

PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP TRANSAKSI JUAL BELI MYSTERY BOX PADA SITUS E- MARKETPLACE

Komang Ratna Triartiwi, Fakultas Hukum Universitas Udayana, e-mail:

ratnatriartiwi7@gmail.com

I Made Dedy Priyanto, Fakultas Hukum Universitas Udayana,

e-mail: dedy_priyanto@unud.ac.id

ABSTRAK

Tujuan studi ini ialah mengkaji keabsahan transaksi jual beli mystery box pada situs e-marketplace dari aspek hukum perjanjian yang berlaku di Indonesia dan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam transaksi jual beli aksi jual beli mystery box pada situs e-marketplace. Penulis menggunakan metode penelitian hukum normatif. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa Jika dikaitkan dengan syarat subjektif perjanjian khususnya perihal adanya kesepakatan, maka dalam transaksi jual beli mystery box melalui perdagangan elektronik (e-marketplace), konsumen berada pada posisi yang lemah akibat penerapan perjanjian baku yang sudah ditetapkan oleh pelaku usaha. Transaksi jual beli mystery box yang terjadi pada perdagangan elektronik tidak memenuhi syarat suatu hal tertentu sebagai syarat objektif perjanjian. Konsumen sebagai pihak yang membeli mystery box tentu tidak mengetahui secara pasti mengenai barang apa yang terdapat di dalam mystery box tersebut. Dengan demikian, maka tidak dipenuhinya syarat subjektif dan syarat objektif transaksi elektronik mengakibatkan tidak sahnya transaksi mystery box sebagaimana telah diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019. Adapun upaya perlindungan konsumen terhadap adanya klausula baku dalam transaksi jual beli mystery box di e-marketplace khususnya berkaitan dengan klausula eksonerasi berdasar pada ketentuan Pasal 45 ayat (1) UUPK dapat diketahui bahwa “penyelesaian sengketa terhadap pencantuman klausula eksonerasi pada perjanjian jual beli berdasarkan Pasal 52 huruf a UUPK adalah melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)”.

Kata Kunci: E-marketplace, Mystery Box, Perlindungan Konsumen.

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the validity of mystery box buying and selling transactions on the e-marketplace site from the legal aspects of the agreement that applies in Indonesia and the legal protection provided to consumers in buying and selling mystery box buying and selling transactions on the e-marketplace site. The author uses normative legal research methods. The results of the study, if you have certain subjective conditions, agreement agreements, then in mystery box buying and selling transactions through electronic commerce (e-marketplace), consumers are in a weak position due to the application of standard agreements set by business actors. Mystery box sale and purchase transactions that occur in electronic trading do not meet certain conditions as an objective condition of the agreement. Consumers as the party who bought the mystery box certainly do not know for sure what items are contained in the mystery box. Thus, it will not meet the objective and objective requirements of electronic transactions resulting in the invalidity of mystery transactions as regulated in Government Regulation Number 71 of 2019. As for consumer protection efforts against the existence of standard clauses in mystery box buying and selling transactions on e-marketplaces, especially with clauses exoneration based on the provisions of Article 45 paragraph (1) of the UUPK it can be seen that the settlement of disputes regarding the inclusion of an exoneration clause in the sale and purchase agreement based on Article 52 letter a of the UUPK is through the Consumer Dispute Settlement Agency (BPSK).

Keywords: E-marketplace, Mystery Box, Consumer Protection.

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah

Kemajuan pengetahuan dewasa ini mengarah pada upaya pembaharuan teknologi informasi dan telekomunikasi menjadi semakin cepat dan efisien, salah satu progresifitas keilmuan, informasi dan telekomunikasi yang paling berpengaruh bagi kelangsungan hidup manusia dalam dekade terakhir adalah keberadaan internet. Internet dalam sektor bisnis memberikan kesempatan perdagangan/*trade* dapat berlangsung secara bebas dan hampir tanpa batas, melampaui batas territorial, ras, kebangsaan, bahkan usia. Pada keadaan demikian, dimana batas-batas tersebut semakin kabur dan pada sisi lainnya menjadikan tantangan dalam bidang hukum yang harus dapat mengimbangi perkembangan teknologi tersebut. Tantangan demikian dapat dilihat dengan memperhatikan dengan seksama bagaimana dampak dari berkembangnya pasar elektronik (*e-marketplace*) yang berjalan beriringan dengan pesatnya kemajuan teknologi tersebut, yang menimbulkan pula probabilitas sengketa hubungan para pihak di dalam *e-marketplace*.

Perkembangan model perdagangan saat ini dan menjamurnya toko online sedikit banyak akan mempengaruhi persaingan komersial situs web perdagangan tersebut. Agar tidak kehilangan pembeli dan tenggelam dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, situs jual beli media online ini harus menggunakan metode pemasaran yang kreatif. Baru-baru ini, di situs jual beli online, sering ditemukan bahwa pembeli yang membeli produk tidak tahu apa yang akan mereka beli. Penjual hanya akan memberikan informasi tentang jenis produk yang mereka jual. Pada prakteknya, transaksi tersebut dikenal dengan sebutan *mystery box*, yang hingga saat ini penjualannya semakin masih di beragam situs perdagangan online.

Barang dan harga *mystery box* yang dijual secara online sangat beragam, bergantung pada jenis barang yang akan diperoleh konsumen. Penjual hanya mencantumkan penjelasan singkat mengenai jenis barang yang dijual. Misalnya, penjual hanya menerangkan bahwa barang yang dijual adalah "buku" tanpa merinci lebih lanjut buku apa yang dijual. Kondisi yang demikian tentunya akan menimbulkan ketidakjelasan bagi calon pembeli mengenai buku yang ditawarkan tersebut baik mengenai judul buku maupun penulis buku yang bersangkutan.

Proses jual beli baik secara daring maupun luring tentunya tidak terlepas dari adanya perjanjian antara penjual dan pembeli yang kemudian menimbulkan hak dan kewajiban di antara mereka. Di Indonesia, syarat sahnya perjanjian secara konvensional tunduk pada ketentuan Pasal 1320 KUHPerdara sedangkan perjanjian elektronik tunduk pada ketentuan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 (UU ITE) dan peraturan pelaksanaannya. Transaksi elektronik dianggap sah apabila memenuhi 4 (empat) syarat yaitu tercapainya kesepakatan, para pihak yang mengadakan perjanjian merupakan pihak yang cakap secara hukum atau pihak yang mempunyai wewenang berdasarkan ketentuan undang-undang, objek yang diperjanjikan jelas, dan objek perjanjian tidak bertentangan dengan hukum, kepatutan, dan kesusilaan. Berdasar pada ketentuan tersebut maka menarik untuk dikaji terkait keabsahan perjanjian yang tercipta pada kegiatan jual-beli *mystery box* di *e-marketplace* saat ini. Mengingat terdapat berbaagai persoalan dalam metode jual beli *mystery box* saat ini, sebagaimana dilaporkan oleh Detik.com bahwa terdapat kasus ketidaksesuaian terhadap barang atau produk yang ditawarkan dengan produk yang

diterima konsumen pada promo mystery box pada salah satu situs e-commerce tertentu. Terlebih lagi terdapat ketentuan bahwa dalam pembelian mystery box tidak tersedia upaya pengembalian bayarang yang tidak sesuai, sehingga keadaan demikian sangat merugikan konsumen.¹ Senada dengan hal tersebut, sebagaimana diwartakan melalui Sindonews.com bahwa secara sederhana konsep transaksi mystery box pada situs e-marketplace tidak berbeda dengan konsep transaksi jual beli pada umumnya, yakni pembeli memberikan sejumlah uang, lalu menerima barang yang benar-benar misterius atau tidak terduga dari penjual. *Trend mystery box* sejatinya sudah ramai sejak tahun 2017 di Amerika Serikat, kecenderungan pembelian mystery box di Indonesia juga dipengaruhi oleh maraknya ulasan mengenai barang-barang yang menarik dari pembelian mystery box di berbagai situs media sosial. Sebagaimana diwartakan Sindonews.com, bahwa perusahaan Gramedia Pustaka Utama juga pernah menawarkan produk mystery box dengan menawarkan buku-buku secara acak, bahkan Toko Respiro yang menjual berbagai produk konveksi pernah menjual paket mystery box senilai Rp.10.500.000,00, namun tidak sedikit pula penjuwa di berbagai platform e-marketplace yang menawarkan paket mystery box dengan harga mulai dari puluhan ribu hingga jutaan rupiah, namun menariknya bahwa terdapat kecenderungan dari penjual mystery box untuk mencantumkan ketentuan bahwa pembeli tidak dapat melakukan komplain maupun pengembalian barang apabila barang yang diterima tidak sesuai.² Berdasar pada bangunan argumentasi tersebut, penulis hendak mengkaji terkait upaya hukum yang dapat ditempuh terkait jual beli mystery box pada situs e-marketplace di Indonesia dengan judul “**Upaya Perlindungan Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Mystery Box Pada Situs E-marketplace**”

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana keabsahan transaksi jual beli *mystery box* pada situs *e-commerce*?
2. Bagaimana perlindungan hukum konsumen dalam transaksi jual beli *mystery box* pada situs *e-commerce*?

1.3. Tujuan Penulisan

Penulisan ini memiliki tujuan, *pertama* menganalisis dan memahami bagaimana keabsahan transaksi jual beli *mystery box* pada situs *e-marketplace* dari aspek hukum perjanjian yang berlaku di Indonesia. *Kedua*, menganalisis perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam transaksi jual beli aksi jual beli *mystery box* pada situs *e-marketplace*.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini memakai metode penelitian hukum normatif. Konsekuensi logis suatu penelitian normatif adalah produk peraturan perundang-undangan menjadi fokus/ objek kajian. Guna melakukan penelitian di dalam kerangka berpikir normative, terdapat berbagai pendekatan yang dapat digunakan sebagai pisau analisis

¹Yudha, “Tidak Sesuai Penawaran, Mystery Box JD.ID Mengecewakan”, *Detiknews.com*,2018, URL : <https://news.detik.com/suara-pembaca/d-4312309/tidak-sesuai-penawaran-mystery-box-jdid-mengecewakan> . Diakses pada 4 April 2021.

²Danang Arradian, “Heboh Belanja Mystery Box di Marketplace, Hasilnya Random, Terkadang Juga Zonk”, *Sindonews.com*, 2020, URL: <https://tekno.sindonews.com/read/216606/207/heboh-belanja-mistery-box-di-marketplace-hasilnya-random-terkadang-juga-zonk-1604283094?showpage=all> . Diakses pada 4 April 2021.

dalam menguraikan pembahasan. Penelitian ini didasarkan pada pendekatan undang-undang, pendekatan demikian memanfaatkan analisis terhadap ketentuan peraturan perundang-undangan yang memiliki relevansi dengan persoalan hukum dalam penelitian ini. Sebab dalam disiplin penelitian hukum normatif menghendaki suatu sistem hukum sebagai dasar pemikiran, maka dalam penelitian ini memiliki fokus persoalan transaksi *mystery box* di e-marketplace ditinjau berdasarkan instrumen hukum yang di dalamnya memuat tentang transaksi elektronik. Selain bahan hukum primer sebagaimana disebutkan diatas, penelitian ini juga memanfaatkan studi Pustaka guna mendukung hasil penelitian. Adapun Langkah yang ditempuh dalam menelusuri kajian-kajian terdahulu adalah dengan melakukan teknik dokumentatif, yakni mengumpulkan bahan hukum sekunder yang memiliki relevansi terhadap penelitian, kemudian melakukan analisis dengan teknik argumentative terhadap bahan hukum baik primer maupun sekunder.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Keabsahan Transaksi Jual Beli *Mystery Box* Pada Situs *E-marketplace*

Aktivitas transaksi melalui sarana elektronik (*e-marketplace*) kerap kali ditemukan adanya kontrak atau perjanjian sebagai dasar adanya proses jual beli antara penjual dan pembeli, termasuk di dalamnya jual beli *mystery box*. Kesepakatan yang dicapai oleh penjual dan pembeli untuk melaksanakan transaksi dituangkan dalam bentuk kontrak elektronik (*e-contract*) sehingga para pihak tidak perlu bertatap muka secara langsung. Berbeda halnya bila dibandingkan dengan kontrak konvensional yang kesepakatannya dituangkan secara tertulis di atas kertas atau dapat juga dinyatakan secara lisan sehingga kedua belah pihak yang mengadakan kontrak saling bertemu satu sama lain.³ Pasca berlakunya UU ITE, transaksi jual beli yang dilaksanakan secara elektronik memperoleh pengakuan secara yuridis dan memiliki kekuatan mengikat dan kedudukan yang sama dengan kontrak pada umumnya.⁴

Perjanjian akan mengikat secara hukum apabila perjanjian tersebut dibuat secara sah sebagaimana diatur dalam undang-undang. Mengenai hal ini, dalam Pasal 46 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, terdapat 4 (empat) syarat mendasar yang wajib terpenuhi agar suatu kontrak elektronik sah di mata hukum, yaitu para pihak yang membuat perjanjian telah mencapai kesepakatan (*de toesteming van degenen die zich verbinden*), subjek hukum yang membuat kontrak cakap secara hukum atau merupakan pihak yang mempunyai wewenang berdasarkan undang-undang (*de bekwamheid om eene verbintenis aan te gaan*), objek perjanjiannya jelas (*een bepaald onderwerp*), dan objek transaksi tidak berlawanan dengan hukum, nilai kepatutan dan kesusilaan. (*eene geoorloofde oorzaak*).⁵ Indiraharti menekankan bahwa "syarat pertama dan kedua terkait dengan subjek atau para pihak dalam perjanjian, sehingga disebut

³Kapoh, Scivi Junifer. "Kajian Hukum Penerapan Kontrak Baku Elektronik Pada Transaksi E-Commerce." *Lex Et Societatis* 8, no. 3 (2020).

⁴Handriani, Aan, and Endang Prastini. "Ganti Rugi Akibat Wanprestasi Dalam Perjanjian Jual Beli Online Ditinjau Dari Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen." *Rechtsregel: Jurnal Ilmu Hukum* 3, no. 2 (2020): 259-273.

⁵Pangestu, Muhammad Teguh, *Pokok-Pokok Hukum Kontrak*, (Makassar: CV. Social Politic Genius, 2019).20.

dengan syarat subjektif. Sementara itu, syarat ketiga dan keempat disebut dengan syarat objektif karena terkait dengan objek perjanjiannya” .⁶

Apabila persyaratan yang pertama dan/atau kedua tidak mampu dipenuhi, implikasinya ialah perjanjian tersebut dapat dibatalkan oleh salah satu pihak yang mengadakan perjanjian. Perjanjian yang cacat secara subjektif tersebut masih tetap berlaku sepanjang belum dinyatakan batal oleh hakim. Sementara itu, apabila perjanjian yang dibuat tidak memenuhi persyaratan ketiga dan/atau keempat, maka konsekuensinya perjanjian batal demi hukum. Artinya, perjanjian tersebut dinilai tidak pernah dibuat sehingga tidak melahirkan perikatan di antara para pihak. Dengan demikian, tujuan diadakannya perjanjian oleh para pihak gagal tercapai.⁷

Jika dikaitkan dengan syarat subjektif perjanjian khususnya perihal adanya kesepakatan, maka dalam transaksi jual beli *mystery box* melalui perdagangan elektronik (*e-marketplace*), kata sepakat mengandung arti bahwa para pihak pada akhirnya mencapai kesatuan kehendak untuk melakukan sesuatu perbuatan hukum. Tolok ukur dalam menilai apakah seseorang setuju untuk melakukan sesuatu dilihat dari apakah ia memang berkehendak menyepakati sesuatu. Hal ini bertalian dengan asas konsensualiasme yang memberikan pemahaman bahwa suatu perjanjian baru mempunyai keabsahan dan bersifat mengikat apabila telah tercapai kesepakatan di antara para pihak.⁸

Pertanggungjawaban didasarkan pada hak dan kewajiban yang melekat pada pelaku usaha dan konsumen. Ketika kedua belah pihak mencapai kesepakatan, muncul hak dan kewajiban jual beli melalui pasar elektronik. Perjanjian baru terjadi setelah pelaku usaha melakukan penawaran dan selanjutnya diterima oleh konsumen. Jika dikaitkan dengan perdagangan elektronik, penjual dan pembeli mencapai kata sepakat ketika konsumen memilih tanda “pesan” atau “order” terhadap barang yang dijual oleh pelaku usaha melalui pasar elektronik. Pasca tercapainya kesepakatan di antara pelaku usaha dan konsumen, tahap selanjutnya yang ditempuh ialah pembayaran dengan melibatkan dua bank perantara dari masing-masing pihak yaitu *acquiring merchant bank* dan *issuing customer bank*. Apabila konsumen telah menunaikan kewajibannya dengan membayar produk sesuai kesepakatan, maka pelaku usaha berkewajiban untuk melaksanakan prestasi sebagaimana tertuang dalam kontrak.⁹

Penjual dan pembeli memiliki kehendak bebas dalam menetapkan substansi perjanjian. Mengingat pembeli dan penjual dapat dengan bebas membuat perjanjian, maka dalam prakteknya seringkali terdapat kesepakatan yang memuat syarat-syarat seperti pembatasan tanggung jawab dan penghapusan tanggung jawab. Pelaku usaha yang melangsungkan usahanya melalui transaksi elektronik memiliki kecenderungan untuk menggunakan perjanjian baku dengan cara menetapkan isinya secara sepihak yang pada akhirnya konsumen berada dalam posisi yang kurang menguntungkan

⁶Indiraharti, Novina Sri. "Aspek Keabsahan Perjanjian Dalam Hukum Kontrak (Suatu Perbandingan Antara Indonesia dan Korea Selatan)." *Jurnal Hukum PRIORIS* 4, no. 1 (2016): 15-38.

⁷Wicaksono, Frans Satriyo, *Panduan Lengkap Membuat Surat-Surat Kuasa*. (Jakarta: VisiMedia,2009). 34

⁸Syahrin, Muhammad Alvi. "Konsep Keabsahan Kontrak Elektronik Berdasarkan Hukum Nasional Dan Uncitral Model Law On Electronic Commerce Tahun 1996: Studi Perbandingan Hukum Dan Implikasinya Dalam Hukum Perlindungan Konsumen." *Repertorium: Jurnal Ilmiah Hukum Kenotariatan* 9, no. 2 (2020): 105-122.

⁹Setyawati, dkk. "Perlindungan Bagi Hak Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perjanjian Transaksi Elektronik". *Syiah Kuala Law Journal* 1, no. 3 (2017): 46-64.

karena daya tawarnya rendah. Alasan pelaku usaha menerapkan klausula baku tidak terlepas dari usaha untuk mempermudah transaksinya dengan konsumen. Namun demikian, kondisi ini justru dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk memperdaya konsumen dengan cara mencantumkan syarat-syarat yang sedikit banyaknya merugikan konsumen. Keadaan ini tentu menjadi persoalan baru yang berpotensi dihadapi oleh konsumen terutama dalam menuntut haknya.

Selain lemahnya posisi konsumen dalam transaksi jual beli *mystery box* melalui perdagangan elektronik (*e-marketplace*) akibat penerapan perjanjian baku yang sudah ditetapkan oleh pelaku usaha, transaksi jual beli ini juga bermasalah bila ditinjau dari syarat objektif perjanjian. Salah satu syarat objektif perjanjian adalah adanya suatu hal tertentu (*een bepaald onderwerp*). Pemahaman terhadap syarat suatu hal tertentu tersebut, mengandung makna bahwa setidaknya-tidaknya objek yang hendak diperjanjikan memiliki variabel yang jelas atau sedikit tidaknya memiliki *measurement*. Semakin jelas menyebutkan identitas objek yang diperjanjikan, maka semakin ideal perjanjian yang dibuat.¹⁰ Transaksi jual beli *mystery box* yang terjadi pada perdagangan elektronik tidak memenuhi syarat suatu hal tertentu sebagai syarat objektif perjanjian. Konsumen sebagai pihak yang membeli *mystery box* tentu tidak mengetahui secara pasti mengenai barang apa yang terdapat di dalam *mystery box* tersebut. Ketidaktahuan konsumen ini di satu sisi dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha yang tidak mempunyai iktikad baik untuk memperdaya konsumen dengan cara memberikan iming-iming berupa hadiah menarik di balik *mystery box* apabila konsumen berminat membeli *mystery box* tersebut. Padahal, sulit untuk mengukur besarnya kemungkinan seorang konsumen mendapatkan hadiah yang dikehendaki. Oleh karena itu, transaksi jual beli *mystery box* yang disepakati oleh pelaku usaha sebagai pihak yang menawarkan *mystery box* dengan konsumen sebagai pihak yang membeli *mystery box* batal demi hukum akibat tidak terpenuhinya suatu hal tertentu sebagai syarat objektif perjanjian. Padahal, Pasal 7 huruf b UUPK telah menegaskan bahwa pelaku usaha harus mencantumkan keterangan yang jelas dan aktual terhadap barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Selain itu, Pasal 4 huruf c UUPK juga menentukan bahwa konsumen berhak mengetahui informasi yang benar tentang barang maupun jasa yang disediakan.

3.2 Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli *Mystery Box* Pada Situs *E-marketplace*

Refleksi dari berjalannya secara efektif seluruh fungsi hukum dalam rangka Menciptakan keadilan, kemanfaatan, dan kepastian sebagai tujuan hukum merupakan esensi dari perlindungan hukum tersebut. Secara umum dapat diketahui terdapat dua wujud perlindungan hukum yang dikenal di dalam Ilmu Hukum, yakni perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum represif. Putra Setia mendefinisikan bahwa “perlindungan hukum memiliki makna yang sama dengan perlindungan terhadap harkat dan martabat seseorang, pengakuan dan perlindungan terhadap hak dasar seseorang yang ditentukan oleh hukum, maka dalam konteks perlindungan hukum terhadap konsumen memiliki makna bahwa hukum melindungi segala hak-hak yang

¹⁰Moechthar, Oemar. *Dasar-dasar Teknik Pembuatan Akta*. (Malang: Airlangga University Press, 2017). 43

melekat pada konsumen dari perbuatan atau aturan yang menyebabkan tidak terpenuhinya hak-hak tersebut”¹¹

Pentingnya perlindungan hukum preventif dalam kaca mata Muh. Hasan dan Achmad Busro dalam konteks penggunaan klausula baku agar “pencantuman/penggunaan klausula baku oleh pihak penjual tidak menimbulkan kerugian bagi konsumen dari klausula tersebut, sebab dalam perjanjian yang menghadirkan klausula baku telah mendudukkan pihak pembeli dalam kedudukan yang lemah, sebab tidak memiliki kesempatan tawar terhadap ketentuan perjanjian, oleh karenanya penting untuk dilindungi”¹² Ihwal urgensitas perlindungan represif terhadap penggunaan klausula baku pada e-commerce pada konsumen, lebih lanjut ditekankan oleh Wisma Hayati bahwa “konsumen dalam hubungannya dengan pelaku usaha terhadap perjanjian menggunakan klausula baku memiliki hak guna memperoleh perlindungan serta kepastian hukum, sehingga dalam hal demikian perlindungan hukum represif memiliki peran dalam hal penyelesaian sengketa. Sebab praktik di dalam masyarakat menunjukkan bahwa penggunaan klausula baku bagi pelaku usaha yang tidak memiliki itikad baik cenderung dimanfaatkan untuk meminimalkan probabilitas kerugian dalam melakukan transaksi, umumnya penggunaan klausula baku dalam perjanjian serupa cenderung mengesampingkan hak-hak konsumen serta kerap dijumpai ketentuan-ketentuan yang dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen, ketentuan-ketentuan tersebut umumnya meliputi pengalihan tanggungjawab, wanprestasi dan pembatalan sepihak, pengaduan dan lain sebagainya”¹³

Berdasar pada refleksi yang disampaikan para ahli diatas, maka hak serta kewajiban masing-masing pihak yang muncul dari adanya hubungan antara para pihak yang disebabkan adanya suatu perjanjian atau dalam konteks ini timbul dari adanya klausula baku tersebut maka wajib dilindungi oleh hukum. Guna memberikan rasa keamanan di dalam masyarakat dalam melakukan aktivitas perdagangannya, sebab dampak ekonomis yang ditimbulkan dari transaksi melalui e-commerce terbukti mampu meningkatkan perekonomian suatu negara, disisi lain guna beradaptasi dengan kecepatan transaksi tersebut membutuhkan mekanisme perjanjian yang cepat pula, dalam hal ini klausula baku menjadi pilihan dengan tetap tidak mengabaikan hak-hak masing masing pihak. Dengan demikian dapat dipahami bahwa perlindungan hukum dimaknai sebagai suatu jaminan terhadap keadilan dan kepastian hukum dilaksanakannya hak dan kewajiban para pihak yang timbul dari suatu perjanjian klausula baku. Sebab sebagaimana disampaikan para ahli sebelumnya bahwa terdapat kecenderungan pelaku usaha dalam transaksi elektronik untuk mengesampingkan hak-hak konsumen.

Klausula baku dalam ketentuan hukum positif dipahami sebagai “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”¹⁴, keberadaan

¹¹Putra, Setia. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui E-Commerce." *Jurnal Ilmu Hukum* 5, no. 2 (2014): 197-208.

¹² Muaziz, Muhamad Hasan, and Achmad Busro. "Pengaturan Klausula baku dalam hukum perjanjian untuk mencapai keadilan berkontrak." *Law Reform* 11, no. 1 (2015): 74-84.

¹³Hayati, Fitri Wisma,dkk. "Perlindungan hukum terhadap konsumen pada situs belanja online shopee ditinjau Dari perundang-undangan." *Zaaken: Journal of Civil and Business Law* 1, no. 1 (2020): 73-88.

¹⁴ Pasal 1 angka 10 UUPK

klausula *a quo* sejatinya dimanfaatkan guna mewujudkan efisiensi dalam mencapai kesepakatan khususnya dalam transaksi jual beli di e-marketplace, sebab menggunakan penalaran yang wajar akan tercipta keadaan yang tidak efisien dalam transaksi di e-marketplace apabila setiap transaksi diharuskan membentuk atau membuat perjanjian yang berbeda dan mengharuskan para pihak merundingkan isi perjanjian tersebut.

Dalam transaksi e-marketplace khususnya, penggunaan klausula baku adalah pilihan alternatif yang paling efisien. Ihwal demikian disampaikan oleh Muhammad Permana, bahwa "dikarenakan transaksi e-marketplace para pihak tidak berinteraksi secara langsung melainkan berinteraksi menggunakan media elektronik. Saat konsumen hendak membeli suatu barang pada situs e-marketplace, maka penjual/*merchant* akan menyodorkan suatu perjanjian (*term and condition*) yang berisikan mengenai persyaratan-persyaratan seperti layaknya perjanjian jual beli pada umumnya"¹⁵. Mencermati pandangan tersebut, dapat dimengerti mengapa hal tersebut dikategorikan sebagai klausula baku, sebab ketentuan atau muatan perjanjian yang disepakati ditetapkan secara sepihak, dalam konteks penelitian ini perjanjian tersebut dibuat secara sepihak oleh penjual.

Keadaan demikian menunjukkan bahwa konsumen berada pada kedudukan yang lebih lemah, atau hamper sama sekali tidak memiliki daya tawar guna menegosiasikan isi dari perjanjian tersebut, hal ini juga menyebabkan konsumen tidak memiliki pilihan lain selain menyetujui ketentuan yang termaktub dalam klausula baku tersebut, alih-alih menegosiasikan isi perjanjian konsumen hanya memiliki pilihan untuk sama sekali tidak terikat perjanjian dengan tidak membeli produk yang ditawarkan oleh penjual tersebut. Berbeda dengan perjanjian yang dilangsungkan secara konvensional, dalam transaksi di e-marketplace persetujuan terhadap ketentuan dalam klausula baku tidak dilakukan dengan menandatangani kontrak bersangkutan oleh para pihak, melainkan dengan melakukan *click* pilihan setuju/*ok/yes* pada platform e-marketplace. Apabila menelaah berdasar pada ketentuan peraturan perundang-undangan, Tindakan tersebut dapat dimaknai sebagai Tindakan akseptasi atau dalam teori hukum perjanjian dipahami sebagai persetujuan yang memiliki makna yang sama dengan menandatangani perjanjian, hal demikian pula menandakan telah terjadinya perjanjian tersebut sebab sudah ada *concern* atau kesepakatan para pihak¹⁶. Sejatinya pemanfaatan klausula baku tidak dilarang oleh undang-undang khususnya UUPK, namun perlu diperhatikan bahwa probabilitas penggunaan klausula eksonerasi sangat tinggi. Adapun klausula eksonerasi merupakan ketentuan yang memiliki muatan yang mengatur keadaan yang membatasi dan/atau menghilangkan sama sekali tanggungjawab yang seharusnya diperuntukan kepada penjual¹⁷. Pencantuman klausula eksonerasi tentunya telah melanggar hak-hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 UUPK khususnya yang berkaitan dengan hak mendapat kompensasi atas kerugian yang dideritanya.

¹⁵Shidiq, Muhammad Permana, Sigid Suseno, and Tasya Safiranita. "Transaksi Elektronik Illegal Pada Platform Marketplace Tokopedia." *Jurnal Sains Sosio Humaniora* 5, no. 1 (2021): 352-362.

¹⁶Priyono, Ery Agus. "Berlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Perjanjian E-Commerce." *Diponegoro Private Law*, 4, no. 1 (2019).

¹⁷Winda, Maudina. "Analisis Yuridis Pencantuman Klausula Baku Oleh Pelaku Usaha Dalam Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen." *LEX PRIVATUM* 6, no. 8 (2019).

UUPK sejatinya melarang pelaku usaha untuk memanfaatkan klausula baku apabila bertentangan dengan ketentuan Pasal 18 ayat (1) UUPK termasuk klausul eksonerasi (pengalihan tanggung jawab). Adapun dapat diketahui akibat hukum dari penggunaan klausula ini dapat dipahami dari ketentuan UU *a quo* yakni "Setiap klausula baku yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian yang memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) dinyatakan batal demi hukum"¹⁸. Berdasar pada ketentuan tersebut, diketahui akibat hukum dari klausula eksonerasi dalam perjanjian baku adalah batal demi hukum, ihwal demikian ditegaskan oleh Jein Stevany bahwa "klausula eksonerasi pada perjanjian jual beli merupakan bentuk pengalihan tanggung jawab pelaku usaha terhadap perlindungan konsumen yang berakibat timbulnya suatu kerugian bagi konsumen"¹⁹.

Adapun upaya perlindungan konsumen terhadap adanya klausula baku dalam transaksi jual beli *mystery box* di e-marketplace khususnya berkaitan dengan klausula eksonerasi berdasar pada ketentuan Pasal 45 ayat (1) UUPK dapat diketahui bahwa, "penyelesaian sengketa terhadap pencantuman klausula eksonerasi pada perjanjian jual beli berdasarkan Pasal 52 huruf a UUPK adalah melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)", sebab berdasar pada ketentuan Pasal 47 UUPK menyebutkan bahwa "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". Ketentuan Pasal 47 UUPK tersebut mengisyaratkan bahwa terdapat penyelesaian sengketa alternatif sebagai upaya perlindungan konsumen terhadap adanya klausula baku dalam transaksi jual beli *mystery box* di e-marketplace.

Ketentuan Pasal 18 ayat (3) UUPK memuat ketentuan sanksi bahwa "setiap klausula baku yang ditetapkan oleh pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian (kontrak) yang memuat ketentuan yang dilarang dalam pasal 18 ayat (1) dan ayat (2) UU *a quo*, adalah batal demi hukum". Menelaah kembali dalam perspektif hukum kontrak, keberadaan Pasal 18 ayat (3) UUPK *a quo* adalah penegasan terhadap asas kebebasan berkontrak yang diatur secara umum dalam KUHPerdota. Konsekuensi logis-yuridis ketentuan tersebut adalah "setiap kontrak yang memuat klausula baku dilarang berdasarkan pasal 18 ayat (1) UUPK atau yang memiliki bentuk atau format yang dilarang berdasarkan pasal 18 ayat (2) UUPK, dianggap tidak pernah ada dan tidak mengikat para pihak, yaitu pelaku usaha dan konsumen yang membuat kontrak komersial (kontrak jual beli) barang dan/jasa tersebut"²⁰.

4. Kesimpulan

Jika dikaitkan dengan syarat subjektif perjanjian khususnya perihal adanya kesepakatan, maka dalam transaksi jual beli *mystery box* melalui perdagangan elektronik (*e-marketplace*), konsumen berada pada posisi yang lemah akibat penerapan perjanjian baku yang sudah ditetapkan oleh pelaku usaha. Transaksi jual beli *mystery box* yang terjadi pada perdagangan elektronik tidak memenuhi syarat suatu hal tertentu sebagai syarat objektif perjanjian. Konsumen sebagai pihak yang membeli

¹⁸ Pasal 18 ayat (3) UUPK

¹⁹Manumpil, Jein Stevany. "Klausula Eksonerasi Dalam Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia." *Lex Privatum* 4, no. 3 (2016).

²⁰ Ibid

mystery box tentu tidak mengetahui secara pasti mengenai barang apa yang terdapat di dalam *mystery box* tersebut. Dengan demikian, maka tidak dipenuhinya syarat subjektif dan syarat objektif transaksi elektronik mengakibatkan tidak sahnya transaksi *mystery box* sebagaimana telah diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019. Adapun upaya perlindungan konsumen terhadap adanya klausula baku dalam transaksi jual beli *mystery box* di e-marketplace khususnya berkaitan dengan klausula eksonerasi berdasar pada ketentuan Pasal 45 ayat (1) UUPK dapat diketahui bahwa “penyelesaian sengketa terhadap pencantuman klausula eksonerasi pada perjanjian jual beli berdasar Pasal 52 huruf a UUPK adalah melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)”.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Moechthar, Oemar. *Dasar-dasar Teknik Pembuatan Akta*. (Malang: Airlangga University Press, 2017). 43
- Pangestu, Muhammad Teguh, *Pokok-Pokok Hukum Kontrak*, (Makassar: CV. Social Politic Genius, 2019).20.
- Wicaksono, Frans Satriyo, *Panduan Lengkap Membuat Surat-Surat Kuasa*. (Jakarta: VisiMedia,2009). 34

Jurnal

- Handriani, Aan, and Endang Prastini. "Ganti Rugi Akibat Wanprestasi Dalam Perjanjian Jual Beli Online Ditinjau Dari Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen." *Rechtsregel: Jurnal Ilmu Hukum* 3, no. 2 (2020): 259-273.
- Hayati, Fitri Wisma,dkk. "Perlindungan hukum terhadap konsumen pada situs belanja online shopee ditinjau Dari perundang-undangan." *Zaaken: Journal of Civil and Business Law* 1, no. 1 (2020): 73-88.
- Indiraharti, Novina Sri. "Aspek Keabsahan Perjanjian Dalam Hukum Kontrak (Suatu Perbandingan Antara Indonesia dan Korea Selatan)." *Jurnal Hukum PRIORIS* 4, no. 1 (2016): 15-38.
- Kapoh, Scivi Junifer. "Kajian Hukum Penerapan Kontrak Baku Elektronik Pada Transaksi E-Commerce." *Lex Et Societatis* 8, no. 3 (2020).
- Manumpil, Jein Stevany. "Klausula Eksonerasi Dalam Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia." *Lex Privatum* 4, no. 3 (2016).
- Muaziz, Muhamad Hasan, and Achmad Busro. "Pengaturan Klausula baku dalam hukum perjanjian untuk mencapai keadilan berkontrak." *Law Reform* 11, no. 1 (2015): 74-84.
- Priyono, Ery Agus. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Perjanjian E-Commerce." *Diponegoro Private Law Review* 4, no. 1 (2019).
- Putra, Setia. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui E-Commerce." *Jurnal Ilmu Hukum* 5, no. 2 (2014): 197-208.

- Setyawati,dkk. "Perlindungan Bagi Hak Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perjanjian Transaksi Elektronik." *Syiah Kuala Law Journal* 1, no. 3 (2017): 46-64.
- Shidiq, Muhammad Permana, Sigid Suseno, and Tasya Safiranita. "Transaksi Elektronik Illegal Pada Platform Marketplace Tokopedia." *Jurnal Sains Sosio Humaniora* 5, no. 1 (2021): 352-362.
- Syahrin, Muhammad Alvi. "Konsep Keabsahan Kontrak Elektronik Berdasarkan Hukum Nasional Dan Uncitral Model Law On Electronic Commerce Tahun 1996: Studi Perbandingan Hukum Dan Implikasinya Dalam Hukum Perlindungan Konsumen." *Repertorium: Jurnal Ilmiah Hukum Kenotariatan* 9, no. 2 (2020): 105-122.
- Winda, Maudina. "Analisis Yuridis Pencantuman Klausula Baku Oleh Pelaku Usaha Dalam Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen." *LEX PRIVATUM* 6, no. 8 (2019).

Internet

- Danang Arradian, "Heboh Belanja Mystery Box di Marketplace, Hasilnya Random, Terkadang Juga Zonk" ,*Sindonews.com*, 2020, URL: <https://tekno.sindonews.com/read/216606/207/heboh-belanja-mystery-box-di-marketplace-hasilnya-random-terkadang-juga-zonk-1604283094?showpage=all> . Diakses pada 4 April 2021.
- Yudha, "Tidak Sesuai Penawaran, Mystery Box JD.ID Mengecewakan", *Detiknews.com*,2018, URL : <https://news.detik.com/suara-pembaca/d-4312309/tidak-sesuai-penawaran-mystery-box-jdid-mengecewakan> . Diakses pada 4 April 2021.