

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**  
**FAKULTAS HUKUM**

Terakreditasi Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi  
Nomor: 2803/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/S/V/2020

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN YANG  
DIRUGIKAN DALAM TRANSAKSI *MYSTERY BOX* DI TOKOPEDIA  
BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999  
TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

OLEH

**GARRY DAVID RINALDY**

**NPM: 2017200037**

Dosen Pembimbing:

Prof. Dr. Bernadette M. Waluyo, S.H., M.H., CN.



Penulisan Hukum

Disusun Sebagai Salah Satu Kelengkapan  
Untuk Menyelesaikan Program Pendidikan Sarjana  
Program Studi Ilmu Hukum

2021

Telah disidangkan pada Ujian  
Penulisan Hukum Fakultas Hukum  
Universitas Katolik Parahyangan

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Bernadette', with a horizontal line underneath.

(Prof. Dr. Bernadette M. Waluyo, S.H., M.H., CN.)

Dekan,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Liona Nanang Supriatna', with a horizontal line underneath.

(Dr. iur. Liona Nanang Supriatna, S.H., M.Hum.)



## PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK

Dalam rangka mewujudkan nilai-nilai ideal dan standar mutu akademik yang setinggi-tingginya, maka Saya, Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan yang beranda tangan di bawah ini :

Nama : Garry David Rinaldy

NPM : 2017200037

Dengan ini menyatakan dengan penuh kejujuran dan dengan kesungguhan hati dan pikiran, bahwa karya ilmiah / karya penulisan hukum yang berjudul:

**“PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN YANG  
DIRUGIKAN DALAM TRANSAKSI *MYSTERY BOX* DI TOKOPEDIA  
BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999  
TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN”**

Adalah sungguh-sungguh merupakan karya ilmiah /Karya Penulisan Hukum yang telah saya susun dan selesaikan atas dasar upaya, kemampuan dan pengetahuan akademik Saya pribadi, dan sekurang-kurangnya tidak dibuat melalui dan atau mengandung hasil dari tindakan-tindakan yang:

- a. Secara tidak jujur dan secara langsung atau tidak langsung melanggar hak-hak atas kekayaan intelektual orang lain, dan atau
- b. Dari segi akademik dapat dianggap tidak jujur dan melanggar nilai-nilai integritas akademik dan itikad baik;

Seandainya di kemudian hari ternyata bahwa Saya telah menyalahi dan atau melanggar pernyataan Saya di atas, maka Saya sanggup untuk menerima akibat-akibat dan atau sanksi-sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku di lingkungan Universitas Katolik Parahyangan dan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pernyataan ini Saya buat dengan penuh kesadaran dan kesukarelaan, tanpa paksaan dalam bentuk apapun juga.

Bandung, 10 Juli 2021

Mahasiswa penyusun Karya Ilmiah/ Karya Penulisan Hukum



Garry David Rinaldy

2017200037

## ABSTRAK

*Mystery box* adalah sebuah kotak berisi barang *random* yang dijual di situs Tokopedia. Dalam praktik, *mystery box* memiliki beberapa permasalahan hukum terkait objek transaksinya yang tidak pasti. Dalam transaksi *mystery box*, pembeli dapat dirugikan karena memperoleh barang jelek yang tidak sesuai dengan janji pelaku usaha dalam iklan. Pembeli juga dirugikan karena pelaku usaha *mystery box* selalu mencantumkan klausula baku yang melarang pengembalian *mystery box* dengan alasan apapun.

Dalam penelitian ini, Peneliti menganalisis permasalahan hukum *mystery box* berdasarkan teori dan norma-norma perlindungan hukum terhadap konsumen. Berdasarkan penelitian penulis, transaksi *mystery box* di situs Tokopedia melanggar ketentuan-ketentuan perlindungan konsumen yang ada dalam peraturan perundang-undangan. Selain itu, perjanjian transaksi *mystery box* juga tidak sah karena tidak memenuhi syarat keabsahan perjanjian yang ada dalam peraturan perundang-undangan.

Kata kunci : Perlindungan Hukum terhadap Konsumen, *Mystery Box*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Penulis ucapkan ke hadirat Tuhan YME atas segala berkat dan rahmat-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan penulisan hukum yang berjudul “Perlindungan Hukum terhadap Konsumen yang Dirugikan dalam Transaksi *Mystery Box* di Tokopedia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”. Penulisan hukum ini disusun sebagai salah satu kelengkapan untuk menyelesaikan program pendidikan Sarjana Program Studi Ilmu Hukum di Universitas Katolik Parahyangan.

Sejak awal perkuliahan hingga tahap penulisan hukum, Penulis telah mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, sehingga Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu Penulis selama ini. Ucapan terima kasih Penulis sampaikan kepada:

1. Tuhan YME, karena atas segala berkat dan rahmat-Nya, Penulis selalu dikaruniai dengan kesehatan dan kemampuan untuk menyelesaikan penulisan hukum.
2. Oscar Bambang Wicaksono dan Loisye Lisa selaku orang tua Penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada Penulis dalam segala tahap perkuliahan.
3. Kimberly Angelica dan Jesslyn Yuri Patricia selaku adik Penulis yang selalu mendukung dan menghibur Penulis.
4. Ibu Prof. Dr. Bernadette M. Waluyo, S.H., M.H., CN. selaku dosen pembimbing penulisan hukum yang telah membimbing dan memberikan nasihat sehingga skripsi ini dapat selesai.
5. Bapak Aluisius Dwi Rachmanto, S.H., M.Hum. selaku dosen penguji sidang penulisan hukum yang telah memberikan ilmu dan masukan untuk skripsi ini.

6. Ibu Dr. Ida Susanti, S.H., LL.M., CN. selaku dosen penguji sidang penulisan hukum yang telah memberikan masukan dan saran untuk skripsi ini agar dapat menjadi lebih baik.
7. Bapak Prof. Dr. Johannes Gunawan, S.H., LL.M. selaku dosen pembimbing proposal yang telah membimbing Penulis untuk menyelesaikan tahap seminar penulisan hukum.
8. Ibu Nefa Claudia Meliala, S.H., M.H. selaku dosen wali yang telah membimbing, memberikan nasihat, dan mengarahkan Penulis selama berkuliah di Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan.
9. Seluruh dosen di Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan ilmu yang sangat berguna bagi kehidupan Penulis.
10. Albert Susanto, Kurniawan Handaya, Timothy Mario, Elvin Yoel Subagio, Marsha Benedicta Vindy dan Kiki Novianty selaku sahabat-sahabat Penulis yang selalu menghibur dan memberikan semangat.
11. Earvin Ezekiel Dwiputra selaku teman seperjuangan Penulis sejak pertama berkuliah di Universitas Katolik Parahyangan.
12. Teman-teman di Universitas Katolik Parahyangan yang namanya tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa penulisan hukum ini masih jauh dari sempurna dan masih memiliki berbagai kekurangan. Penulis mengharapkan masukan dari segala pihak agar penulisan hukum ini dapat disempurnakan nantinya. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Bandung, 10 Juli 2021

Penulis

Garry David Rinaldy

2017200037

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK.....	i
ABSTRAK.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1. Latar Belakang .....	1
2. Rumusan Masalah .....	11
3. Tujuan Penelitian .....	11
4. Batasan Penelitian.....	12
5. Metode Penelitian.....	12
6. Sistematika Penulisan.....	16
BAB II : PENGERTIAN DAN CAKUPAN PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN.....	17
1. Pengertian Perlindungan Hukum terhadap Konsumen.....	17
2. Pengertian Konsumen.....	19
3. Beberapa Hal yang Tercakup Dalam Perlindungan Hukum terhadap Konsumen.....	21
3.1 Hak Konsumen untuk Memperoleh Barang Sesuai Nilai Tukarnya.....	21
3.2 Janji Pelaku Usaha Dalam Iklan Produk Elektronik.....	23
3.3 Klausula Eksonerasi Dalam Perjanjian Elektronik.....	29
3.4 Keabsahan Perjanjian Jual Beli Elektronik.....	33
3.5 Tanggung Jawab Pelaku Usaha dan Penyelesaian Sengketa Konsumen.....	36

BAB III : ANALISIS MASALAH HUKUM TRANSAKSI <i>MYSTERY BOX</i> BERDASARKAN KETENTUAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN.....	41
1. Hubungan Hukum Para Pihak dalam Transaksi <i>Mystery Box</i> di Tokopedia.....	41
2. Analisis Keabsahan Perjanjian Transaksi <i>Mystery Box</i> .....	44
3. Analisis Ketidaksesuaian Isi <i>Mystery Box</i> dengan Harga Jualnya.....	52
4. Analisis Ketidaksesuaian Isi <i>Mystery Box</i> dengan Iklan yang Dibuat oleh <i>Merchant</i> .....	54
5. Analisis Klausula Baku yang Melarang Pengembalian <i>Mystery Box</i> .....	60
6. Langkah Hukum Konsumen yang Dirugikan Dalam Transaksi <i>Mystery Box</i> di Tokopedia.....	63
BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
1. Kesimpulan.....	65
2. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA .....	67
DAFTAR GAMBAR	
1. Gambar 1 : <i>Mystery Box</i> yang dijual oleh Toko “Bartoszstore”.....	49
2. Gambar 2 : <i>Mystery Box</i> yang dijual oleh Toko “forgadgetstore”.....	50
3. Gambar 3 : <i>Mystery Box</i> yang dijual oleh Toko “twins 81”.....	53
4. Gambar 4 : <i>Mystery Box</i> yang dijual oleh Toko “RushStore”.....	55
5. Gambar 5 : <i>Mystery Box</i> yang dijual oleh Toko “Ivan’s h”.....	56
6. Gambar 6 : <i>Mystery Box</i> yang dijual oleh Toko “Kala Store”.....	56
7. Gambar 7 : <i>Review</i> Konsumen <i>Mystery Box</i> (1).....	57
8. Gambar 8 : <i>Review</i> Konsumen <i>Mystery Box</i> (2).....	58
9. Gambar 9 : <i>Mystery Box</i> yang dijual oleh Toko “Bartoszstore”.....	60
10. Gambar 10 : <i>Mystery Box</i> yang dijual oleh Toko “RushStore”.....	61

11. Gambar 11 : *Mystery Box* yang dijual oleh Toko “Ivan’s h” ..... 61

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Sebagai salah satu makhluk hidup, manusia memiliki berbagai macam kebutuhan yang harus dipenuhinya. Kebutuhan-kebutuhan manusia tersebut dapat dibagi menjadi 2 kelompok besar, yaitu kebutuhan jasmani (seperti sandang, pangan, dan papan) maupun kebutuhan rohani (seperti ibadah, rekreasi, dan hiburan). Dalam menjalani hidupnya, manusia tidak dapat memenuhi semua kebutuhannya sendirian sehingga manusia membutuhkan orang lain dalam usahanya memenuhi kebutuhan hidup. Salah satu cara yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya adalah melakukan jual beli dengan orang lain.

Kegiatan jual beli yang dilakukan oleh manusia turut berkembang seiring dengan perkembangan zaman yang terjadi, khususnya di bidang teknologi dan ilmu pengetahuan. Sejak diprakarsai oleh *Michael Aldrich* pada tahun 1979<sup>1</sup>, manusia telah mengenal dan mengembangkan suatu praktek jual-beli berbasis internet yang disebut sebagai *online shopping*. Dengan menggunakan internet, setiap orang dapat melakukan transaksi elektronik dengan siapa saja, dimana saja, dan kapan saja. Hal tersebut membuka peluang bagi pelaku usaha untuk memperluas peluang usahanya dan juga memperluas peluang bagi konsumen untuk mencari barang yang ia butuhkan dengan harga yang sesuai.

Perkembangan transaksi elektronik yang sangat pesat tersebut memiliki kelemahan, salah satunya penipuan dalam transaksi yang dilakukan secara *online* atau daring. Dalam melakukan transaksi elektronik, umumnya pembeli

---

<sup>1</sup> Jessica Thomas, *The History of Online Shopping*, <https://purple.ai/blogs/the-history-of-online-shopping/>, diakses pada 12 Agustus 2020, pukul 11.33 WIB.

akan membayar barang terlebih dahulu sebelum penjual mengirimkan barang kepada pembeli. Akibatnya, muncul berbagai kasus penipuan dimana barang yang dikirimkan tidak sesuai dengan perjanjian atau justru barang tidak dikirimkan karena penjual sudah menerima uang dari pembeli sehingga ia merasa sudah mendapatkan keuntungan dari transaksi tersebut. Dalam melakukan penipuan tersebut, umumnya penjual akan menggunakan identitas palsu agar keberadaannya tidak dapat dilacak sekalipun pembeli melaporkan penipuan tersebut ke polisi.

Maraknya praktek penipuan tersebut kemudian mendorong agar ada pihak ketiga yang dapat memfasilitasi kegiatan jual-beli antara para pelaku usaha dengan konsumen secara daring. Pihak ketiga sebagai pemegang “Rekening Bersama” (Rekber) dimaksudkan untuk menampung sementara uang dari pembeli sampai penjual mengirimkan barang yang sesuai dengan kesepakatan. Setelah pembeli mengonfirmasi bahwa ia sudah menerima barang dari penjual dan barang tersebut sudah sesuai kesepakatan, maka pihak ketiga kemudian akan menyalurkan uang milik konsumen tersebut kepada penjual.

Hal tersebut pun kemudian mendorong perusahaan-perusahaan untuk mendirikan suatu situs yang disebut dengan istilah *marketplace*. Definisi *marketplace* dalam konteks transaksi *online* adalah suatu situs yang mengumpulkan para pelaku usaha ke dalam suatu tempat yang sama dan memfasilitasi kegiatan jual-beli antara para pelaku usaha dengan konsumen secara *online* atau daring.<sup>2</sup> Dalam hal ini, *marketplace* akan berperan sebagai Rekber yang memfasilitasi transaksi antara pelaku usaha dan konsumen sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya.

---

<sup>2</sup> Ratih Pratisti, Inilah Perbedaan *Online Shop*, *E-Commerce* dan *Marketplace* yang Perlu Kamu Ketahui, <https://teknonisme.com/inilah-perbedaan-online-shop-e-commerce-dan-marketplace-yang-perlu-kamu-ketahui/>, diakses pada 12 Agustus 2020, pukul 15.21 WIB.

Kemunculan Tokopedia sebagai salah satu situs *marketplace* terbesar semakin membawa perubahan terhadap kegiatan jual beli yang terjadi di Indonesia. Masyarakat semakin terbiasa untuk menjual dan membeli barang secara daring karena adanya jaminan keamanan yang ditawarkan oleh setiap toko di Tokopedia. Selain itu, mereka dapat membandingkan produk setiap toko dengan mudah dan metode pembayaran yang ditawarkan pun beragam.

Berdasarkan Syarat & Ketentuan Tokopedia poin A dan R, dinyatakan bahwa Tokopedia adalah suatu perseroan terbatas yang menjalankan kegiatan usaha jasa *web portal* [www.tokopedia.com](http://www.tokopedia.com), yakni situs pencarian toko dan barang yang dijual oleh penjual terdaftar. Di situs tersebut, Tokopedia hanya berperan sebagai pengelola situs tanpa terlibat langsung dalam transaksi yang dilakukan oleh penjual dan pembeli terdaftar. Dengan demikian, pembeli dan penjual tetap membuat perjanjian jual beli di antara mereka sendiri tanpa melibatkan Tokopedia sebagai pihak dalam perjanjian. Perjanjian jual beli yang mereka buat pun pada dasarnya sama dengan perjanjian jual beli secara umum, sehingga ketentuan-ketentuan hukum mengenai jual beli konvensional juga berlaku terhadap perjanjian jual beli yang dibuat secara *online* di situs Tokopedia, di antaranya ketentuan mengenai perjanjian jual beli yang ada dalam KUHPerdara dan ketentuan-ketentuan hukum perlindungan konsumen dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK). Selain itu, ketentuan-ketentuan yang ada dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (selanjutnya disebut PP PMSE) juga berlaku dalam perjanjian jual beli yang dibuat di Tokopedia, sebab perjanjian tersebut adalah kontrak elektronik yang dibuat melalui sistem elektronik.

Mekanisme transaksi di Tokopedia dapat dijabarkan sebagai berikut :

- Pengguna Tokopedia yang mendaftarkan diri sebagai penjual atau *merchant* akan diberikan sebuah toko virtual oleh Tokopedia. Penjual kemudian dapat mengunggah produk-produk yang ingin dijualnya ke Tokopedia untuk

kemudian dipasarkan di dalam toko virtualnya. Penjual harus mencantumkan informasi se jelas mungkin mengenai produk yang dijualnya seperti nama barang, deskripsi produk, kondisi produk, harga produk dan sebagainya.

- Pengguna Tokopedia yang telah mendaftarkan diri dapat melihat dan mencari segala produk yang dijual di Tokopedia beserta informasi produk yang bersangkutan. Apabila pengguna tertarik pada suatu produk, ia dapat membeli produk tersebut dan memilih metode pembayaran yang diinginkan.
- Ketika pembeli sudah membayar produk melalui metode pembayaran yang dipilih, maka akan muncul pemberitahuan kepada penjual terkait transaksi tersebut. Pada saat ini, penjual diberikan pilihan oleh Tokopedia untuk menerima transaksi tersebut atau menolaknya. Apabila penjual menerima transaksi tersebut, maka terbentuklah suatu perjanjian jual beli antara penjual dan pembeli. Apabila penjual menolak transaksi tersebut, maka Tokopedia menganggap tidak ada perjanjian jual beli yang tercipta dan mengembalikan uang yang telah dibayarkan kepada pembeli.
- Setelah perjanjian jual beli terbentuk, penjual dan pembeli memiliki hak dan kewajiban seperti pada perjanjian jual beli secara umum.

Pengguna Tokopedia yang menjadi konsumen tidak selalu merupakan konsumen akhir, sebab ada banyak konsumen yang membeli barang di Tokopedia untuk dijual kembali. Konsumen yang disebut sebagai *reseller* ini memiliki status sebagai konsumen antara, sehingga ketentuan-ketentuan dalam UUPK tidak dapat diberlakukan dalam transaksi antara *merchant* dengan *reseller*. Oleh sebab itu, perjanjian transaksi antara *merchant* dan *reseller* yang pada hakikatnya adalah transaksi antara pelaku usaha dengan pelaku usaha akan menggunakan ketentuan perundang-undangan lain, yaitu ketentuan perjanjian jual beli dalam KUHPerdara dan ketentuan kontrak elektronik dalam PP PMSE.

Hingga saat ini, banyak penjual yang telah berhasil menjual produk-produk mereka di Tokopedia. Produk-produk tersebut sangat beraneka ragam dan tidak

terbatas pada satu kategori saja, seperti barang elektronik, makanan, mainan, produk kesehatan, produk kecantikan dan sebagainya. Selama tidak termasuk dalam kategori barang yang dilarang<sup>3</sup>, segala jenis barang dapat diperjual belikan di situs Tokopedia.

Saat ini, ada salah satu jenis produk yang sedang populer untuk dijual di Tokopedia bernama *mystery box*. *Mystery box* sebetulnya bukanlah suatu jenis barang, melainkan suatu kotak yang berisikan barang yang tidak diketahui secara pasti isinya. Isi dari setiap *mystery box* akan ditentukan secara acak oleh penjual sehingga pembeli tidak akan mengetahui isinya sebelum membeli dan membuka sendiri kotak-kotak tersebut. Setelah membeli, pembeli tidak boleh mengembalikan *mystery box* dengan alasan apapun. Dengan demikian, isi dari setiap *mystery box* sangat bergantung pada keberuntungan pembeli semata, sebab setiap pembeli memiliki kemungkinan untuk mendapatkan produk mahal, langka, indah, murah, jelek, atau bahkan produk cacat. Walaupun demikian, para penjual *mystery box* seringkali mencantumkan kata-kata yang dapat menarik minat pembeli seperti *anti zonk*, pasti untung, bagus *banget*, pasti aman dan sebagainya.

Kemudian, ada penjual-penjual yang berusaha memanfaatkan sistem *mystery box* tersebut untuk meningkatkan penghasilannya. Sebagaimana bisnis pada umumnya, ada produk-produk yang tidak terjual dengan baik di Tokopedia. Hal ini pun membuat para *merchant* berusaha memikirkan berbagai strategi untuk menjual produk-produk yang tidak terjual tersebut, mulai dari memberi diskon, memberikan promo menarik, dan sebagainya. Pada akhirnya, ada banyak *merchant* yang berusaha menjual produk-produk tersebut sebagai isi dari *mystery box*. Dengan memanfaatkan *mystery box*, para *merchant* dapat membuat barang yang tidak menarik di mata konsumen menjadi tetap laku terjual. Praktik para *merchant* tersebut memiliki dampak positif dan negatif. Dampak positif dari

---

<sup>3</sup> Syarat dan Ketentuan Tokopedia Poin J tentang Barang dan Jasa, diakses pada 18 Agustus 2021, pukul 12.03 WIB.

praktik tersebut adalah para penjual dapat “menyingkirkan” barang mereka yang tidak laku untuk dijual, sementara dampak negatifnya adalah pihak konsumen berkemungkinan besar menerima barang yang memang tidak berkualitas baik.

Ada beberapa permasalahan hukum yang timbul dari transaksi *mystery box* di Tokopedia. Pertama, isi dari *mystery box* sangat bergantung pada aspek keberuntungan semata. Apabila pembeli beruntung mendapatkan barang yang bagus, ia tentunya akan merasa puas. Namun apabila pembeli mendapatkan barang yang kurang baik, tentu ia akan merasa dirugikan. Sebagai contoh, seseorang yang membeli *mystery box* seharga Rp 500.000,00 tentu akan merasa dirugikan apabila ia hanya mendapatkan produk seharga Rp 20.000,00. Sebaliknya, seseorang akan merasa beruntung apabila *mystery box* yang dibeli dengan harga Rp 20.000,00 ternyata berisikan produk yang harganya dapat mencapai Rp 300.000,00. Dengan demikian, sangat mungkin bahwa isi dari sebuah *mystery box* tidak sesuai dengan harga atau nilai tukarnya, padahal Pasal 4 UUPK menyatakan bahwa salah satu hak konsumen adalah mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.

Permasalahan kedua yang timbul dalam transaksi *mystery box* adalah pencantuman klausula baku dari para *merchant* yang melarang pengembalian *mystery box* yang telah dibeli dengan alasan apapun. Definisi klausula baku berdasarkan Pasal 1 angka 10 UUPK adalah :

“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”

Pencantuman klausula baku tersebut dimaksudkan agar konsumen tidak dapat mengembalikan *mystery box* yang sudah dibelinya dengan alasan tidak puas atas isi dari *mystery box* tersebut. Apabila penjual tidak mencantumkan klausula baku tersebut, ada kemungkinan konsumen akan selalu meminta penukaran barang

atau pengembalian uang sehingga penjual akan sulit menjual produk berupa *mystery box* untuk mendapatkan keuntungan. Walaupun demikian, pencantuman klausula baku yang melarang pengembalian barang dan uang konsumen memiliki permasalahan hukum, sebab Pasal 18 ayat (1) UUPK menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang untuk membuat klausula baku yang menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen dan/atau menolak penyerahan kembali uang yang telah dibayarkan oleh konsumen.

Pasal 18 ayat (1) UUPK menyatakan :

“Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila :

- a. menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha;
- b. menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen;
- c. menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen;
- d. menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melakukan segala tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran;
- e. mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen;
- f. memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi obyek jual beli jasa;
- g. menyatakan tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, lanjutan dan/atau pengubahan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang belinya;
- h. menyatakan bahwa konsumen memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai, atau hak jaminan terhadap barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran.”

Sejalan dengan Pasal 18 ayat (1) UUPK, Syarat dan Ketentuan Tokopedia Point D angka 4 tentang Transaksi Penjualan menyatakan :

“Dalam menggunakan Fasilitas "Judul Produk", "Foto Produk", "Catatan" dan "Deskripsi Produk", Penjual dilarang membuat peraturan bersifat klausula baku yang tidak memenuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia, termasuk namun tidak terbatas pada (i) tidak menerima komplain, (ii) tidak menerima retur (penukaran barang), (iii) tidak menerima refund (pengembalian dana), (iv) barang tidak bergaransi, (v) pengalihan tanggung jawab (termasuk tidak terbatas pada penanggungungan ongkos kirim), (vi) penyusutan nilai harga dan (vii) pengiriman barang acak secara sepihak. Jika terdapat pertentangan antara catatan toko dan/atau deskripsi produk dengan Syarat & Ketentuan Tokopedia, maka peraturan yang berlaku adalah Syarat & Ketentuan Tokopedia.”

Permasalahan ketiga yang muncul dari transaksi *mystery box* adalah iklan dari *merchant* yang menyatakan bahwa isi dari *mystery box* pasti bagus, pasti untung, *anti zonk*, dan sebagainya. Janji-janji dalam iklan tersebut tidak jelas karena sangat subjektif dan tidak dijelaskan berdasarkan ukuran siapakah isi dari *mystery box* tersebut “pasti bagus” atau sebagainya. Hal ini menjadi sebuah permasalahan hukum sebab Pasal 8 UUPK menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang untuk memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan iklan. Di samping itu, Pasal 9 UUPK menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang untuk mengiklankan suatu barang secara tidak benar dan/atau seolah-olah menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti. Dalam meneliti permasalahan ini, pertanggung jawaban Tokopedia sebagai pihak yang menyediakan sarana bagi *merchant* untuk beriklan juga dapat diteliti, sebab Pasal 35 PP PMSE menyatakan bahwa :

“Setiap pihak yang membuat, menyediakan sarana, dan/atau menyebarluaskan Iklan Elektronik wajib memastikan substansi atau materi Iklan Elektronik yang disampaikan tidak bertentangan dengan ketentuan peraturan perundang-undangan dan bertanggung jawab terhadap substansi atau materi Iklan Elektronik.”

Permasalahan keempat yang muncul dalam transaksi *mystery box* adalah keabsahan dari *mystery box* itu sendiri sebagai objek sebuah perjanjian jual beli. Dalam Pasal 1320 KUHPerdara dan Pasal 52 PP PMSE, dinyatakan bahwa salah satu syarat sahnya suatu perjanjian adalah adanya suatu hal tertentu. Syarat hal tertentu dalam suatu perjanjian jual beli tersebut kemudian dijelaskan dalam Pasal 1333 KUHPerdara yang menyatakan bahwa suatu barang dalam perjanjian jual beli sekurang-kurangnya harus dapat ditentukan jumlah dan jenisnya. Dalam transaksi *mystery box*, isinya ditentukan secara acak oleh penjual sehingga tidak ada kesepakatan terkait jumlah dan jenis barang yang ada dalam *mystery box* tersebut.

Untuk mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut, perlu adanya perlindungan hukum terhadap konsumen yang membeli *mystery box*. Berdasarkan pendapat Johannes Gunawan sebagaimana dikutip oleh Gde Manik Yogiartha dalam tulisannya:<sup>4</sup>

“Perlindungan hukum terhadap konsumen dapat dilakukan pada saat sebelum terjadi transaksi (*no conflict/pre purchase*) dan/atau pada saat setelah terjadinya transaksi (*conflict/post purchase*).

Perlindungan hukum terhadap konsumen yang dapat dilakukan pada saat sebelum terjadi transaksi (*no conflict/pre purchase*) dapat dilakukan dengan cara antara lain:

1. *Legislation*, yaitu perlindungan hukum terhadap konsumen yang dilakukan pada saat sebelum terjadinya transaksi dengan memberikan perlindungan konsumen melalui peraturan perundang-undangan yang telah dibuat. Sehingga dengan adanya peraturan perundang-undangan tersebut diharapkan konsumen memperoleh perlindungan sebelum terjadinya transaksi, karena telah ada batasan-batasan dan ketentuan yang mengatur transaksi antara konsumen dan pelaku usaha.
2. *Voluntary Self Regulation*, yaitu perlindungan hukum terhadap konsumen yang dilakukan pada saat sebelum terjadinya transaksi, dengan cara ini pelaku usaha diharapkan secara sukarela membuat peraturan bagi dirinya sendiri agar lebih berhati-hati dan waspada dalam menjalankan usahanya.

---

<sup>4</sup> Gde Manik Yogiartha, et.al., *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Dalam Jual – Beli Telepon Seluler Tanpa Garansi di Pasar Gelap (Black Market)*, Denpasar, Universitas Udayana, 2011, hlm. 3.

Sedangkan untuk perlindungan hukum terhadap konsumen pada saat setelah terjadi transaksi (*conflict/post purchase*) dapat dilakukan melalui jalur Pengadilan Negeri (PN) atau di luar Pengadilan oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) berdasarkan pilihan para pihak yang bersengketa.”

Untuk memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen *mystery box*, Tokopedia sudah membuat suatu *voluntary self regulation* yang dituangkan dalam syarat dan ketentuan Tokopedia poin J, yang menyatakan *mystery box* atau kotak misteri sebagai salah satu barang yang dilarang untuk dijual di Tokopedia karena isinya tidak pasti. Ketentuan tersebut hanya dikecualikan terhadap *Official Store* dan Afiliasi Tokopedia, sehingga penjual atau *merchant* biasa seharusnya dilarang untuk menjual *mystery box* di toko mereka. Akan tetapi, pada praktiknya ada banyak *merchant* yang tetap menjual *mystery box* di toko mereka sekalipun mereka bukanlah *Official Store* ataupun Afiliasi Tokopedia. Walaupun syarat dan ketentuan Tokopedia menyatakan bahwa Tokopedia berwenang untuk membatalkan transaksi dan/atau menghapus produk yang bertentangan dengan syarat dan ketentuan, pada praktiknya pihak Tokopedia tetap memperkenankan *mystery box* dijual oleh banyak *merchant* di situsnya. Karena *Official Store* dan Afiliasi Tokopedia dikecualikan dari larangan penjualan *mystery box* di Tokopedia, maka penjual *mystery box* pada analisis penelitian ini akan dibatasi pada *merchant* Tokopedia yang terdiri atas *Regular Merchant*, *Power Merchant*, dan *Power Merchant Pro*.

Kemudian, perlindungan hukum terhadap konsumen dalam bentuk *legislation* diwujudkan melalui UUPK. Dalam UUPK, ada beberapa ketentuan yang dapat memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen atas permasalahan hukum *mystery box*, yaitu Pasal 4 mengenai kesesuaian barang dengan nilai tukarnya, Pasal 9 tentang larangan iklan bermuatan janji yang belum pasti, dan Pasal 18 tentang klausula baku. Akan tetapi, UUPK hanya dapat digunakan untuk memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen akhir, sehingga tidak dapat diberlakukan terhadap *reseller mystery box* yang merupakan konsumen antara. Oleh sebab itu, hubungan antara *merchant* dan *reseller* yang merupakan

hubungan antara pelaku usaha dengan pelaku usaha harus dikaji dengan menggunakan peraturan perundang-undangan lain, yaitu KUHPerdara dan PP PMSE. Kedua dasar hukum tersebut dapat digunakan untuk menganalisis keabsahan perjanjian transaksi *mystery box* antara *merchant* dengan *reseller*, sebab keabsahan *mystery box* sebagai suatu objek perjanjian jual beli masih dapat diperdebatkan.

Berdasarkan uraian-uraian di atas, penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian dengan judul : “Perlindungan Hukum terhadap Konsumen yang Dirugikan dalam Transaksi *Mystery Box* di Tokopedia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”

## **2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka permasalahan yang akan diteliti adalah:

- Keabsahan *mystery box* sebagai “suatu hal tertentu” yang menjadi salah satu syarat keabsahan perjanjian menurut Pasal 1320 KUHPerdara dan Pasal 52 PP PMSE.
- Ketidakesesuaian isi dari *mystery box* dengan harga atau nilai tukarnya.
- Isi dari *mystery box* yang mungkin tidak sesuai dengan iklan buatan *merchant*.
- Larangan pengembalian *mystery box* yang dicantumkan oleh *merchant* sebagai klausula baku.

## **3. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis permasalahan hukum yang ada dalam transaksi *mystery box* berdasarkan ketentuan-ketentuan dalam UUPK, serta upaya hukum yang dapat ditempuh oleh konsumen apabila terjadi sengketa dalam transaksi *mystery box*.

#### 4. Batasan Penelitian

Penjual *mystery box* dalam analisis penelitian ini dibatasi pada *merchant* Tokopedia yang berstatus *Regular Merchant*, *Power Merchant*, dan *Power Merchant Pro*. Dengan adanya pembatasan tersebut, analisis dalam penelitian ini tidak membahas mengenai hubungan hukum antara Tokopedia dengan *Official Store* dan/atau Afiliasi Tokopedia. Pembatasan ini dilakukan karena larangan penjualan *mystery box* yang ada dalam Syarat & Ketentuan Tokopedia Poin J dikecualikan terhadap *Official Store* dan Afiliasi Tokopedia.

#### 5. Metode Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, metode penelitian hukum yang digunakan adalah metode penelitian yuridis normatif. Metode penelitian hukum normatif adalah suatu metode penelitian hukum yang berusaha mencari kebenaran dengan cara berpikir deduktif semata dan kriterium kebenaran koheren. Metode penelitian yuridis normatif menganalisa suatu permasalahan hukum dengan hukum lain yang lebih tinggi peringkatnya. Selain itu, penelitian yuridis normatif adalah penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder belaka.<sup>5</sup> Kemudian metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode data sekunder. Metode data sekunder adalah metode pengumpulan data yang lebih menitikberatkan pada studi kepustakaan yang sesuai dengan penelitian ini.<sup>6</sup> Studi kepustakaan tersebut dilakukan dengan cara membaca, mempelajari, dan menelaah karya-karya tulis yang tersusun dalam literatur dan peraturan perundang-undangan.

Berikut adalah norma-norma hukum yang digunakan untuk menganalisis permasalahan hukum *mystery box* dalam penelitian ini :

---

<sup>5</sup> Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif*, Jakarta, Raja Grafindo Persada, 2002, hlm. 13-14.

<sup>6</sup> Andreina Nur Ayuningtyas, *Tanggung Jawab Dropshipper Terhadap Konsumen Dalam Sistem Jual Beli Barang Secara Dropship Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*, Skripsi, Bandung, Universitas Katolik Parahyangan, 2018.

- Pasal 1320 KUHPerdara

Pasal ini mengatur tentang syarat keabsahan suatu perjanjian, termasuk di dalamnya perjanjian jual beli. Dalam transaksi *mystery box* antara *merchant* dan konsumen antara, UUPK tidak dapat diberlakukan sebab keduanya memiliki kedudukan sebagai pelaku usaha. Oleh sebab itu, perjanjian transaksi di antara mereka akan dikaji menggunakan Pasal 1320 KUHPerdara.

- Pasal 1333 KUHPerdara

Dalam Pasal 1320 KUHPerdara, disebutkan bahwa syarat ketiga dari suatu perjanjian adalah adanya suatu hal tertentu. Berkenaan dengan syarat tersebut, Pasal 1333 KUHPerdara menyatakan bahwa suatu barang dalam perjanjian jual beli sekurang-kurangnya harus dapat ditentukan jumlah dan jenisnya. Dalam transaksi *mystery box*, isinya ditentukan secara acak oleh penjual sehingga tidak ada kesepakatan terkait jumlah dan jenis barang yang ada dalam *mystery box* tersebut. Oleh sebab itu, Pasal 1333 KUHPerdara akan digunakan untuk menganalisis keabsahan *mystery box* sebagai suatu objek perjanjian jual beli.

- Pasal 32 s.d. Pasal 35 PP PMSE

Keempat pasal tersebut mengatur tentang iklan elektronik dalam transaksi elektronik. Dalam transaksi *mystery box*, *merchant* seringkali membuat iklan yang menjanjikan bahwa *mystery box* akan berisi barang yang bagus. Pada kenyataannya, isi dari *mystery box* yang dibeli oleh konsumen tidak selalu bagus seperti yang dijanjikan oleh *merchant* dalam iklan. Keempat pasal dalam PP PMSE ini akan digunakan untuk menganalisis substansi iklan yang dibuat oleh *merchant* tersebut serta pertanggung jawaban dari *merchant* dan Tokopedia sesuai perannya masing-masing sebagai pembuat iklan dan penyedia sarana iklan.

- Pasal 52 PP PMSE

Pasal ini mengatur tentang syarat keabsahan suatu kontrak elektronik. Dalam transaksi *mystery box* di Tokopedia, perjanjiannya dibuat secara *online* di situs Tokopedia sehingga ketentuan kontrak elektronik yang ada dalam PP PMSE berlaku di dalamnya. Dalam penelitian ini, Pasal 52 PP PMSE akan digunakan sebagai untuk menganalisis keabsahan kontrak elektronik yang dibuat oleh *merchant* dan konsumen antara.

- Pasal 4 UUPK

Pasal 4 mengatur tentang hak konsumen, yang salah satunya adalah hak untuk memilih barang dan/jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Dalam transaksi *mystery box*, isi dari *mystery box* belum tentu memiliki nilai yang sama dengan harganya. Setiap *mystery box* dapat berisi barang yang lebih mahal ataupun lebih murah dari harga *mystery box* itu sendiri. Oleh sebab itu, pasal 4 UUPK akan digunakan untuk menganalisis isi dari *mystery box* yang bisa saja berbeda dari nilai tukarnya.

- Pasal 8 UUPK

Salah satu tindakan pelaku usaha yang dilarang dalam Pasal 8 UUPK adalah memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan iklan penjualan barang tersebut. Dalam menjual *mystery box*, *merchant* seringkali membuat iklan yang menyatakan bahwa isi dari *mystery box* pasti bagus, pasti untung, anti *zonk*, atau semacamnya untuk menarik minat konsumen. Pada kenyatannya, ada banyak konsumen yang memberikan *review* bahwa isi dari *mystery box* yang mereka beli tidak bagus dan tidak sesuai dengan janji *merchant* dalam iklan yang mereka buat. Oleh sebab itu, Pasal 8 UUPK akan digunakan untuk menganalisis isi dari *mystery box* yang mungkin tidak bagus seperti yang dijanjikan pada iklan.

- Pasal 9 UUPK

Pasal 9 UUPK mengatur tentang larangan bagi pelaku usaha dalam menawarkan atau mengiklankan barang dan/atau jasa yang dijualnya. Dalam pasal tersebut, salah satu hal yang dilarang adalah menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan barang secara tidak benar dan/atau seolah-olah mengandung janji yang belum pasti. Pada transaksi *mystery box*, *merchant* seringkali memberikan janji bahwa *mystery box* akan berisi barang yang pasti bagus, pasti untung, anti *zonk*, atau semacamnya untuk menarik minat konsumen. Janji-janji tersebut bersifat subjektif dan tidak jelas ukurannya. Pada kenyataannya, banyak konsumen yang menganggap bahwa isi dari *mystery box* yang mereka beli tidak bagus seperti yang dijanjikan dalam iklan, sehingga janji-janji dari *merchant* pun seolah tidak dapat dipastikan kebenarannya. Oleh sebab itu, janji *merchant* yang menyatakan bahwa *mystery box* pasti berisi barang bagus akan dianalisis dengan menggunakan Pasal 9 UUPK sebagai batu ujinya.

- Pasal 18 UUPK

Pasal 18 UUPK mengatur tentang jenis-jenis klausula baku yang dilarang untuk dicantumkan oleh pelaku usaha dalam perjanjian. Dalam transaksi *mystery box*, *merchant* selalu mencantumkan larangan pengembalian *mystery box* dengan alasan apapun. Apabila konsumen merasa tidak puas atau dirugikan, pelaku usaha akan menolak keberatan dari mereka dan tidak mau melakukan *refund* dengan alasan bahwa membeli *mystery box* yang dijual berarti menyetujui syarat dan ketentuan dari *merchant*. Untuk menganalisis larangan pengembalian *mystery box* tersebut, Pasal 18 UUPK akan digunakan sebagai batu ujinya.

## 6. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, penulis akan menyusunnya ke dalam empat bab yang terdiri atas :

- BAB I : Pendahuluan

Dalam BAB I, penulis akan menjelaskan mengenai pendahuluan yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, serta metode penelitian yang digunakan.

- BAB II : Perlindungan Hukum terhadap Konsumen

Dalam BAB II, penulis akan menuliskan teori-teori dan norma-norma hukum tentang perlindungan konsumen yang berkaitan dengan permasalahan hukum *mystery box*. Norma-norma hukum yang akan dituliskan dalam bab ini antara lain : Pasal 1320 KUHPerdara; Pasal 1333 KUHPerdara; Pasal 4 UUPK; Pasal 8 UUPK; Pasal 9 UUPK; Pasal 18 UUPK; serta pasal-pasal dalam PP PMSE tentang kontrak elektronik dan iklan elektronik.

- BAB III: Analisis Transaksi *Mystery Box* terhadap Ketentuan Hukum Perlindungan Konsumen

Dalam BAB III, penulis akan menganalisis transaksi *mystery box* dengan menggunakan teori-teori dan norma-norma hukum perlindungan konsumen yang telah dituliskan pada BAB II.

- BAB IV : Kesimpulan dan Saran

Dalam BAB IV, penulis akan menarik sebuah kesimpulan berdasarkan analisis yang dilakukan dalam BAB III. Kesimpulan tersebut akan menjadi jawaban atas permasalahan hukum *mystery box* yang telah dirumuskan pada bagian pendahuluan. Setelah menarik kesimpulan tersebut, penulis akan memberikan saran yang relevan untuk menyelesaikan permasalahan hukum *mystery box*.