketa dapat dilakukan melalui litigasi atau non-litigasi. BPSK menyelesaikan sengketa lewat mediasi, arbitrase, atau konsiliasi, dengan putusan final yang bisa digugat ke pengadilan dalam 14 hari. Dalam litigasi, beban pembuktian ada pada penjual, dan jika upaya perdamaian gagal, konsumen dapat menempuh jalur pengadilan dengan mengajukan gugatan perdata ke pengadilan negeri.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian serta pembahasan diatas, beberapa saran yang dapat diberikan oleh penulis kepada para pihak terkait antara lain sebagai berikut:

1. Kepada pihak *marketplace* Tokopedia, diperlukan pengawasan yang lebih ketat terhadap penjualan *mystery box* dengan membatasi hanya penjual resmi atau *mall* yang dapat menawarkan produk tersebut. Transparansi dalam kebijakan Pusat Resolusi juga harus ditingkatkan agar konsumen lebih memahami hak serta prosedur pengajuan komplain. Selain itu, regulasi internal yang lebih ketat diperlukan untuk mencegah praktik penjualan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab serta memastikan kepatuhan terhadap aturan perlindungan konsumen.
2. Kepada penjual, penting untuk memahami soal penggunaan klausula eksonerasi yang menghilangkan hak konsumen, seperti larangan retur atau komplain, hal seperti ini harus dihindari karena melanggar aturan perlindungan konsumen. Transaksi elektronik akan lebih baik apabila kedua belah pihak bertikad baik sehingga sama-sama menguntungkan. Kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku akan menciptakan transaksi yang lebih adil dan menghindari sengketa antara penjual dan pembeli.
3. Kepada masyarakat, diperlukan sikap lebih cermat dalam memutuskan untuk membeli *mystery box*, termasuk memahami kebijakan *marketplace* Tokopedia dan hak-hak mereka sebagai konsumen. Sebelum bertransaksi, sebaiknya memeriksa kredibilitas penjual, membaca ulasan dari pembeli

lain, serta memastikan deskripsi produk sesuai dengan ekspektasi. Selain itu, konsumen sebaiknya tidak langsung menekan tombol "Selesai" sebelum memastikan barang yang diterima sesuai dan dalam kondisi baik. Dengan kehati-hatian yang lebih tinggi, potensi kerugian dapat diminimalkan saat berbelanja daring.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Amalia, Nanda. (2013). *Hukum Perikatan*. Lhokseumawe: Unimal Press.
- Eleanora, Fransiska. (2023). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Kota Malang: Madza Media.
- HS, Salim. (2003). *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Muhammad, Abdulkadir. (2004). *Hukum dan Penelitian Hukum*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- . (2014). *Hukum Perdata Indonesia*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Nasution, Az. (2011). *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Edisi Revisi. Jakarta: Diadit Media.
- Philipus M. Hadjon. (2007). *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat di Indonesia*. Surabaya: Peradaban.
- Shofie, Yusuf. (2008). *Kapita Selekta Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Sidabalok, J. (2010). *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Subekti. (2001). *Pokok-Pokok Hukum Perdata*. Jakarta: Intermasa.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

B. Peraturan Perundang-undang

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 22 Tahun 2023 tentang Perlindungan konsumen dan Masyarakat Di Sektor Jasa Keuangan, Lembaga Jasa Keuangan

C. Jurnal/Sumber Lain

Bahar, Moh & Susanto, Rahmat. (2022). “Perlindungan Hukum Terhadap Tenaga Kerja Akibat Kesewenangan Pengusaha”. *Jurnal Legisla*, Vol. 12 No. 2, pp. 215-231.

Chrisdant, Febry. (2020). Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Pengadilan Dan Non Litigasi Oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). *Jurnal Magister Hukum Perspektif*, Volume 11, Nomor 2, pp. 53-62.

Faqih, Ghazwan. (2023). “Klausula Baku Dalam Perjanjian Jual Beli Melalui E-Commerce Menurut Hukum Positif Indonesia”, *Jurnal Risalah Kenotariatan*, Volume 4, No. 2, pp. 846-851.

Libria Fista, Yanci, dkk. (2023). “Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Ditinjau dari Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen”, *Jurnal Binamulia Hukum*, Volume 12, Nomor 1, pp. 178-189.

Maharani, Alfina & Dzikra, Adnand. (2021). “Fungsi Perlindungan Konsumen Dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Di Indonesia: Perlindungan, Konsumen Dan Pelaku Usaha (Literature Review)”, *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Sistem Informasi*, Volume 2, Issue 6, pp. 659-666.

Thalib, Emmy. (2019). “Tinjauan Yuridis Mengenai Marketplace Berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan Di Indonesia”. *Jurnal Kajian Hukum dan Keadilan IUS*, Volume 7 No. 2, pp. 95-205.

Yuliastiwi, Ni Putu & Dwijayanthi, Putri. (2023). “Pengaturan Transaksi Melalui Marketplace Dalam Perspektif Hukum Perdata Di Indonesia”, *Jurnal Kertha Desa*, Vol.11 No.6, pp. 2682-2693.

Brandon, Dorothy. (2023). "Know Your Consumer Rights and Responsibilities", Alabama Cooperative Extension System (ACES). Tersedia di: <https://www.aces.edu/blog/topics/business-community-urban/know-your-consumer-rights-and-responsibilities/>

Ari Syahril Ramadhan dan Elvariza Opita. Beli Mystery Box Seharga Rp 100 Ribu dari Toko Online di Bandung, Perempuan Ini Langsung Syok saat Unboxing, <https://jabar.suara.com/read/2022/08/11/173154/beli-mystery-box-seharga-rp-100-ribu-dari-toko-online-di-bandung-perempuan-ini-langsung-syok-saat-unboxing>

Astuti. (2023). "Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha". Tersedia di: <https://lexmundus.com/articles/hak-dan-kewajiban-pelaku-usaha/>

European Consumer Centre. "The mystery box: a box full of surprises or disappointments?". <https://www.eccnederland.nl/en/news/the-mystery-box-a-box-full-of-surprises-or-disappointments#:~:text=A%20mystery%20box%20is%20a,box%20represents%20a%20certain%20value.>

Impulse Digital. Ketahui Perbedaan Ecommerce dan *Marketplace* Serta Contohnya, <https://rb.gy/d7pl5i>

Yudha. Tidak Sesuai Penawaran, Mystery Box JD.ID Mengecewakan, <https://news.detik.com/suara-pembaca/d-4312309/tidak-sesuai-penawaran-mystery-box-jdid-mengecewakan>