

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia adalah makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri. Manusia selalu memerlukan hukum dalam kehidupannya. Dari zaman dahulu, manusia adalah makhluk sosial. Aristoteles mengatakan *zoon politicon* (hewan bermasyarakat). Sedangkan, Adam Smith mengatakan *homo homini socius* (manusia adalah teman dengan manusia lain). Kedua pengertian istilah tersebut mempunyai kesamaan dalam konsep kemasyarakatan yaitu bahwa manusia adalah makhluk sosial atau manusia adalah teman dengan manusia lainnya.

Namun, dengan adanya keperluan hubungan antara satu manusia dengan yang lain, diperlukan sebuah patokan pedoman bagi setiap tindakan manusia. Hal tersebut karena, masing-masing manusia berbeda dengan yang lain. Masing-masing manusia mempunyai kepentingan sendiri, moral sendiri, opini sendiri, dan lain-lainnya. Dengan adanya perbedaan tersebut, maka tindakan masing-masing manusia berbeda dengan satu yang lain, tindakan tersebut dapat merugikan manusia yang lainnya. Contohnya, satu

orang berpendapat bahwa tindakan pencurian tidak apa-apa, tetapi menurut orang lain, pencurian adalah hal yang salah. Maka diperlukan sebuah patokan pedoman bagi setiap tindakan manusia. Patokan pedoman tindakan tersebut adalah hukum.

Hukum mengatur setiap aspek kehidupan manusia, dari hak dan kewajiban, dan larangan. Namun dengan adanya hukum dalam setiap aspek kehidupan manusia, tidak diartikan bahwa setiap manusia akan mentaati dan menjalankan hidupnya tanpa melanggar hukum, dan/atau hak dan kewajiban manusia lainnya.

Peristiwa tersebut dapat dikategorikan dengan teori *das sollen* dan *das sein*. *Das sollen* dapat diartikan sebagai peraturan hukum yang umum. Sedangkan, *Das sein* diartikan sebagai peristiwa konkret yang terjadi dalam kehidupan nyata. Sebagai contoh, *das sollen* dapat merupakan sebuah *regulation* ataupun peraturan yang mengatur dilarang membuang sampah sembarangan, namun *das sein-nya* adalah masih ada orang yang melakukan pembuangan sampah sembarangan.

Manusia sebagai makhluk yang mempunyai banyak keinginan dan keperluan akan mempunyai hubungan dan akan melakukan transaksi penukaran barang dan/atau jasa dengan manusia lainnya. Seiring waktu berjalan, metode transaksi penukaran barang dan/atau jasa tersebut akan berevolusi. Pada

zaman dulunya produk dan jasa hanya dapat dipertukarkan melalui pertemuan di pasar, tetapi sekarang transaksi tersebut dapat dilakukan secara *online* melalui pasar elektronik atau *marketplace*.

Marketplace adalah pihak perantara yang mengakomodasi pihak penjual dan pihak pembeli di dalam dunia maya.¹ Contoh dari *marketplace* adalah perusahaan Tokopedia, Lazada, Bukalapak, Shopee, OLX menyediakan situs/aplikasi untuk menyambungkan antara pelaku usaha dan konsumen. Hal tersebut sangat menguntungkan masyarakat pada zaman sekarang dimana digitalisasi merupakan masa depan masyarakat. Dengan adanya *marketplace*, para konsumen akan mendapat akses kepada berbagai macam jenis produk-produk, sehingga, konsumen dapat memilih produk yang paling cocok atau menguntungkan buat dia. Pelaku usaha penjual juga diberikan metode penjualan yang baru, yang tidak memerlukan pengeluaran modal atau dana, sehingga berpotensi untuk membuat harga produk lebih murah. Selain itu, proses pembelian dan pengiriman juga sangat mudah sehingga transaksi jual-beli secara daring sangat mudah dan dapat dilakukan “*with a flick of a finger*”.

¹ Accurate.id ”Definisi Marketplace”

<https://accurate.id/marketing-manajemen/apa-itu-marketplace/>, diakses 3 September 2021.

Sebagai contoh, pembelian produk dimudahkan walaupun konsumen ada dalam keadaan memaksa yang membatasi kemampuan konsumen untuk keluar dari rumah untuk membeli produk sedang mengalami pandemi *Coronavirus 19*, dan banyak negara, termasuk Indonesia melakukan *lockdown* atau Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Dalam *lockdown* banyak pusat perbelanjaan atau pasar harus tutup sehingga konsumen sulit ataupun tidak bisa membeli produk yang diperlukan atau diinginkan karena tokonya tutup. Namun, karena ada *marketplace*, solusi untuk masalah tersebut muncul. Sekarang konsumen dapat membeli produk yang diinginkan atau diperlukan walaupun toko tidak beroperasi secara *on-site*.

Namun, pihak *marketplace* tersebut bukan pihak yang menyediakan produk ataupun menjual produk tersebut, terkadang-kadang ada beberapa *marketplace* yang bukan pihak yang melakukan pengiriman. Dengan adanya metode transaksi jual-beli yang baru, akan terjadi permasalahan hukum yang baru.

Dengan adanya modernisasi transaksi jual-beli, para konsumen akan sangat diuntungkan dengan kemudahan transaksi jual-beli tersebut. Namun, kemudahan tersebut juga membawa dampak-dampak negatif atau kontra yang dapat merugikan konsumen. Salah satu kasus dimana konsumen dirugikan dalam

transaksi jual beli dengan menggunakan *platform marketplace* adalah, kasus yang terjadi dalam *platform marketplace* Lazada.

Kasus ini melibatkan pihak Pelaku Usaha penjual yaitu Honda Angsana, Pihak Konsumen yaitu Achmad Supardi, dan *platform marketplace* yaitu Lazada. Pada Desember 2015, Konsumen melakukan pembelian 1 unit sepeda motor Honda Vario dan 3 unit sepeda motor Revo dari toko Honda Angsana melalui situs *platform marketplace* Lazada. Honda Vario berharga Rp. 2.700.000 dan masing-masing unit Honda Revo Rp. 500.000 (Total Rp. 1.500.000). Konsumen melakukan membaca deskripsi produk secara teliti dan jelas dituliskan bahwa harga tersebut adalah untuk produk sepeda motor tersebut, dan bukan untuk uang muka atau *down payment* (DP).

Beberapa hari kemudian, konsumen masuk kembali ke situs Lazada untuk melakukan check kembali produk yang dibeli, dan dia menemukan adanya sebuah perubahan deskripsi produk yaitu keterangan yang menyebut bahwa harga yang ditulis merupakan harga kredit. Di hari yang sama, konsumen di kontak oleh pihak Honda Angsana dan ditanyakan apakah konsumen melakukan pembelian sepeda motor secara kredit, namun konsumen mengatakan bahwa dia tidak membeli sepeda motor secara kredit. Pihak Honda Angsana memberitahukan bahwa transaksi tersebut

akan di investigasi dan konsumen akan dikabarkan kembali terkait penyelesaiannya.

Namun dua hari kemudian, konsumen mengecek status transaksi di situs Lazadanya, dan ditemukan bahwa transaksinya yang sudah terkonfirmasi dan hanya menunggu pengiriman berubah menjadi ditolak dan ditutup secara sepihak oleh Lazada. Setelah pengecekan kembali, Lazada langsung memproses pengembalian dana secara sepihak. Konsumen merasakan bahwa pembatalan tersebut tidak adil dan memakai fasilitas chat dengan staff Lazada. Seorang staff Lazada bernama Deri Permana melakukan chat dengan konsumen, konsumen pun menceritakan kronologi kasusnya, dan pada akhirnya Deri Permana membuat pengakuan yaitu bahwa Lazada adalah pihak yang bersalah dan bukan Honda Angsana. Dijelaskan bahwa Lazada yang salah memunculkan nominal harga sepeda motor tersebut.

Konsumen bersikeras bahwa transaksinya sah dan oleh karena itu harus dijalankan sesuai perjanjian, namun Lazada bersikeras mengajukan *refund*. Lazada pun bergerak jauh dan langsung memproses *refund* namun dalam bentuk *voucher* belanja di Lazada yang sesuai jumlah uang yang dibelanjakan untuk membeli 4 unit sepeda motor tersebut. Lazada mengganti dana konsumen dengan 2 unit voucher senilai total Rp. 4.2 Juta, namun

voucher tersebut hanya berlaku di situs Lazada dan tidak bisa diuangkan.²

Kasus tersebut mencerminkan sengketa yang muncul dalam modernisasi transaksi jual beli melalui *platform marketplace* dimana konsumen dirugikan. Kontra yang muncul akan merugikan konsumen. Maka, konsumen memerlukan upaya perlindungan konsumen yang kuat baik dari pemerintah maupun *platform marketplace*.

Menurut Az. Nasution³, “Hukum Perlindungan Konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk konsumen antara penyedia dan pengguna nya, dalam kehidupan bermasyarakat”.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, selanjutnya akan disebut sebagai Undang-Undang Perlindungan Konsumen atau UUPK, merupakan dasar hukum perlindungan konsumen di Indonesia. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, “perlindungan konsumen adalah segala upaya yang

² Viva “*transaksi Lunas Dibatalkan secara Sepihak oleh Lazada*”
https://www.viva.co.id/arsip/714827-transaksi-lunas-dibatalkan-sepihak-oleh-lazada?page=3&utm_medium=page-3, diakses pada 3 September, 2021

³ Az. Nasution, SH, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1995), hal. 37.

menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”. Dasar hukum dari perlindungan konsumen adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tujuan dari perlindungan konsumen adalah:

1. *Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.*
2. *Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa.*
3. *Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.*
4. *Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.*
5. *Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha.*
6. *Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.*

Undang-Undang Perlindungan Konsumen bukan hanya sebuah alat untuk menentukan hak-hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha, namun juga menetapkan sanksi-sanksi yang dapat dikenakan kepada pihak pelanggar hak maupun kewajiban.

Perlindungan konsumen sangat penting untuk kehidupan sehari-hari masyarakat. Perlindungan konsumen memberikan

sesuatu perlindungan kepada masyarakat dalam keperluan esensial sehari-hari yaitu konsumsi produk maupun jasa dari pelaku usaha. Namun, perundang-undangan perlindungan konsumen tidak hanya menjaga konsumen, juga pelaku usaha. Pelaku usaha juga mempunyai hak-hak dan kewajiban yang wajib ditaati oleh siapapun. Menurut AZ Nasution⁴ “ Mewujudkan perlindungan konsumen adalah merealisasikan hubungan berbagai dimensi yang satu sama lain mempunyai keterkaitan dan saling ketergantungan antara konsumen, pengusaha dan pemerintah (hubungan tripartit)”.

Pasal 1 nomor 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mendefinisikan konsumen sebagai “setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.

Pasal 1 nomor 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mendefinisikan pelaku usaha sebagai “ setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian

⁴ Az. Nasution, *Konsumen dan Hukum, Ctk. Pertama*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1995), hlm. 19.

menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”.

Munculnya hubungan antara konsumen dan pelaku usaha dari adanya sebuah transaksi dimana pelaku usaha menawarkan/memperdagangkan produk atau jasa yang kemudian konsumen melakukan pembelian atas produk atau jasa tersebut dan menjanjikan pembayaran kepada pelaku usaha atau perjanjian tersebut. Dalam transaksi jual-beli tersebut masing-masing pihak mempunyai hak dan kewajiban yang tidak boleh dilanggar oleh masing-masing pihak. Berdasarkan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Hak Konsumen adalah:

1. *Untuk mendapatkan hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi 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.*
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/atau 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.*
9. *Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.*

Berdasarkan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang

Perlindungan Konsumen, kewajiban dari Pelaku Usaha adalah :

1. *Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.*
2. *Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.*
3. *Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.*
4. *Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.*
5. *Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.*
6. *Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.*
7. *Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.*

Jika terjadinya pelanggaran antara hak dan kewajiban pelaku usaha dan konsumen, maka pelaku pelanggaran melakukan perbuatan melawan hukum sehingga wajib bertanggung jawab atas kerugian yang dialami oleh pihak yang dirugikan. Untuk membantu menjaga hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha,

ada bentuk upaya perlindungan bagi konsumen yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Diatur dalam Pasal 4 Nomor 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen bahwa salah satu hak konsumen adalah, “setiap konsumen mempunyai hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang’. Namun masih muncul kasus dimana Pelaku Usaha menjual produk atau menyediakan jasa dimana informasi yang diberikan tentang produk atau jasa tersebut tidak benar, jelas, dan jujur.

Secara teoritis, transaksi jual-beli akan terjadi jika pihak pembeli mempunyai perjanjian ataupun kesepakatan dengan penjual untuk membeli barang yang diinginkan dengan harga yang disepakati oleh kedua belah pihak. Setelah itu pembeli mendapatkan produk yang diinginkan dan membayar sejumlah uang yang sudah disepakati oleh kedua belah pihak. Namun, dalam kehidupan nyata, transaksi tersebut tidak selalu berjalan seperti itu. Hal-hal seperti penipuan dan wanprestasi dapat terjadi dalam transaksi tersebut.

Wanprestasi (*wanprestatie*) didefinisikan sebagai pelaksanaan kewajiban yang tidak dipenuhi atau ingkar janji, kewajiban yang dilaksanakan secara lalai oleh debitur, tidak melakukan hal yang diperjanjikan, atau melakukan hal yang tidak

boleh dilakukan. Menurut Harahap⁵, “wanprestasi adalah sebagai pelaksanaan kewajiban yang tidak tepat pada waktunya atau dilakukan tidak menurut selayaknya. Sehingga menimbulkan keharusan bagi pihak debitur untuk memberikan atau membayar ganti rugi (*schadevergoeding*), atau dengan adanya wanprestasi oleh salah satu pihak, pihak yang lainnya dapat menuntut pembatalan perjanjian”.

Seperti yang dibahas, peningkatan dan modernisasi teknologi, transaksi jual-beli juga ikut meningkat. Transaksi jual-beli pada zaman sekarang dapat dilakukan secara daring melalui *platform-platform marketplace* maupun *sosial media*. Oleh karena itu, pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi tersebut berpotensi untuk melebihi pihak penjual dan pembeli. Jika transaksi jual-beli hanya melibatkan dua ataupun tiga pihak yang secara *direct* terlibat dengan transaksi tersebut, maka pertanggungjawabannya dapat diketahui dengan gampang. Namun, transaksi jual-beli dalam masa sekarang tidak segitu gampang. Oleh karena itu hukum perlindungan konsumen harus lebih ditelusuri dan ditingkatkan. Proses perdagangan secara keseluruhannya sudah tidak sama lagi dengan masa-masa dulu.

⁵ Yahya Harahap, *Segi-segi Hukum Perjanjian*, Cetakan Kedua, (Bandung: Alumni, 1986), hlm 60.

Transaksi jual-beli bukan hanya melibatkan pelaku usaha dengan konsumen, namun sekarang ada pihak *marketplace*.

Dalam skripsi ini, akan dibahas kasus yang melibatkan pihak pelaku usaha, pihak *marketplace*, dan pihak konsumen. Kasus-kasus yang akan dibatasi kepada perusahaan *marketplace* yaitu, perusahaan Tokopedia. Kasus yang akan dipakai akan berfokus kepada permasalahan yang terjadi atas transaksi yang gagal sehingga konsumen dirugikan dan konsumen mencari pertanggungjawaban dari pihak *marketplace* dan pelaku usaha.

Peneliti memilih kasus yang terjadi dalam masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Kasus yang terjadi dalam *marketplace* Tokopedia⁶

Kasus penipuan belanja ipad pada tahun 20 Juli, 2021. Dalam kasus ini, pihak konsumen Dian Christina melakukan pembelian Apple ipad 11 inci yang berkapasitas 256 giga byte dari pelaku usaha penjual merchant MA dengan harga total sebesar Rp. 13,99 juta dengan metode pembayaran split payment antara kredit online dan bank transfer virtual account. Transaksi jual-beli tersebut

⁶ Bisnis.tempo.co “Tokopedia Kembalikan Penuh Uang Pelanggan yang Diduga Tertipu Belanja Ipad”
<https://bisnis.tempo.co/read/1493253/tokopedia-kembalikan-penuh-uang-pelanggan-yang-diduga-tertipu-belanja-ipad>, diakses pada September 3, 2021.

dilakukan melalui perusahaan marketplace Tokopedia.

Dian Christina melakukan pembayaran Rp. 10 juta melalui aplikasi kredit online, dan sisanya Rp. 3,99 juta melalui bank transfer virtual account.

Dian Christina memilih opsi pengiriman Gosend, dengan pengiriman instant. Namun, setelah melakukan pembayaran dan memilih pengiriman instant, Ipad tersebut tidak diterima oleh Dian. Dian melakukan pengecekan notifikasi, dan terkejut bahwa produk sudah diterima atas nama orang lain.

Dian menghubungi Gojek dan melacak alamat kurir, dan beliau pun mendatangi alamat kurir, namun pemiliknya bukanlah orang yang mengantarkan Ipad Dian. Pemilik alamat meminjamkan alamat dia kepada orang lain yang berinisial AS. Dengan adanya informasi tersebut, Dian langsung mendatangi keluarga AS, namun keluarga AS mengelak melarikan barang Dian dan mengancam menuntut Dian atas tuduhan Pencemaran Baik.

Dian menghubungi pihak penjual dan dengan persetujuan pihak penjual, mengajukan

klaim transaksi gagal. Namun, proses tersebut tidak berjalan mulus. Invoice pembayaran pertama yang senilai Rp. 10 Juta yang dibayar lewat aplikasi kredit dapat diproses dan dikembalikan secara utuh. Berikutnya, invoice kedua yaitu Rp. 3,99 juta yang melalui transfer virtual account hanya dikembalikan Rp. 1,99 juta dari Tokopedia. Tokopedia memberikan alasan atas pengembalian dana secara tidak keseluruhan karena Tokopedia tidak merekomendasi toko dan konsumen untuk melakukan transaksi dengan metode pembayaran split payment karena banyak toko suka nakal.

Seperti yang dikatakan, pihak *marketplace* tersebut hanya menyediakan *platform* yang mengkoneksikan konsumen dan pelaku usaha penjual. Oleh karena itu, jika transaksi jual-beli mengalami kendala ataupun gagal, permasalahan tanggung jawab menjadi hal yang harus didiskusikan. *Marketplace* bukan lah pelaku usaha yang melakukan kegiatan jual-beli, namun menyediakan *platform* untuk transaksi tersebut.

Sesuai dengan latar belakang yang sudah diuraikan di atas maka penulis memilih judul “tanggung Jawab Tokopedia dan

Upaya Perlindungan Konsumen Tokopedia Dalam TransaksiJual-Beli *Online* melalui Tokopedia”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pihak *marketplace* Tokopedia bertanggung jawab atas transaksi jual-beli yang bermasalah yang merugikan konsumen?
2. Bagaimana bentuk upaya perlindungan konsumen yang diterapkan oleh *marketplace* Tokopedia?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dari skripsi ini adalah:

1. Untuk mengetahui pertanggungjawaban pihak *marketplace* Tokopedia dalam transaksi jual-beli yang bermasalah yang merugikan konsumen dan untuk mengedukasi para pembaca perihal pertanggungjawaban pihak *marketplace* Tokopedia dalam transaksi jual-beli yang bermasalah yang merugikan konsumen.
2. Untuk mengetahui upaya perlindungan konsumen pengguna pembeli yang diterapkan oleh Tokopedia dan untuk mengedukasi para pembaca perihal upaya

perlindungan konsumen pengguna pembeli yang diterapkan oleh Tokopedia.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah, diharapkan bahwa Konsumen Nasional akan mempelajari lebih banyak perihal pertanggungjawaban atas kerugian jika Konsumen dirugikan.

Manfaat teoritis dalam penelitian ini adalah, diharapkan bahwa Konsumen akan lebih sadar terhadap pihak-pihak yang dapat tanggung jawab atas kerugian yang dialami, seberapa besar tanggung jawab Ok masing pihak-pihak, dan bentuk upaya perlindungan konsumen yang diterapkan oleh *marketplace* Tokopedia.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan terdiri dari:

Pada bab ini akan dipaparkan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka terdiri dari :

Tinjauan teori dan tinjauan konseptual yang dipakai dalam penulisan skripsi tersebut. Tinjauan teori memasuki definisi-definisi dan dasar pengertian istilah hukum yang akan dipakai dalam skripsi. Tinjauan konseptual akan memaparkan dasar-dasar konseptual yang akan dipakai dalam skripsi.

BAB III Metode Penelitian terdiri dari :

Metode penelitian yang dipakai dalam skripsi tersebut yaitu metode penelitian hukum normatif. Dalam penelitian hukum normatif, penulis akan mengumpulkan dan menganalisis data sekunder. Penulis menggunakan data primer untuk menguatkan data sekunder.

BAB IV Hasil Penelitian dan Analisis terdiri dari :

Hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dan analisis terhadap penelitian dan hukum-hukum yang ada di Indonesia. Penulis akan melakukan penelitian terhadap perlindungan konsumen di Indonesia, pertanggungjawaban pihak *marketplace* dalam transaksi jual-beli yang merugikan konsumen, dan bentuk upaya perlindungan konsumen yang dijalankan oleh Tokopedia. Penulis akan menganalisis hukum perlindungan konsumen di Indonesia dengan kasus-kasus yang terjadi dalam masyarakat.

BAB V Kesimpulan dan Saran terdiri dari :

Kesimpulan yang didapatkan oleh penulis terkait permasalahan yang telah dibahas dan saran dari penulis sebagai solusi dari permasalahannya untuk kedepannya.

