

Kejahatan Online Marketplace dalam Kriminologi dan Pengembangan Hukum Pidana Indonesia

Syah Awaluddin^{1*}, Evy Savitri Gani², Supriadin Sisin³, La Rusman⁴, M. Ramli Tubaka⁵
¹⁻⁵Institut Agama Islam Negeri Ambon, Indonesia

*Korespondensi penulis: syah.awaluddin@iainambon.ac.id

Abstract. *The rapid growth of online marketplaces in Indonesia has brought significant economic opportunities but also posed new challenges in the realms of criminal law and criminology. This study aims to analyze online marketplace crimes from a criminological perspective and examine the development of Indonesia's criminal law to address these challenges. Utilizing a qualitative approach with a literature review method, this research explores various types of online marketplace crimes, including fraud, identity theft, intellectual property violations, and tax evasion. The study applies criminological theories such as Strain Theory, Rational Choice Theory, Routine Activity Theory, Social Control Theory, and Social Learning Theory to understand the motivations and behaviors of offenders in digital transactions. The findings indicate that the legal framework in Indonesia, including the Electronic Information and Transactions Law (UU ITE) and Consumer Protection Regulations, still contains gaps that allow cybercriminals to exploit marketplace platforms. Therefore, this study suggests strengthening legal harmonization, enhancing consumer protection, improving tax regulations, and implementing effective law enforcement strategies. By integrating criminological insights into legal reforms, Indonesia can create a safer and more just online marketplace environment, contributing to sustainable digital economic development.*

Keywords: *Criminology, Cybercrime, Legal Development, Online Marketplace.*

Abstrak. Pertumbuhan pesat marketplace online di Indonesia telah membawa peluang ekonomi yang signifikan, tetapi juga menghadirkan tantangan baru dalam ranah hukum pidana dan kriminologi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kejahatan di online marketplace dari perspektif kriminologi serta mengkaji pengembangan hukum pidana di Indonesia dalam menghadapi tantangan tersebut. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode studi literatur, penelitian ini mengeksplorasi berbagai jenis kejahatan di online marketplace, termasuk penipuan, pencurian identitas, pelanggaran hak kekayaan intelektual, dan penggelapan pajak. Studi ini menerapkan teori kriminologi seperti Strain Theory, Rational Choice Theory, Routine Activity Theory, Social Control Theory, dan Social Learning Theory untuk memahami motivasi dan perilaku pelaku dalam transaksi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kerangka hukum di Indonesia, termasuk Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan Peraturan Perlindungan Konsumen, masih memiliki celah hukum yang memungkinkan penjahat siber memanfaatkan platform marketplace. Oleh karena itu, penelitian ini menyarankan penguatan harmonisasi hukum, peningkatan perlindungan konsumen, perbaikan regulasi perpajakan, dan penerapan strategi penegakan hukum yang efektif. Dengan mengintegrasikan wawasan kriminologi ke dalam reformasi hukum, Indonesia dapat menciptakan lingkungan online marketplace yang lebih aman dan adil, serta mendukung pembangunan ekonomi digital yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Kejahatan Siber, Kriminologi, Online Marketplace, Pengembangan Hukum.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang perdagangan. Marketplace online, sebagai salah satu inovasi dalam e-commerce, telah menjadi platform yang populer untuk transaksi jual beli barang dan jasa.

Dengan semakin banyaknya pengguna internet, e-commerce dan marketplace online pun mengalami pertumbuhan yang signifikan. Menurut laporan dari Google, Temasek, dan Bain & Company (2022), nilai transaksi e-commerce di Asia Tenggara diperkirakan akan mencapai \$200 miliar pada tahun 2025. Marketplace online seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, dan lainnya telah menjadi platform utama bagi penjual dan pembeli untuk bertransaksi secara digital. Di Indonesia, perkembangan marketplace online juga sangat pesat. Berdasarkan data dari Asosiasi E-Commerce Indonesia (idEA, 2023), nilai transaksi e-commerce di Indonesia pada tahun 2022 mencapai Rp 461,1 triliun. Meskipun telah ada beberapa peraturan hukum seperti Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan Peraturan Perlindungan Konsumen, namun masih terdapat beberapa celah yang perlu disempurnakan.

Namun, seiring dengan kemajuan ini, muncul berbagai tantangan hukum dan kriminologi, terutama terkait dengan keamanan transaksi dan pencegahan kejahatan. Globalisasi telah membuka peluang bagi pertumbuhan marketplace lintas batas negara. Meskipun memberikan banyak kemudahan, perkembangan marketplace online juga membawa tantangan hukum yang harus diatasi, antara lain: 1). Perlindungan Konsumen: 2). Perpajakan: 3). Keamanan Data 4). Hak Kekayaan Intelektual (IDEA, 2023).

Marketplace online menghadirkan tantangan hukum yang kompleks, mengingat sifatnya yang lintas batas dan anonim. Beberapa isu hukum utama yang perlu diperhatikan meliputi: 1). Penipuan (Fraud), Penipuan adalah salah satu masalah utama di marketplace online. Penjual atau pembeli dapat melakukan penipuan dengan berbagai cara, seperti menjual barang palsu, tidak mengirim barang setelah pembayaran, atau menggunakan identitas palsu untuk melakukan transaksi 2). Pencurian Identitas, Pencurian identitas di marketplace online dapat terjadi melalui berbagai metode, termasuk phishing, hacking, atau penggunaan malware. Pelaku dapat mencuri informasi pribadi dan keuangan pengguna untuk melakukan penipuan atau kejahatan lainnya. 3). Pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual, Marketplace online sering kali menjadi sarana untuk menjual barang-barang yang melanggar hak kekayaan intelektual, seperti produk bajakan atau tiruan. Ini menimbulkan kerugian bagi pemilik hak dan merusak reputasi marketplace. 4). Penghindaran Pajak, Transaksi di marketplace online seringkali sulit untuk dipantau dan dikenakan pajak dengan efektif, yang dapat mengakibatkan penghindaran

pajak oleh pelaku usaha. Hal ini merugikan pendapatan negara dan menciptakan persaingan yang tidak adil.

Penelitian ini membahas pengembangan hukum pidana dan kriminologi dalam konteks marketplace online, serta upaya-upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasi berbagai permasalahan yang muncul. Dengan tujuan menganalisis kejahatan ini dalam perspektif kriminologi, dan pengaturan hukum terkait marketplace di Indonesia saat ini, serta strategi pengembangan hukum yang diperlukan untuk mengatur marketplace di era globalisasi.

2. KAJIAN TEORI DAN KONSEP MARKETPLACE

Menurut Boris Wertz dan Angela Tran Kingyens, adalah *“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”* (Emmy Febriani Thalib, 2019). yang diterjemahkan Marketplace di definisikan sebagai berikut *“Sebuah Marketplace (pasar online) adalah jenis dari situs e-commerce yang menghubungkan bagi mereka para penyedia produk atau jasa (penjual) dengan mereka yang mencari untuk membeli produk atau layanan (pembeli). pembeli dan penjual ini mungkin memiliki kesulitan menemukan satu sama lain sebelumnya, dan dengan demikian Marketplace (pasar online) menciptakan efisiensi di pasar lainnya (offline) yang dianggap tidak efisien. Dalam penelitian Mahir Pradana, Marketplace adalah model bisnis dimana website yang bersangkutan tidak hanya membantu mempromosikan barang dagangan saja, tapi juga memfasilitasi transaksi uang secara online. Seluruh transaksi online harus difasilitasi oleh website yang bersangkutan (Mahir Pradana, 2015). Definisi Marketplace system menurut Albert Stucki, Marcella Jr. dan Carol (2003) sebagai *“The collection and use of personal information for marketing purposes”*. Dalam istilah tersebut, dapat dilihat bahwa definisi terkait Online Marketplace sebagai cara-cara mengkoleksi informasi pribadi secara online untuk tujuan bisnis.*

Marketplace dapat digolongkan sebagai penyelenggara sistem elektronik dalam RPP PMSE. Penyelenggara sistem elektronik adalah setiap Orang, penyelenggara negara, badan usaha, dan masyarakat yang menyediakan, mengelola, dan/atau mengoperasikan sistem elektronik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama kepada pengguna sistem elektronik untuk keperluan dirinya dan/atau keperluan pihak lain (Albert Stucki, Marcella Jr. & Carol, Handbook, 2003). Jadi Marketplace merupakan sebuah tempat jual beli produk/jasa dimana penjual dan juga konsumen bertemu di dalam sebuah website. Di website ini pembeli akan menemukan produk/jasa dari beberapa penjual dari tokoonline yang berbeda. Setiap produk

yang terdapat dalam website tersebut telah diberikan spesifikasi rincian dan penjelasan kondisi produknya masing-masing.

Marketplace merupakan bagian dari aktivitas transaksi E-Commerce, regulasi yang mengatur aktivitas tersebut adalah antara lain termuat dalam Undang-Undang Nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) UU ITE No. 11 Tahun 2008 (diperbarui dengan UU No. 19 Tahun 2016) mengatur tentang transaksi elektronik, termasuk perdagangan dan transaksi melalui marketplace online. Undang-undang ini mengatur tentang penyelenggaraan sistem elektronik, tanda tangan elektronik, serta pertanggungjawaban para pihak dalam transaksi elektronik. Marketplace juga diatur dalam Peraturan Perlindungan Konsumen Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik mengatur kewajiban pelaku usaha dalam melindungi konsumen dalam transaksi e-commerce, termasuk marketplace online. Peraturan ini mengatur tentang informasi produk, penyelesaian sengketa, dan tanggung jawab pelaku usaha.

Misalnya, dalam Pasal 65 (ayat 1), UU Perdagangan diatur bahwa setiap pelaku usaha yang memperdagangkan Barang dan atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data dan atau informasi secara lengkap dan benar.¹⁶ Setiap pelaku usaha dilarang memperdagangkan Barang dan atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data dan atau informasi dan penggunaan sistem elektronik tersebut wajib memenuhi ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Ini berarti hak bagi konsumen adalah kewajiban yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha. Demikian pula dengan kewajiban konsumen merupakan hak yang akan diterima pelaku usaha. Jika dibandingkan, UU Perdagangan dengan UU Perlindungan Konsumen terdapat kesamaan dalam hal tanggung jawab pelaku usaha. Karena dalam Undang-Undang perlindungan konsumen, pelaku usaha selain harus melakukan kegiatan usaha dengan itikad baik, ia juga harus mampu menciptakan iklim usaha yang kondusif, tanpa persaingan yang curang antar pelaku usaha.

Definisi perdagangan melalui sistem elektronik berdasarkan Undang-Undang Perdagangan sebagai perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik. Setiap pelaku usaha yang memperdagangkan Barang dan atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak menyediakan data dan atau informasi secara lengkap dan benar akan dikenai sanksi administratif berupa pencabutan izin. Jenis pelaku usaha.

Selain itu marketplace juga diatur dalam Peraturan Perpajakan Peraturan Menteri Keuangan No. 48/PMK.03/2020 mengatur tentang tata cara pengenaan, pemungutan, dan penyeteroran Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas perdagangan melalui sistem elektronik,

termasuk marketplace online. Peraturan ini bertujuan untuk meningkatkan kepatuhan perpajakan dalam transaksi e-commerce

Instrumen-instrumen hukum di atas memiliki kelebihan dan kekurangannya dalam pengaturan hukum marketplace saat ini, secara umum kelebihan adalah memberikan landasan hukum bagi transaksi elektronik dan e-commerce di Indonesia, mengatur hak-hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha dalam transaksi online, serta mengatur pengenaan pajak dalam transaksi e-commerce untuk meningkatkan kepatuhan perpajakan.

Marketplace menyediakan sarana aktifitas belanja secara online dimana memuat berbagai layanan untuk mempermudah konsumen online. Secara umum, seluruh perusahaan Marketplace tidak menjual produknya sendiri, mereka hanya menyediakan fasilitas dan sistem bertransaksi antara penjual dan pembeli. Disisi lain layanan yang mempermudah tersebut terdapat memberikan potensi ancaman bagi konsumen online terutama terkait dengan data pribadi dan privasi konsumen online tersebut. Data-data pribadi seperti nomor handphone, email, hingga yang paling sensitif seperti jejak data kartu kredit masih menjadi risiko bagi pegiat belanja online. Setiap toko online memang menampilkan ketentuan data privasi, dan biasanya ada komitmen untuk menjaga data konsumen. Namun, sering kali terdapat pengecualian seperti contoh yang terekam dalam ketentuan kebijakan privasi di marketplace Tokopedia (Tirto.id, 2018). *“Setiap informasi/data Pengguna yang disampaikan kepada Tokopedia dan/atau yang dikumpulkan oleh Tokopedia dilindungi dengan upaya sebaik mungkin oleh perangkat keamanan teruji, yang digunakan oleh Tokopedia secara elektronik. Meskipun demikian, Tokopedia tidak menjamin kerahasiaan informasi yang Pengguna sampaikan tersebut, dalam kondisi adanya pihak-pihak lain yang mengambil atau mempergunakan informasi Pengguna dengan melawan hukum serta tanpa izin Tokopedia.”*

Terdapat pula potensi permasalahan pemanfaatan data pribadi para konsumen seperti berbagai pelacakan transaksi online konsumen untuk berbagai keperluan. Dibeberapa negara, isu yang terkait dengan privasi serta pengaturan mengenai privasi telah mulai berkembang sebagai hukum positif dengan sanksi yang sangat tegas untuk melindungi hak warga negaranya. Sekitar pertengahan tahun 2018 kemarin Facebook menjadi ramai diperbincangkan lantaran adanya isu pencurian data oleh Cambridge Analytica (IDN.Times, 2018), kini kasus serupa kembali mencuat ke permukaan. Layanan jejaring sosial ini Di pertengahan September 2018 kemarin, Facebook mengumumkan bahwa sekitar 30 juta penggunanya menjadi korban. Informasi pribadi seperti nama, alamat email, nomor telepon, dan sederet data personal lainnya menjadi objek sasaran.

Berbelanja secara online berarti memberikan dan memercayakan data pribadi pada website tersebut. Semakin banyak marketplace yang digunakan, berarti sama saja dengan menyebar data pribadi di segala tempat. Sehingga konsumen harus benar-benar memerhatikan dan mewaspadai hal ini. Perlindungan Data Pribadi (PDP) yang mengatur privasi warga negara Indonesia, menurut Deputy Direktur Riset Lembaga Studi dan Advokasi Masyarakat (ELSAM), Wahyudi Djafar, masih tumpang tindih dengan peraturan lainnya (Viva, 2019). Peraturan soal perlindungan data pribadi bukannya tak ada di Indonesia. Jaminan perlindungan tersebut tertuang ke dalam sekitar 30 undang-undang bersifat sektoral. Perkembangan teknologi yang semakin meningkat menimbulkan sejumlah tantangan baru. Tantangan tersebut dirasakan sektor perbankan, kesehatan, transaksi perdagangan, bahkan transportasi online. Namun secara detail tidak mungkin diatur dalam RUU PDP, aturan sektoral masih dibutuhkan. Misalnya untuk mengatur perbankan, regulasinya akan diatur oleh Bank Indonesia atau Otoritas Jasa Keuangan, dan lain sebagainya. Dengan adanya undang-undang tersebut, pengumpulan, penyimpanan, hingga pemanfaatan data pribadi akan diatur agar bisa melindungi hak privasi seseorang. RUU PDP harus dirancang untuk menjadi payung perlindungan data pribadi yang tersebar di beberapa peraturan perundang-undangan tersebut. “Prinsip dan keseluruhan hal-hal yang sifatnya mendasar terkait dengan hak dan kewajiban subjek data, lalu hak dari si pemilik data itu diatur dalam UU PDP, termasuk kewajiban data controller (pengelola data), data processor (pemroses data),” papar Wahyudi (BBC Indonesia, 2020). Indonesia telah memiliki aturan tentang Perlindungan Data Pribadi namun masih berbentuk Peraturan Menteri, hal ini belumlah cukup mengingat bahwa didalam Permen tersebut tidak mencakup sanksi yang tegas atas penyalahgunaan yang terjadi. Kemudian jika terjadi kebocoran atau penyalahgunaan data, bagaimana mekanisme komplainnya, bagaimana notifikasinya, seperti apa pemulihannya itu yang harus diatur di dalam UU PDP, sehingga aturan-aturan yang sektoral itu juga harus merujuk ke dalam prinsip-prinsip yang ada dalam Undang Undang. Terkait yuridiksi, pilihan hukum dan forum penyelesaian sengketa ditentukan oleh para pihak dan atau mengikuti kaedah dalam hukum perdagangan internasional. Atas transaksi antara pelaku usaha asing dengan konsumen Indonesia dan antara pelaku usaha asing dengan pemerintah Indonesia, berlaku hukum perlindungan Indonesia.

Di kawasan ASEAN, banyak negara telah mengadopsi dan memiliki peraturan tentang Perlindungan Data Pribadi. Seperti Malaysia, yang memiliki peraturan tentang Perlindungan Data Pribadi sejak 2010 (The Malaysian Personal Data Protection Act Number 709 Year 2010), Komisi Perlindungan Data Pribadi telah dibentuk. Negara-negara lain telah memiliki peraturan tentang Perlindungan Data Warga mereka karena Australia telah menetapkan Undang-Undang

Privasi pada tahun 1988, sementara Singapura telah menetapkan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi pada tahun 2012.

Uni Eropa memiliki Peraturan Perlindungan Data Umum (General Data Protection Regulation/GDPR) yang telah menerapkan aturan perlindungan data pribadi pada 25 Mei 2018. Regulasi Perlindungan Data (Data Protection Regulation) adalah regulasi dalam hukum Uni Eropa (UE) yang mengatur perlindungan data pribadi di dalam maupun di luar UE. Regulasi perlindungan data terbaru yang diadopsi UE adalah Regulasi Umum Perlindungan Data (GDPR) Regulasi (EU) 2016/679 tanggal 27 April 2016. Regulasi ini dilandasi oleh Piagam Hak Asasi Uni Eropa yang menetapkan bahwa warga UE memiliki hak untuk melindungi data pribadi mereka. GDPR menstandarisasi undangundang perlindungan data di semua negara UE dan menerapkan aturan baru yang ketat untuk mengendalikan dan memproses informasi identitas pribadi. Regulasi ini juga memperluas perlindungan data pribadi dan hak perlindungan data dengan memberikan kendali kembali ke penduduk UE. GDPR mengatur perorangan, perusahaan atau organisasi yang memproses data pribadi individu di UE, dan GDPR menggantikan Direktif Perlindungan Data UE 1995 Negara Jepang memiliki 2 peraturan tentang masalah ini, yaitu Undang-Undang tentang Perlindungan Informasi Pribadi tentang perlindungan informasi pribadi di sektor swasta dan Undang-Undang tentang Penggunaan Angka untuk Mengidentifikasi Individu Khusus dalam Prosedur Administrasi dalam prosedur administrasi sektor publik. Jepang juga memiliki komisi khusus, Komisi Perlindungan Informasi Pribadi Jepang, yang bertugas melindungi hak dan kepentingan individu ketika memasukkan data pribadi. Korea Selatan juga memiliki peraturan tentang perlindungan data pribadi, yaitu Undang-Undang Perlindungan Informasi Pribadi (PIPA). individu Korea dengan Komisi Perlindungan Informasi Pribadi (PIPC) khusus yang bertugas melindungi hak privasi individu dengan meninjau dan menyelesaikan kebijakan yang terkait dengan data pribadi, mengoordinasikan perbedaan antara lembaga negara dalam memproses data pribadi, sehingga privasi informasi data dan hak keamanan tetap terjaga.

Dengan demikian terdapat kekurangan dalam pengatran marketplace, masih terdapat celah hukum dan ketidakjelasan dalam beberapa aspek, seperti perlindungan data pribadi dan tanggung jawab platform marketplace. Instrumen hukum di atas juga pada tataran implementasi dan penegakan hukum masih belum optimal, sehingga masih banyak terjadi pelanggaran dalam praktiknya. Masalah lain yang menjadi potensi untuk merugikan konsumen adalah diskon yang belum tentu terbukti sesuai kenyataan, juga persoalan keaslian dan standar wajib produk, kualitas barang yang tak sesuai dengan yang dijanjikan penjual, dan masih banyak masalahlain. Belum lagi persoalan sengketa atau penipuan yang melibatkan e-

commerce di luar negeri karena kurangnya harmonisasi dengan peraturan di negara lain, yang akhirnya menghambat perdagangan lintas batas negara dalam marketplace online. Kesemuanya itu menempatkan konsumen pada posisi yang sangat lemah.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif, di mana peneliti berusaha memahami dan mengungkap fenomena sosial yang terjadi dalam konteks kejahatan online marketplace dalam perspektif kriminologi dan pengembangan hukum pidana Indonesia. Teknik pengumpulan data utama adalah studi literatur atau kajian pustaka, yang akan dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis berbagai literatur yang relevan. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis tematik. Analisis ini memungkinkan peneliti untuk menggali pola dan hubungan antara konsep-konsep yang ada dalam teori kriminologi dalam pengembangan hukum pidana. Pendekatan analisis tematik, dapat menjelaskan kejahatan online Marketplace dan apa saja pengembangan hukum serta strategi yang dapat diterapkan untuk mengurangi dampak negatif kejahatan marketplace.

4. HASIL DAN DISKUSI

Kejahatan Online Marketplace Perspektif Kriminologi

Untuk memahami dan menangani kejahatan di marketplace online, berbagai teori kriminologi dapat diterapkan. Beberapa pendekatan yang relevan meliputi: 1) Teori Strain, Teori Pilihan Rasional, 3) Teori Rutinitas Aktivitas, Teori Pengendalian Sosial, Teori Belajar Sosial.

Pertama, Teori strain, yang dikemukakan oleh Robert K. Merton (1938), menyatakan bahwa kejahatan terjadi ketika individu mengalami tekanan atau strain akibat ketidaksesuaian antara tujuan yang diinginkan dan cara yang tersedia untuk mencapainya. Dalam konteks marketplace online, penjual atau pembeli yang mengalami tekanan finansial mungkin mencari jalan pintas dengan melakukan penipuan atau kejahatan lainnya. Misalnya, seorang penjual yang mengalami kesulitan keuangan mungkin merasa tertekan melihat kesuksesan penjual lain, sehingga ia tergoda untuk membuat toko fiktif dengan produk palsu atau tidak ada, dengan harapan mendapatkan uang cepat melalui penipuan.

Selain penjual, pembeli juga dapat mengalami tekanan yang mendorong mereka untuk melakukan tindakan kriminal di marketplace online. Seorang pembeli yang merasa tertekan karena pengeluaran yang tinggi mungkin mencoba untuk mendapatkan barang gratis dengan mengajukan klaim palsu bahwa barang yang diterimanya rusak atau tidak sesuai deskripsi.

Tindakan ini dilakukan dengan harapan mendapatkan pengembalian dana atau barang pengganti tanpa harus membayar. Tekanan untuk mendapatkan keuntungan finansial juga dapat mendorong individu untuk menjual barang curian di marketplace online. Dengan menjual barang curian dengan harga murah, mereka berharap dapat menarik pembeli dan mendapatkan uang dengan cepat.

Tekanan untuk berhasil dalam persaingan yang ketat di marketplace online dapat mendorong penjual untuk melakukan tindakan manipulatif. Seorang penjual yang kesulitan meningkatkan penjualan mungkin tergoda untuk memanipulasi ulasan dan peringkat toko atau produknya dengan membuat ulasan palsu atau membeli ulasan positif. Tindakan ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan kepercayaan pembeli dan menarik lebih banyak pelanggan, meskipun dengan cara yang tidak jujur. Dalam semua kasus ini, individu mengalami “strain” atau tekanan karena ketidaksesuaian antara tujuan mereka dan cara yang sah untuk mencapainya, yang kemudian mendorong mereka untuk melakukan tindakan kriminal atau penipuan di marketplace online

Kedua, Teori pilihan rasional mengasumsikan bahwa individu melakukan kejahatan berdasarkan keputusan rasional, di mana mereka mempertimbangkan keuntungan dan kerugian dari tindakan tersebut. Kejahatan di marketplace online, seperti penipuan atau pencurian identitas, seringkali merupakan hasil dari keputusan rasional di mana pelaku melihat peluang besar dengan risiko yang relatif rendah (Cornish, D. B., & Clarke, R. V. 1986). Misalnya, seorang penipu yang ingin mendapatkan uang dengan cepat mungkin melihat bahwa membuat toko palsu dengan produk fiktif memiliki risiko yang lebih rendah dibandingkan merampok bank. Dengan menggunakan identitas palsu dan memanfaatkan anonimitas internet, mereka merasa lebih sulit untuk dilacak dan ditangkap.

Selain itu, pelaku kejahatan di marketplace online juga mempertimbangkan keuntungan finansial yang bisa mereka dapatkan. Penipuan dengan menjual barang palsu atau tidak mengirimkan barang setelah pembayaran diterima dapat menghasilkan keuntungan yang signifikan dalam waktu singkat. Bagi pelaku, keuntungan ini mungkin lebih besar daripada risiko hukuman yang mereka hadapi. Mereka mungkin juga merasa bahwa peluang untuk tertangkap lebih kecil karena sulitnya melacak pelaku kejahatan di dunia maya.

Lebih lanjut, pelaku kejahatan di marketplace online juga mempertimbangkan kemudahan dalam melakukan tindakan mereka. Dengan menggunakan teknologi dan internet, mereka dapat melakukan penipuan atau pencurian identitas dari jarak jauh tanpa harus berinteraksi langsung dengan korban. Hal ini membuat mereka merasa lebih aman dan mengurangi risiko tertangkap. Selain itu, mereka juga dapat memanfaatkan kelemahan dalam

sistem keamanan marketplace online atau kurangnya pengetahuan korban tentang keamanan online untuk melakukan tindakan mereka.

Dalam semua kasus ini, pelaku kejahatan di marketplace online membuat keputusan rasional berdasarkan perhitungan keuntungan dan kerugian. Mereka melihat peluang besar dengan risiko yang relatif rendah, sehingga mereka memilih untuk melakukan tindakan kriminal.

Ketiga, Teori Rutinitas Aktivitas. Dikemukakan oleh Lawrence Cohen dan Marcus Felson (1979), teori ini menyatakan bahwa kejahatan terjadi ketika ada tiga elemen utama yang bersamaan: pelaku yang termotivasi, target yang sesuai, dan ketiadaan penjaga yang mampu. Marketplace online seringkali menjadi target yang sesuai karena anonimitas dan keterbukaan platform, serta kurangnya pengawasan yang efektif. Dalam konteks marketplace online, elemen-elemen ini sering kali hadir secara bersamaan, menciptakan peluang bagi kejahatan. Pelaku yang termotivasi dapat berupa individu yang ingin mendapatkan keuntungan finansial dengan cepat atau mereka yang memiliki niat jahat lainnya.

Marketplace online seringkali menjadi target yang sesuai karena sifatnya yang anonim dan terbuka. Anonimitas memungkinkan pelaku untuk menyembunyikan identitas mereka, sementara keterbukaan platform memungkinkan mereka untuk menjangkau banyak korban potensial. Selain itu, kurangnya pengawasan yang efektif di banyak marketplace online juga menciptakan peluang bagi pelaku untuk melakukan kejahatan tanpa terdeteksi.

Ketiadaan penjaga yang mampu juga merupakan faktor penting dalam Teori Rutinitas Aktivitas. Penjaga yang mampu dapat berupa sistem keamanan yang kuat, kebijakan yang ketat, atau pengawasan yang aktif dari pihak marketplace atau pengguna. Namun, banyak marketplace online masih memiliki kelemahan dalam sistem keamanan mereka, atau kurangnya penegakan kebijakan yang efektif. Hal ini memungkinkan pelaku untuk melakukan kejahatan dengan impunitas relatif.

Dalam konteks marketplace online, contoh nyata dari teori ini adalah penipuan. Pelaku yang termotivasi (penipu) melihat target yang sesuai (pembeli yang tidak curiga) di marketplace yang kurang diawasi. Penipu kemudian menggunakan identitas palsu untuk membuat toko fiktif dan menjual produk palsu atau tidak ada. Pembeli yang tidak curiga, yang tidak memiliki penjaga yang mampu (misalnya, pengetahuan tentang keamanan online atau perlindungan pembeli yang kuat), menjadi korban penipuan tersebut.

Keempat, Teori Pengendalian Sosial. Travis Hirschi (1969) dalam teori pengendalian sosial berpendapat bahwa individu yang memiliki keterikatan yang kuat dengan keluarga, teman, dan institusi sosial cenderung tidak melakukan kejahatan. Dalam marketplace online,

individu yang merasa terhubung dan bertanggung jawab terhadap komunitas online cenderung lebih sedikit terlibat dalam aktivitas kriminal. Keterikatan ini dapat terwujud dalam bentuk partisipasi aktif dalam forum diskusi, memberikan ulasan yang jujur, atau membantu pengguna lain yang membutuhkan.

Individu yang memiliki keterikatan yang kuat dengan komunitas online merasa memiliki tanggung jawab untuk menjaga reputasi dan integritas komunitas tersebut. Mereka menyadari bahwa tindakan mereka dapat berdampak pada orang lain, sehingga mereka cenderung untuk berperilaku jujur dan bertanggung jawab. Sebaliknya, individu yang merasa terisolasi atau tidak memiliki keterikatan dengan komunitas online mungkin merasa tidak memiliki kewajiban untuk mematuhi norma dan aturan yang berlaku.

Selain keterikatan, keyakinan terhadap nilai-nilai moral dan etika juga berperan penting dalam mencegah kejahatan di marketplace online. Individu yang memiliki keyakinan yang kuat terhadap kejujuran dan integritas akan lebih kecil kemungkinannya untuk melakukan penipuan atau tindakan kriminal lainnya. Mereka menyadari bahwa tindakan mereka melanggar nilai-nilai yang mereka anut, sehingga mereka merasa bersalah dan malu jika melakukannya.

Lebih lanjut, keterlibatan dalam aktivitas positif di marketplace online juga dapat mengurangi risiko kejahatan. Individu yang aktif berpartisipasi dalam kegiatan komunitas, seperti memberikan bantuan kepada pengguna lain atau melaporkan aktivitas mencurigakan, merasa memiliki peran dalam menjaga keamanan dan ketertiban platform. Hal ini meningkatkan rasa tanggung jawab mereka dan mengurangi kemungkinan mereka untuk terlibat dalam aktivitas kriminal. Contoh nyata dari teori ini adalah penjual yang memiliki reputasi baik dan ulasan positif. Penjual tersebut merasa terikat dengan komunitas pembeli dan ingin menjaga reputasinya, sehingga mereka cenderung untuk memberikan layanan yang jujur dan berkualitas. Sebaliknya, penjual yang tidak memiliki reputasi atau ulasan mungkin merasa tidak memiliki kewajiban untuk mematuhi aturan dan dapat melakukan penipuan tanpa merasa bersalah.

Kelima, Teori belajar sosial, yang dikembangkan oleh Albert Bandura (1977), menyatakan bahwa individu belajar untuk melakukan kejahatan melalui interaksi dengan orang lain. Dalam marketplace online, pelaku kejahatan mungkin belajar dan meniru tindakan kriminal dari rekan mereka atau melalui forum dan komunitas online yang tidak bertanggung jawab. Misalnya, seorang individu yang baru mengenal dunia marketplace online mungkin terpengaruh oleh cerita sukses penipuan yang dibagikan di forum-forum tertentu. Mereka mungkin melihat bahwa penipuan dapat menghasilkan keuntungan finansial yang besar dengan risiko yang relatif rendah, sehingga mereka tergoda untuk meniru tindakan tersebut.

Selain itu, pelaku kejahatan juga dapat belajar teknik-teknik kriminal baru melalui tutorial atau panduan yang tersedia di internet. Misalnya, mereka dapat mempelajari cara membuat akun palsu, memanipulasi ulasan, atau menggunakan perangkat lunak berbahaya untuk mencuri informasi pribadi korban. Informasi ini dapat mereka gunakan untuk melakukan penipuan atau pencurian identitas di marketplace online. Lebih lanjut, pelaku kejahatan juga dapat memperkuat perilaku kriminal mereka melalui interaksi dengan sesama pelaku di komunitas online. Mereka dapat saling berbagi pengalaman, strategi, dan teknik kriminal yang efektif. Interaksi ini dapat menciptakan lingkungan yang mendukung dan membenarkan tindakan kriminal, sehingga pelaku merasa lebih termotivasi untuk melakukannya.

Contoh nyata dari teori ini adalah jaringan penipu yang bekerja sama untuk melakukan penipuan massal. Mereka dapat saling berbagi informasi tentang target potensial, teknik penipuan yang efektif, dan cara menghindari deteksi. Mereka juga dapat saling mendukung dan memotivasi untuk terus melakukan tindakan kriminal. Dengan demikian, Teori Belajar Sosial menjelaskan bagaimana pelaku kejahatan di marketplace online dapat mempelajari, meniru, dan memperkuat perilaku kriminal mereka melalui interaksi dengan orang lain di dunia maya.

Salah satu kasus penipuan yang menonjol di Indonesia adalah penipuan di platform e-commerce terkenal, seperti Bukalapak dan Tokopedia. Penipu sering kali menggunakan metode yang semakin canggih untuk menipu pembeli dan penjual, menunjukkan bahwa penegakan hukum dan teknologi pengawasan harus terus berkembang. Kasus-kasus ini menunjukkan pentingnya regulasi yang ketat, pengawasan yang efektif, dan edukasi pengguna dalam pencegahan kejahatan di marketplace online

Pengembangan Hukum dalam Marketplace di Era Globalisasi

Dalam konteks pengembangan hukum di era globalisasi kaitannya dengan marketplace, maka perlu ada pengembangan hukum yang komprehensif untuk meminimalisir terjadinya pelanggaran dan kejahatan hukum di bidang ini, serta menutup celah kelemahannya, diantaranya adalah dengan melakukan harmonisasi hukum internasional, penguatan perlindungan konsumen, pajak dan keamanan transaksi, serta penegakkan hukum dan penyelesaian sengketa.

1) Harmonisasi Hukum Internasional

Perlunya kerja sama dan harmonisasi peraturan antarnegara untuk mengatur perdagangan lintas batas dalam marketplace online. Perkembangan marketplace online telah melampaui batas-batas negara. Perdagangan lintas batas dalam marketplace online semakin meningkat seiring dengan globalisasi ekonomi dan kemudahan akses ke pasar

internasional. Namun, perbedaan peraturan dan ketentuan hukum di setiap negara t menimbulkan tantangan dan hambatan dalam transaksi lintas batas.

Oleh karena itu, diperlukan kerja sama dan harmonisasi peraturan antarnegara untuk mengatur perdagangan lintas batas dalam marketplace online. Hal ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan hukum yang kondusif, menjamin kepastian hukum, dan melindungi hak-hak semua pihak yang terlibat dalam transaksi e-commerce lintas batas.

Beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk mencapai harmonisasi peraturan antarnegara, antara lain:

- a. Mengadopsi standar dan prinsip-prinsip yang disepakati secara internasional, seperti OECD E-Commerce Recommendation dan UNCITRAL Model Law on E-Commerce. Hal ini dapat membantu negara-negara dalam menyusun peraturan hukum yang selaras dengan praktik terbaik internasional.
- b. Membentuk perjanjian bilateral atau multilateral antarnegara untuk mengatur isu-isu spesifik terkait perdagangan lintas batas dalam marketplace online, seperti pajak, perlindungan konsumen, penyelesaian sengketa, dan lain-lain. Perjanjian ini dapat mencakup pengakuan timbal balik terhadap peraturan dan keputusan hukum di negara mitra
- c. Melibatkan organisasi internasional seperti Organisasi Perdagangan Dunia (WTO), Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), dan lembaga regional dalam proses harmonisasi peraturan. Organisasi-organisasi ini dapat berperan sebagai fasilitator dan mengkoordinasikan upaya harmonisasi di antara negara-negara anggota
- d. Meningkatkan dialog dan pertukaran informasi antara regulator dan pembuat kebijakan di berbagai negara. Hal ini dapat membantu dalam mengidentifikasi praktik terbaik, menyelaraskan interpretasi peraturan, dan memfasilitasi pengakuan timbal balik terhadap peraturan di negara lain.

2) Upaya Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen merupakan salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan dalam pengaturan hukum terkait marketplace online. Konsumen seringkali berada dalam posisi yang lebih rentan dalam transaksi e-commerce, sehingga diperlukan upaya untuk melindungi hak-hak mereka. Beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan perlindungan konsumen dalam marketplace di era globalisasi, antara lain:

- a. Memperkuat peraturan tentang informasi produk yang harus diungkapkan oleh penjual, termasuk deskripsi produk yang akurat, harga yang jelas, biaya

pengiriman, waktu pengiriman, dan kebijakan pengembalian barang. Informasi yang lengkap dan transparan akan membantu konsumen dalam mengambil keputusan pembelian yang tepat.

- b. Mengatur mekanisme pengembalian barang dan penyelesaian sengketa yang efektif bagi konsumen. Konsumen harus memiliki hak untuk mengembalikan barang yang tidak sesuai dengan deskripsi atau cacat produksi, serta memiliki akses terhadap mekanisme penyelesaian sengketa yang adil dan tidak memihak.
- c. Meningkatkan edukasi dan literasi digital bagi konsumen agar dapat melakukan transaksi online dengan aman dan bijak. Konsumen perlu diberikan pemahaman tentang risiko dan bahaya dalam transaksi online, cara melindungi data pribadi, serta langkah-langkah yang harus diambil jika terjadi pelanggaran atau penipuan.
- d. Memperkuat penegakan hukum terhadap pelaku usaha yang melanggar peraturan perlindungan konsumen dalam marketplace online. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan sanksi yang tegas bagi pelanggaran seperti penipuan, penjualan produk palsu, atau praktik perdagangan yang tidak adil.
- e. Mendorong pembentukan asosiasi atau organisasi konsumen yang dapat mewakili dan memperjuangkan hak-hak konsumen dalam transaksi e-commerce. Asosiasi ini dapat berperan dalam memberikan edukasi, memfasilitasi penyelesaian sengketa, dan mengadvokasi perbaikan peraturan terkait perlindungan konsumen.

Upaya-upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dalam melakukan transaksi di marketplace online, serta menciptakan iklim perdagangan yang adil dan bertanggung jawab bagi semua pihak yang terlibat.

3) Pengaturan Pajak dan Keamanan Transaksi

Pengaturan pajak dan keamanan transaksi dalam e-commerce adalah dua aspek krusial yang perlu mendapatkan perhatian serius untuk mendukung pertumbuhan ekonomi digital yang berkelanjutan. Dalam hal pengaturan pajak, penting untuk mengembangkan peraturan perpajakan yang lebih komprehensif untuk transaksi e-commerce. Ini mencakup aspek-aspek seperti pajak penghasilan bagi penjual atau pelaku usaha, pajak penjualan atau pajak pertambahan nilai, dan perlakuan pajak untuk transaksi lintas batas negara. Harmonisasi peraturan perpajakan antarnegara juga perlu dilakukan untuk menghindari pengenaan pajak berganda dan menjamin keadilan bagi pelaku usaha yang beroperasi secara lintas batas. Selain itu, meningkatkan kerja sama dan pertukaran informasi antara otoritas perpajakan di berbagai negara sangat penting untuk memerangi penghindaran pajak dalam transaksi e-commerce. Platform

marketplace juga perlu diwajibkan untuk melakukan pemotongan dan pelaporan pajak atas transaksi yang terjadi di platformnya guna meningkatkan kepatuhan perpajakan .

Sementara itu, pengaturan keamanan transaksi harus meliputi standar keamanan dan privasi data yang harus dipatuhi oleh platform marketplace dan penjual. Ini termasuk enkripsi data, autentikasi pengguna, dan perlindungan terhadap serangan siber. Sistem pembayaran yang aman dan terpercaya, seperti pembayaran melalui kartu kredit/debit, dompet digital, atau metode pembayaran terenkripsi lainnya, harus diwajibkan dalam transaksi online. Tanggung jawab platform marketplace dalam melindungi keamanan transaksi dan data pengguna juga perlu diatur, termasuk kewajiban untuk melaporkan insiden pelanggaran keamanan data. Edukasi dan literasi digital bagi konsumen dan pelaku usaha terkait praktik keamanan transaksi online, seperti penggunaan kata sandi yang kuat, pengenalan penipuan online, dan langkah-langkah pencegahan lainnya, harus ditingkatkan. Selain itu, kerja sama antara pemerintah, platform marketplace, lembaga keuangan, dan pihak terkait lainnya sangat penting dalam memerangi kejahatan siber dan menjamin keamanan transaksi e-commerce.

Dengan adanya pengaturan yang komprehensif terkait perpajakan dan keamanan transaksi dalam marketplace online, diharapkan dapat menciptakan iklim bisnis yang adil, aman, dan kondusif bagi pertumbuhan e-commerce secara berkelanjutan.

4) Penegakan Hukum dan Penyelesaian Sengketa

Penegakan hukum dan penyelesaian sengketa dalam transaksi e-commerce adalah langkah penting untuk menjaga kepercayaan dan integritas pasar digital. Dalam hal penegakan hukum, perlu memperkuat mekanisme untuk menangani pelanggaran seperti penipuan, penjualan produk palsu, dan pelanggaran hak kekayaan intelektual (HKI). Pembentukan unit khusus atau satuan tugas yang bertugas untuk mengawasi dan menindak pelanggaran hukum dalam marketplace online juga penting. Kerja sama dan koordinasi antara penegak hukum, platform marketplace, dan pihak terkait lainnya harus ditingkatkan untuk memastikan penegakan hukum yang efektif. Sanksi yang tegas dan menimbulkan efek jera bagi pelaku pelanggaran, baik berupa sanksi administratif, pidana, maupun perdata, perlu diterapkan.

Dalam penyelesaian sengketa, pembentukan badan khusus atau lembaga penyelesaian sengketa yang menangani kasus dalam transaksi marketplace online secara cepat, efisien, dan adil sangat penting. Mekanisme penyelesaian sengketa secara

online (Online Dispute Resolution/ODR) harus diatur agar dapat diakses dengan mudah oleh konsumen dan pelaku usaha. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan, seperti mediasi, konsiliasi, atau arbitrase, perlu disediakan untuk menghindari proses litigasi yang panjang dan mahal. Platform marketplace harus diwajibkan memfasilitasi mekanisme penyelesaian sengketa bagi para penggunanya. Pengakuan dan eksekusi putusan penyelesaian sengketa lintas batas melalui perjanjian atau kerja sama internasional juga perlu didorong.

Kerja sama dan koordinasi antara pemerintah, platform marketplace, pelaku usaha, organisasi konsumen, dan pihak terkait lainnya harus ditingkatkan dalam upaya penegakan hukum dan penyelesaian sengketa. Dialog dan pertukaran informasi dengan regulator dan penegak hukum di negara lain perlu diadakan untuk menghadapi tantangan penegakan hukum dalam transaksi lintas batas. Partisipasi dalam forum atau organisasi internasional terkait penegakan hukum dan penyelesaian sengketa dalam e-commerce juga penting. Dengan penegakan hukum yang efektif dan mekanisme penyelesaian sengketa yang adil, diharapkan kepercayaan masyarakat terhadap marketplace online akan meningkat, menciptakan iklim perdagangan yang aman, adil, dan bertanggung jawab.

5. KESIMPULAN

Perkembangan teknologi dan internet telah mendorong pertumbuhan marketplace online secara signifikan, baik di Indonesia maupun global. Marketplace online memberikan kemudahan dalam transaksi perdagangan, namun juga membawa tantangan hukum seperti perlindungan konsumen, perpajakan, keamanan data, dan penegakan hak kekayaan intelektual. Indonesia telah memiliki beberapa peraturan hukum yang masih terdapat kekurangan dan celah yang perlu disempurnakan. Karena itu, pengembangan hukum di era globalisasi terkait marketplace diperlukan melalui harmonisasi hukum internasional, perlindungan konsumen yang lebih kuat, pengaturan pajak dan keamanan transaksi yang komprehensif, serta penegakan hukum dan penyelesaian sengketa yang efektif.

DAFTAR REFERENSI

- Asosiasi E-Commerce Indonesia (idEA). (2023). *Peta ekonomi digital Indonesia 2022*. <https://www.idea.or.id/peta-ekonomi-digital-indonesia-2022>
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Prentice Hall.
- BBC Indonesia. (2018). <https://www.bbc.com/indonesia/majalah-46633652>
- Cohen, L. E., & Felson, M. (1979). Social change and crime rate trends: A routine activity approach. *American Sociological Review*, 44(4), 588–608.
- Cornish, D. B., & Clarke, R. V. (1986). *The reasoning criminal: Rational choice perspectives on offending*. Springer-Verlag.
- Google, Temasek, & Bain & Company. (2022). *e-Conomy SEA 2022*. <https://www.bain.com/insights/e-conomy-sea-2022/>
- Hirschi, T. (1969). *Causes of delinquency*. University of California Press.
- IDN Times. (2020). Pencurian data Facebook terjadi lagi, cek apakah kamu jadi korbannya! <https://www.idntimes.com/tech/trend/shelly-salfatira/facebook-mengalami-pencurian-data-lagi-apakah-kamu-termasuk-korbannya/full>
- Kingyens, B. W. A. T. (2019). A guide to marketplace. In E. F. Thalib (Ed.), *Jurnal IUS Tinjauan Yuridis Mengenai Marketplace Berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan di Indonesia*, 7(2).
- Merton, R. K. (1938). Social structure and anomie. *American Sociological Review*, 3(5), 672–682.
- Pradana, M. (2015). Klasifikasi jenis-jenis bisnis e-commerce di Indonesia. *Jurnal Trunojoyo*, 9(2). <http://journal.trunojoyo.ac.id/neo-bis/article/view/1271>
- Stucki, A., Jr., M., & Carol, M. (2003). *Handbook 2003: Guidelines, exposures, policy implementation, and international issue*. John Wiley & Sons, Inc.
- Thalib, E. F. (2019). *Jurnal IUS Tinjauan Yuridis Mengenai Marketplace Berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan Di Indonesia*, 7(2).
- The Malaysian Personal Data Protection Act, No. 709 (2010).
- Tirto.id. (2018). Belanja online dan hak-hak yang terabaikan. <https://tirto.id/belanja-online-dan-hakhak-yang-terabaikan-b9u4>
- Viva. (2019). Perlindungan data pribadi. <https://www.viva.co.id/digital/digilife/1105131-perlindungan-data-pribadi-di-indonesia-masih-belum-jelas>
- World Intellectual Property Organization (WIPO). (2020). *Intellectual property and e-commerce*. https://www.wipo.int/ip-outreach/en/ecommerce/ip_ecommerce.html