

SOSIALISASI TENTANG ASPEK HUKUM DALAM KEGIATAN BISNIS DI *MARKETPLACE* PADA SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN NEGERI 9 BANDUNG

Enni Soerjati Priowirjanto¹, Carolina Renee Munaf²

Universitas Padjajaran, Bandung, Indonesia

E-mail; enni@unpad.ac.id³, carolina18002@unpad@mail.unpad.ac.id⁴

ABSTRAK. Kurangnya pemahaman mengenai aspek hukum dalam kegiatan bisnis di *marketplace* menjadi salah satu faktor dari ketidaktahuan akan hak dan kewajiban para penggunanya di kalangan sekolah lanjutan atas. Ketidaktahuan ini menimbulkan dampak keraguan dan ketidakpastian akan pentingnya perlindungan hukum bagi mereka, khususnya pada saat mereka dirugikan oleh pelaku usaha online, karena produk yang diterima tidak sesuai dengan yang dipesan. Berangkat dari pemikiran tersebut, Tim Pengabdian Pada Masyarakat Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran, memandang perlu untuk melakukan sosialisasi kepada siswa dan guru dari Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 9 Bandung. Kegiatan pengabdian diawali dengan penyampaian materi mengenai aspek hukum dan kegiatan bisnis di *marketplace* serta contoh penerapannya pada salah satu *marketplace* di Indonesia. Hasil dari diskusi dan tanya jawab dalam sosialisasi yang dilakukan, tampak adanya peningkatan pemahaman dari Guru dan Siswa Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 9 Bandung mengenai aspek hukum dalam kegiatan bisnis di *marketplace*. Tim Pengabdian Pada Masyarakat menyarankan perlu dilakukan upaya sungguh-sungguh oleh Guru dan Siswa dalam mencoba melaksanakan pengetahuan dan pemahaman yang diperoleh dari sosialisasi tersebut.

Kata Kunci: Aspek Hukum, Kegiatan Bisnis di *Marketplace*, Pemahaman Guru dan Siswa

SOCIALIZATION ABOUT LEGAL ASPECTS OF BUSINESS ACTIVITIES IN THE MARKETPLACE AT STATE VOCATIONAL HIGH SCHOOL 9 BANDUNG

ABSTRACT. Lack of understanding of legal aspects in business in the activities marketplace is one of the factors of ignorance of the rights and obligations of its users among high schools. This ignorance creates doubts and uncertainty about the importance of legal protection for them, especially when they are harmed by online businesses, because the products received are not in accordance with what was ordered. Departing from this thought, the Community Service Team of the Faculty of Law, Universitas Padjadjaran, considered it necessary to conduct socialization to students and teachers from the State Vocational School 9 Bandung. Service activities begin with the delivery of material on legal aspects and business activities in the marketplace and examples of its application in one of the marketplaces in Indonesia. The results of the discussion on question and answer in the socialization carried out, it appeared that there was an increase in understanding from Teachers and Students of State Vocational High School 9 Bandung regarding legal aspects in business activities in the marketplace. The Community Service Team suggested that serious efforts should be made by teachers and students in trying to implement the knowledge and understanding gained from the socialization.

Keywords: Business Activities in *Marketplace*, Legal Aspects, Understanding of Teachers and Students

PENDAHULUAN

Marketplace adalah sebuah wadah pemasaran produk secara elektronik yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli untuk saling bertransaksi. (Apriadi dkk, 2017) Selain itu juga merupakan saluran online yang dapat dijangkau seseorang melalui perangkat elektronik dan bisa digunakan oleh pelaku bisnis

untuk melakukan aktivitas bisnisnya, serta dapat digunakan oleh konsumen untuk memperoleh informasi mengenai barang atau jasa yang dibutuhkan. Pada kegiatan perdagangan di *marketplace*, penjual tidak perlu bersusah payah dan kebingungan jika ingin berjualan karena *marketplace* adalah tempat yang mendukung berjualan secara *online*.

¹ Dr. Enni Soerjati Priowirjanto, S.H., M.H. Fakultas Hukum Universitas Padjajaran. Jl. Raya Bandung Sumedang KM.21, Hegarmanah, Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat 45363.

² Carolina Renee Munaf. Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran. Jl. Raya Bandung Sumedang. KM, 21, Hegarmanah, Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa barat 45363

³ Email: enni@unpad.ac.id

⁴ Email: carolina18002@unpad@mail.unpad.ac.id

Negara Indonesia saat ini sudah mulai mempergunakan *marketplace* sebagai sarana untuk mengembangkan pangsa pasar dalam kegiatan perdagangan, dalam upaya untuk mendukung pembangunan ekonomi. Mengacu kepada Teori Hukum Pembangunan yang dikemukakan oleh Mochtar Kusumaatmadja yang menyebutkan bahwa hukum diperlukan sebagai sarana pembangunan untuk menjaga ketertiban dan keamanan serta kesejahteraan masyarakat. Maksudnya ialah hukum harus tampil di depan mengantisipasi perubahan, menunjukkan arah, dan memberi jalan pembangunan. (Kusumaatmadja, 2013) Adapun bentuk implementasi dari teori tersebut ialah dengan dibentuknya instrumen peraturan perundang-undangan, yang dalam hal ini ialah sebagaimana dijelaskan berikut, yaitu: Undang Undang Nomor 11 Tahun 2008 juncto Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Terhadap Undang Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang selanjutnya disebut UU ITE, Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik yang mengatur mengenai kegiatan pertukaran informasi yang dilakukan secara elektronik. Sedangkan untuk perdagangan secara elektroniknya diatur pada Undang-Undang Nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Selanjutnya, berkaitan dengan upaya perlindungan terhadap konsumen telah diatur juga dalam Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen.

Keberadaan peraturan perundang-undangan tersebut seharusnya sudah dapat dijadikan dasar bagi berjalannya kegiatan bisnis di *marketplace*. Namun pada kenyataannya tidak semua masyarakat dapat dengan mudah mengakses dan memahami regulasi-regulasi tersebut, termasuk elemen masyarakat pada tingkat sekolah. Demikian hal tersebut berdampak pada ketidaktahuan para pelaku kegiatan bisnis di *marketplace* dalam memahami hak dan kewajiban yang dimilikinya dalam kegiatan tersebut. Hal yang demikian sangatlah disayangkan, karena Guru dan Siswa adalah anggota masyarakat yang diharapkan dapat mengerti dan memahami mengenai kegiatan semacam itu. Khususnya di Sekolah Menengah Kejuruan yang memang siswanya dilatih untuk menghasilkan produk, dan tentunya juga harus dapat menjual produk yang dihasilkan, sehingga

dapat membantu meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga dan masyarakat disekitarnya. Pemahaman mengenai kegiatan bisnis di *marketplace* perlu didukung juga dengan pemahaman mengenai regulasi yang mengaturnya.

Berdasarkan pada hal tersebut, diperlukan sosialisasi untuk meningkatkan pemahaman mengenai aspek hukum dalam penggunaan *marketplace* pada Guru dan Siswa Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 9 Bandung (SMKN 9 Bandung). Sekolah ini dipilih karena salah satu bidang yang dipelajari oleh siswanya adalah Kewirausahaan dan Bisnis Online, sehingga Tim Pengabdian Pada Masyarakat berpendapat bahwa Guru dan Siswa SMK Negeri 9 Bandung tepat dijadikan tujuan sosialisasi.

METODE PENELITIAN

Pada kegiatan PPM ini, metode penelitian yang digunakan adalah penote penelitian deskriptif yaitu dimulai dengan mengumpulkan data, menganalisis data dan menginterpretasikannya. Adapun tujuan dari penelitian deskriptif ialah untuk membuat suatu penjabaran atau penjelasan secara sistematis serta hubungan antar fenomena yang diteliti. (Mohammad, 2011).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek hukum dalam kegiatan bisnis di *marketplace* merupakan kajian yang wajib dipahami oleh masyarakat terutama penggunaannya sebagai sarana bisnis online. Hal tersebut dikarenakan ketidakpahaman seseorang atas suatu aspek hukum dapat memungkinkan terjadinya suatu pelanggaran atau hal-hal yang dapat merugikan hak orang lain.

Dalam sistem hukum di Indonesia sebagaimana telah disebutkan sebelumnya, terdapat beberapa peraturan yang menjadi landasan dalam berkegiatan bisnis di *marketplace*. Secara umum, penggunaan media elektronik untuk transaksi terdapat dalam UU ITE. Kemudian spesifik mengenai penggunaan media elektronik sebagai sarana bisnis, hal tersebut diatur juga dalam UU Perdagangan, PP PSTE, dan PP PMSE. Lebih lanjut mengenai perlindungan konsumen dalam kegiatan bisnis di *marketplace*, hingga saat ini telah terdapat *self regulation* yang berdasar pada UU Perlindungan Konsumen. Dalam berbagai peraturan tersebut, diatur ketentuan seperti hak dan

kewajiban, serta sanksi terhadap perbuatan yang dilarang dalam kegiatan bisnis di *marketplace*.

Pemahaman yang berkaitan dengan bisnis di *marketplace* merupakan suatu hal yang sangat penting untuk dipahami oleh pengguna termasuk guru dan siswa selaku pengguna dalam ranah pendidikan. Apabila sasaran kegiatan yaitu guru dan siswa bertambah wawasannya, maka kemudian mereka akan mampu mengimplementasikan pemahaman tersebut dalam kehidupannya sehari-hari terutama ketika sedang menggunakan *marketplace* sebagai sarana untuk menjangkau ekonomi atau berbisnis secara online. Selanjutnya berkaitan dengan pemberian pemahaman tersebut, dapat dilakukan melalui berbagai cara salah satunya adalah pemberian sosialisasi kepada guru dan siswa siswi agar tersampainya informasi mengenai aspek hukum dalam bisnis di *marketplace*. Perlu diketahui, sosialisasi merupakan proses menyampaikan pengetahuan atau pelajaran kepada individu untuk berbuat dan berperilaku. (Anwar, 2018) Demikian adapun hal-hal yang perlu disampaikan berkaitan dengan bisnis di *marketplace* diantaranya adalah: Pengertian Bisnis Online, Pengertian *Marketplace*, dan Aspek Hukum terutama mengenai hak dan kewajiban serta sanksi.

Proses sosialisasi dimulai dengan pengenalan Tim PPM serta pemaparan mengenai materi yang akan di sampaikan.



Gambar 1. Proses Pemaparan Materi pada Guru dan Siswa SMK Negeri 9 Bandung

Dalam paparan materi, dijelaskan mengenai: 1. Pengertian Bisnis Online; 2) Pengertian *Marketplace* 3) Aspek Hukum Bisnis di *Marketplace* (Perjanjian, Hak dan Kewajiban, serta Sanksi).

1. Pengertian Bisnis Online

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata bisnis diartikan sebagai usaha komersial dalam dunia perdagangan; bidang usaha; usaha dagang. (Kementerian Pendidikan Kebudayaan Riset dan

Teknologi Indonesia, 2022) Namun seiring dengan perkembangan zaman yang memasuki era digitalisasi, kegiatan bisnis atau usaha turut berkembang dengan mengimplementasikan teknologi-teknologi informasi yang ada dalam kegiatannya. Demikian berkaitan dengan hal tersebut, berkembang istilah bisnis online untuk menyebut kegiatan usaha yang dilakukan dengan menggunakan teknologi informasi tersebut.

Bisnis online (*E-Business*) diartikan sebagai kegiatan berbisnis oleh organisasi, individu, atau pihak-pihak terkait yang menggunakan media teknologi informasi seperti internet untuk menjalankan dan mengelola proses bisnis sehingga dapat memberikan keuntungan berupa keamanan, fleksibilitas, integrasi, optimalisasi, efisiensi, dan peningkatan produktivitas. (Priowirjanto dkk, 2021) Lebih singkat Rena Tassabehji menyebutkan pengertian bisnis online yaitu: (Tassabehji, 2003)

“E-Business is conduct of business on the internet, not only buying and selling but also servicing customers and collaborating with business partners”



Gambar 2. Foto PPT Materi mengenai Bisnis Online

2. Pengertian *Marketplace*

Berbicara mengenai bisnis online pada praktiknya saat ini, hal tersebut tidak terlepas dari keberadaan *marketplace*. *Marketplace* adalah sebuah wadah pemasaran produk secara elektronik yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli untuk saling bertransaksi. Boris Wertz dan Angela Tran Kingyens menyatakan definisi dari *marketplace* sebagai berikut: (Saputro, 2020)

“An Marketplace is a type of e-commerce site that connects those looking to provide a product or service (sellers) with those looking to buy that product or service (buyers). These buyers and sellers may have

had trouble finding each other before, and thus the marketplace creates efficiency in an otherwise inefficient market”

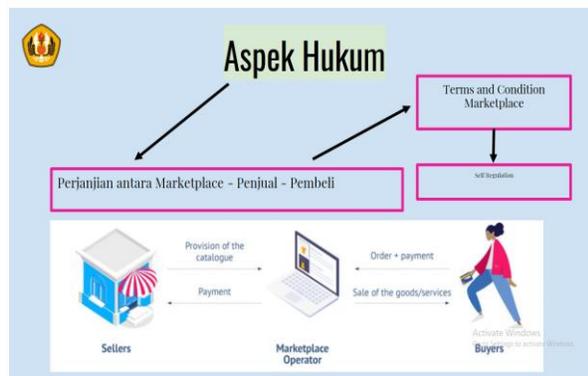
Dalam perkembangannya, *platform marketplace* terbagi atas beberapa jenis, antara lain:

- a. *Marketplace* horizontal
Marketplace yang menjual produk dengan kategori yang berbeda-beda, seperti menjual pakaian, makanan, gadget, dan lain-lain, (Täuscher, 2018) contohnya; Shopee, Tokopedia, Lazada, dan Bukalapak.
- b. *Marketplace* vertikal
Marketplace yang hanya menjual produk sejenis, (Täuscher, 2018) contohnya Gojek dalam fitur Go-Food nya dan juga Grab dalam fitur Grab-Food nya yang hanya menjual makanan.
- c. *Marketplace* global
Marketplace yang cakupan transaksi jual belinya lintas batas negara, (Exporthub, 2022) contohnya; E-Bay, Etsy, dan Amazon.
- d. *Marketplace* murni
Marketplace yang memberikan keleluasaan bagi penjual untuk memasarkan sendiri produknya. Dalam hal ini, *platform marketplace* hanya memfasilitasi transaksi jual beli antar penjual dan pembeli saja. (Exporthub, 2022) Contohnya; Bukalapak, Shopee, Tokopedia, Lazada, dan Blibli.
- e. *Marketplace* konsinyasi
Marketplace yang menawarkan sistem titip barang. Contohnya seperti Zalora dan Sociolla. Untuk membuka toko di sini penjual hanya cukup menyediakan produk beserta deskripsinya. Urusan penjualan seperti ketersediaan gudang untuk menaruh barang, foto produk, fasilitas pembayaran, serta pengemasan dan pengiriman barang akan dilakukan oleh pihak yang menyediakan tempat, dalam hal ini *platform marketplace*-nya sendiri. (Exporthub, 2022)

Demikian *marketplace* merupakan bagian dari bisnis online yang cakupannya berupa perniagaan, pengkolaborasi mitra bisnis, pelayanan nasabah, dan lain sebagainya.

3. Aspek Hukum

Berkaitan dengan aspek hukum dalam kegiatan bisnis di *marketplace*, diketahui bahwa setidaknya terdapat tiga poin pembahasan yaitu terkait perjanjian, hak dan kewajiban, serta sanksi atas pelanggaran yang terjadi.



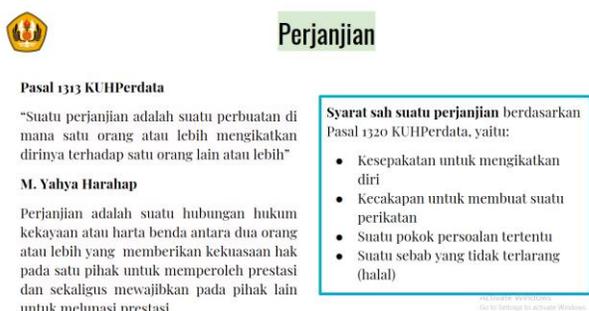
Gambar 3. Foto PPT Materi mengenai Aspek Hukum pada Bisnis di *Marketplace*

Perjanjian oleh Yahya Harahap dijelaskan sebagai suatu hubungan hukum kekayaan atau harta benda antara dua orang atau lebih yang memberikan kekuasaan hak pada satu pihak untuk memperoleh prestasi dan sekaligus mewajibkan pada pihak lain untuk melunasi prestasi. (Harahap, 1982) Kemudian dalam Kitab Hukum Perdata Indonesia pada Pasal 1313 dijelaskan bahwa:

“Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan di mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih”

Adapun selanjutnya diatur juga dalam Pasal 1320 mengenai syarat sah perjanjian yang hingga kini masih diimplementasikan dalam kegiatan bisnis melalui media apapun, yaitu:

1. Kesepakatan untuk mengikatkan diri.
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan.
3. Suatu pokok persoalan tertentu.
4. Suatu sebab yang tidak terlarang (halal).



Gambar 4. Foto PPT Materi mengenai Aspek Hukum pada Bisnis di Marketplace

Selanjutnya ialah mengenai hak dan kewajiban sebagai pengguna *marketplace*. Diketahui *marketplace* termasuk Shopee telah memiliki *self regulation* yang mengatur lebih spesifik mengenai hal tersebut. *Self regulation* secara umum didefinisikan oleh Bonnici sebagai suatu bentuk atau jenis model peraturan yang merupakan jalan tengah antara perintah dan sistem pengawasan yang dilakukan oleh negara yang kemudian didefinisikan sebagai peraturan negara dengan peraturan yang diarahkan oleh pasar dalam suatu kegiatan ekonomi yang mengandung kewenangan bersifat eksekutif dari pembuat peraturan tentang kepastian proses pembentukan peraturan, kepastian dari isi aturan dan adanya pemberlakuan serta pelaksanaan peraturan secara formil. (Priowirjanto, 2019) Adapun dasar pengaturan keberadaan *self regulation*, oleh *marketplace* dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia diatur pada UU Perlindungan Konsumen dan PP PMSE, yaitu:

Pasal 1 Angka 10 UU Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa:

"Klausula Baku adalah 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."

Kemudian dalam PP PMSE pada Pasal 53 disebutkan ketentuan mengenai kontrak elektronik yaitu:

"(1) Informasi dalam Kontrak Elektronik harus sesuai dengan penawaran dan memuat paling sedikit:

a. identitas para pihak;

- b. spesifikasi Barang dan/atau Jasa yang disepakati;*
- c. legalitas Barang dan/atau Jasa;*
- d. nilai transaksi Perdagangan;*
- e. persyaratan dan jangka waktu pembayaran;*
- f. prosedur operasional pengiriman Barang dan/atau Jasa;*
- g. prosedur pengembalian Barang dan/atau Jasa dalam hal terjadi ketidaksesuaian antara Barang dan/atau Jasa yang diterima dengan yang diperjanjikan;*
- h. prosedur dalam hal terdapat pembatalan oleh para pihak; dan*
- i. pilihan hukum penyelesaian sengketa PMSE.*

(2) Kontrak Elektronik dilarang mencantumkan klausula baku yang merugikan Konsumen sebagaimana diatur dalam Undang-Undang mengenai Perlindungan Konsumen."

Berdasarkan kedua pengaturan tersebut, terlihat bahwa *self regulation* merupakan suatu hal yang sama dengan yang dimaksud sebagai klausula baku dan kontrak elektronik. Meski demikian, *self regulation* yang diterapkan oleh *marketplace* tetap mengacu pada peraturan perundang-undangan yang ada terutama UU Perlindungan Konsumen.

Adapun *self regulation* pada *marketplace* Shopee yang mengatur mengenai hak dan kewajiban diantaranya ialah sebagai berikut: (Tim Shopee, 2022)

Syarat menjadi Pengguna Shopee berdasarkan "Kebijakan Layanan Shopee"

1. Terlebih dahulu membaca dan menerima semua syarat dan ketentuan pada Syarat Layanan.
2. Memberikan persetujuan atas pemrosesan data pribadi yang telah diisi sebagaimana dijelaskan dalam Kebijakan Privasi.
3. Pada Kebijakan Privasi disebutkan Shopee sebagai penyelenggara layanan berhak untuk memperoleh informasi mengenai data pribadi dari penggunanya, seperti contoh umum: Nama, nomor identifikasi, alamat, dan informasi kontak.
4. Informasi mengenai data pribadi tidak terbatas hanya pada hal tersebut tergantung

perkembangan yang dibutuhkan oleh Shopee.

Hak dan Kewajiban Penjual

Hak:

1. Penjual berhak memperoleh fasilitas jual beli yang aman dan handal dari pihak Shopee;
2. Penjual berhak menerima pembayaran atas transaksi yang dilakukan dan melakukan penarikan dana atas pendapatan yang diterima;
3. Penjual berhak mengajukan keberatan dalam hal kebijakan pengembalian dana dan barang yang ditentukan Shopee terhadap suatu transaksi jual beli;
4. Penjual berhak mengajukan keberatan dalam hal kebijakan suspend akun yang dilakukan oleh Shopee
5. Penjual berhak memberikan kritik dan saran atas pelayanan yang diberikan Shopee.

Kewajiban:

1. Berkewajiban mengupload gambar yang dijual dari berbagai sudut guna memudahkan calon pembeli untuk membeli barang;
2. Berkewajiban memberikan keterangan secara rinci terkait deskripsi barang yang dijual. Mencakup; harga, kondisi, ukuran, warna, dan sebagainya;
3. Penjual wajib mengirimkan barang maksimal 3 hari setelah barang dipesan;
4. Penjual wajib melakukan upaya terbaiknya untuk memastikan Pembeli menerima barang yang dibeli;
5. Penjual wajib bertanggung jawab untuk membayar seluruh pajak, bea, dan cukai untuk barang yang dijual.
6. Penjual wajib membayar biaya administrasi kepada Shopee.

Hak dan Kewajiban Pembeli

Hak:

1. Memperoleh seluruh pelayanan yang disediakan oleh penyelenggara
2. Memperoleh informasi yang benar dan jelas atas barang/jasa yang ditampilkan pada laman penyelenggara

3. Dapat melakukan pembayaran sesuai dengan pilihan yang disediakan oleh penyelenggara, contoh pada Shopee: Kartu Kredit/Debit, Cash On Delivery, Shopeepay, Transfer Bank, dan Minimarket.
4. Melakukan pengembalian Barang atas Dana atas barang/jasa yang tidak sesuai dengan perjanjian, contoh pada Shopee: Barang cacat/rusak saat diterima, Barang tidak sesuai dengan perjanjian, Barang yang berbeda dengan yang diperjanjikan, dan Barang tidak kunjung diterima oleh pembeli sesuai dengan kesepakatan pembelian.

Kewajiban:

1. Mendaftarkan diri sebagai pengguna sesuai dengan Syarat Layanan.
2. Memasukan data pribadi yang benar.
3. Melakukan pembayaran atas barang/jasa yang diperoleh melalui transaksi pada layanan penyelenggara
4. Melakukan pembayaran dengan cara pembayaran yang telah disediakan.
5. Dalam melakukan pengembalian barang dan dana, Pembeli melampirkan bukti sesuai dengan arahan yang ada pada Kebijakan Pengembalian Barang dan Dana pada Shopee, contoh: Mengirimkan permohonan melalui situs Shopee, Barang dikembalikan kepada Penjual dalam kondisi yang diterima oleh Pembeli pada saat pengiriman, Melampirkan foto atau video saat menerima.



Terms dan Condition Shopee

Syarat menjadi Pengguna Shopee berdasarkan "Kebijakan Layanan Shopee"

- Terlebih dahulu membaca dan menerima semua syarat dan ketentuan pada Syarat Layanan.
- Memberikan persetujuan atas pemrosesan data pribadi yang telah diisi sebagaimana dijelaskan dalam Kebijakan Privasi.
- Pada Kebijakan Privasi disebutkan Shopee sebagai penyelenggara layanan berhak untuk memperoleh informasi mengenai data pribadi dari penggunaannya, seperti contoh umum: Nama, nomor identifikasi, alamat, dan informasi kontak.
- Informasi mengenai data pribadi tidak terbatas hanya pada hal tersebut tergantung perkembangan yang dibutuhkan oleh Shopee.



Activate Windows
Go to Settings to activate Windows.

Gambar 5. Foto PPT Materi mengenai Aspek Hukum pada Bisnis di Marketplace (Self Regulation Shopee)

Terakhir ialah mengenai sanksi atas pelanggaran yang terjadi dalam kegiatan bisnis di *marketplace*. Berkaitan dengan hal tersebut, diketahui setidaknya terdapat dua kategori sanksi

yaitu bagi para pengguna *marketplace* dan *marketplace* itu sendiri.

Bagi para pengguna Shopee, diketahui terdapat *self regulation* yang mengatur mengenai sanksi, yaitu: (Tim Shopee, 2022)

Syarat Layanan, Akun dan Keamanan Shopee

“Shopee dapat mengakhiri Akun dan ID Pengguna serta menghapus atau membuang setiap Konten yang berkaitan dengan Akun dan ID Pengguna dari Situs, menarik subsidi yang ditawarkan, membatalkan transaksi yang berhubungan dengan Akun dan ID Pengguna, sementara atau di dalam kasus yang lebih serius secara permanen menahan hasil penjualan atau pengembalian, dan/atau mengambil tindakan lain yang dianggap perlu oleh Shopee”.

Dasar Pengakhiran Akun dan ID

- (a) atas permintaan pengguna,
- (b) ketidakaktifan Akun atau ID Pengguna untuk beberapa lama,
- (c) pelanggaran terhadap ketentuan atau semangat Syarat Layanan,
- (d) perilaku yang ilegal, menipu, melecehkan, memfitnah, mengancam atau kasar,
- (e) memiliki beberapa akun pengguna untuk alasan yang tidak sah,
- (f) pembelian produk pada Situs untuk tujuan penjualan kembali secara komersil,
- (g) pembelian yang berlebihan atau abnormal atas suatu produk dari Penjual atau grup Penjual yang sama,
- (h) penyalahgunaan *voucher*,
- (i) perilaku yang merugikan Pengguna lain, pihak ketiga, atau kepentingan bisnis Shopee.

Selanjutnya, ialah pengaturan sanksi terhadap *marketplace* diketahui setidaknya diatur beberapa poin dalam PP PSTE dan yang paling baru ialah Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 (UU PDP), yaitu:

1. Pihak *marketplace* yang tidak menyediakan fitur pembatalan pada aplikasi, dikenakan sanksi administratif. (Pasal 30 jo. Pasal 100 PP PSTE)
2. Pihak *marketplace* yang tidak menyediakan rekam jejak audit terhadap kegiatan *marketplace* yang dilakukan, dikenakan sanksi administratif. (Pasal 22 jo. Pasal 100 PP PSTE)

3. Pihak *marketplace* yang tidak bertanggung jawab atas pemrosesan data pribadi pengguna, dikenakan sanksi administratif (Pasal 47 jo. Pasal 57 UU PDP)



Gambar 6. Foto PPT Materi mengenai Aspek Hukum pada Bisnis di Marketplace (Sanksi)

Setelah sosialisasi mengenai aspek hukum dalam kegiatan bisnis di *marketplace* dilaksanakan, para guru dan siswa SMK Negeri 9 Bandung diberikan kesempatan untuk bertanya pada Tim PPM mengenai hal-hal lainnya yang hendak mereka ketahui.



Gambar 6. Kegiatan Tanya Jawab dengan Guru dan Siswa SMK Negeri 9 Bandung

Melalui kegiatan tanya jawab dengan guru dan siswa SMK Negeri 9 Bandung, diperoleh informasi bahwa telah terjadi peningkatan pengetahuan akan penerapan aspek hukum dalam kegiatan bisnis di *marketplace* yang baik dan benar. Meski begitu masih ada beberapa guru dan siswa yang mempertanyakan bagaimana solusi apabila terjadi kendala dalam menerapkan aspek hukum tersebut terutama dalam kegiatan pembelajaran yang menerapkan praktik untuk berbisnis melalui *marketplace*.

Demikian hasil dari sosialisasi serta pemaparan pada kegiatan PPM ini, para guru dan siswa SMK Negeri 9 Bandung dapat lebih memahami dan lebih tertarik untuk mengetahui lebih dalam mengenai aspek hukum dalam kegiatan bisnis di *marketplace*.

PENUTUP

Melalui kegiatan PPM ini, Tim berhasil memberikan dampak positif bagi Guru dan Siswa SMK Negeri 9 Bandung. Setelah memperoleh pemberian materi langsung, diketahui bahwa para peserta menjadi lebih paham terkait aspek hukum dalam kegiatan bisnis di *marketplace*. Tidak hanya itu, para peserta yang bertanya dan menyampaikan keresahannya mengenai keamanan berbisnis melalui *marketplace* ini pun memperoleh masukan-masukan serta saran yang dapat diusahakan guna mencegah terjadinya hal-hal yang merugikan.

Adapun saran yang dapat diberikan adalah Guru dan Siswa harus lebih berhati-hati dalam melakukan kegiatan bisnis di *marketplace*, serta pahami segala ketentuan yang diberikan dalam *marketplace* agar tidak terjadinya kesalahpahaman, demikian keamanan serta kenyamanan dalam menggunakannya pun terjamin.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar. (2018) “Paradigma Sosialisasi dan Kontribusinya Terhadap Pengembangan Jiwa Beragama Anak,” *Jurnal Al-Maiyyah* [Preprint].
- Apriadi, Deni dan Saputra, A. Y., (2017) E-Commerce Berbasis *Marketplace* Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. *Jurnal RESTI Vol. 1 No. 2*. Lubuklinggau: STMIK Bina Nusantara Jaya.
- Enni Soerjati Priowirjanto, Raka Hatami, dan Salsabila Firdausa. (2021). *Terminologi Ekonomi & Teknologi Informasi dalam Hukum Ekonomi pada Era Ekonomi Digital*, Yogyakarta: Bintang Pustaka Mardani.
- Enni Soerjati Priowirjanto. (2019). *Trustmark Sebagai Jaminan Perlindungan Bagi Konsumen Internet Banking di Indonesia*, Bandung: CV Keni Media.
- Exporthub. (2022). *Marketplace Adalah: Pengertian, Jenis, dan Contoh*”, <https://www.exporthub.id/marketplace-adalah-pengertian-jenis-contoh-dsb/>,
- Karl Täuscher dan Sven Laudien, (2018). “Understanding Platform Business Models: A Mixed Methods Study of Marketplaces”, *European Management Journal*, Vol. 36 No. 3.
- Kementerian Pendidikan Kebudayaan Riset dan Teknologi, (2022) “Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring,” <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Bisnis>
- M. Yahya Harahap. (1982). *Segi-Segi Hukum Perikatan*, Bandung: PT. Alumni.
- Mochtar Kusumaatmadja, (2018). *Konsep-Konsep Hukum Dalam Pembangunan*, Bandung: Alumni
- Mohammad, N. (2011). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Prasetyo Dono Saputro, (2020). “Pemanfaatan E-Commerce Business To Consumer (B2C) *Marketplace* untuk Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), *Journal Knowledge Industrial Engineering (JKIE)*, Vol. 7 No. 1.
- Rana Tassabehji. (2003). *Applying E-Commerce in Business*. London: SAGE Publications Ltd.
- Tim Shopee. (2022). <https://help.shopee.co.id/portal>.