

TINJAUAN YURIDIS MENGENAI MARKETPLACE BERDASARKAN PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN DI INDONESIA

JURIDICAL REVIEW ON MARKETPLACE BASED ON INDONESIAN LAW AND LEGISLATION

Emmy Febriani Thalib

STMIK STIKOM Indonesia

email : emmy.febriani87@gmail.com

Ni Putu Suci Meinarni

STMIK STIKOM Indonesia

email : sucimeinarni@stiki-indonesia.ac.id

Abstract

Toward the digital era, the marketing system is also changing from the conventional market system to the digital market system. Digital marketing has been running actively in the past decade. This transformation process does not necessarily run smoothly. There is turmoil in the marketing world both in terms of ethics and regulation. Marketplace as a digital market system is the object of this research. The object of this research becomes interesting because it examines market / trade transactions that are exist in cyberspace. Potential problems arise not only between buyers and sellers but also with Marketplace owners themselves. To explore the system from the Marketplace from the regulatory side will be further studied in this study through case studies and related legislation. In addition to getting an overview of the regulations related to E-Commerce, this research received information about the protection of personal data.

Keywords: *Marketplace; E-Commerce; Digital Marketing*

Abstrak

Memasuki era digital, sistem pemasaran juga mengalami perubahan dari sistem pasar konvensional menuju sistem pasar digital. Pemasaran digital sudah berjalan secara aktif pada satu dekade terakhir. Proses transformasi ini tidak serta merta berjalan mulus. Terjadi gejolak dalam dunia pemasaran baik dari segi etika maupun regulasi. *Marketplace* sebagai sebuah sistem pasar digital merupakan objek dari penelitian ini. Objek penelitian ini menjadi menarik karena mengkaji tentang transaksi pasar/ perdagangan yang berada di dalam dunia maya. Potensi permasalahan yang muncul bukan hanya antara pembeli dengan penjual namun juga dengan pemilik *Marketplace* itu sendiri. Untuk menelusuri sistem dari *Marketplace* dari sisi regulasi akan dikaji lebih lanjut dalam penelitian ini melalui studi kasus dan peraturan perundang-undangan terkait. Selain mendapatkan gambaran umum mengenai regulasi terkait *E-Commerce*, penelitian ini mendapatkan informasi mengenai perlindungan data pribadi.

Kata kunci: *Marketplace; E-Commerce; Pemasaran Digital*

PENDAHULUAN

Seiring pesatnya perkembangan teknologi memberikan dampak kepada manusia dalam berbagai sektor, terutama ekonomi dan bisnis. Berbagai

efisiensi menjadi sebuah hasil dari inovasi dari waktu ke waktu. Salah satu yang begitu berkembang adalah *internet* dan *E-Commerce*.

Bicara tentang aspek ekonomi dalam penggunaan Internet, mau tak mau akan membahas *e-commerce* sebagai pemanfaatan internet untuk memfasilitasi transaksi bisnis bukan hanya pada memfasilitasi pada aspek informasi saja. “Pada 2014, nilai dari *e-commerce* Indonesia mencapai USD 12 Miliar. Kebanyakan berasal dari industri transportasi contohnya transaksi beli tiket online¹ dan Pada 2016 lalu transaksi paling besar berasal dari produk fesyen, yakni 42,6 %. I Nyoman Adhiarna, Head of Bussiness Policy and Regulation Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) mengungkapkan bahwa pemerintah memiliki target nilai transaksi *e-commerce* mencapai US\$ 130 miliar pada 2020.²

Selanjutnya, jika mengacu rilis studi “*e-conomy SEA: Unlocking the \$200 billion opportunity in Southeast Asia*” yang dipublikasikan Google tahun 2016, dapat diperoleh gambaran perkiraan sebaran nilai ekonomi digital Indonesia tahun 2020 sebagai berikut: *e-commerce* (*marketplace* dan *non-marketplace*) sebesar US\$ 85,2 miliar; dari hotel, tiket pesawat dan tiket kereta sebesar US\$ 45,4 miliar; transportasi online US\$ 10,4 miliar dan potensi dari media online (*gaming*, iklan, majalah dan surat kabar) US\$ 9,1 miliar³. Dari rilis studi tersebut menggambarkan potensi Indonesia sebagai negara yang besar. Indonesia memiliki potensi sebagai produsen mengingat sumber daya alam dan sumber daya manusia yang dimiliki, dan juga sekaligus memiliki potensi sebagai konsumen pasar digital.

Seiring dengan perkembangan jaman, sistem perekonomian pun juga mengalami perkembangan. Pasar yang merupakan tempat dimana para penjual dan pembeli bertemu, saat ini dapat terjadi di dunia digital tanpa harus bertatap muka secara langsung dengan memanfaatkan mekanisme pembayaran elektronik. Saat ini, para penjual dan pembeli dapat mengadakan transaksi jual beli baik barang ataupun jasa tanpa harus bertemu secara langsung disuatu tempat, namun hanya cukup dengan menggunakan telepon genggam dan internet.

E-Commerce secara eksplisit mengandung arti perdagangan atau transaksi yang dilakukan didalam dunia maya. Dalam *Springer Texts in Business and Economic*, mengklasifikasikan *E-commerce* secara umum dengan konsep kegiatan penjualan langsung maupun penjualan secara tidak langsung ke konsumen “*Aids understanding of this diversified field. In general, selling and buying electronically can be either business-to consumer (B2C) or business-to-business (B2B)*.”⁴ Pengertian ini menimbulkan arti bahwa transaksi bisnis dalam konteks *E-Commerce* dapat dilakukan dimanapun, kapanpun dan antara siapapun.

Di Indonesia, terutama potensi penjualan yang besar tersebut belum didukung dengan peraturan perundang-undangan yang memadai karena belum ada peraturan yang secara khusus diterbitkan untuk mengatur sektor *E-Commerce*. Hingga saat ini, hanya terdapat

¹ Kominfo, “Pemerintah Dorong Pertumbuhan E-Commerce”. https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/6020/Menkoinfo%3A+Pemerintah+Dorong+Pertumbuhan+e-Commerce+Indonesia/0/berita_satker, diakses tgl 7 Mei 2018.

² Kontan, Id., “Transaksi E-Commerce ditargetkan \$ 130 Milliar”. <http://industri.kontan.co.id/news/transaksi-e-commerce-ditargetkan-us-130-miliar>, diakses tgl 7 Mei 2018.

³ Katadata., “Bisnis Serba Digital”, <https://katadata.co.id/opini/2018/05/29/bisnis-serba-digital-4-bagaimana-strategi-monetasinya>, diakses tgl 2 Juni 2018.

⁴ E. Turban, King D., & Lee J., 2015, *Electronic Commerce 2002 – A Managerial Perspective*, Springer Texts in Business and Economic A Managerial and Social Networks Perspective, Eighth Edi. Switzerland: Springer International.

Rancangan Peraturan Pemerintah tentang *E-Commerce* (RPP *E-Commerce*)⁵ tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Selama rancangan peraturan tersebut belum disahkan, maka kerangka utama peraturan perundang-undangan terkait kegiatan *e-commerce* masih mengacu pada Undang-Undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Elektronik (UU ITE).

Permasalahan yang terjadi pada pembahasan mengenai *marketplace* ialah belum adanya peraturan spesifik yang mengatur *marketplace* itu sendiri. Ranah *marketplace* sangatlah luas, tidak hanya antara *web developer* dengan pemilik “pasar” atau pihak penyelenggara sistem elektronik namun juga para pihak yang terlibat pada mata rantai *supply* dan *demand* didalamnya. Pertumbuhan dunia revolusi industri yang masif dan dinamis menjadi tantangan dalam penyusunan regulasi yang lebih detail dan menyeluruh. Hal inilah yang menarik untuk dikaji dari *marketplace*.

PEMBAHASAN

Jenis-jenis *E-Commerce*

Dalam Rancangan Peraturan Pemerintah tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (RPP PMSE/*E-Commerce*) pengertian dari sistem elektronik adalah serangkaian perangkat dan prosedur elektronik yang berfungsi mempersiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan, dan/atau menyebarkan Informasi Elektronik⁶. Pengertian tersebut memberikan ruang lingkup bagi perdagangan elektronik (*e-commerce*) untuk menyelenggarakan kegiatan perdagangan dengan sebaik-baiknya berdasarkan atas asas keadilan, kepercayaan dan tanggung jawab.

E-Commerce adalah teknologi yang semakin hari semakin berkembang saat ini. definisi *E-Commerce* menurut Loudon⁷, *E-Commerce* adalah suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan computer sebagai perantara transaksi bisnis. Transaksi bisnis yang dimaksud transaksi elektronik, dimana pada rancangan Peraturan Pemerintah terkait Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya.⁸

Kegiatan *E-Commerce* mencakup banyak hal, untuk membedakannya *E-Commerce* dibedakan menjadi 2 berdasarkan karakteristiknya:⁹

1. *Business to Business*:

- a) *Trading Partners* yang sudah saling mengetahui dan antara mereka sudah terjalin hubungan yang berlangsung cukup lama.
- b) Pertukaran data dilakukan secara berulang-ulang dan berkala dengan format data yang telah disepakati bersama.

⁵ Kementerian Perdagangan, <http://ditjenpdn.kemendag.go.id/id/berita/regulasi/naskah-akademik-rancangan-peraturan-pemerintah-rpp-tentang-perdagangan-elektronik-e-commerce>, diakses pada 7 Juli 2018.

⁶ Rancangan Peraturan Pemerintah Tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik (RPP PMSE).

⁷ Kenneth C Laudon & Carol Guercio Traver, 2012, *E-Commerce Business Technology Society*, Prentice Hall.

⁸ *Loc.cit* RPP PMSE

⁹ Onno W Purbo & Aang Arif Wahyudi, 2009, *Mengenal E – Commerce*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta.

- c) Salah satu pelaku tidak harus menunggu rekan mereka lainnya untuk mengirimkan data.
- d) Model yang umum digunakan adalah *peer to peer*, di mana *Processing Intelligence*¹⁰ dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis.

2. *Business to Consumer:*

- a) Terbuka untuk umum, di mana informasi disebarakan secara umum pula.
- b) Pelayanan yang digunakan juga bersifat umum, sehingga dapat digunakan oleh orang banyak.
- c) Pelayanan yang digunakan berdasarkan permintaan.
- d) Sering dilakukan sistem pendekatan, *Client-Server*

Kriteria mengenai barang-barang yang diperjualbelikan melalui e-commerce juga diatur oleh pemerintah, namun tidak diatur secara rinci di dalam RPP PMSE, melainkan mengikuti ketentuan yang telah ada. Artinya, ketentuan terkait barang yang diperdagangkan di e-commerce akan mengikuti Peraturan Pemerintah Nomor 102 Tahun 2000 tentang Standardisasi Nasional serta Peraturan Menteri Perindustrian Nomor 29 Tahun 2017 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penghitungan Nilai Tingkat Komponen Dalam Negeri.¹¹

Definisi dan Sistem Jual Beli melalui *Marketplace*

Menurut Boris Wertz dan Angela Tran Kingyens, adalah “*An Marketplace is a type of e-commerce site that connects those looking to provide a product or service (sellers) with those looking to buy that product or service (buyers). These buyers and sellers may have had trouble finding each other before, and thus the marketplace creates efficiency in an otherwise inefficient market*”¹² yang diterjemahkan *Marketplace* di definisikan sebagai berikut “Sebuah *Marketplace* (pasar online) adalah jenis dari situs *e-commerce* yang menghubungkan bagi mereka para penyedia produk atau jasa (penjual) dengan mereka yang mencari untuk membeli produk atau layanan (pembeli). pembeli dan penjual ini mungkin memiliki kesulitan menemukan satu sama lain sebelumnya, dan dengan demikian *Marketplace* (pasar online) menciptakan efisiensi di pasar lainnya (*offline*) yang dianggap tidak efisien.

Dalam penelitian Mahir Pradana, *Marketplace* adalah model bisnis dimana website yang bersangkutan tidak hanya membantu mempromosikan barang dagangan saja, tapi juga memfasilitasi transaksi uang secara *online*. Seluruh transaksi online harus difasilitasi oleh website yang bersangkutan.¹³

Definisi *Marketplace system* menurut Albert Stucki, Marcella Jr. dan Carol¹⁴ sebagai “*The collection and use of personal information for marketing purposes*”. Dalam istilah tersebut, dapat dilihat bahwa definisi terkait Online Marketplace sebagai cara-cara mengkoleksi informasi pribadi secara online untuk tujuan bisnis.

¹⁰ Pengumpulan data secara sistematis untuk menganalisis langkah-langkah individu dalam proses bisnis atau alur kerja operasional dan proses ini dapat membantu organisasi mengidentifikasi hambatan dan meningkatkan efisiensi operasional.

¹¹ Nasional Kontan ID, RPP E-Commerce sedang difinalisasi, sebanyak 19 penyelenggara sudah sampaikan data, <https://nasional.kontan.co.id/news/rpp-e-commerce-sedang-difinalisasi-sebanyak-19-penyelenggara-sudah-sampaikan-data>, diakses pada 4 Mei 2019.

¹² Kingyens, B. W. A. T, *A Guide to marketplace, Marketplace-Handbook*. diambil dari <http://versionone.vc/wp-content/uploads/2015/11/Marketplace-Handbook-11-08-2015.pdf>. 2015, diakses pada 1 April 2018.

¹³ Mahir Pradana, *Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce Di Indonesia*, *Jurnal Trunojoyo*, Vol 9 No. 2 (2015). <http://journal.trunojoyo.ac.id/neo-bis/article/view/1271>, diakses pada 12 April 2018.

¹⁴ Albert Stucki, Marcella Jr. & Carol, *Handbook: guidelines, exposures, policy implementation, and international issue*. New Jersey: ohn Wiley & Sons, Inc.

Marketplace dapat digolongkan sebagai penyelenggara sistem elektronik dalam RPP PMSE. Penyelenggara sistem elektronik adalah setiap Orang, penyelenggara negara, badan usaha, dan masyarakat yang menyediakan, mengelola, dan/atau mengoperasikan sistem elektronik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama kepada pengguna sistem elektronik untuk keperluan dirinya dan/atau keperluan pihak lain¹⁵.

Jadi *Marketplace* merupakan sebuah tempat jual beli produk/jasa dimana penjual dan juga konsumen bertemu di dalam sebuah *website*. Di *website* ini pembeli akan menemukan produk/jasa dari beberapa penjual dari *tokoonline* yang berbeda. Setiap produk yang terdapat dalam *website* tersebut telah diberikan spesifikasi rincian dan penjelasan kondisi produknya masing-masing.

Peraturan Hukum terkait *Marketplace* di Indonesia

Beberapa tahun terakhir hadirnya berbagai sarana jual beli *online* seperti OLX, Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak telah membantu masyarakat Indonesia untuk mengenal transaksi jual beli yang dilakukan secara *online*. Seperti yang Anda ketahui, keempat sarana tersebut hadir dalam bentuk *website* dan juga aplikasi ponsel. Platform mereka terdiri dari berbagai penjual, sehingga mereka pun bisa menawarkan berbagai barang kepada konsumen sekaligus hanya dalam satu tempat saja. Media seperti inilah yang disebut sebagai *Marketplace*.

Marketplace merupakan bagian dari aktivitas transaksi *E-Commerce*, regulasi yang mengatur aktivitas tersebut adalah antara lain termuat dalam Undang-Undang Nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), serta Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen, serta peraturan terbaru tentang *E-Commerce* adalah Peraturan Pemerintah Nomor 28 tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Dengan dua regulasi hukum tersebut Kemenkominfo dapat melakukan pendaftaran dan pendataan bagi pelaku usaha *E-Commerce* melalui serangkaian proses *profiling* dan *report database* agar konsumen terhindar dari penipuan yang dilakukan oknum yang tidak bertanggung jawab.

Proses pendaftaran yang wajib dilakukan oleh penyelenggara sistem elektronik diatur pada Pasal 5 RPP PMSE, dengan beberapa poin penting sebagai berikut:

- Penyelenggara Sistem Elektronik untuk pelayanan publik wajib melakukan pendaftaran.
- Penyelenggara Sistem Elektronik untuk pelayanan publik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi:
 - Pelayanan publik yang dimaksud adalah seluruh penyelenggara sistem elektronik termasuk instansi, instansi pengawas, instansi pengatur maupun badan hukum privat yang memberikan pelayanan publik di internet.
- Penyelenggara Sistem Elektronik untuk non pelayanan publik juga dapat melakukan pendaftaran.
- Kewajiban pendaftaran bagi Penyelenggara Sistem Elektronik untuk pelayanan publik harus dilakukan sebelum Sistem Elektronik mulai digunakan publik.
- Pendaftaran tersebut diajukan kepada Menteri, dalam hal ini yang berwenang adalah Menkominfo dan Menteri dapat berkoordinasi dengan Instansi Pengawas dan Pengatur Sektor.
- Pelaksanaan pendaftaran, Menteri menerapkan sistem penggunaan data secara bersama (data sharing) dan terintegrasi secara elektronik (online).
- Ketentuan lebih lanjut mengenai pelaksanaan pendaftaran dalam Peraturan Menteri.

¹⁵ RPP PMSE

Dalam Pasal 65 (ayat 1), UU Perdagangan diatur bahwa setiap pelaku usaha yang memperdagangkan Barang dan atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data dan atau informasi secara lengkap dan benar.¹⁶ Setiap pelaku usaha dilarang memperdagangkan Barang dan atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data dan atau informasi dan penggunaan sistem elektronik tersebut wajib memenuhi ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Ini berarti hak bagi konsumen adalah kewajiban yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha. Demikian pula dengan kewajiban konsumen merupakan hak yang akan diterima pelaku usaha. Jika dibandingkan, UU Perdagangan dengan UU Perlindungan Konsumen terdapat kesamaan dalam hal tanggung jawab pelaku usaha. Karena dalam Undang-Undang perlindungan konsumen, pelaku usaha selain harus melakukan kegiatan usaha dengan itikad baik, ia juga harus mampu menciptakan iklim usaha yang kondusif, tanpa persaingan yang curang antar pelaku usaha.¹⁷

Definisi perdagangan melalui sistem elektronik berdasarkan UU Perdagangan sebagai perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik. Setiap pelaku usaha yang memperdagangkan Barang dan atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak menyediakan data dan atau informasi secara lengkap dan benar akan dikenai sanksi administratif berupa pencabutan izin. Jenis pelaku usaha Perdagangan melalui sistem elektronik meliputi pedagang (*merchant*) dan Penyelenggara Perdagangan Secara Elektronik (PPSE), terdiri atas Penyelenggara Komunikasi Elektronik, Iklan Elektronik, penawaran elektronik, Penyelenggara sistem aplikasi Transaksi Elektronik, Penyelenggara jasa dan sistem aplikasi pembayaran dan Penyelenggara jasa dan sistem aplikasi pengiriman barang.

Bentuk perusahaan perdagangan melalui sistem elektronik dapat berbentuk orang perseorangan atau berbadan hukum. Pelaku usaha wajib melakukan pendaftaran dan memenuhi ketentuan teknis dari instansi yang terkait. Setiap pelaku usaha harus memiliki dan mendeklarasikan etika bisnis (*business conduct atau code of practices*). Pelaku usaha dilarang mewajibkan konsumen untuk membayar produk yang dikirim tanpa adanya kesepakatan terlebih dahulu (*inertia selling*). Informasi atau dokumen elektronik dapat digunakan sebagai suatu alat bukti. Informasi atau dokumen elektronik memiliki nilai kekuatan hukum yang sama dengan akta otentik.

Perihal kontrak elektronik, kontrak perdagangan elektronik sah ketika terdapat kesepakatan para pihak. Kontrak Perdagangan Elektronik paling sedikit harus memuat identitas para pihak, spesifikasi barang dan atau jasa yang disepakati, legalitas barang dan atau jasa, nilai transaksi perdagangan, persyaratan dan jangka waktu pembayaran, prosedur operasional pengiriman barang dan atau jasa, dan prosedur pengembalian barang dan atau jika terjadi ketidaksesuaian.

Kontrak Perdagangan Elektronik dapat menggunakan tanda tangan elektronik dan harus dibuat dalam bahasa Indonesia. Kontrak Perdagangan Elektronik harus disimpan dalam jangka waktu tertentu.¹⁸ Terkait pajak, transaksi perdagangan secara elektronik dikenakan pajak sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pelaku Usaha yang menawarkan secara elektronik kepada Konsumen Indonesia wajib tunduk pada

¹⁶ Undang-undang No 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.

¹⁷ Asri, Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Pangan Yang Tidak Bersertifikat Halal, Jurnal IUS Kajian Hukum dan Keadilan, Volume 4 Nomor 2 2016.

¹⁸ Direktorat Jendral Pajak, PPSE wajib membuat sistem yang memungkinkan penyimpanan kontrak elektronik, <http://www.pajak.go.id/content/e-commerce-di-indonesia-sudah-diatur-dalam-uu-perdagangan>, diakses tgl 21 Januari 2019.

ketentuan perpajakan Indonesia karena dianggap memenuhi kehadiran secara fisik dan melakukan kegiatan usaha secara tetap di Indonesia.

Aturan khusus soal *e-commerce* merupakan bagian dari turunan UU Perdagangan dan peta jalan *e-commerce* Indonesia. Terdapat tujuh hal yang menjadi fokus utama antara lain persoalan pendanaan, perpajakan, perlindungan konsumen, pendidikan dan SDM, infrastruktur komunikasi, logistik dan keamanan siber.

Dalam rangka memberikan kepastian terkait aspek perpajakan bagi pelaku usaha yang melaksanakan kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik, Pemerintah melalui Menteri Keuangan telah menerbitkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan atas Transaksi Perdagangan melalui Sistem Elektronik yang akan mulai berlaku per 1 April 2019.¹⁹

Adapun beberapa pengaturan tentang *E-Commerce* selain yang telah disebutkan diatas:

- a) Peraturan Pemerintah Nomor 82 tahun 2012 tentang penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik.
- b) Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan praktek Monopoli dan Persaingan usaha sehat.
- c) Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2014 Tentang Daftar Bidang Usaha yang tertutup dan Bidang Usaha yang Terbuka dengan Persyaratan di Bidang Penanaman Modal
- d) Peraturan Bank Indonesia Nomor 8/26 PBI tahun 2016 tentang Kegiatan Usaha Pengiriman Uang
- e) Peraturan Bank Indonesia Nomor 14/2/PBI/2012 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Alat Pembayaran Dengan Menggunakan Kartu;
- f) Peraturan Bank Indonesia Nomor 14/23/PBI/2012 tentang Transfer Dana
- g) Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/8/PBI/2014 tentang Perubahan atas peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 Tentang Uang Elektronik.
- h) Peraturan OJK Nomor 1 /POJK.07/2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan.

Potensi Kerugian Bagi Konsumen dalam Marketplace serta Perlindungan Hukumnya

Saat ini Marketplace merupakan salah satu metode penjualan yang banyak diminati. Sebagai contoh, dalam sebuah penelitian terkait pemasaran hasil pertanian, model pemasaran ini dapat dijadikan alternatif oleh petani, sebagai media promosi, komunikasi dan informasi serta dapat memotong rantai distribusi pemasaran hasil pertanian, dan juga memperluas jalur pemasaran hasil pertanian sehingga dapat meningkatkan permintaan produksi.²⁰

Dalam sebuah sistem *e-commerce* setidaknya terdapat 4 komponen yang diperlukan dalam transaksi *online* :

1. Store/Marketplace
2. Penjual dan Pembeli
3. *Payment Gateway*
4. Jasa Pengiriman

¹⁹ Tribun Jogja., Siap-siap, Perpajakan e-Commerce Resmi Berlaku 1 April 2019, <http://jogja.tribun-news.com/2019/01/14/siap-siap-perpajakan-e-commerce-resmi-berlaku-1-april-2019>, diakses tgl 4 Januari 2019

²⁰ Deni Apriadi., 2017, E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian, Jurnal Resti (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi), vol 1 no. 2, Agustus 2017.

Marketplace menyediakan sarana aktifitas belanja secara online dimana memuat berbagai layanan untuk mempermudah konsumen online. Secara umum, seluruh perusahaan *Marketplace* tidak menjual produknya sendiri, mereka hanya menyediakan fasilitas dan sistem bertransaksi antara penjual dan pembeli. Disisi lain layanan yang mempermudah tersebut terdapat memberikan potensi ancaman bagi konsumen online terutama terkait dengan data pribadi dan privasi konsumen online tersebut.

Data-data pribadi seperti nomor *handphone*, *email*, hingga yang paling sensitif seperti jejak data kartu kredit masih menjadi risiko bagi pegiat belanja *online*. Setiap toko *online* memang menampilkan ketentuan data privasi, dan biasanya ada komitmen untuk menjaga data konsumen. Namun, sering kali terdapat pengecualian seperti contoh yang terekam dalam ketentuan kebijakan privasi di *marketplace* Tokopedia.²¹

“Setiap informasi/data Pengguna yang disampaikan kepada Tokopedia dan/atau yang dikumpulkan oleh Tokopedia dilindungi dengan upaya sebaik mungkin oleh perangkat keamanan teruji, yang digunakan oleh Tokopedia secara elektronik. Meskipun demikian, Tokopedia tidak menjamin kerahasiaan informasi yang Pengguna sampaikan tersebut, dalam kondisi adanya pihak-pihak lain yang mengambil atau mempergunakan informasi Pengguna dengan melawan hukum serta tanpa izin Tokopedia.”

Terdapat pula potensi permasalahan pemanfaatan data pribadi para konsumen seperti berbagai pelacakan transaksi online konsumen untuk berbagai keperluan. Dibeberapa negara, isu yang terkait dengan privasi serta pengaturan mengenai privasi telah mulai berkembang sebagai hukum positif dengan sanksi yang sangat tegas untuk melindungi hak warga negaranya.

Sekitar pertengahan tahun 2018 kemarin Facebook menjadi ramai diperbincangkan lantaran adanya isu pencurian data oleh Cambridge Analytica,²² kini kasus serupa kembali mencuat ke permukaan. Layanan jejaring sosial ini Di pertengahan September 2018 kemarin, Facebook mengumumkan bahwa sekitar 30 juta penggunanya menjadi korban. Informasi pribadi seperti nama, alamat email, nomor telepon, dan sederet data personal lainnya menjadi objek sasaran.

Berbelanja secara online berarti memberikan dan memercayakan data pribadi pada *website* tersebut. Semakin banyak *marketplace* yang digunakan, berarti sama saja dengan menyebar data pribadi di segala tempat. Sehingga konsumen harus benar-benar memerhatikan dan mewaspadaai hal ini. Perlindungan Data Pribadi (PDP) yang mengatur privasi warga negara Indonesia, menurut Deputy Direktur Riset Lembaga Studi dan Advokasi Masyarakat (ELSAM), Wahyudi Djafar, masih tumpang tindih dengan peraturan lainnya.²³ Peraturan soal perlindungan data pribadi bukannya tak ada di Indonesia. Jaminan perlindungan tersebut tertuang ke dalam sekitar 30 undang-undang bersifat sektoral. Perkembangan teknologi yang semakin meningkat menimbulkan sejumlah tantangan baru. Tantangan tersebut dirasakan sektor perbankan, kesehatan, transaksi perdagangan, bahkan transportasi online. Namun secara detail tidak mungkin diatur dalam RUU PDP, aturan sektoral masih dibutuhkan. Misalnya untuk mengatur perbankan, regulasinya akan diatur oleh Bank Indonesia atau Otoritas Jasa Keuangan, dan lain sebagainya. Dengan adanya undang-undang tersebut, pengumpulan,

²¹ Tirto.id., Belanja Online dan Hak-hak yang Terabaikan, <https://tirto.id/belanja-online-dan-hak-hak-yang-terabaikan-b9u4>, diakses tgl 25 Januari 2018.

²² IDN Times, Pencurian Data Facebook Terjadi Lagi, Cek Apakah Kamu Jadi Korbannya!, <https://www.idntimes.com/tech/trend/shelly-salfatira/facebook-mengalami-pencurian-data-lagi-apakah-kamu-termasuk-korbannya/full>, diakses 20 Desember 2018.

²³ Viva, Perlindungan Data Pribadi., <https://www.viva.co.id/digital/digilife/1105131-perlindungan-data-pribadi-di-di-indonesia-masih-belum-jelas>, diakses tgl 30 Januari 2019.

penyimpanan, hingga pemanfaatan data pribadi akan diatur agar bisa melindungi hak privasi seseorang. RUU PDP harus dirancang untuk menjadi payung perlindungan data pribadi yang tersebar di beberapa peraturan perundang-undangan tersebut.

“Prinsip dan keseluruhan hal-hal yang sifatnya mendasar terkait dengan hak dan kewajiban subjek data, lalu hak dari si pemilik data itu diatur dalam UU PDP, termasuk kewajiban data controller (pengelola data), data processor (pemroses data),” papar Wahyudi.²⁴

Indonesia telah memiliki aturan tentang Perlindungan Data Pribadi namun masih berbentuk Peraturan Menteri,²⁵ hal ini belumlah cukup mengingat bahwa didalam Permen tersebut tidak mencakup sanksi yang tegas atas penyalahgunaan yang terjadi. Kemudian jika terjadi kebocoran atau penyalahgunaan data, bagaimana mekanisme komplainnya, bagaimana notifikasinya, seperti apa pemulihannya itu yang harus diatur di dalam UU PDP, sehingga aturan-aturan yang sektoral itu juga harus merujuk ke dalam prinsip-prinsip yang ada dalam Undang Undang. Terkait yuridiksi, pilihan hukum dan forum penyelesaian sengketa ditentukan oleh para pihak dan atau mengikuti kaedah dalam hukum perdagangan internasional. Atas transaksi antara pelaku usaha asing dengan konsumen Indonesia dan antara pelaku usaha asing dengan pemerintah Indonesia, berlaku hukum perlindungan Indonesia.

Di kawasan ASEAN, banyak negara telah mengadopsi dan memiliki peraturan tentang Perlindungan Data Pribadi. Seperti Malaysia, yang memiliki peraturan tentang Perlindungan Data Pribadi sejak 2010²⁶, Komisi Perlindungan Data Pribadi telah dibentuk. Negara-negara lain telah memiliki peraturan tentang Perlindungan Data Warga mereka karena Australia telah menetapkan Undang-Undang Privasi pada tahun 1988, sementara Singapura telah menetapkan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi pada tahun 2012.

Uni Eropa memiliki Peraturan Perlindungan Data Umum (General Data Protection Regulation/GDPR) yang telah menerapkan aturan perlindungan data pribadi pada 25 Mei 2018. Regulasi Perlindungan Data (*Data Protection Regulation*) adalah regulasi dalam hukum Uni Eropa (UE) yang mengatur perlindungan data pribadi di dalam maupun di luar UE. Regulasi perlindungan data terbaru yang diadopsi UE adalah Regulasi Umum Perlindungan Data (GDPR) Regulasi (EU) 2016/679 tanggal 27 April 2016. Regulasi ini dilandasi oleh Piagam Hak Asasi Uni Eropa yang menetapkan bahwa warga UE memiliki hak untuk melindungi data pribadi mereka. GDPR menstandarisasi undang-undang perlindungan data di semua negara UE dan menerapkan aturan baru yang ketat untuk mengendalikan dan memproses informasi identitas pribadi. Regulasi ini juga memperluas perlindungan data pribadi dan hak perlindungan data dengan memberikan kendali kembali ke penduduk UE. GDPR mengatur perorangan, perusahaan atau organisasi yang memproses data pribadi individu di UE, dan GDPR menggantikan Direktif Perlindungan Data UE 1995

Negara Jepang memiliki 2 peraturan tentang masalah ini, yaitu Undang-Undang tentang Perlindungan Informasi Pribadi tentang perlindungan informasi pribadi di sektor swasta dan Undang-Undang tentang Penggunaan Angka untuk Mengidentifikasi Individu Khusus dalam Prosedur Administrasi dalam prosedur administrasi sektor publik. Jepang juga memiliki komisi khusus, Komisi Perlindungan Informasi Pribadi Jepang, yang bertugas melindungi hak dan kepentingan individu ketika memasukkan

²⁴ BBC Indonesia., <https://www.bbc.com/indonesia/majalah-46633652>, diakses tgl 30 Januari 2019.

²⁵ Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi.

²⁶ The Malaysian Personal Data Protection Act Number 709 Year 2010.

data pribadi. Korea Selatan juga memiliki peraturan tentang perlindungan data pribadi, yaitu Undang-Undang Perlindungan Informasi Pribadi (PIPA). individu Korea dengan Komisi Perlindungan Informasi Pribadi (PIPC) khusus yang bertugas melindungi hak-hak privasi individu dengan meninjau dan menyelesaikan kebijakan yang terkait dengan data pribadi, mengoordinasikan perbedaan antara lembaga negara dalam memproses data pribadi, sehingga privasi informasi data dan hak keamanan tetap terjaga.

Masalah lain yang menjadi potensi untuk merugikan konsumen adalah diskon yang belum tentu terbukti sesuai kenyataan, juga persoalan keaslian dan standar wajib produk, kualitas barang yang tak sesuai dengan yang dijanjikan penjual, dan masih banyak masalah lain. Belum lagi persoalan sengketa atau penipuan yang melibatkan *e-commerce* di luar negeri. Kesemuanya itu menempatkan konsumen pada posisi yang sangat lemah.

SIMPULAN

Marketplace merupakan bagian dari aktivitas transaksi *E-Commerce*, diatur dalam berbagai peraturanyang termuat dalam UU Nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan, UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE),serta Undang Undang Perlindungan Konsumen, di dalam regulasi nasional saat ini pula terdapat PP Nomor 28 tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Potensi ancaman yang dapat merugikan konsumen pengguna Marketplace antara lain diskon yang belum tentu terbukti sesuai kenyataan, juga persoalan keaslian dan standar wajib produk, kualitas barang yang tak sesuai dengan yang dijanjikan penjual, terutama masalah kebocoran atau penyalahgunaan data pribadi. Sampai saat ini jaminan perlindungan atas data pribadi masih hanya diatur dalam Peraturan Menteri dan tertuang ke dalam sekitar 30 undang-undang bersifat sectoral.

Para ahli di berbagai sektor harus bekerja sama dengan pemerintah Indonesia untuk mendorong dan menghasilkan undang-undang tentang *E-Commerce* yang komprehensif. Proses harmonisasi harus segera dilakukan dan harus lebih ketat agar tidak terjadi multitafsir. Warga negara juga perlu dididik tentang privasi digital untuk memahami potensi risiko yang ada dan meminimalisir untuk dapat mengekspose data-data pribadi mereka dalam sarana *Marketplace*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Albert Stucki, Marcella Jr. & Carol, (2003), *Handbook: guidelines, exposures, policy implementation, and international issue*. New Jersey: ohn Wiley & Sons,Inc.
- E. Turban, King D., & Lee J., (2015), *Electronic Commerce 2002 – A Managerial Perspective*, Springer Texts in Business and Economic A Managerial and Social Networks Perspective, Eighth Edi. Switzerland: Springer International.
- Kenneth C Laudon & Carol Guercio Traver, (2012), *E-Commerce Business Technology Society*, Prentice Hall.
- Onno W Purbo & Aang Arif Wahyudi, (2009), *Mengenal E – Commerce*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta.

Journal dan karya ilmiah lain

- Asri, (2016), Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Pangan Yang Tidak Bersertifikat Halal, Jurnal IUS Kajian Hukum dan Keadilan, Volume 4

Nomor 2.

Mahir Pradana, (2015), *Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce Di Indonesia. Jurnal Trunojoyo*, Vol 9 No. 2

Deni Apriadi, *E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian, Jurnal Resti (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)*, vol 1 no. 2, Agustus 2017

Website

BBC Indonesia, <https://www.bbc.com/indonesia/majalah-46633652>, diakses tgl 30 Januari 2019.

IDN Times, Pencurian Data Facebook Terjadi Lagi, Cek Apakah Kamu Jadi Korbannya!, <https://www.idntimes.com/tech/trend/shelly-salfatira/facebook-mengalami-pencurian-data-lagi-apakah-kamu-termasuk-korbannya/full>, diakses 20 Desember 2018.

Katadata, “Bisnis Serba Digital”, <https://katadata.co.id/opini/2018/05/29/bisnis-serba-digital-4-bagaimana-strategi-monetasinya>, diakses tgl 2 Juni 2018.

Kementerian Perdagangan, <http://ditjenpdn.kemendag.go.id/id/berita/regulasi/naskah-akademik-rancangan-peraturan-pemerintah-rpp-tentang-perdagangan-elektronis-e-commerce>, diakses pada 7 Juli 2018.

Kingyens, B. W. A. T, *A Guide to marketplace, Marketplace-Handbook*. diambil dari <http://versionone.vc/wp-content/uploads/2015/11/Marketplace-Handbook-11-08-2015.pdf>. 2015, diakses pada 1 April 2018.

Kominfo, “Pemerintah Dorong Pertumbuhan E-Commerce”. https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/6020/Menkoinfo%3A+Pemerintah+Dorong+Pertumbuhan+e-Commerce+Indonesia/0/berita_satker, diakses tgl 7 Mei 2018.

KontanId, “Transaksi E-Commerce ditargetkan \$ 130 Milliar”. <http://industri.kontan.co.id/news/transaksi-e-commerce-ditargetkan-us-130-miliar> , diakses tgl 7 Mei 2018.

Mahir Pradana., *Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce Di Indonesia. Jurnal Trunojoyo*, Vol 9 No. 2 (2015). <http://journal.trunojoyo.ac.id/neo-bis/article/view/1271>, diakses pada 12 April 2018.

Nasional Kontan ID, RPP E-Commerce sedang difinalisasi, sebanyak 19 penyelenggara sudah sampaikan data, <https://nasional.kontan.co.id/news/rpp-e-commerce-sedang-difinalisasi-sebanyak-19-penyelenggara-sudah-sampaikan-data>, diakses tgl 4 Mei 2019.

Pajak, *PPSE wajib membuat sistem yang memungkinkan penyimpanan kontrak elektronik*, <http://www.pajak.go.id/content/e-commerce-di-indonesia-sudah-diatur-dalam-uu-perdagangan>, diakses tgl 21 Januari 2019.

Tirto.id., *Belanja Online dan Hak-hak yang Terabaikan*, <https://tirto.id/belanja-online-dan-hak-hak-yang-terabaikan-b9u4>, diakses tgl 25 Januari 2018.

Tribun Jogja., *Siap-siap, Perpajakan e-Commerce Resmi Berlaku 1 April 2019*, <http://jogja.tribunnews.com/2019/01/14/siap-siap-perpajakan-e-commerce-resmi-berlaku-1-april-2019>, diakses tgl 4 Januari 2019

Viva, *Perlindungan Data Pribadi*, <https://www.viva.co.id/digital/digilife/1105131-perlindungan-data-pribadi-di-indonesia-masih-belum-jelas>, diakses tgl 30 Januari 2019.

Peraturan Perundang-undangan

Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi.

Rancangan Peraturan Pemerintah tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik.

The Malaysian Personal Data Protection Act Number 709 Year 2010

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Undang-undang No 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan