

PERLINDUNGAN KONSUMEN *MARKETPLACE* DALAM PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

Naimah

Universitas Lumajang
Email: salsabila_ima@yahoo.co.id

Soesilo

Universitas Lumajang
Email: soesilounilu@gmail.com

Abstract

Online buying and selling transactions have become part of technological developments and business transactions in Indonesia. Especially in the midst of the Covid 19 pandemic, online transactions have become a necessity because of advice at home and avoiding crowds. One of the buying and selling transactions in the form of a marketplace makes it easier for people to shop for their needs without having to leave the house. Marketplace is a place where people can make buying and selling transactions online even though it helps make it easier for consumers, but there are also those who feel disadvantaged by this online buying and selling service. Therefore, this study aims to produce a discussion about the rights of e-Commerce marketplace consumers and how to solve them when there is a dispute. The research method used is using the Normative Juridical approach. Results and discussion of this research: First, consumer rights are guaranteed by UUPK clause 4 that consumer protection based on benefits, justice, balance, security and consumer safety, and legal certainty, second, dispute resolution can be carried out in two ways, namely in court and outside the court based on clause 47 UUPK.

Keywords: Marketplace, Consumer, Dispute, Transaction

Abstrak

Transaksi jual beli online sudah menjadi bagian dari perkembangan teknologi dan transaksi bisnis di Indonesia, apalagi di tengah pandemic covid 19, transaksi online menjadi sebuah kebutuhan, karena anjuran di rumah dan menghindari kerumunan. Transaksi jual beli yang salah satunya berbentuk marketplace memudahkan orang berbelanja kebutuhannya tanpa harus keluar rumah. *Maeketplace* tempat dimana orang dapat melakukan transaksi jual beli online meski membantu memudahkan konsumen, namun ada juga yang merasa di rugikan dengan layanan jual beli online ini oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan pembahasan mengenai hak-hak konsumen *e-Commerce marketplace* dan bagaimana penyelesaiannya ketika ada sengketa. Adapun metode penelitian yang digunakan menggunakan pendekatan Yuridis Normatif. Hasil dan pembahasan penelitian ini Pertama Perlindungan Hak konsumen dijamin oleh UUPK pasal 4, Perlindungan konsumen berdasarkan manfaat, keadilan,

keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum, kedua, penyelesaian sengketa dapat dilakukan dengan dua cara yaitu di Pengadilan dan di Luar pengadilan berdasarkan pasal 47 UUPK.

Kata Kunci: Marketplace, konsumen, sengketa, Transaksi

A. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan teknologi, transaksi jual beli pun dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, zaman dahulu transaksi jual beli dilakukan di Pasar, toko, warung atau bertemu langsung antar penjual dan pembeli sekarang transaksi tersebut ditambah dengan transaksi online, adanya situasi Covid-19 juga mempengaruhi pesatnya transaksi online di Indonesia, karena masyarakat dituntut untuk menghindari tempat keramaian, maka untuk memenuhi kebutuhannya, masyarakat cenderung memilih berbelanja secara online.

Melalui sistem *e-commerce* produsen dapat menawarkan produk atau jasanya tanpa bertemu secara langsung dengan konsumen. Begitupun dengan konsumen yang dapat memilih dan membeli produk tanpa melihatnya secara langsung terlebih dahulu.

Menurut laporan PPRO, perusahaan layanan pembayaran terkemuka di dunia, tentang pembayaran dan perdagangan *online* tahun 2018, Indonesia memiliki pertumbuhan tertinggi dibandingkan negara-negara lain yaitu sebesar 78% tahun.¹

Selama pandemi berlangsung, belanja online yang dilakukan oleh masyarakat mengalami peningkatan, hal tersebut di ungkapkan oleh Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI). Melansir data dari Indonesian E-commerce Association (idEA) dan We Are Social menunjukkan, ditunjukkan kalau belanja daring di Indonesia mengalami peningkatan sebanyak 25% hingga 30%.²

Transaksi jual beli secara elektronik di Indonesia banyak sekali diantaranya:

1. Iklan baris, sebuah *platform* yang mana para individu dapat memasang barang jualan mereka secara gratis. Pendapatan diperoleh dari iklan premium. Jenis iklan baris seperti ini cocok bagi penjual yang hanya ingin menjual barang dengan kuantitas kecil. Di Indonesia contohnya OLX, berniaga.com dan lain sebagainya.
2. *Online Marketplace atau toko online*, model bisnis dimana *website* yang bersangkutan tidak hanya membantu mempromosikan barang dagangan

¹ <https://www.jurnal.id/id/blog/jenis-e-commerce-untuk-kembangkan-bisnis/> diakses tanggal 27 Maret 2021

² <https://nasional.kontan.co.id/news/ylki-catat-selama-pandemi-aktivitas-belanja-online-meningkat-hingga-30> diakses tanggal 27 Maret 2021

saja, tapi juga memfasilitasi transaksi uang secara online. Seluruh transaksi *online* harus difasilitasi oleh *website* yang bersangkutan. tokopedia.com, bukalapak.com, Blibli.com, Kaskus.co.id, Traveloka, shopee Indonesia, Lazada, dan lain sebagainya.

3. Internet Banking dan SMS Banking.
4. TV Kabel dan Internet Provider

Dari beberapa transaksi elektronik di atas penelitian ini memfokuskan pada Marketplace, dimana Belakangan industri marketplace di Indonesia sangat berkembang. Marketplace membantu masyarakat Indonesia untuk bisa berbelanja hanya dengan klik saja di rumah sendiri. Salah satu alasan mengapa marketplace terkenal adalah karena kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaan. Banyak yang menggambarkannya juga seperti department store.

Beberapa ketentuan transaksi jual beli di marketplace diantaranya:

1. Pemilik marketplace tidak bertanggung jawab atas barang-barang yang dijual karena tugas mereka adalah menyediakan tempat bagi para penjual yang ingin berjualan dan membantu mereka untuk bertemu pelanggan dan melakukan transaksi dengan lebih simpel dan mudah.
2. Cara transaksinya diatur oleh marketplaceny. Kemudian setelah menerima pembayaran, penjual akan mengirim barang ke pembeli.
3. Pada praktiknya, di dalam e-commerce marketplace terdapat beberapa komponen standar yang mendukung proses operasionalnya, diantaranya adalah:
 - a) Tempat transaksi (*Marketplace*)
 - b) Produk, Produk dalam transaksi E-commerce mendukung penjualan berbagai jenis produk, mulai dari produk fisik hingga produk digital. Produk digital: ebook membership, software, musik, dan lain-lain, produk fisik: buku, pakaian, gadget, makanan, dan lain-lain.
 - c) Cara Menerima Pesanan, sesuai dengan ketentuan masing-masing marketplace.
 - d) Metode Pembayaran, Beberapa metode pembayaran e-commerce pada umumnya menggunakan transfer via ATM, kartu kredit, COD, e-payment, uang elektronik dan lain sebagainya.
 - e) Metode Pengiriman, Cara pengiriman barang e-commerce di Indonesia biasanya menggunakan jasa pengiriman barang seperti JNE, JNT, TIKI, Pos Indonesia, ID Express, Wahana, Ninja express, Si cepat dan lain-lain, ada juga yang menggunakan jasa antar dari Ojek Online.
 - f) Customer Service, Komponen ini merupakan komponen yang sangat penting dalam operasional e-commerce, karena memberikan Layanan pelanggan baik pedagang maupun pembeli. Aktivitas ini umumnya dilakukan melalui email, formulir online, FAQ, telepon, chatting, dan social media.

Pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi *e-commerce* di *marketplace* yaitu:

1. Pihak marketplace misal Tokopedia, bukalapak, Shopee Indonesia, Elevania, JD.ID, Bli Bli, Lazada dan lain sebagainya.

2. Pedagang atau pemilik toko.
3. Pembeli.
4. Jasakirim.
5. Mitra Marketplace yang dipakai untuk melakukan metode pembayaran, seperti Bank, Jasa keuangan (seperti dalam program pinjaman dari *marketplace* tertentu), Indomaret atau alfamart.

Supaya perbuatan hukum dalam transaksi online yang dilakukan melalui marketplace dapat dipertanggungjawabkan, maka transaksi yang dibuat sebaiknya disertai perjanjian elektronik secara tertulis. Permasalahannya masyarakat terkadang enggan untuk membaca ketentuan atau aturan main yang sudah ditentukan oleh suatu marketplace atau suatu toko yang ada dalam marketplace, tidak jarang mereka membaca Deskripsi produk setelah terjadi masalah sehingga sulit untuk mengajukan klaim. Selain masalah lemahnya budaya membaca ada juga persoalan yang ditimbulkan dari kesalahan oknum pedagang atau pemilik toko, misal deskripsi yang kurang jelas sehingga menimbulkan salah persepsi antara pembeli dan penjual, belum lagi adanya masalah salah kirim barang, barang tidak sesuai dan lain sebagainya.

Pentingnya permasalahan hukum di bidang *E-commerce* bertujuan untuk memberikan perlindungan dan penyelesaian sengketa dalam perjanjian jual beli bagi para pihak yang menggunakan media elektronik sebagai media transaksi.

Peraturan perundang-undangan, baik yang tingkatannya lebih rendah maupun lebih tinggi bertujuan agar masyarakat maupun aparat penegak hukum dapat melaksanakannya secara konsisten dan tanpa membedakan antara masyarakat yang satu dengan yang lainnya.

Pengaturan tentang transaksi e-commerce ada di dalam Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 juncto (jo) Undang- Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik (Peraturan Pemerinta No. 82 Tahun 2012) disamping itu juga menggunakan undang-undang perlindungan Konsumen.

Transaksi jual beli online dengan menggunakan marketplace meski membantu memudahkan konsumen, namun banyak juga yang merasa di rugikan dengan layanan jual beli online ini, menurut Faktor-faktor yang menyebabkan sengketa terjadi dalam transaksi elektronik, sebagai berikut: 1. Kualitas barang yang tidak sesuai 2. Informasi yang diberikan sedikit 3. Barang yang tidak sesuai 4. Risiko penipuan.³

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini mempunyai

³ Josua Purba, Rohaini, Dewi Septiana. 2018. Penyelesaian **Sengketa Online Marketplace Antara Penjual Dan Pembeli Melalui Online Dispute Resolution**. Pactum Law Journal. ISSN: 2615-7837. Vol 2 No. 01, 2018, h.542.

rumusan masalah bagaimana perlindungan hak konsumen jual beli melalui marketplace dan bagaimana penyelesaiannya ketika ada sengketa.

B. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis Normatif. Menurut Soerjono Soekanto, pendekatan metode penelitian yuridis normatif adalah penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan-bahan pustaka atau data sekunder sebagai bahan dasar untuk diteliti dengan cara mengadakan penelusuran terhadap peraturan-peraturan dan literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti⁴

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Perlindungan hak konsumen jual beli melalui Marketplace dalam UUPK

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen (pasal 1 ayat 1 UUPK).

Menurut Janus Sidabalok, “konsumen adalah semua orang yang membutuhkan barang dan jasa untuk mempertahankan hidupnya sendiri, keluarganya, ataupun untuk memelihara atau merawat harta bendanya”.⁵ Dalam UUPK pasal 1 ayat (2) menyebutkan “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”. Berdasarkan pada pasal ini Dropsipher orang yang membeli untuk dijual lagi termasuk konsumen sekaligus penjual, Dropshiper masih mendapatkan perlindungan konsumen saat ia melakukan transaksi jual beli di marketplace.

UUPK harus disandingkan dengan bersama dasar hukum lain yaitu Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 juncto (jo) Undang- Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik (Peraturan Pemerinta No. 82 Tahun 2012) untuk memperkuat dan melengkapi perlindungan hak konsumen transaksi jual beli di Marketplace

Konsumen akhir adalah penggunaan atau pemanfaat akhir dari suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu

⁴ Soerjono Sukanto dan Sri Mamuji. 2001 dikutip dalam Naimah, *Sosiologi Hukum* (Cirebon: Nusa Litera Inspirasi, 2019), h. 90-91.

⁵ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2006), h. 7.

produk sebagai bagian dari proses produksi lainnya, ini seperti konsumen dalam marketplace yang membeli produk dari toko tertentu untuk digunakan sendiri.

Secara umum dikenal ada 4 (empat) hak dasar Konsumen, Yaitu⁶:

1. Hak untuk mendapatkan keamanan (*the Right to safety*);
2. Hak untuk mendapatkan Informasi (*the Right to be informed*)
3. Hak untuk memilih (*the Right to choose*)
4. Hak untuk di dengar (*the Right to be heard*)

Empat hal dasar ini diakui secara Internasional, dalam perkembangannya organisasi- organisasi konsumen yang tergabung dalam *The International Organization of Consumer Union (IOCU)* menambahkan beberapa hak, seperti hak mendapatkan pendidikan konsumen, hak mendapatkan ganti kerugian dan hak mendapatkan lingkungan hidup yang lebih baik dan sehat.⁷

Pasal 4 UUPK 1999, menyebutkan bahwa hak konsumen adalah:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/ atau jasa serta mendapatkan barang dan/ atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;

Apabila dibaca ketentuan yang berlaku di marketplace rata-rata sudah ada jaminan untuk barang atau jasa apakah sudah sesuai dengan deskripsi yang di informasikan pedagang atau pemilik toko, Contoh perlindungan konsumen dalam e-Commerce marketplace Shopee, tokopedia dan bukalapak dan Lazada ada garansi dimana konsumen dapat memeriksa barang yang dia beli apakah sudah sesuai dengan yang di pesan atau tidak apabila tidak sesuai maka boleh mengajukan pengembalian barang dan dana asalkan belum klik terima atau selesai.

3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ atau jasa;
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/jasa yang digunakan;
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/ atau penggantian, apabila barang dan/ atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;

⁶ Shidarta di kutip dalam Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2011), h. 30-31.

⁷ Shidarta, *Hukum Perlindungan konsumen Indonesia* (Jakarta: Grasindo, 2001), h. 20.

9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.
- Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum (UUPK pasal 2). Penjelasan pasal 2 Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional yaitu:
1. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan
 2. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil
 3. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual.
 4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
 5. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

3.2 Penyelesaian sengketa jual beli di Marketplace

Penyelesaian sengketa konsumen pada transaksi elektronik E-Commerce di Marketplace pada umumnya sama dengan penyelesaian sengketa konsumen pada umumnya, namun ada beberapa perbedaan diantaranya bukti yang diajukan sebagian besar berbentuk elektronik.

Perbedaan lainnya apabila sengketanya antara pemilik toko dan pembeli sebagian besar Marketplace opsi mediasi melalui fitur-fiturnya yang berbeda-beda tiap Marketplace, namun fitur market place belum ada yang memuat penyelesaian semisal ada sengketa antar pembeli atau penjual dengan pihak jasa kirim, karena tidak ada fitur chat yang terhubung dengan pihak jasa kirim.

Pasal 45 ayat (1) UUPK menyebutkan Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.

Dalam hal ini para pihak dalam marketplace yaitu marketplace tersebut, pemilik toko, pembeli jasa kirim, maupun jasa metode pembayaran bisa saling menggugat apabila di rugikan oleh pihak lain, dan tidak dapat di mediasi atau

diselesaikan dengan fitur yang tersedia dalam marketplace.

Sesuai ketentuan Pasal 45 ayat (2) UUPK Penyelesaian sengketa konsumen berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa dapat ditempuh melalui dua jalan yaitu pengadilan atau diluar pengadilan.

1) Penyelesaian melalui Pengadilan

Sesuai ketentuan pasal 46 UUPK bahwa Gugatan atas pelanggaran pelaku usaha dapat dilakukan oleh:

1. Seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan;
2. Sekelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama;
3. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu berbentuk badan hukum atau yayasan, yang dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah untuk kepentingan perlindungan konsumen dan telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya;
4. Pemerintah dan/atau instansi terkait apabila barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengakibatkan kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit.

Gugatan yang diajukan oleh sekelompok konsumen, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat atau pemerintah diajukan kepada peradilan umum Pasal 46 ayat (2) UUPK.

2) Penyelesaian diluar pengadilan

Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen (pasal 47 UUPK).

Penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat ini tidak menutup kemungkinan penyelesaian damai oleh para pihak yang bersengketa. Pada setiap tahap diusahakan untuk menggunakan penyelesaian damai oleh kedua belah pihak yang bersengketa, lebih lanjut dalam penjelasan pasal 45 ayat (2) UUPK Yang dimaksud dengan penyelesaian secara damai adalah penyelesaian yang dilakukan oleh kedua belah pihak yang bersengketa (pelaku usaha dan konsumen) tanpa melalui pengadilan atau badan penyelesaian sengketa konsumen dan tidak bertentangan dengan Undang-undang ini.

UUPK No. 8 Tahun 1999 pasal 33 menyebutkan (BPSK) Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPSK) mempunyai fungsi memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia.

Tahap penyelesaian sengketa oleh BPSK diatur oleh Keputusan

Menperindag No. 350/MPP/Kep/12/2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang BPSK, yaitu:

- a. Konsumen melakukan pengaduan kepada BPSK baik secara tertulis atau lisan tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- b. Terkait pengaduan ini, BPSK melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen;
- c. Penyelesaian sengketa konsumen wajib diselesaikan dalam waktu 21 hari kerja sejak permohonan diterima oleh Sekretariat BPSK. Penyelesaian sengketa melalui BPSK dilakukan melalui persidangan dengan cara **konsiliasi, mediasi** atau **arbitrase**.

Pasal 45 ayat (3) UUPK menyebutkan Penyelesaian sengketa di luar pengadilan tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana diatur dalam Undang-undan, lebih lanjut dijelaskan dalam ayat (4) Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.

D. SIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

1. Perlindungan hak konsumen jual beli melalui Marketplace dalam UUPK Hak konsumen dijamin oleh UUPK pasal 4 Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.
2. Penyelesaian sengketa jual beli melalui Marketplace dapat dilakukan dengan dua cara yaitu di Pengadilan dan di Luar pengadilan berdasarkan pasal 47 UUPK. Penyelesaian sengketa melalui BPSK dilakukan melalui persidangan dengan cara **konsiliasi, mediasi** atau **arbitrase**.

4.2 Saran

1. Bagi konsumen supaya membaca ketentuan yang berlaku di setiap marketplace karena kebijakan masing-masing marketplace tidak sama. Selain memperhatikan deskripsi produk secara teliti sehingga tidak ada salah persepsi yang menimbulkan kerugian.
2. Bagi marketplace harus memperhatikan keamanan akun Customer baik pedagang dan pembeli, selain itu harus selalu memperbarui kebijakan untuk mengatasi akun abal-abal dan upaya penipuan baik dari penjual maupun pembeli.
3. Bagi pemerintah supaya meningkatkan pengawasan dalam transaksi di Marketplace baik yang berupa jual beli maupun transaksi pinjam meminjam yang ada di marketplace, agar keamanan konsumen baik penjual maupun pembeli dapat terjamin sesuai amanah undang-undang.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Celina Tri Siwi Kristiyanti. 2011. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar

Grafika.

Janus Sidabalok. 2006. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Naimah. 2019. *Sosiologi Hukum*. Cirebon: Nusa Litera Inspirasi.

Shidarta. 2002. *Hukum Perlindungan konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo.

Soerjono Sukanto dan Sri Mamuji. 2001. *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*. Jakarta: Rajawali Press.

Jurnal:

Josua Purba, Rohaini, Dewi Septiana, *Penyelesaian Sengketa Online Marketplace Antara Penjual Dan Pembeli Melalui Online Dispute Resolution*. Pactum Law Journal. ISSN: 2615-7837. Vol 2 No. 01, 2018.

Internet:

<https://www.jurnal.id/id/blog/jenis-e-commerce-untuk-kembangkan-bisnis/>
diakses tanggal 27 Maret 2021

<https://nasional.kontan.co.id/news/ylki-catat-selama-pandemi-aktivitas-belanja-online-meningkat-hingga-30> diakses tanggal 27 Maret 2021