



CITRA JUSTICIA

Fakultas Hukum Universitas Asahan
Jl. Jend. Ahmad Yani Kisaran
E-mail: Citrajusticia95@gmail.com
Lama: <http://jurnal.una.ac.id/index.php/cj>



URGENSI STANDARDISASI PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN SECARA DARING DI *MARKETPLACE* BERBASIS *USER GENERATED CONTENT*

Mirza Mar'Ali¹⁾, Elisatris Gultom²⁾, Sudaryat³⁾

^{1) 2)3)} Fakultas Hukum, Universitas Padjadjaran

^{1),2)3)} Email: mirza18001@mail.unpad.ac.id

ABSTRAK

Kata Kunci :
Marketplace,
Penyelesaian
Sengketa
Konsumen,
User
Generated
Content.

Tingginya angka transaksi perdagangan secara elektronik melalui *marketplace* berbasis *user generated content* (UGC) memiliki dampak negatif yaitu semakin tingginya angka sengketa konsumen secara daring. Tidak adanya konsep standar penyelesaian sengketa konsumen secara daring dalam peraturan perundang-undangan menyebabkan adanya ketidakpastian hukum bagi para pihak yang bersengketa. Penelitian ini akan meneliti apakah peraturan perundang-undangan yang ada saat ini memadai untuk dijadikan dasar pelaksanaan penyelesaian sengketa konsumen secara daring di *platform marketplace* berbasis UGC, dan bagaimana konsep standar penyelesaian sengketa konsumen secara daring di *marketplace* berbasis UGC. Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif, memanfaatkan studi dokumen yang menggunakan data sekunder, dan menggunakan spesifikasi penelitian deskriptif analitis. Tahapan penelitian dan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara penelitian kepustakaan secara *online*, dan seluruh data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode analisis kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan peraturan perundang-undangan yang ada saat ini tidak memadai untuk adanya penyelenggaraan penyelesaian sengketa konsumen secara daring khususnya di *marketplace* berbasis *user generated content*. Penelitian ini memberikan konsep standar penyelesaian sengketa konsumen secara daring menggunakan konsep integrasi setelah membandingkan dengan praktik penyelesaian sengketa konsumen secara daring di negara lain dan praktik di *marketplace* yang sudah berjalan.

Abstract

The high number of electronic trading transactions through a user generated content (UGC) based marketplace has a negative impact, namely the increasing number of online consumer disputes. The absence of a standard concept of online consumer dispute

resolution in the legislation causes legal uncertainty for the disputing parties. This study will examine whether the existing laws and regulations are adequate to serve as the basis for implementing online consumer dispute resolution on the UGC-based marketplace platform, and how the standard concept of online consumer dispute resolution is in the UGC-based marketplace. This research uses normative juridical methods, utilizes document studies that use secondary data, and uses descriptive analytical research specifications. The stages of research and data collection techniques were carried out by means of online library research, and all data obtained were analyzed using qualitative analysis methods. The results of the study show that the existing laws and regulations are not adequate for the implementation of online consumer dispute resolution, especially in user generated content-based marketplaces. This study provides a standard concept of online consumer dispute resolution using the concept of integration after comparing it with online consumer dispute resolution practices in other countries and existing marketplace practices.

1. PENDAHULUAN

Internet menjadi salah satu temuan terbesar era modern yang sangat terasa keberadaannya dalam kehidupan saat ini. Internet merupakan jaringan komputer yang terdiri atas berbagai macam ukuran jaringan yang saling terhubung melalui suatu media komunikasi elektronik, sehingga dapat teraksesnya seluruh layanan yang tersedia dalam jaringan tersebut.¹ Internet menciptakan perubahan perilaku masyarakat karena memiliki ketergantungan dengan teknologi yang tidak dapat dilepaskan karena berdampingan dalam kegiatan sehari-hari. Salah satu hal yang paling terasa perubahannya dalam kehidupan manusia adalah berkaitan dengan perubahan pola perdagangan.

Data yang dimiliki oleh *We are Social* dan *Hootsuite* sebagaimana dilansir oleh Katadata menunjukkan pengguna internet di Indonesia pada tahun 2021 sebesar 202,6 juta pengguna.² Data jaringan *mobile* aktif di Indonesia adalah 125,6% dari total jumlah populasi penduduk Indonesia, yaitu sebesar 345,3 juta pengguna.³ Angka tersebut merupakan angka yang sangat besar dan menjadikan Indonesia sebagai negara pengguna internet terbanyak dengan urutan ke-4 di dunia.⁴

¹ Mirza Mar'Ali, dan Priliyani Nugroho Putri, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Melakukan *Review* Suatu Produk di Media Sosial dari Delik Pencemaran Nama Baik", *Padjadjaran Law Review* 9, no. 2 (Januari 2022): 2.

² Aria W. Yudhistira, "Masa Depan Cerah Gim *Online* di Indonesia", <https://katadata.co.id/ariayudhistira/analisisdata/60bd726285611/masa-depan-cerah-gim-online-di-indonesia>, *Katadata*, diakses 25 Juni 2022.

³ *Ibid.*

⁴ Fauziah Mursid dan Esthi Maharani, "Kominfo: Pengguna Internet Indonesia Terbesar Ke-4 di Dunia", *Republika*, <https://www.republika.co.id/berita/qv56gb335/ko>

Angka pengguna internet yang begitu tinggi juga secara otomatis menunjukkan adanya aktivitas penggunaan internet yang begitu tinggi di Indonesia. Salah satu hal yang paling terasa perubahannya dengan adanya internet adalah perubahan kegiatan ekonomi atau perdagangan yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia sehari-hari. Pada zaman dahulu atau paling tidak sebelum internet menguasai aspek kehidupan masyarakat kegiatan perdagangan secara konvensional menjadi pilar utama aktivitas ekonomi, akan tetapi saat ini berubah menggunakan metode yang lebih modern dengan adanya media internet. Fakta demikian ini dapat dilihat secara nyata ketika masyarakat sangat banyak dan cukup sering beraktivitas dagang menggunakan media internet.

Aktivitas perdagangan secara daring (Dalam Jaringan) atau menggunakan media internet saat ini begitu digemari oleh masyarakat Indonesia. Terdapat salah satu jenis metode perdagangan secara daring yang begitu familiar bagi masyarakat Indonesia, yaitu perdagangan melalui *marketplace* berbasis *user generated content* (UGC). Terdapat letak kesamaan pada dasarnya antara konsep pasar atau *mall* konvensional dengan *marketplace* berbasis UGC, yaitu penyedia *platform* pada dasarnya tidak menjual secara langsung produk yang dipasarkan dan hanya menjadi wadah bagi para pedagang (*Merchant*) yang akan memperdagangkan produknya kepada para pembeli selaku konsumen. Wadah yang dimiliki oleh *platform marketplace* tersebut dapat berbentuk *website* atau berbentuk aplikasi contoh yang paling sering digunakan saat ini adalah Tokopedia, Shopee, Lazada, dan Bukalapak.

[minfo-pengguna-internet-indonesia-terbesar-ke4-di-dunia](https://www.kominfo-pengguna-internet-indonesia-terbesar-ke4-di-dunia), diakses 25 Juni 2022.

Terdapat data pengunjung bulanan *marketplace* berbasis UGC terbaru berdasarkan data *Similarweb*, seperti Tokopedia sebesar 138 juta pengunjung, Shopee 114,3 juta pengunjung, dan Lazada sebesar 21,1 juta pengunjung.⁵ Data tersebut juga selaras dengan angka total nilai transaksi *e-commerce* pada tahun 2021 menurut perkiraan Bank Indonesia mencapai 401 triliun rupiah.⁶ Total transaksi tersebut meningkat dari tahun 2020 yang mencatatkan total nilai transaksi sebesar 266 triliun rupiah.⁷

Tingginya angka total kunjungan bulanan dan total nilai transaksi tersebut menunjukkan adanya suatu fakta masyarakat Indonesia sudah mulai bertransformasi dan melebur ke dalam pola perdagangan secara elektronik khususnya menggunakan *marketplace* berbasis UGC. Fakta tersebut juga ikut disertai adanya fakta lain berkaitan dengan masalah baru yang timbul dari kegiatan perdagangan di *marketplace* berbasis UGC. Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) merilis data adanya 1.276 aduan pada tahun 2020 dari sektor perdagangan elektronik.⁸ Kementerian Perdagangan mencatat

adanya 8.949 aduan konsumen sektor *e-commerce* pada tahun 2021.⁹

Terdapatnya fakta tingginya angka aduan yang dimiliki oleh BPKN dan Kementerian Perdagangan menunjukkan adanya permasalahan yang dialami oleh masyarakat khususnya konsumen selama bertransaksi jual-beli di *platform marketplace*. Permasalahan yang timbul tentu akan bermuara pada adanya penyelesaian sengketa konsumen. Penyelesaian sengketa ditempuh agar segala bentuk permasalahan yang dihadapi dapat terselesaikan sebaik-baiknya berdasarkan hukum yang berlaku.

Terdapat dua tata cara atau konsep penyelesaian sengketa di Indonesia, yaitu secara litigasi melalui lembaga peradilan dan non-litigasi melalui lembaga alternatif penyelesaian sengketa. Praktik beracara di Indonesia memiliki asas cepat, sederhana, dan berbiaya ringan, namun faktanya tidak demikian karena proses litigasi memakan biaya yang cukup besar, cukup memakan waktu, dan proses yang rumit.¹⁰ Pebisnis lebih suka untuk menghindari berperkara melalui lembaga peradilan, dan menjadikan lembaga alternatif penyelesaian sengketa sebagai pilihan yang lebih disukai apabila mereka memiliki masalah yang dipersengketakan.

Penyelesaian sengketa konsumen di Indonesia sudah diatur di dalam UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang

⁵ Similarweb, "Top Website Ranking: E-commerce and Shopping Categories in Indonesia", *Similarweb*, <https://www.similarweb.com/top-websites/indonesia/category/e-commerce-and-shopping/>, diakses 25 Juni, 2022.

⁶ Bidara Pink dan Yudho Winarto, "BI: Total Nilai Penjualan E-Commerce di 2021 Tercatat Rp 401 Triliun", *Kontan*, <https://nasional.kontan.co.id/news/bi-total-nilai-penjualan-e-commerce-di-2021-tercatat-rp-401-triliun>, diakses 25 Juni, 2022.

⁷ *Ibid.*

⁸ Lit Septyaningsih dan Nidia Zuraya, "BPKN Terima 1.276 Pengaduan pada 2020, E-Commerce Melonjak", *Republika*, <https://republika.co.id/berita/qlbh95383/bpkn-terima-1276-pengaduan-pada-2020-emecommerce-emmelonjak>, diakses 25 Juni, 2022.

⁹ Elsa Catriana dan Akhdi Martin Pratama, "Kemendag Catat Pengaduan Konsumen Didominasi E-Commerce pada 2021", *Kompas*, <https://money.kompas.com/read/2022/01/10/173000026/kemendag-catat-pengaduan-konsumen-didominasi-e-commerce-pada-2021>, diakses 25 Juni 2022.

¹⁰ Nia Sari Sihotang, "Penerapan Asas Sederhana, Cepat dan Berbiaya Ringan di Pengadilan Negeri Pekanbaru Berdasarkan Undang-Undang Nomor 48 Tahun 2009 tentang Kekuasaan Kehakiman", *Jom Fakultas Hukum III*, no.2 (2016): 2-3.

Perlindungan Konsumen (UUPK). Para pihak (penjual dan pembeli) berdasarkan UUPK dapat memilih untuk menyelesaikan sengketa melalui jalur litigasi atau melalui lembaga penyelesaian sengketa yang diatur dalam UUPK yaitu BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen). Pasal 52a UUPK menerangkan bahwa penyelesaian sengketa yang dilakukan melalui BPSK dapat diselesaikan dengan cara mediasi, konsiliasi, atau arbitrase. Sayangnya lembaga BPSK ini dibentuk sudah sangat lama dan tentunya akan memiliki kelemahan apabila dibandingkan dengan praktik perdagangan modern yang sudah melibatkan internet dalam setiap kegiatannya salah satu contohnya adalah pola perdagangan di *marketplace* berbasis UGC.

Saat ini setiap penyedia *platform marketplace* memiliki tata cara penyelesaian sengketa konsumen tersendiri, hal ini disebabkan tidak adanya standar tertentu yang jelas, tegas, dan baku dalam peraturan perundang-undangan. Di *platform* Tokopedia penyelesaian sengketa dapat ditempuh oleh konsumen menggunakan fitur *komplain* yang harus disertai dengan bukti-bukti dan pihak *platform* sudah menyediakan solusi yang dapat dipilih para pihak untuk menemukan titik kesepakatan.¹¹ Apabila para pihak tidak menemukan titik solusi maka secara otomatis pihak Tokopedia yang memberikan keputusan. Di *platform* Shopee penyelesaian sengketa dilakukan dengan cara negosiasi tanpa disediakan solusi oleh pihak Shopee, dan apabila para pihak tidak menemukan kesepakatan dapat meminta bantuan pihak Shopee

untuk menyelesaikan permasalahan yang ada.¹²

Kehadiran penyelesaian sengketa secara daring yang dilakukan setiap penyedia *platform marketplace* adalah suatu bentuk dari alternatif penyelesaian sengketa non-litigasi. Keberadaan penyelesaian sengketa secara daring sudah diakui dalam hukum Indonesia. Terdapat beberapa peraturan perundang-undangan yang mengakui keberadaan penyelesaian sengketa secara daring, yaitu UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang ITE, UU Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, dan PP Nomor 8 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem elektronik.

Problematis yang ada saat ini adalah perbincangan terkait penyelesaian sengketa konsumen secara daring di *marketplace* hanya berputar perihal hal-hal apa saja yang dibuat dan dilakukan masing-masing penyedia *platform marketplace*. Penelitian dan diskusi yang ada hanya sampai ke tahap perbedaan pelayanan dan tanggapan terkait aduan konsumen antar penyedia *platform marketplace*. Penelitian ini akan membahas lebih jauh lagi mengenai bentuk standar penyelesaian sengketa konsumen secara daring di *platform marketplace* berbasis UGC. Standar dari penyelesaian sengketa konsumen secara daring di *marketplace* harus terbentuk karena menyangkut kepastian hukum yang mencerminkan negara hukum kesejahteraan.

Adanya kesenjangan yang terjadi antara yang diatur di dalam peraturan perundang-undangan berkenaan dengan penyelesaian sengketa secara daring dengan fakta yang ada saat ini, yaitu tidak

¹¹ Tokopedia Care, "Apa itu Pusat Resolusi?", *Tokopedia.com*, <https://www.tokopedia.com/help/article/apa-itu-pusat-resolusi>, diakses pada tanggal 03 Agustus 2022.

¹² Shopee, "Pengembalian Barang & Dana", *Shopee.co.id*, <https://help.shopee.co.id/portal/category/16-Pengembalian-Barang-Dana/398-Pengajuan-Komplain?page=1>, diakses pada tanggal 03 Agustus 2022..

terdapatnya suatu standar bagi setiap *marketplace* berbasis UGC dalam menyelenggarakan penyelesaian sengketa secara daring di *platform* mereka. Tentunya hal ini menjadikan adanya perbedaan cara penyelesaian yang dilakukan oleh setiap penyedia *platform marketplace*, hal ini tentu menimbulkan permasalahan ketidakpastian hukum serta minimnya manfaat yang akan diperoleh dari proses penyelesaian sengketa konsumen di *platform marketplace*. Oleh sebab itu Penelitian ini akan mengkaji peraturan perundang-undangan yang ada saat ini apakah sudah cukup memadai untuk pelaksanaan penyelesaian sengketa konsumen secara daring di *marketplace* berbasis UGC, serta Penelitian akan menghasilkan suatu konsep standar penyelesaian sengketa konsumen secara daring di *marketplace* berbasis UGC untuk mengatasi permasalahan yang ada.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan metode yuridis normatif, yaitu suatu metode dengan cara meneliti bahan Pustaka berupa data sekunder atau disebut juga sebagai penelitian hukum kepustakaan.¹³ Penelitian yuridis normatif memanfaatkan studi dokumen dengan menggunakan sumber bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Spesifikasi penelitian yang digunakan adalah deskriptif analitis yaitu dilakukan dengan menguraikan fakta-fakta permasalahan yang ada dalam penelitian ini, untuk selanjutnya ditinjau dengan data sekunder yang diperoleh.

Tahapan penelitian dan Teknik pengumpulan data dilakukan dengan memanfaatkan penelitian kepustakaan secara *online* untuk memperoleh data sekunder berupa bahan-bahan tertulis.

Data sekunder yang diperoleh berupa bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan seperti Undang-Undang Dasar 1945 (“UUD 1945”), Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa (“UU AAPS”), Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (“UUPK”), Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan transaksi Elektronik beserta perubahannya (“UU ITE”), Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (“UUP”), Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (“PP PMSE”), dan Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2016 tentang Batasan dan Tanggung Jawab Penyedia *Platform* dan Pedagang (Merchant) Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Electronic Commerce) yang Berbentuk *User Generated Content*.¹⁴ Bahan hukum sekunder merupakan bahan hukum berupa tulisan-tulisan seperti buku, jurnal ilmiah, dan hasil penelitian lain yang dibuat oleh ahli dan memiliki hubungan dengan permasalahan dalam penelitian ini atau memiliki hubungan dengan bahan hukum primer.¹⁵

Seluruh data-data yang sudah diperoleh dan dikumpulkan melalui tahap pengumpulan data kepustakaan akan analisis dengan memanfaatkan metode analisis kualitatif, yaitu metode analisis data dengan cara menginterpretasikan bahan-bahan hukum yang telah diperoleh dan olah.¹⁶ Peneliti akan menguraikan hasil dari data-data tersebut dengan disusun secara komprehensif dan

¹⁴ *Ibid*, 59.

¹⁵ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif-Suatu Tinjauan Singkat*, (Jakarta: Rajawali Press, 2007), 41.

¹⁶ Muhaimin, *Op.Cit*, 68.

¹³ Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, (Mataram: Mataram University Press, 2020), 45.

sistematis agar penelitian ini dapat dengan mudah dipahami oleh para pembaca.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Keberadaan Alternatif Penyelesaian Sengketa di Indonesia

UU AAPS merupakan undang-undang yang secara khusus mengatur perihal alternatif penyelesaian sengketa. UU AAPS membedakan antara arbitrase yaitu sebagai suatu cara penyelesaian sengketa perdata di luar pengadilan dengan alternatif penyelesaian sengketa lainnya. Terdapat beberapa jenis alternatif penyelesaian sengketa berdasarkan UU AAPS, yaitu konsultasi, mediasi, negosiasi, konsiliasi, dan penilaian ahli.

Konsultasi merupakan suatu tindakan bersifat personal yang dilakukan antara seorang klien dengan seorang konsultan yang memiliki suatu keahlian tertentu untuk memperoleh nasihat, pendapat, dan/atau pertimbangan atas masalah yang terjadi guna mendapatkan jalan keluar.¹⁷ Konsultasi merupakan pilihan bagi pihak tertentu dalam rangka penyelesaian sengketa yang ditempuh, namun tidak memiliki kaitan secara khusus dengan pihak lawan sengketa.¹⁸ Konsultasi merupakan pilihan pribadi dan dilakukan demi kepentingan pribadi, dan konsultasi dilakukan tidak memerlukan persetujuan atau keharusan untuk diketahui oleh pihak lawan.¹⁹

Negosiasi secara harfiah dapat diartikan sebagai tindakan pertemuan langsung antara para pihak yang bersengketa. Pertemuan dilaksanakan untuk menghasilkan suatu *conclusion* dengan didahului proses tawar-menawar sampai dengan akhirnya mencapai perdamaian yang saling menguntungkan

atau *win-win solution*.²⁰ Terdapat beberapa unsur penting dari proses negosiasi, yaitu:²¹

- 1) Adanya keinginan para pihak agar penyelesaian sengketa diselesaikan secara damai dan menghasilkan *win-win solution*;
- 2) Keaktifan para pihak menunjukkan keinginan untuk segera menyelesaikan sengketa di antara mereka;
- 3) Para pihak yakin bahwa negosiasi dapat memecahkan masalah atau sengketa yang terjadi;
- 4) Para pihak memiliki komitmen atas hasil negosiasi dan akan menjalankannya secara sukarela.

Terdapat empat tahapan dari proses negosiasi, yaitu pra-negosiasi, proses negosiasi, proses penutupan negosiasi disertai tanda tangan akta atau perjanjian damai, dan pelaksanaan akta atau perjanjian damai tersebut. Keberadaan negosiasi di dalam UU AAPS tercermin di dalam Pasal 6 ayat (2) UU AAPS.

Mediasi dapat ditemukan secara garis besar di dalam Pasal 6 ayat (3), sampai dengan ayat (5) UU AAPS, dan tahapan ini bisa dikatakan sebagai tahap lanjutan apabila tahapan konsultasi dan negosiasi yang sudah ditempuh tidak membuahkan kesepakatan untuk mengakhiri suatu sengketa. *Black's Law Dictionary* mendefinisikan mediasi sebagai cara penyelesaian sengketa dengan melibatkan pihak ketiga yang bersifat netral guna membantu para pihak untuk memperoleh solusi yang saling menguntungkan.²² Mediator berfungsi membantu para pihak secara netral sesuai keahlian yang dimiliki agar para pihak memperoleh kesepakatan, dan membantu

¹⁷ Candra Irawan, *Hukum Alternatif Penyelesaian Sengketa di Indonesia*, (Bandung: CV.Mandar Maju, 2017), 40.

¹⁸ *Ibid*, 41.

¹⁹ *Ibid*.

²⁰ *Ibid*, 44.

²¹ *Ibid*, 45.

²² Bryan A. Garner, *Black's Law Dictionary 8th Edition*, (Minnesota: Thomson/West, 2004), 2113.

pelaksanaan atas isi kesepakatan yang dicapai dalam mediasi tersebut oleh para pihak.²³ Mediator sebagai pihak ketiga tidak memiliki kewenangan memaksa, sehingga kewajiban mediator hanya mempertemukan para pihak yang bersengketa untuk mencari masukan perihal pokok perkara sengketa para pihak.²⁴

Konsiliasi secara konsep memiliki sedikit dengan mediasi. Dalam hukum Indonesia keberadaan konsep perdamaian (konsiliasi) dapat dilihat dalam Pasal 1851 sampai dengan Pasal 1864 KUH Perdata. Secara khusus keberadaan konsiliasi diatur dalam Pasal 6 ayat (7) dan Pasal 6 ayat (8) UU AAPS. Konsiliasi dilaksanakan oleh pihak ketiga Bernama konsiliator yang merupakan seorang profesional, memiliki keahlian, dan dapat membuktikan keahliannya karena memiliki peran penting terhadap penyelesaian persoalan para pihak yang bersengketa.²⁵

Penilaian ahli/penasehat ahli keberadaannya diakui dalam Pasal 6 ayat (3) UU AAPS. Keberadaan ahli dalam hal ini disebabkan terdapat beda pendapat yang tidak dapat dilaksanakan secara pertemuan langsung (negosiasi), sehingga diperlukan bantuan seorang atau lebih pendapat ahli atau penasehat

ahli.²⁶ Pemberian pendapat ahli dapat dijadikan sebagai suatu masukan kepada para pihak yang bersengketa sebagai salah satu masukan ketika akan dilakukannya pembuatan suatu perjanjian yang mengatur hak dan kewajiban para pihak.²⁷

B. Keberadaan Penyelesaian Sengketa Secara Daring di Indonesia

Penyelesaian sengketa secara daring dalam pembahasan ini berkenaan dengan alternatif penyelesaian sengketa menggunakan media elektronik. Penyelesaian sengketa secara daring pada dasarnya tidak diatur secara jelas, lengkap, dan tegas di dalam peraturan perundang-undangan yang ada di Indonesia. Terdapat beberapa peraturan perundang-undangan yang secara tidak langsung menyiratkan keberadaan penyelesaian sengketa secara daring melalui media elektronik.

Berdasarkan Pasal 65 ayat (5) UUP secara tidak langsung menyiratkan keberadaan penyelesaian sengketa sebagai akibat dari aktivitas perdagangan yang dilakukan melalui sistem elektronik dengan adanya kalimat "...atau melalui mekanisme penyelesaian sengketa lainnya". Merujuk ke dalam penjelasan dari Pasal 65 ayat (5) UUP, bahwa mekanisme sengketa lainnya tersebut meliputi konsultasi, negosiasi, konsiliasi, mediasi, atau arbitrase yang dilaksanakan menurut peraturan perundang-undangan.²⁸

UU ITE juga secara tidak tegas mengatur keberadaan penyelesaian sengketa secara daring. Pasal 41 UU ITE membuka kemungkinan adanya pembentukan suatu lembaga penyelesaian

²³ Candra Irawan, "Problematika Penerapan Peraturan Mahkamah Agung Republik Indonesia Tahun 2008 Dalam Penyelesaian Penyelesaian Sengketa Perdata di Indonesia", *ADHAPER: Jurnal Hukum Acara Perdata* 1, no.2 (2015): 61-62.

²⁴ Nevey Varida Ariani, "Alternatif Penyelesaian Sengketa Bisnis di Luar Pengadilan", *Jurnal Rechtsvinding* 1, no.2 (2012): 282-283.

²⁵ Tris Widodo, "Penyelesaian Secara Konsiliasi Dalam Penyelesaian Perselisihan Hubungan Industrial Menurut UU No.2 Tahun 2004", *Jurnal Warta Dharmawangsa* 49, (2016): 3.

²⁶ Dewa Nyoman Rai Asmara Putra dan I Putu Rasmadi Arsha Putra, "Akibat Hukum Pendaftaran Penyelesaian Sengketa Alternatif", *ADHAPER: Jurnal Hukum Acara Perdata* 6, no.1 (2020): 81.

²⁷ Nevey Varida Ariani, *Op.Cit.*, 284.

²⁸ *Ibid.*

sengketa secara elektronik atau daring. Pasal 41 UU ITE pada intinya mendorong terciptanya keikutsertaan masyarakat agar lebih aktif dan terlibat dalam penerapan dan pemberlakuan hukum. Pasal 41 UU ITE mendorong masyarakat untuk berperan aktif dalam memanfaatkan teknologi informasi, dimana bentuk konkretnya masyarakat dapat membentuk lembaga yang memiliki fungsi mediasi dan konsultasi salah satunya adalah lembaga penyelesaian sengketa secara daring atau elektronik.²⁹

Berdasarkan Pasal 72 ayat (1) PP PMSE, apabila terjadi suatu sengketa yang terjadi dalam lingkup PMSE, maka para pihak dapat menyelesaikannya melalui pengadilan atau melalui suatu mekanisme penyelesaian sengketa lainnya. Pasal 72 ayat (2) PP PMSE menyatakan penyelesaian sengketa PMSE bisa ditempuh atau diselenggarakan secara elektronik sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

C. Penyelesaian Sengketa Konsumen Berdasarkan UU No.8/1999 tentang Perlindungan Konsumen

UUPK salah satunya berisikan pengaturan penyelesaian sengketa konsumen. Pasal 45 sampai dengan Pasal 48 UUPK mengatur bahwa penyelesaian sengketa konsumen dapat diselesaikan dengan cara litigasi dan non litigasi. Proses penyelesaian sengketa litigasi merupakan penyelesaian sengketa melalui lembaga peradilan umum. Proses penyelesaian sengketa secara non litigasi dapat ditempuh oleh konsumen yang mengalami kerugian melalui suatu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Penyelesaian sengketa melalui jalur litigasi ditempuh melalui lembaga peradilan dengan merujuk ketentuan-

²⁹ Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, 2008.

ketentuan peradilan umum menggunakan hukum acara yang umum berlaku yaitu *Het Herziene Indonesisch Reglement (HIR)/Reglement voor de Buitengewesten (RBG)*.³⁰ Penyelesaian sengketa melalui jalur non litigasi atau di luar pengadilan dilakukan dengan beberapa alternatif pilihan, apabila merujuk UUPK maka dapat dilihat penyelesaian sengketa yang dilakukan di BPSK dapat ditempuh dengan cara mediasi, konsiliasi, atau arbitrase.

Perlu dicatat bahwa penyelesaian sengketa konsumen yang diatur di dalam UUPK adalah untuk konsumen akhir. UUPK menegaskan lingkup pengaturannya hanya sebatas konsumen akhir, hal ini dapat dilihat berdasarkan definisi konsumen dalam UUPK, yang pada intinya konsumen merupakan pemakai barang dan/atau jasa untuk kepentingan dirinya sendiri atau pihak lain dan tidak untuk diperdagangkan kembali. Konsumen akhir merupakan orang yang memperoleh dan menggunakan suatu barang dan/atau jasa guna memenuhi kebutuhan pribadinya.³¹

D. Penyelesaian Sengketa Konsumen di Marketplace Berbasis User Generated Content di Indonesia

Di platform Tokopedia proses penyelesaian sengketa konsumen diatur dalam Tokopedia *Care* dan Tokopedia Pusat Edukasi *Seller*. Penyelesaian sengketa konsumen di Tokopedia dinamakan "Pusat Resolusi", yaitu sarana bagi konsumen dan penjual guna menyelesaikan permasalahan yang terjadi meliputi:

³⁰ Nurul Fibrianti, "Perlindungan Konsumen dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Jalur Litigasi", *Jurnal Hukum Acara Perdata* 1, no.1, (2015): 118,

³¹ Mukti Fajar, Reni Budi Setianingrum, dan Muhammad Annas, *Hukum Perlindungan Konsumen dan Persaingan Usaha*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2019, 16.

- 1) Produk rusak;
- 2) Produk yang tiba kurang;
- 3) Produk tidak sampai atau tidak sama dengan deskripsi;
- 4) Adanya selisih biaya kirim.

Melalui Pusat Resolusi, maka konsumen dapat mengajukan komplain berdasarkan masalah yang dialami dan dapat memilih solusi yang sudah disediakan oleh pihak Tokopedia, yaitu pengembalian dana kepada pembeli, melakukan penukaran produk, atau mengirimkan sisa produk yang belum terkirim.³² Apabila konsumen dengan penjual tidak menemukan kesepakatan atau tidak adanya respon selama 2 x 24 jam, maka pihak Tokopedia akan memberikan keputusan atas permasalahan yang terjadi.³³

Di Shopee pihak *platform* tidak menyediakan solusi sejak awal kepada pihak penjual yang tentunya hal ini sangat berbeda dengan proses penyelesaian kendala atau sengketa yang ada di Tokopedia. Penjual dan pembeli apabila terjadi kendala atau sengketa berkenaan dengan produk yang dibeli, maka keduanya dapat melakukan negosiasi sejak awal. Apabila tidak terdapat respon dari pembeli serta tidak adanya cukup bukti selama jangka waktu tiga hari, maka proses penyelesaian kendala akan diselesaikan oleh Tim dari *platform* Shopee.³⁴

E. Konsep Standar Penyelesaian Sengketa Konsumen Secara Daring

³² Tokopedia Care, "Apa Itu Pusat Resolusi", *Tokopedia*, <https://www.tokopedia.com/help/article/apa-itu-pusat-resolusi>, diakses 1 Juli 2022.

³³ *Ibid.*

³⁴ Shopee, "Tentang Proses Penyelesaian Masalah Shopee", <https://seller.shopee.co.id/edu/article/2039>, diakses 1 Juli 2022.

di Marketplace Berbasis User Generated Content

Kemunculan *online dispute resolution* pertama kali berada di Philadelphia, Amerika Serikat pada tahun 1995 melalui *The National Center for Automated Information Research* membentuk ODR yang dinamakan *Virtual Magistrate*, yang berfungsi menyelesaikan sengketa antara *internet providers* dengan *users*.³⁵ Pada tahun 1999 sebuah perusahaan *e-commerce* bernama *e-bay* membuat penyelesaian sengketa secara daring yang dibuat bersama-sama dengan *University of Massachusetts*, dengan suatu konsep mediasi secara daring yang dinamai *SquareTrade*.³⁶ Saat ini juga terdapat beberapa penyedia ODR yang terkenal seperti *CyberSettle*, *Modria*, *Uniform Domain Names Dispute Resolution Policy (UDRP)*.³⁷

CyberSettle melalui situs webnya sangat dikenal dengan mekanisme penyelesaian negosiasinya yang dilakukan secara otomatis.³⁸ Selanjutnya, UDRP memiliki *Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN)*, yaitu suatu sistem yang mekanisme eksekusinya menggunakan metode *chargebacks* yang dilakukan dengan cara

³⁵ Pablo Cortez, *Online Dispute Resolution for Consumers in the European Union*, (Abingdon: Routledge, 2011), 54.

³⁶ Muhammad Faiz Aziz, dan Muhammad Arif Hidayah, "Perlunya Pengaturan Khusus *Online Dispute Resolution Di Indonesia Untuk Fasilitasi Penyelesaian Sengketa E-Commerce*", *RechtsVinding* 9, No.1, (2020): 279-280,

³⁷ Pablo Cortes, *Op.Cit.*, 64-70. Lihat Juga Meline Gerarita Sitompul, M.Syaifuddin, dan Annalisa Yahanan, "Online Dispute Resolution (ODR): Prospek Penyelesaian Sengketa E-Commerce di Indonesia", *Jurnal Renaissance* 1, No.2, (2016):83.

³⁸ *Ibid.*, 64. Lihat Juga *CyberSettle*, "Online Dispute Resolution and Online Settlement & Payment", <http://www.cybersettle.com/>, diakses 27 Juni 2022.

mengembalikan transaksi seperti keadaan semula yang dilakukan pada transaksi kartu kredit atau kartu debit ketika ditemukan adanya penggunaan yang tidak pernah terjadi atau ketika adanya pelanggaran ketentuan kontrak.³⁹ Modria berbeda dengan *CyberSettle* dan ICANN, dimana Modria memiliki metode mediasi dan arbitrase secara daring yang dikemas secara sederhana.⁴⁰

Selain beberapa penyelenggara *online dispute resolution* di atas, terdapat beberapa negara yang juga sudah menyelenggarakan ODR dan menjadi acuan bagi negara-negara lain untuk menyelenggarakan ODR, yaitu Amerika Serikat dan Cina. Penyelesaian sengketa secara daring di Amerika Serikat dapat ditempuh melalui suatu lembaga bernama *American Arbitration Association* (AAA) yang sudah dibentuk sejak tahun 1926 dan *Central Better Business Bureau* (CBBB).⁴¹ Penyelenggaraan ODR di Cina diselenggarakan oleh *China International Economic and Trade Arbitration Commission* (CIETAC) yang sudah mengadopsi pelaksanaan arbitrase secara daring (*online*).⁴² Secara konsep dasar lembaga AAA dan CIETAC memiliki persamaan sebagai lembaga atau badan arbitrase yang menyelenggarakan *online dispute resolution*, sedangkan CBBB hanya menyelenggarakan secara semi *online* berkenaan dengan pengaduan konsumen.

Penyelesaian sengketa secara daring di AAA melayani berbagai jenis penyelesaian sengketa, mulai dari masalah pekerjaan atau ketenagakerjaan, perselisihan kekayaan intelektual,

sengketa di bidang teknologi, Kesehatan, konstruksi, jasa keuangan, konflik perdagangan internasional, dan sengketa konsumen.⁴³ AAA menerapkan beberapa metode penyelesaian perselisihan yang ada khususnya sengketa konsumen, meliputi mediasi dan arbitrase yang dapat ditempuh secara daring.⁴⁴ Melalui situs web AAA yaitu www.adr.org, terdapat fitur penyelesaian sengketa konsumen maupun penyelesaian sengketa lainnya yaitu fitur "*Online services*", dimana para pihak yang ingin menyelesaikan perselisihannya dapat memanfaatkan tools yang terdapat didalamnya seperti pelayanan WebFile. Secara singkat proses penyelesaian sengketa konsumen dengan metode ODR di AAA dapat diuraikan sebagai berikut:⁴⁵

- 1) Pada tahap pertama para pihak yang berselisih dapat mendaftarkan diri untuk melaksanakan proses penyelesaian perselisihan secara daring melalui fitur *online services* dengan tools WebFile;
- 2) Selanjutnya para pihak dapat mengisi seluruh formula yang terdapat di dalamnya termasuk formulir terkait data diri para pihak yang bersengketa;
- 3) Setelah mendaftarkan diri, maka para pihak yang berselisih dapat mengajukan klaim secara daring kepada pihak AAA melalui surat-menyerut secara daring;

⁴³ American Arbitration Association, "Practice Areas", <https://www.adr.org/>, diakses 1 Juli 2022.

⁴⁴ Meline Geranita Sitompul, M.Syaifuddin, dan Annalisa Yahanan, *Op.Cit.*, 82. Lihat Juga American Arbitration Association, "Consumer Arbitration Rules", <https://www.adr.org/consumer>, diakses 1 Juli 2022.

⁴⁵ American Arbitration Association, "Consumer Arbitration Rules", <https://www.adr.org/consumer>, diakses 1 Juli 2022.

³⁹ *Ibid*, 69.

⁴⁰ Karolina Mania, "Online Dispute Resolution: The Future of Justice", *International Comparative Jurisprudence* 1, No.1, (2015);76-86.

⁴¹ Meline Gerarita Sitompul, M.Syaifuddin, dan Annalisa Yahanan, *Op.Cit.*, 82.

⁴² *Ibid*, 83.

- 4) Para pihak dapat berkomunikasi menggunakan *email* dan mengisi form yang terdapat di dalam situs web AAA yang diperuntukan untuk sengketa bisnis konsumen;
- 5) Para pihak yang bersengketa akan memperoleh informasi dari AAA setelah pengisian form selesai, dan selanjutnya para pihak akan mengetahui pihak netral yang ditunjuk dalam penyelesaian kasus perselisihan para pihak, dan selanjutnya AAA akan menjelaskan perihal tahapan memulai penyelesaian kasus secara daring.

China International Economic and Trade Arbitration Commission (CIETAC) merupakan salah satu lembaga arbitrase yang berada di Cina yang juga melaksanakan penyelesaian sengketa secara daring. CIETAC memiliki regulasi tersendiri dalam menyelenggarakan penyelesaian sengketa secara daring yang diatur dalam *CIETAC Oline Arbitration Rules* atau CIETAC OAR. Badan khusus dari penyelesaian sengketa secara daring di CIETAC adalah CIETAC ODR *Center* yang memiliki fungsi untuk memberikan layanan penyelesaian sengketa secara daring sampai dengan pengembangan situs web yang akan digunakan sebagai media penyelesaian sengketa secara daring.⁴⁶

Merujuk kepada *Article 3* CIETAC OAR, bahwa CIETAC menerima beberapa kasus sengketa yang selanjutnya dapat diselesaikan secara daring, yaitu kasus terkait ekonomi, perdagangan, kontraktual dan non kontraktual yang didasarkan atas perjanjian para pihak.⁴⁷

Penerimaan kasus tersebut memiliki lingkup yang cukup luas, termasuk untuk kasus sengketa internasional, kasus sengketa yang terjadi di Hong Kong, Macau, dan Taiwan, serta kasus sengketa domestic.⁴⁸ Layanan penyelesaian sengketa secara daring yang diberikan oleh CIETAC meliputi arbitrase *online* dan mediasi *online*, namun dapat saja dikombinasikan dengan metode konsiliasi dengan pendekatan per kasus.⁴⁹ Tahapan penyelesaian sengketa secara daring dengan menggunakan metode arbitrase di CIETAC dapat merujuk ke dalam CIETAC OAR, yaitu sebagai berikut:

- 1) *Administration/Communication* (*Chapter 2*);
- 2) *Arbitral Proceedins* (*Chapter 3*):
 - a) *Request for Arbitration, Defense and Counterclaim* (*Section 1*);
 - b) *The Arbitral Tribunal* (*Section 2*);
 - c) *Hearing* (*Section 3*);
 - d) *Arbitral Award* (*Section 4*)

Terdapat tiga proses metode arbitrase *online* di CIETAC, yaitu *main procedure*, *summary procedure*, dan *expedited procedure*. *Main procedure* adalah prosedur standar dengan jangka waktu yang digunakan selama 30 hari sejak diterimanya notifikasi arbitrase untuk memasukan pembelaan dan tuntutan balik. *Summary procedure* adalah prosedur arbitrase *online* yang dilaiukan secara ringkas, dan prosedur ini hanya dilakukan atas suatu sengketa yang memiliki nilai di atas RMB 100.000 atau di bawah RMB 1.000.000 dengan jangka waktu penyelesaian antara 15 hari, 30

⁴⁶ Meline Geranita Sitompul, M.Syaifuddin, dan Annalisa Yahanan, *Op.Cit.*, 83.

⁴⁷ *China International Economic and Trade Arbitration Commission* (CIETAC) *Online Arbitration Rules* 2009, *Article 3 Paragraph* (1).

⁴⁸ *Ibid*, *Article 3 Paragraph* (2).

⁴⁹ *China International Economic and Trade Arbitration Commission*, "Beberapa Layanan", <http://www.cietac.org/index.php?m=Article&a=index&id=392>, diakses 1 Juli 2022.

hari, hingga 2 bulan berturut-turut.⁵⁰ *Expedited procedure* adalah proses arbitrase tercepat yang dapat dilakukan di CIETAC, hanya sengketa dengan nilai tuntutan kurang dari RMB 100.000 yang dapat diterima untuk diselesaikan dengan prosedur ini, dan dengan jangka waktu penyelesaian selama 5 hari, 10 hari, hingga 15 hari.⁵¹

Terdapat suatu pedoman penyelenggaraan *online dispute resolution* yang dibuat oleh *United Nations Commission on International Trade Law (UNCITRAL)* yang dinamakan dengan *UNCITRAL Technical Notes on Online Dispute Resolution 2017 (UNCITRAL TODR)*. Berdasarkan UNCITRAL TODR, proses *ODR* terdiri dari tiga tahapan, ulai dari tahapan pertama negosiasi secara daring, penyelesaian sengketa yang difasilitasi, dan tahap akhir yang dapat berupa tahap apapun yang disepakati.⁵² Proses penyelesaian sengketa secara daring juga harus memenuhi asas independensi, netralitas, dan ketidakberpihakan.⁵³

Penelitian ini akan merumuskan satu konsep standar penyelesaian sengketa konsumen secara daring di *marketplace* berbasis *user generated content*. Untuk dapat menentukan konsep standar tersebut, maka perlu memperhatikan karakteristik dari perdagangan di *marketplace* berbasis UGC tersebut, yaitu:

- 1) Aktivitas perdagangan di *marketplace* berbasis UGC mayoritas merupakan orang

perorangan yang membeli kebutuhan dasar dengan nominal tidak besar;

- 2) Pelaku perdagangan di *marketplace* berbasis UGC khususnya pedagang mayoritas adalah pelaku UMKM, meskipun terdapat minoritas perusahaan besar yang menjadi *official store*;
- 3) Barang yang paling banyak dibeli diantaranya adalah produk bahan pangan, produk *fashion*, produk Kesehatan, produk perawatan tubuh dan wajah, produk perlengkapan bayi, produk peralatan rumah tangga, produk peralatan olahraga, produk perlengkapan kerja, produk elektronik, produk pembayaran tagihan seperti internet, listrik, pulsa, dan air.⁵⁴

Dalam penelitian ini dirumuskan satu konsep yang dinamakan "Konsep Integrasi" penyelesaian sengketa konsumen secara daring antara *marketplace* berbasis UGC dengan BPSK. Konsep Integrasi tersebut memadukan hukum acara penyelesaian sengketa konsumen melalui BPSK yang saat ini diatur dalam UUPK dengan berpedoman kepada *UNCITRAL Technical Notes on Online Dispute Resolution*, dan memadukan prosedur arbitrase singkat di CIETAC, yaitu *expedited procedur*, serta praktik penyelesaian sengketa konsumen di *marketplace* berbasis UGC yang sudah ada saat ini. Konsep integrasi tersebut diuraikan sebagai berikut:

⁵⁰ *China International Economic and Trade Arbitration Commission (CIETAC) Online Arbitration Rules 2009, Chapter 4.*

⁵¹ *China International Economic and Trade Arbitration Commission (CIETAC) Online Arbitration Rules 2009, Chapter 5.*

⁵² UNCITRAL, *UNCITRAL Technical Notes on Online Dispute Resolution*, New York: United Nations Commission on International Trade Law, 2017, *Section 3 point (1)*.

⁵³ *Ibid*, *Section 12 point (53)*.

⁵⁴ Mitra Bukalapak, "10 Produk Jualan Online yang Laris dan Banyak Dicari oleh Pembeli",

<https://mitra.bukalapak.com/artikel/jualan-online-yang-laris-116488>, diakses 1 Juli 2022. Lihat Juga Permata Bank, "6 Barang Terlaris di Marketplace yang Jadi Incaran Milenial", <https://www.permatabank.com/id/article/6-barang-terlaris-di-marketplace-yang-jadi-incaran-milenial>, diakses 1 Juli 2022.

- 1) *Choice of law* dan *choice of forum* yang dipilih adalah hukum Indonesia;
- 2) *Platform marketplace* berbasis UGC dan BPSK berwenang untuk menyelesaikan sengketa konsumen secara daring, yang akan diuraikan sebagai berikut:
 - a) BPSK berwenang untuk menyelenggarakan penyelesaian sengketa konsumen secara daring dengan metode negosiasi, mediasi, konsiliasi, dan arbitrase;
 - b) *Platform marketplace* berbasis UGC hanya berwenang menyelesaikan sengketa konsumen secara daring atas sengketa konsumen yang terjadi di platformnya, dengan menggunakan metode negosiasi dan mediasi.
- 3) Asas-asas yang digunakan dalam proses penyelesaian sengketa adalah asas ketidakberpihakan, kemandirian, efisiensi, efektivitas, proses yang wajar, keadilan, akuntabilitas, dan transparan;
- 4) Proses penyelesaian sengketa konsumen diawali dengan adanya aduan dari konsumen yang mendapatkan masalah atas transaksi yang terjadi di *platform marketplace* berbasis UGC masing-masing, dengan tahapan sebagai berikut:
 - a) Proses penyelesaian sengketa diawali dengan tahap negosiasi antara konsumen dengan pedagang, yang memanfaatkan fitur *online chat* yang ada di *platform marketplace*;
 - b) Pihak *platform* dapat menyediakan beberapa solusi agar negosiasi antara konsumen dengan pedagang dapat berlangsung lebih mudah, seperti pengembalian barang dan dana, penukaran barang, penukaran barang disertai dengan kompensasi, mengirimkan sisa barang yang kurang kepada konsumen, atau mengirimkan sisa barang yang kurang kepada konsumen disertai kompensasi.
 - c) Apabila para pihak sepakat, maka para pihak dibantu oleh *platform* dapat segera melaksanakan kesepakatan tersebut atas solusi yang telah disepakati;
 - d) Apabila negosiasi gagal, maka para pihak dapat menempuh negosiasi secara daring menggunakan fitur *chat*, *call*, atau *video call* yang disediakan *platform marketplace* berbasis UGC. Proses tersebut akan melibatkan pihak mediator yang disediakan oleh pihak *platform marketplace* yang sudah tersertifikasi untuk dapat menjadi mediator;
 - e) Apabila mediator tidak dapat mendamaikan para pihak, maka selanjutnya para pihak dapat melaksanakan kesepakatan dan solusi yang sudah dipilih dengan dibantu oleh pihak *platform marketplace* berbasis UGC;
 - f) Apabila tidak tercapainya kesepakatan, selanjutnya

- para pihak dapat menempuh arbitrase sederhana di BPSK, yang harus diputus dalam waktu maksimal 15 hari;
- g) Pelaksanaan arbitrase sederhana oleh BPSK akan terintegrasi dengan sistem *platform marketplace* berbasis UGC, sehingga seluruh bukti-bukti yang disampaikan oleh pembeli atau penjual pada tahap negosiasi dan mediasi akan terintegrasi seluruhnya ke dalam tahap arbitrase sederhana di BPSK;
 - h) Putusan arbitrase sederhana bersifat tetap dan mengikat, dan proses eksekusi akan dimohonkan pelaksanaannya melalui Pengadilan Negeri dengan memanfaatkan fitur *e-court*;
 - i) Setelah keluarnya penetapan eksekusi oleh Pengadilan Negeri, maka *platform marketplace* akan melaksanakan eksekusi tersebut kepada konsumen dan pelaku usaha yang bersengketa.
- 5) Seluruh hasil dari sengketa konsumen secara daring yang akan dilaksanakan melalui *platform* akan dicatat ke dalam *data base* BPSK sebagai bentuk transparansi penyelesaian sengketa yang ditempuh oleh masing-masing penyelenggara *platform marketplace* berbasis UGC.

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa peraturan perundang-undangan yang ada saat ini tidak memadai untuk

dijadikan dasar penyelenggaraan penyelesaian sengketa konsumen secara daring di *marketplace* berbasis *user generated content*. Peraturan perundang-undangan yang ada saat ini tidak memadai karena tidak ditemukannya suatu pedoman terkait tata cara penyelesaian sengketa konsumen secara daring di *marketplace* berbasis *user generated content*, sehingga menyebabkan setiap *platform* memiliki tata cara penyelesaian sengketa konsumen masing-masing yang menyebabkan tidak adanya kepastian hukum pelaksanaan penyelesaian sengketa konsumen secara daring di *marketplace* berbasis *user generated content*.

Hasil penelitian merumuskan satu konsep penyelesaian sengketa konsumen secara daring yang dinamakan “Konsep Integrasi”, yang memadukan pelaksanaan penyelesaian sengketa di *platform marketplace* berbasis UGC dengan BPSK. Letak integrasi terletak di kewenangan penyelesaian sengketa, dimana *platform marketplace* hanya melaksanakan metode negosiasi dan mediasi, sedangkan BPSK akan melaksanakan proses penyelesaian sengketa dengan metode arbitrase sederhana secara daring. Konsep Integrasi tersebut baru dapat terlaksana apabila dibentuk satu peraturan perundang-undangan baru yang di dalamnya mengatur mengenai konsep penyelesaian sengketa konsumen secara daring tersebut, agar kedepannya proses penyelesaian sengketa konsumen secara daring di *marketplace* berbasis UGC memiliki kepastian hukum.

5. DAFTAR PUSTAKA (REFERENSI)

A. Buku

Cortez, Pablo. 2011. *Online Dispute Resolution for Consumers in the European Union*. Abingdon: Routledge.

- China International Economic and Trade Arbitration Commission (CIETAC) Online Arbitration Rules 2009.*
- Fajar, Mukti, Reni Budi Setianingrum, dan Muhammad Annas. 2019. *Hukum Perlindungan Konsumen dan Persaingan Usaha*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Garner, Bryan A. 2004. *Black's Law Dictionary 8th Edition*. Minnesota: Thomson/West.
- Irawan, Candra. 2017. *Hukum Alternatif Penyelesaian Sengketa di Indonesia*, Bandung: CV.Mandar Maju.
- Muhaimin. 2020. *Metode Penelitian Hukum*. Mataram: Mataram University Press.
- Soekanto, Soerjono, dan Sri Mamudji. 2007. *Penelitian Hukum Normatif-Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: Rajawali Press.
- UNCITRAL. 2017. *UNCITRAL Technical Notes on Online Dispute Resolution*. New York: United Nations Commission on International Trade Law.
- B. Artikel Jurnal**
- Aziz Muhammad Faiz, dan Muhammad Arif Hidayah. 2020. "Perlunya Pengaturan Khusus *Online Dispute Resolution Di Indonesia Untuk Fasilitasi Penyelesaian Sengketa E-Commerce*". *RechtsVinding*. 9 (1).
- Ariani, Nevey Varida. 2012. "Alternatif Penyelesaian Sengketa Bisnis di Luar Pengadilan", *Jurnal RechtsVinding*. 1 (2).
- Fibrianti, Nurul. 2015. "Perlindungan Konsumen dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Jalur Litigasi". *Jurnal Hukum Acara Perdata*. 1 (1).
- Irawan, Candra. 2015. "Problematika Penerapan Peraturan Mahkamah Agung Republik Indonesia Tahun 2008 Dalam Penyelesaian Penyelesaian Sengketa Perdata di Indonesia". *ADHAPER: Jurnal Hukum Acara Perdata*. 1(2).
- Mania, Karolina. 2015. "Online Dispute Resolution: The Future of Justice". *International Comparative Jurisprudence*. 1(1).
- Mar'Ali, Mirza, dan Priliyani Nugroho Putri. 2022. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Melakukan Review Suatu Produk di Media Sosial dari Delik Pencemaran Nama Baik". *Padjadjaran Law Review*. 9 (2).
- Putra, Dewa Nyoman Rai Asmara, dan I Putu Rasmadi Arsha Putra. 2020. "Akibat Hukum Pendaftaran Penyelesaian Sengketa Alternatif". *ADHAPER: Jurnal Hukum Acara Perdata*. 6(1).
- Sihotang, Nia Sari. 2016. "Penerapan Asas Sederhana, Cepat dan Berbiaya Ringan di Pengadilan Negeri Pekanbaru Berdasarkan Undang-Undang Nomor 48 Tahun 2009 tentang Kekuasaan Kehakiman". *Jom Fakultas Hukum*. III(2).
- Sitompul, Meline Gerarita, M.Syaifuddin, dan Annalisa Yahanan. 2016. "Online Dispute Resolution (ODR): Prospek Penyelesaian Sengketa E-Commerce di Indonesia". *Jurnal Renaissance*. 1(2).
- Widodo, Tris. 2016. "Penyelesaian Secara Konsiliasi Dalam Penyelesaian Perselisihan Hubungan Industrial Menurut UU No.2 Tahun 2004", *Jurnal Warta Dharmawangsa*. 49.
- C. Sumber Rujukan dari Website**
- Association, American Arbitration. "Consumer Arbitration Rules", <https://www.adr.org/consumer>. Diakses 1 Juli 2022.
- Bank, Permata. "6 Barang Terlaris di Marketplace yang Jadi INcaran Milenial",

-
- <https://www.permatabank.com/id/article/6-barang-terlaris-di-marketplace-yang-jadi-incaran-milenial>. Diakses 1 Juli 2022.
- Bukalapak, Mitra. "10 Produk Jualan Online yang Laris dan Banyak Dicari oleh Pembeli", <https://mitra.bukalapak.com/artikel/jualan-online-yang-laris-116488>. Diakses 1 Juli 2022.
- Care, Tokopedia. "Apa Itu Pusat Resolusi", *Tokopedia*, <https://www.tokopedia.com/help/article/apa-itu-pusat-resolusi>. Diakses 1 Juli 2022.
- Catriana, Elsa, dan Akhdi Martin Pratama. "Kemendag Catat Pengaduan Konsumen Didominasi E-Commerce pada 2021". *Kompas*. <https://money.kompas.com/read/2022/01/10/173000026/kemendag-catat-pengaduan-konsumen-didominasi-e-commerce-pada-2021>. Diakses 25 Juni 2022.
- Commission, China International Economic and Trade Arbitration*. "Beberapa Layanan", <http://www.cietac.org/index.php?m=Article&a=index&id=392>. Diakses 1 Juli 2022.
- CyberSettle. "Online Dispute Resolution and Online Settlement & Payment". <http://www.cybersettle.com/>. Diakses 27 Juni 2022.
- Mursid, Fauziah, dan Esthi Maharani. "Kominfo: Pengguna Internet Indonesia Terbesar Ke-4 di Dunia". *Republika*. <https://www.republika.co.id/berita/qv56gb335/kominfo-pengguna-internet-indonesia-terbesar-ke4-di-dunia>. Diakses 25 Juni 2022.
- Pink, Bidara, dan Yudho Winarto. "BI: Total Nilai Penjualan E-Commerce di 2021 Tercatat Rp 401 Triliun". *Kontan*. <https://nasional.kontan.co.id/news/bi-total-nilai-penjualan-e-commerce-di-2021-tercatat-rp-401-triliun>.
- <https://www.permatabank.com/id/article/6-barang-terlaris-di-marketplace-yang-jadi-incaran-milenial>. Diakses 25 Juni, 2022.
- Septyaningsih, Litr, dan Nidia Zuraya. "BPKN Terima 1.276 Pengaduan pada 2020, E-Commerce Melonjak". *Republika*. <https://republika.co.id/berita/qlbh95383/bpkn-terima-1276-pengaduan-pada-2020-emecommerce-emmelonjak>. Diakses 25 Juni, 2022.
- Shopee. "Tentang Proses Penyelesaian Masalah Shopee". <https://seller.shopee.co.id/edu/article/2039>. Diakses 1 Julil 2022.
- Similarweb. "Top Website Ranking: E-commerce and Shopping Categories in Indonesia". *Similarweb*. <https://www.similarweb.com/top-websites/indonesia/category/e-commerce-and-shopping/>. Diakses 25 Juni, 2022.
- Yudhistira, Aria W. "Masa Depan Cerah Gim Online di Indonesia". *Katadata*. <https://katadata.co.id/ariayudhistira/analisisdata/60bd726285611/masa-depan-cerah-gim-online-di-indonesia>. Diakses 25 Juni 2022.
-