****

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI ANAK DI BAWAH UMUR ATAS *MARKETPLACE* YANG MENJUAL MINUMAN BERALKOHOL TANPA IZIN EDAR SECARA *ONLINE***

**Muhammad Aziz Ramadhan**

(S1 Ilmu Hukum, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya)

muhammadramadhan16040704037@mhs.unesa.ac.id

**Nurul Hikmah**

(S1 Ilmu Hukum, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya)

Nurulhikmah@unesa.ac.id

**Abstrak**

Minuman beralkohol merupakan suatu barang yang harus diawasi terhadap peredarannya dan penjualannya. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 25 Tahun 2019 Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 20 Tahun 2014 Tentang Pengendalian dan Pengawasan Terhadap Pengadaan, Peredaran, dan Perizinan Minuman Beralkohol telah mengatur tentang penjualan minuman beralkohol, akan tetapi minuman beralkohol kini tidak hanya dijual melalui *supermarket* dan *hypermarket* melainkan dijual melalui *marketplace* secara *online*. Penjualan minuman tersebut membuat konsumen dari minuman beralkohol tidak hanya orang dewasa akan tetapi anak–anak juga bisa membelinya dengan mudah. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk memahami bentuk perlindungan hukum bagi anak di bawah umur atas *marketplace* yang menjual minuman beralkohol secara *online* dan untuk memahami bagaimana bentuk tanggung jawab *marketplace* terhadap pelaku usaha yang menjual minuman beralkohol. Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Bahan hukum dalam penelitian ini terdiri dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Teknik analisis bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik deskriptif dengan bahan–bahan hukum yang telah terkumpul berdasarkan isu hukum yang dibahas. Hasil penelitian menyatakan bahwa pertama dari hasil penafsiran menggunakan metode interpretasi ekstensif maka apabila terdapat penjualan minuman beralkohol yang dijual secara *online* maka harus memverifikasi akun yang dimiliki oleh konsumen dengan mengunggah foto kartu identitas, foto konsumen, serta foto konsumen dengan memegang kartu identitasnya. Dengan demikian, upaya perlindungan hukum bagi anak di bawah umur bisa tercapai. Selain itu bentuk upaya perlindungan hukum dapat diimplementasikan sebelum adanya penjualan minuman beralkohol yang dijual *marketplace* secara *online* harus dibentuk lembaga pengawas untuk mencegah anak membeli minuman beralkohol yang dijual *marketplace* secara *online*. Kedua, bentuk tanggung jawab pelaku usaha apabila menjual minuman beralkohol di *marketplace* secara *online* tanpa mencantumkan label terkait usia maka pelaku usaha minuman beralkohol dan pelaku usaha *marketplace* dibebankan tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan dan apabila pelaku usaha minuman beralkohol menjual minuman beralkohol di *marketplace* secara *online* mencantumkan label usia akan tetapi pelaku usaha *marketplace* tetap menjualnya maka pihak pelaku usaha *marketplace* dibebankan tanggungjawab. Apabila diterapkan dalam prinsip tanggung jawab maka prinsip yang dapat ditujukan kepada pelaku usaha dan *marketplace* sebagai bentuk pertanggungjawaban adalah tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan (*fault liability atau liability on fault*) yaitu sebagai perbuatan yang melanggar hukum.

**Kata Kunci: Minuman Beralkohol, Konsumen, *Marketplace*.**

**Abstract**

An alcoholic drink is an item that must be monitored for its circulation and sale. Regulation of the Minister of Trade Number 25 of 2019 Amendment to Regulation of the Minister of Trade Number 20 of 2014 concerning Control and Supervision of the Procurement, Distribution, and Licensing of Alcoholic Drinks has regulated the sale of alcoholic drinks, but now alcoholic drinks are not only sold through supermarkets and hypermarkets but are sold through the online marketplace. The sale of these drinks makes consumers of alcoholic drinks not only adults but also children who can buy them easily. The purpose of this research is to find out and understand the form of legal protection for minors on marketplaces that sell alcoholic drinks online and to find out and understand what forms of marketplace responsibility to business actors selling alcoholic drinks. This research is normative legal research with a statutory approach and a conceptual approach. The legal materials in this study consist of primary and secondary legal materials. The legal material analysis technique used in this study is to use descriptive techniques with legal materials that have been collected based on the legal issues discussed. The results of the research and discussion state that first, from the results of the interpretation using the extensive interpretation method, if there is a sale of alcoholic drinks that are sold online, they must verify the account owned by the consumer by uploading a photo of an identity card, a photo of the consumer, and a photo of the consumer holding his identity card. Based on the form of extensive interpretation, consumers can find out from the marketplace. Besides, a form of legal protection that can be applied or implemented before the sale of alcoholic drinks sold by online marketplaces must be formed by a supervisory agency to prevent children from buying alcoholic drinks sold by online marketplaces. Second, as a form of responsibility, the one responsible for the sale of alcoholic drinks that are sold by the online marketplace is the marketplace, because the marketplace has responsibility in the form of prevention and monitoring of products sold by the online marketplace through a platform provider in the form of a marketplace. When applied in the principle of responsibility, the principle that can be addressed to the marketplace as a form of responsibility is responsibility based on the element of fault (*fault liability or liability on fault*), namely as an act that violates the law.

**Keywords: Alcoholic Beverages, Consumer, *Marketplace*.**

**PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi informasi yang berkembang secara pesat memberikan banyak dampak terhadap kehidupan manusia. Salah satu dampak perkembangan teknologi informasi tersebut adalah perkembangan dunia bisnis dengan internet biasa, yang disebut dengan *Elektronic Commerce* atau *E-Commerce*. *E-commerce* merupakan cara penyebaran, pembelian, penjualan, dan pemasaran barang dan/atau jasa menggunakan sistem elektronik seperti internet dengan website yang menyediakan *get*  dan *delivery.* *E-Commerce* memberikan variasi dan kemudahan dalam melakukan transaksi barang dan/atau jasa baik produksi luar negeri maupun dalam negeri (Thalib and Meinarni 2019).

Kehadiran e*-commerce* di satu sisi memberikan kemudahan dan manfaat terhadap konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa dapat terpenuhi dengan mudah dan kebebasan memilih berbagai produk dengan harga sesuai kemampuan konsumen. Namun di sisi lain, konsumen merupakan target dari aktivitas pelaku bisnis dalam menghasilkan profit yang sebesar-besarnya melalui pemasaran dan promosi yang merugikan konsumen (Giantama 2020). *E-Commerce* dinilai dapat menjangkau penjualan ke berbagai wilayah dan kalangan dengan mudah. Transaksi penjualan melalui *E-Commerce* memiliki potensi untuk terus meningkat setiap tahunnya mulai menarik minat pelaku usaha dengan berbagai produk dan/jasa yang ditawarkan termasuk minuman beralkohol (Giantama 2020)

Minuman beralkohol merupakan minuman yang mengandung *ethanol* yang diproses dari bahan hasil pertanian yang mengandung karbohidrat dengan dilakukan fermentasi dan destilasi atau fermentasi tanpa destilasi dengan menambahkan bahan lain atau tidak, maupun pencampuran konsenrat dengan *ethanol* atau dengan cara pengenceran minuman mengandung ethanol (Duswara dudu 2019). Minuman beralkohol sangat berbahaya bagi konsumen apabila mengkonsumsi secara berlebihan dapat menimbulkan ketagihan yang mempengaruhi pikiran, serta menyebabkan kerusakan fungsi-fungsi organ tubuh. Efek yang ditimbulkan adalah memberikan rangsangan, menghilangkan rasa sakit, ambisius serta membuat gembira.(Afriany 2014)

Pada saat ini, minuman beralkohol mudah diperoleh sehingga konsumen dari minuman beralkohol tidak hanya orang dewasa akan tetapi anak dibawah umur juga bisa menjadi konsumen dari minuman beralkohol. Hal ini mengindikasikan bahwa pengawasan dan peredaran minuman beralkohol masih belum diterapkan secara efisien meskipun sudah diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan R.I Nomor. 06/M-DAG/PER/1/2015 telah merubah beberapa ketentuan dalam Peratturan Menteri Perdagangan R.I Nomor 20/M-DAG/PER/4/2014 tentang Pengendalian dan Pengawasan Terhadap Pengadaan, Peredaran, dan Penjualan Minuman Beralkohol dimana peraturan ini mengatur bahwa minuman beralkohol tidak lagi dapat dijual di minimarket yang merupakan perubahan pada ketentuan Pasal 14 ayat (3) dan ayat (4) dihapus sebagaimana dimaksud pada ayat (2) yang menyatakan bahwa Minuman Beralkohol golongan A dengan kadar alkohol 1-5% dapat dijual di *supermarket* dan *hypermarket* sedangkan minuman beralkohol yang tidak diperbolehkan dijual di *supermarket* dan *hypermarket* merupakan minuman beralkohol golongan B dengan kadar alkohol 5-20% dan minuman beralkohol golongan C dengan kadar alkohol lebih dari 20% (Afriany 2014)

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 25 Tahun 25 Tahun 2019 Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 20 Tahun 2014 Tentang Pengendalian dan Pengawasan Terhadap Pengadaan, Peredaran, dan Perizinan Minuman Beralkohol telah mengatur penjualan minuman beralkohol dalam pasal 14 ayat (2) dan (3) berbunyi bahwa:

“Ayat (2) Penjualan minuman beralkohol secara eceran hanya dapat dijual oleh pengecer, pada toko bebas bea dan tempat tertentu lainnya yang ditetapkan oleh Bupati/Walikota dan Gubernur untuk Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Ayat (3) Selain sebagaimana dimaksud pada ayat (2) minuman beralkohol golongan A juga dapat dijual di *supermarket* dan *hypermarket*.”

Pada pasal 14 ayat (3) telah disebutkan bahwa minuman beralkohol golongan A hanya boleh dijual melalui *supermarket* dan *hypermarket* akan tetapi pada saat ini minuman beralkohol juga dijual melalui sistem *online* salah satunya melalui *marketplace*. *Marketplac*e merupakan penyedia jasa mall secara online. Pihak *marketplace* bukan dikatakan pelaku usaha akan tetapi mereka hanya menyediakan *website*. Anggota yang mendaftar di *website* marketplace bisa dikatakan sebagai pelaku usaha yang menjual produknya melalui website dari marketplace itu sendiri (sumasyhari 2016). Peraturan tersebut terjadi kekaburan norma hukum karena belum adanya bunyi aturan bahwa diperbolehkan atau dilarang penjualan minuman beralkohol melalui *online*. Minuman beralkohol dijual secara *online* membuat anak di bawah umur bisa membelinya dengan mudah Oleh sebab itu, diperlukan suatu bentuk perlindungan hukum untuk melindungi anak sebagai konsumen dari minuman beralkohol.

Penjualan melalui sistem elektronik atau *online* sebenarnya sudah diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Peraturan tersebut dibuat bertujuan untuk mengatur segala penjualan yang melalui *online* atau elektronik. Peraturan pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik pasal 13 mengatur tentang perbuatan yang wajib dilakukan pelaku usaha yang berbunyi bahwa

“Ayat (1) pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan terhadap barang dan/atau jasa yang diperdagangkan selain itu dalam ayat (2) informasi yang benar, jelas dan jujur sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) yaitu mengenai kebenaran dan keakuratan informasi, kesesuaian informasi dan fisik barang, kelayakan konsumsi barang dan jasa, legalitas barang atau jasa dan kualitas, harga dan aksesabilitas barang atau jasa.”

Penjualan minuman beralkohol melalui *online* tidak bisa disamakan dengan produk atau barang lainnya. Kementerian perdagangan membuat aturan tentang peredaran dan penjualan minuman beralkohol bertujuan untuk melakukan peredaran dan penjualan secara terbatas dan diperlukan suatu pengawasan karena minuman beralkohol sangat berbahaya apabila yang menjadi konsumen anak di bawah umur atau belum berusia 21 tahun.

Peredaran minuman beralkohol yang dijual secara umum diperketat oleh Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 25 Tahun 2019 Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 20 Tahun 2014 Tentang Pengendalian dan Pengawasan Terhadap Pengadaan, Peredaran dan Perizinan Minuman Beralkohol. Pasal 15 dalam peraturan tersebut menjelaskan bahwa

“Penjualan minuman beralkohol sebagaimana dimaksud dalam pasal 14 ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) hanya dapat diberikan kepada konsumen yang telah berusia 21 (dua puluh satu) tahun atau lebih dengan menunjukkan kartu identitas kepada petugas dan/pramuniaga”.

Berdasarkan penafsiran saya dalam pasal tersebut adalah konsumen minuman beralkohol hanya diperbolehkan untuk konsumen yang berusia di atas 21 tahun dengan menunjukkan Kartu Tanda Penduduk (KTP). Tujuan memperketat penjualan minuman beralkohol yaitu agar minuman beralkohol sulit diperoleh oleh anak di bawah umur (Duswara dudu 2019). Penjualan minuman beralkohol secara *online* membuat pasal 15 tersebut tidak bisa menjawab ketika ada penjualan dengan sistem *online* karena dalam penjualan secara *online* seseorang tidak perlu menunjukkan kartu identitas untuk membeli suatu barang, oleh sebab itu pada aturan ini seharusnya diperlukan interpretasi atau menafsirkan peraturan sehingga tidak ada lagi kekaburan norma apabila terdapat penjualan melalui sistem *online*.

*Marketplace* yang menjual minuman beralkohol diantaranya adalah shopee, blibli.com, tokopedia dan bukalapak. Hasil dari penelitian Studi Demografi dan Kesehatan Indonesia (SDKI) pada tahun 2017 ditemukan fakta bahwa 70% anak di bawah umur yang berusia 15-19 tahun pernah atau aktif mengkonsumsi minuman beralkohol sedangkan 30% yang tidak mengkonsumsi minuman beralkohol. Di usia yang sama, terdapat 58% wanita di bawah umur yang mengkonsumsi minuman beralkohol sedangkan sisanya sebesar 42% wanita di bawah umur tidak mengkonsumsi minuman beralkohol. Di sisi lain, terdapat pengkonsumsi minuman beralkohol dalam rentan usia 20-24 tahun sebesar 18% untuk pria dan 8% untuk wanita sedangkan 82% pria dan 92% wanita tidak mengkonsumsi minuman beralkohol dalam rentan usia 20-24 tahun. Data diatas jika dapat disimpulkan bahwa perbandingan usia yang mengkonsumsi minuman beralkohol lebih banyak pada anak dibawah umur.(Khadijah Nur Azizah 2018)

**Tabel 1.1 Studi Demografi dan Kesehatan Indonesia (SDKI) tahun 2017 terkait pengonsumsian minuman beralkohol berdasarkan rentang usia**

|  |  |
| --- | --- |
| Laki-laki dan Perempuan yang mengkonsumsi minuman beralkohol | Laki-laki dan Perempuan yang tidak mengkonsumsi minuman beralkohol |
| No | **Rentang Usia** | **Jenis Kelamin** | **Persentase** | **Rentang Usia** | **Jenis Kelamin** | **Persentase** |
| 1 | 15-19 Tahun | Laki-laki | 70% | 15-19 Tahun | Laki-laki | 30% |
| 2 | 15-19 Tahun | Perempuan | 58% | 15-19 Tahun | Perempuan | 42% |
| 3 | 20-24 Tahun | Laki-Laki | 18% | 20-24 Tahun | Laki-Laki | 82% |
| 4 | 20-24 Tahun | Perempuan | 8% | 20-24 Tahun | Perempuan | 92% |

Sumber: www.detik.com, diakses pada tanggal 17 Desember 2019

Berdasarkan data diatas meningktanya jumlah anak di bawah umur mengkonsumsi minuman beralkohol disebabkan adanya kemudahan dalam mendapatkan minuman beralkohol melalui *marketplace*. Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2014 Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2002 Tentang Perlindungan Anak telah mengatur khusus perlindungan anak yang terdapat dalam pasal 59 ayat (1) yang berbunyi *“*Pemerintah daerah dan lembaga negara lainnya berkewajiban dan bertanggungjawab untuk memberikan perlindungan khusus kepada anak.” Pada ayat (2) huruf e berbunyi *“*Perlindungan khusus sebagaimana yang dimaksud dalam ayat (1) diberikan kepada anak yang menjadi korban penyalahgunaan narkotika, alkohol, psikotropika dan zat adiktif lainnya.” Pasal 67 juga menyebutkan bahwa

“Perlindungan khusus bagi anak yang menjadi korban penyalahgunaan narkoba, alkohol, psikotropika dan zat adiktif lainnya sebagaimana dimaksud dalam pasal 59 ayat (2) huruf e dan anak yang terlibat produksi dan distribusinya dilakukan melalui upaya pengawasn, pencegahan, perawatan dan rehabilitasi.”

Terdapat juga larangan bagi setiap orang yang menempatkan atau membiarkan anak dalam penyalahgunaan, serta produksi dan distribusi alkohol dan zat adiktif lainnya seperti yang disebutkan dan dijelaskan dalam pasal 76 huruf j ayat (2) Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2014 Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2002 Tentang Perlindungan Anak. Penjualan minuman beralkohol melalui *marketplace* tidak diatur secara spesifik tentang dasar hukumnya. Pelaku usaha yang menjual minuman beralkohol di *marketplace* secara *online* dan bisa dibeli oleh anak di bawah umur menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap anak di bawah umur sebagai konsumen masih sangat lemah. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 25 Tahun 2019 Tentang Pengendalian dan Pengawasan Terhadap Pengadaan, Peredaran dan Perizinan Minuman Beralkohol masih terdapat kekaburan norma karena dengan adanya penjualan minuman beralkohol secara *online* maka aturan tersebut belum bisa menjawab fakta yang ada. Barang atau produk minuman beralkohol bukan barang atau produk biasa yang bisa disamakan dengan barang lainnya.

Berdasarkan latar belakang di atas untuk membatasi ruang lingkup atas luasnya permasalahan maka penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap anak di bawah umur atas *marketplace* yang menjual minuman beralkohol secara *online* serta untuk memahami bagaimana bentuk tanggung jawab pelaku usaha terhadap *marketplace* yang menjual minuman beralkohol secara *online*.

**METODE**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian yuridis normatif. Penelitian normatif meneliti hukum dari prespektif internal dengan objek penelitian yaitu norma hukum.(Diantha Pasek 2017) Menurut (Marzuki 2015) penelitian normatif yaitu penelitian hukum yang meletakkan hukum sebagai sebuah bangunan sistem norma mengenai asas-asas, norma kaidah, dari peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, guna menjawab isu hukum yang dihadapi. Penelitian hukum memiliki beberapa jenis pendekatan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian hukum diantaranya adalah pendekatan undang-undang, pendekatan kasus, pendekatan historis, pendekatan komperatif dan pendekatan konseptual.(Marzuki 2015) Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual.

Menurut (Marzuki 2015) untuk memecahkan isu hukum diperlukan sumber-sumber penelitian. Sumber bahan hukum dibedakan menjadi dua yaitu sumber bahan hukum primer dan sumber bahan hukum sekunder. Bahan hukum primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 22, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821), Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2014 Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2002 Tentang Perlindungan Anak (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 297, Tambahan Lembaran Negara Republik Indoneisa Nomor 5606), Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 251, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5952), Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Penjualan Melalui Sistem Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia 2019 Nomor 222, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6420), Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 25 Tahun 2019 Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 20 Tahun 2014 Tentang Pengendalian dan Pengawasan Terhadap Pengadaan, Peredaran, dan Perizinan Minuman Beralkohol (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 341), Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2016 Tentang Batasan dan Tanggung Jawab Penyedia *Platform* dan Pedagang (*merchant*) Pedagang Melalui Sistem Elektronik (*e-commerce*) yang Berbentuk *User Generated Content.* Selain itu, terdapat hukum sekunder yaitu terdiri atas buku-buku teks yang berkaitan dengan penelitian, jurnal-jurnal yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dan perlindungan anak, pendapat para sarjana, kasus-kasus hukum, yurisprudensi, jurnal dan skripsi yang berkaitan dengan topik dari penelitian ini.

Metode pengumpulan bahan hukum dalam penelitian ini menggunakan pengumpulan bahan hukum dengan cara menggali kerangka berfikir yang membahas tentang teori-teori hukum yang bersangkutan. Bahan hukum yang terkumpul berdasarkan isu hukum yang akan dibahas, selanjutnya digolongkan berdasarkan sumber serta urutan yang sesuai dan digunakan sebagai bahan analisis dalam menjawab rumusan masalah dalam penelitian hukum ini.

Teknik analisis bahan hukum merupakan penelitian yang mengkaji dan menelaah terhadap bahan-bahan hukum, baik bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder yang dibantu dengan teori hukum yang didapatkan sebelumnya. Bahan hukum yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode prespektif. Penelitian menggunakan metode prespektif bertujuan untuk memberikan gambaran atau menjawab merumuskan masalah dalam penelitian hukum ini.

**Hasil dan Pembahasan**

**Bentuk Perlindungan Hukum Yang Diberikan Kepada Anak Di bawah Umur Terhadap Pelaku Usaha Yang Menjual Minuman Beralkohol di *Marketplace* Secara *Online***

Pada dasarnya terdapat tiga bahan hukum yang penting dan menjadi sebuah landasan yang akan memberikan bentuk perlindungan hukum terhadap anak atas penjualan minuman beralkohol yang dijual di *marketplace* secara *online* yaitu :

*Pertama*, Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2014 Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2002 Tentang Perlindungan Anak, Perlindungan hukum bagi anak terhadap peredaran dan penjualan minuman beralkohol diatur secara khusus dalam undang-undang perlindungan anak yang terdapat dalam pasal 59 ayat (1) menjelaskan bahwa *“*Pemerintah, pemerintah daerah, dan lembaga negara lainnya berkewajiban dan bertanggungjawab untuk memberikan perlindungan khusus kepada anak”. Pada ayat (2) huruf e berbunyi “Perlindungan khusus kepada anak sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) diberikan kepada: anak yang menjadi korban penyalahgunaan narkotika, alkohol, psikotropika, dan zat adiktif lainnya.” Aturan dalam pasal tersebut pasal tersebut tidak menjelaskan sanksi, akan tetapi pasal tersebut berbicara mengenai tugas serta wewenang dari pemerintah atau lembaga negara lainnya untuk dapat bertanggungjawab memberikan perlindungan terhadap anak. Selanjutnya pasal 67 menjelaskan bahwa

“Perlindungan khusus bagi anak yang menjadi korban penyalahgunaan narkoba, alkohol, psikotropika dan zat adiktif lainnya sebagaimana dimaksud dalam pasal 59 ayat (2) huruf e dan anak yang terlibat dalam produksi dan distribusinya dilakukan melalui upaya pengawasan, pencegahan, perawatan, dan rehabilitasi”.

 Undang-undang Nomor 35 Tahun 2014 Perubahan Atas Undang-undang Nomor 23 Tahun 2002 Tentang Perlindungan Anak pasal 76 huruf j ayat (2) menjelaskan bahwa “setiap orang dilarang dengan sengaja menempatkan, membiarkan anak dalam penyalahgunaan, serta produksi dan distribusi alkohol dan zat adiktif lainnya*.”* Pasal ini masih belum memuat isi yang terdapat sanksi yang menjatuhi hukuman bagi orang yang dengan sengaja membiarkan anak dalam penyalahgunaan serta produksi dan distribusi alkohol. Pasal ini hanya menyebutkan larangan bagi setiap orang yang melanggarnya.

*Kedua*, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Adanya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen memberikan harapan bagi masyarakat indonesia khususnya kepada anak dibawah umur sebagai konsumen, untuk mendapatkan perlindungan atas kerugian yang diderita atas transaksi atau penggunaan suatu barang dan jasa, akan tetapi undang-undang ini hanya memberikan perlindungan kepada anak secara umum dan tidak terdapat secara jelas seperti yang ada dalam undang-undang perlindungan anak. Salah satunya adalah dalam pemenuhan hak-hak anak tidak disebutkan mengenai hak-hak anak sebagai konsumen (Indriyati 2017). Anak juga bisa dikatakan sebagai konsumen sehingga anak juga memiliki hak sebagai konsumen seperti yang terdapat dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pasal 4 huruf a menjelaskan *“*Konsumen berhak atas kenyamanan, kemanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.” Pasal tersebut menjelaskan supaya konsumen dapat terhindar dari bentuk kerugian yang dialami baik kerugian materiil dan immateriil. Salah satu produk atau barang yang harus diawasi terhadap peredarannya adalah minuman beralkohol. Minuman beralkohol adalah minuman yang mengandung zat ethanol atau etil akohol yang sangat berbahaya apabila dikonsumsi secara berlebihan dan konsumennya adalah anak di bawah umur.

 Menjual minuman beralkohol di *marketplace* secara *online* kepada anak di bawah umur tidak dapat memenuhi hak terhadap anak dalam pasal 4. Pasal 7 huruf a menjelaskan kewajiban dari pelaku usaha yang berbunyi pelaku usaha berkewajiban beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, dan huruf b pelaku usaha wajib memberikan infomasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan. Hal tersebut tidak sepenuhnya kesalahan dari pelaku usaha, karena anak tidak menjalankan kewajibannya sebagai konsumen sesuai dengan pasal 5 huruf a menyebutkan bahwa konsumen mempunyai kewajiban membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan. Segi produk telah tercantum informasi dan peringatan terhadap barang atau produk tersebut supaya hak-hak dari konsumen tidak terabaikan. Anak memerlukan hak yaitu pembinaan dan pendidikan konsumen supaya ke depannya anak mengerti bagaimana hak-haknya sebagi konsumen serta cermat dalam memilih barang dan/atau jasa yang bermanfaat untuk anak itu sendiri.

 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pasal 29 ayat 1 dan ayat 2 telah menyebutkan bahwa

“(1) Pemerintah bertanggung jawab atas pembinaaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha. (2) pembinaan oleh pemerintah atas penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait.”

Pembinaan diberikan agar menciptakan konsumen yang cermat dalam memilih barang dan/atau jasa yang bermanfaat untuk konsumen. Tujuan dari pembinaan yaitu untuk menciptakan keadaan usaha dan tumbuhnya hubungan sehat antara pelaku usaha dan konsumen. Adanya keikutsertaan pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dalam pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen berdasarkan pasal 29 , oleh sebab itu undang-undang perlindungan konsumen dimaksudkan untuk menjadi landasan hukum dalam melakukan pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen karena faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen terutama anak yang menjadi konsumen yaitu tingkat kesadaran akan haknya masih sangat rendah yang disebabkan oleh pendidikan yang masih rendah (Putri 2017).

 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pasal 10 menyebutkan bahwa

“Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan, atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa, kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa, tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan, serta bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.”

Larangan dalam isi pasal 10 di tujukan kepada pelaku usaha yang mengupayakan perdagangan yang tertib dan kondisi usaha yang sehat guna memastikan produk yang diperjualbelikan kepada anak tidak melanggar hukum. Bentuk perlindungan hukum terhadap anak dalam Undang-undang perlindungan konsumen dalam pemenuhan hak anak sebagai konsumen masih perlu memperhatikan pada hak anak dalam undang-undang perlindungan anak.

*Ketiga*, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 25 Tahun 2019 Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 20 Tahun 2014 Tentang Pengendalian dan Pengawasan Terhadap Pengadaan, Peredaran, dan Perizinan Minuman Beralkohol telah mengatur penjualan minuman beralkohol dalam pasal 14 ayat (3) yaitu *“*Minuman beralkohol golongan A juga dapat dijual di *supermarket* dan *hypermarket*.” Selain itu dalam pasal 15 menjelaskan bahwa penjualan minuman beralkohol hanya dapat diberikan kepada konsumen yang telah berusia 21 tahun dengan menunjukkan kartu identitas kepada petugas/pramuniaga. Pada saat ini penjualan minuman beralkohol telah banyak beredar dijual melalui *marketplace* secara *online* sehingga anak di bawah umur bisa membelinya dengan mudah tidak memerlukan kartu identitas seperti yang dikatakan dalam pasal 15. Praktiknya penjualan minuman beralkohol yang dijual melalui *marketplace* secara *online* tidak memperhatikan aspek usia dari konsumennya itu sendiri bahkan dari penjualan dengan sistem *online* maka semakin leluasa pelaku usaha untuk menjual minuman beralkohol secara ilegal karena lepas dari pengawasan sehingga secara teknis banyak sekali pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam penjualan minuman beralkohol secara *online*.

 Ketiga peraturan tersebut dapat dikatakan sebagai suatu bentuk perlindungan hukum terhadap anak sebagai konsumen dan diharapkan dapat saling bersinergi serta tidak saling bertentangan dalam memberikan bentuk perlindungan hukum kepada anak yang sebagai konsumen serta saling mengikat satu sama lain supaya memberikan perlindungan hukum yang kuat terhadap hak-hak anak sebagai konsumen. Seperti yang kita ketahui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen berupaya menciptakan hukum yang dapat menumbuhkan hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen.

 Menurut (wahyu sasongko 2007) terkait perlindungan hukum dapat diterapkan dalam dua cara yaitu:

*“(1)* Membuat peraturan (*by Giving Regulation*) yang bertujuan untuk (a) memberikan hak dan kewajiban, (b) menjamin hak-hak para subyek hukum (2) Menegakkan peraturan (*by the law enforcement*) melalui (a) hukum administrasi negara, berfungsi untuk mencegah (*preventif*) terjadinya pelanggaran, baik yang berhubungan dengan perizinan dan pengawasan, (b) hukum pidana, berfungsi untuk menanggulangi (*represif*) setiap pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan, dengan cara menjatuhkan sanksi hukuman denda dan penjara, (c) hukum perdata, berfungsi untuk memulihkan hak (*curative recovery*) dengan membayar kompensasi ganti rugi.”

 Teori perlindungan hukum di atas apabila dihubungkan dengan permasalahan penjualan minuman beralkohol yang dijual melalui *marketplace* secara *online* maka (1) Minuman beralkohol yang beredar di Indonesia sudah diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 25 Tahun 2019 Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 20 Tahun 2014 Tentang Pengendalian dan Pengawasan Terhadap Pengadaan, Peredaran, dan Perizinan Minuman Beralkohol dalam penjualannya. Penjualan minuman beralkohol kini telah dijual melalui *marketplace* secara *online* sehingga peraturan tersebut belum bisa menjawab apabila penjualan menggunakan sistem online. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik tidak menyebutkan barang atau produk apa saja yang boleh dijual melalui *platform* elektronik sehingga diperlukan suatu perubahan peraturan. Tujuan dari perubahan aturan secara khusus yaitu untuk menjamin hak-hak konsumen apabila ingin membeli suatu produk atau barang dan mengkonsumsinya serta pertanggung jawaban bagi pelaku usaha dan *marketplace* yang melakukan penjualan minuman beralkohol tersebut. (2) Penegakan peraturan dalam penjualan minuman beralkohol yang dijual *marketplace* secara *online* disesuaikan melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen berupa penjatuhan pidana berdasar pasal 61 sampai dengan pasal 63 serta Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik penjatuhan pidana pasal 50 dan penuntutan ganti rugi secara perdata berdasar pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pasal 19.

 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 25 Tahun 2019 Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 20 Tahun 2014 Tentang Pengendalian dan Pengawasan Terhadap Pengadaan, Peredaran, dan Perizinan Minuman Beralkohol pasal 14 telah menyebutkan bahwa penjualan minuman beralkohol hanya dapat dijual di *supermarket* dan *hypermarket*. Selanjutnya pasal 15 menyebutkan bahwa penjualan minuman beralkohol hanya dapat dijual kepada orang dewasa yang telah berusia 21 tahun dengan menunjukkan kartu identitas kepada pramuniaga. Menurut saya peraturan ini masih terdapat norma yang kabur karena belum bisa menjawab adanya penjualan dengan sistem *online* untuk diterapkan. Peraturan diatas supaya berjalan dengan efektif saya menggunakan metode penafsiran ekstensif atau makna perluasan. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 25 Tahun 2019 Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 20 Tahun 2014 Tentang Pengendalian dan Pengawasan Terhadap Pengadaan, Peredaran, dan Perizinan Minuman Beralkohol harus melakukan pengembangan dengan penafsiran *ekstensif* khususnya pada Pasal 14 dan Pasal 15. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 25 Tahun 2019 Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 20 Tahun 2014 Tentang Pengendalian dan Pengawasan Terhadap Pengadaan, Peredaran, dan Perizinan Minuman Beralkohol belum mengatur atau menyebutkan secara tegas mengenai penjualan minuman beralkohol apabila dijual melalui sistem *online*.

Penjualan melalui sistem *online* sudah diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik akan tetapi dalam aturan tersebut hanya menyebutkan barang yang boleh dijual selama tidak bertentangan dengan undang-undang. Dampak dari adanya ketidakjelasan mengenai penjualan minuman beralkohol yang dijual secara *online* maka penulis akan melakukan metode penafsiran. Interpretasi atau penafsiran merupakan salah satu metode penemuan hukum yang memberi penjelasan secara gamblang mengenai teks undang-undang agar ruang lingkup kaeddah dapat ditetapkan sehubung dengan peristiwa tertentu (Kansil 1989). Penulis berpendapat penafsiran ekstensif ini dapat dilakukan dengan cara mengembangkan suatu pasal 14 dan 15 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 25 Tahun 2019 Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 20 Tahun 2014 Tentang Pengendalian dan Pengawasan Terhadap Pengadaan, Peredaran, dan Perizinan Minuman Beralkohol sehingga tidak terdapat norma yang kabur dan penjualan minuman beralkohol juga akan lebih jelas apabila terdapat penjualan melalui sistem *online*. Metode penafsiran *ekstensif* adalah metode penafsiran dengan cara memperluas arti kata kata yang terdapat dalam undang-undang sehingga suatu peristiwa dapat dimasukkan kedalamnya (Kemenkumham 2020). Penafsiran ekstensif dapat dilakukan dengan tujuan menciptakan hukum jelas isi dalam setiap pasalnya. Bentuk penafsiran *ekstensif* yang dapat dilakukan apabila terdapat penjualan minuman beralkohol yang dijual melalui *marketplace* secara *online* berupa *verifikasi* akun yang dimiliki oleh konsumen dengan mengunggah foto kartu identitas, foto konsumen serta foto konsumen dengan memegang kartu identitasnya. Berdasarkan bentuk penafsiran *ekstensif* tersebut maka dapat diketahui konsumen dari pihak *marketplace* tersebut.

Selanjutnya untuk melindungi anak supaya tidak menjadi konsumen dari minuman beralkohol yang dijual melalui *marketplace online* maka dibentuk suatu perlindungan khusus yang diberikan kepada anak. Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2014 Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2002 Tentang Perlindungan Anak pasal 59 menjelaskan bahwa “pemerintah, pemerintah daerah dan lembaga negara lainnya berkewajiban dan bertanggungjawab untuk memberikan perlindungan khusus kepada anak”. Sedangkan pada ayat (2) huruf e berbunyi “perlindungan khusus kepada anak sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) diberikan kepada : anak yang menjadi korban penyalahgunaan narkotika, alkohol, psikotropika, dan zat adiktif lainnya.”

Bentuk perlindungan khusus terhadap anak yang menjadi korban penyalahgunaan narkotika, alkohol, psikotropika dan zat adiktif lainnya sebagaimana dimaksud dalam pasal 59 ayat 2 huruf e Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2014 Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2002 Tentang Perlindungan Anak merujuk pada pasal 67 Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2014 Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2002 Tentang Perlindungan Anak menjelaskan bahwa, “perlindungan khusus bagi anak yang menjadi korban penyalahgunaan narkotika, alkohol, psikotropika dan zat adiktif lainnya sebagaimana dimaksud dalam pasal 59 ayat (2) huruf e dan anak yang terlibat dalam produksi dan distribusinya dilakukan melalui upaya pengawasan, pencegahan, perawatan, dan rehabilitasi.”

Menurut ketentuan pasal 67 Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2014 Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2002 Tentang Perlindungan Anak, penulis berpendapat terdapat 2 bentuk perlindungan hukum secara khusus yang diberikan kepada anak yang menjadi korban penyalahgunaan narkotika, alkohol, psikotropika dan zat adiktif lainnya sebagaimana ketentuan ini dapat diterapkan dan diperlakukan dalam rangka memberikan perlindungan terhadap anak yang menjadi penyalahgunaan minuman beralkohol yang dijual melalui marketplace secara *online*.

Bentuk perlindungan hukum secara khusus tersebut diklarifikasikan berdasarkan sifatnya, antara lain perlindungan hukum secara khusus kepada anak bersifat *preventif* dan *represif*. Perlindungan hukum *preventif* merupakan perlindungan yang diberikan oleh pemerintah dengan tujuan mencegah sebelum terjadinya pelanggaran (Asri Budi 2018). Sedangkan, perlindungan hukum *represif* merupakan perlindungan akhir berupa sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan yang diberikan apabila sudah terjadi sengketa atau telah dilakukan suatu pelanggaran (Phillipus M 1987). Penulis menafsirkan bahwa ketentuan pasal 67 dengan memperhatikan pada frasa pencegahan dan pengawasan merupakan sebagai upaya bentuk perlindungan hukum yang bersifat *preventif*. Pada ketentuan tersebut dapat diterapkan atau diimplimentasikan sebelum penjualan minuman beralkohol dijual melalui online harus dibentuk lembaga pengawas untuk mencegah adanya penjualan minuman beralkohol yang dijual secara online sehingga anak dibawah umur tidak dapat membelinya di *marketplace online*. Agar penerapannya dapat berjalan dengan baik maka lembaga nanti harus melibatkan pemerintah, pemerintah daerah dan lembaga lainnya sebagai kepentingan yang berkewajiban dan bertanggung jawab untuk memberikan perlindungan khusus kepada anak yang menjadi korban penyalahgunaan minuman beralkohol yang dijual melalui *marketplace* secara *online*.

Sedangkan upaya *represif* terdapat dalam pasal 89 ayat 2 Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2014 Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2002 Tentang Perlindungan Anak menyebutkan bahwa “Setiap orang yang dengan sengaja menempatkan, membiarkan, melibatkan, menyuruh melibatkan anak dalam penyalahgunaan, produksi, atau distribusi alkohol dan zat adiktif lainnya dipidana dengan pidana penjara paling lama 10(sepuluh) tahun dan paling singkat 2 (dua) tahun dan denda paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) dan denda paling sedikit Rp 20.000.000,00 (dua puluh juta rupiah). Isi dari pasal 89 ayat (2) memuat sanksi bagi setiap orang yang dengan sengaja menempatkan,membiarkan, melibatkan, menyuruh melibatkan anak dalam penyalahgunaan minuman beralkohol merupakan upaya bentuk perlindungan hukum yang bersifat *represif*.

**Tanggung Jawab *Marketplace* Terhadap Pelaku Usaha Yang Menjual Minuman Beralkohol Secara *Online***

Pelaku usaha seharusnya menyadari bahwa betapa berbahayanya minuman beralkohol tersebut apabila dijual secara bebas. Pelaku usaha harus memperhatikan terkait barang yang akan dijual mengingat dalam pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terdapat asas keamanan dan keselamatan. Asas keamanan dan keselamatan dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan. Keamanan dan keselamatan konsumen merupakan bagian dari manfaat penyelenggaraan perlindungan yang diberikan kepada konsumen di samping kepentingan pelaku usaha secara keseluruhan. Pelaku usaha harus bertanggungjawab jika terjadi masalah dalam produk/barang yang diperdagangkan.

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 25 Tahun 2019 Perubahan Nomor 20 Tahun 2014 Tentang Pengendalian dan Pengawasan Terhadap Pengadaan, Peredaran dan Perizinan Minuman Beralkohol dalam pasal 31 telah menyebutkan bahwa

“(1) Setiap orang perorangan dilarang mendistribusikan dan/atau memperdagangkan minuman beralkohol. (2) Badan usaha dilarang mendistribusikan dan/atau memperdagangkan minuman beralkohol yang tidak dilengkapi dengan perizinan sebagaimana diatur dalam peraturan menteri ini.”

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 25 Tahun 2019 Perubahan Nomor 20 Tahun 2014 Tentang Pengendalian dan Pengawasan Terhadap Pengadaan, Peredaran dan Perizinan Minuman Beralkohol telah menjelaskan bahwa minuman beralkohol tersebut tidak boleh sembarangan diperdagangkan tanpa memiliki izin dari menteri perdagangan. Pelaku usaha yang memperdagangkan lewat *marketplace* secara *online* tidak memahami bahwa minuman beralkohol tidak bisa disamakan dengan barang atau produk lainnya. Minuman beralkohol merupakan barang atau produk yang harus diawasi dalam penjualannya dan tidak boleh sembarangan. Hal tersebut akan mengakibatkan dampak yang berbahaya terhadap konsumennya.

Pelaku usaha harus bertanggungjawab atas barang yang diperjualbelikan melalui *marketplace* yang dijual secara *online*. Tanggung jawab pelaku usaha dapat berupa pemberian deskripsi informasi label kandungan pada produk dan diperuntukkan untuk siapa produk tersebut boleh dikonsumsi. Namun, bentuk informasi dalam penjualan minuman beralkohol di *marketplace* secara *online* tidak disebutkan deskripsi informasinya secara jelas seperti batasan umur untuk mengkonsumsi, efek samping ketika mengkonsumsi berlebihan, dan peringatan serta perhatian saat mengkonsumsinya. Hal tersebut sangat bertentangan dengan sejumlah peraturan seperti pada Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dan juga Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan pasal 7 huruf b Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen memberikan penjelasan bahwa pelaku usaha mewajibkan memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan. Selain itu, dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik juga disebutkan dalam pasal 13 bahwa pelaku usaha diwajibkan untuk memberikan informasi yang benar, jelas, kelayakan konsumsi barang atau jasa dan legalitas barang atau jasa tersebut. Pemberian informasi yang benar, jelas, dan jujur terkait barang minuman beralkohol wajib dilakukan oleh pelaku usaha *online* sebagai bentuk wujud iktikad baik berupa kepedulian terhadap keamanan dan kenyamanan konsumen saat mengkonsumsinya. Informasi yang kurang serta tidak memadai akan membuat bertentangan dengan pasal 4 huruf c undang-undang tentang perlindungan konsumen yang membahas tentang hak konsumen yaitu hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.



Gambar 1.1 Produk Penjualan Minuman Beralkohol tanpa Deskripsi

Sumber: *Marketplace* Shopee 23 Januari 2020

Berdasarkan gambar 1.1 penjualan minuman beralkohol yang dijual di *marketplace* secara *online* tidak mencantumkan deskripsi secara jelas terkait penjualannya. Penjelasan deskripsi dalam penjualan melalui *marketplace* sangatlah penting bagi konsumennya supaya konsumen tidak merasa dirugikan akibat dampak dari penjualan tersebut. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik pasal 18 menjelaskan bahwa “apabila terdapat kerugian atas PMSE maka konsumen dapat melaporkan kerugian yang diderita kepada menteri dan pelaku usaha yang dilaporkan akan dimasukkan ke dalam daftar prioritas pengawasan oleh menteri”. Pasal tersebut menguntungkan bagi konsumen akan tetapi dalam pasal tersebut masih terjadi kerancuan yaitu menteri siapa yang harus bertanggungjawab dan berwenang dalam menyelesaikan hal tesebut oleh sebab itu diperlukannya suatu bentuk tanggung jawab yang tegas supaya hak-hak dari konsumen dapat terpenuhi.

Berkaitan dengan pelanggaran yang dilakukan dalam *marketplace* di atas dalam pasal 15 ayat (2) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik memberikan tanggung jawab kepada penyedia platform sebagai pengelola *marketplace* atau situs *e-commerce*, “Penyelenggara sistem elektronik bertanggung jawab terhadap penyelenggaraan sistem elektroniknya”.

Pasal 15 ayat (3) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menyebutkan bahwa “Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak berlaku dalam hal dapat dibuktikan terjadinya keadaan memaksa kesalahan, dan/atau kelalaian pihak pengguna sistem elektronik”. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *platform* yang berbentuk *marketplace*, dimana barang yang dijual merupakan barang/produk yang dimiliki oleh pengguna sebagai pedagang penyedia *platform,* maka *marketplace* tidak dapat dimintai pertanggungjawaban. Peraturan mengenai tanggung jawab pengelolaan *platform* *marketplace* juga diterapkan dalam Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2016 Tentang Batasan dan Tanggung Jawab Penyedia *Platform* dan Pedagang (*merchant*) Pedagang Melalui Sistem Elektronik (*e-commerce*) yang Berbentuk *User Generated Content*, dalam Romawi V huruf c angka 2 diatur

“Tanggung jawab penyedia platform ugc meliputi (a) Bertanggungjawab atas penyelenggaraan sistem elektronik dan pengelolaan konten di dalam *platform* secara andal, aman dan bertanggung jawab. (b) Ketentuan huruf (a) diatas tidak berlaku dalam hal dapat dibuktikan terjadinya kesalahan dan/atau kelalaian dari pihak pedagang (*merchant*) atau pengguna *platform*”.

Huruf Romawi I bagian umum yang berbunyi

“Disamping kemudahan tersebut, platform juga rentan terhadap penyalahgunaan oleh pemilik akun dan/atau pengunggah yang dengan sengaja memasukkan data dan/atau informasi yang melanggar hukum, baik unntuk tujuan mencari keuntungan maupun tujuan lain (perbuatan yang dilarang). Penyalahgunaan oleh pemilik akun dan/atau pengunggah diatas dapat merugikan penyedia platform sehingga penyedia platform dapat dipersepsikan terlibat atas perbuatan yang melanggar hukum tersebut. Persepsi ini akan menjadi momok bagi penyedia *platform* apabila tidak dilakukan penempatan pada posisi yang tepat, sehingga dapat berpengaruh pada kelangsungan bisnis layanannya.”

Pengaturan tersebut telah memberikan sebuah cerminan kesesuaian dengan ketentuan dalam Pasal 15 ayat (3) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang dapat dijadikan dasar tanggungjawab hukum atas barang yang dijual seperti minuman beralkohol. Meskipun demikian kedudukan dari surat edaran sebagai dasar hukum penyelenggaraan *e-commerce* tidaklah kuat karena dalam surat edaran menteri tidak mengatur tentang norma hukum seperti larangan, perintah, izin dan pembebasan. Sehingga di dalamnya tidak mengatur tentang beban sanksi terhadap pelanggar dalam ketentuannya. Ketentuan yang terdapat dalam pasal 15 ayat (3) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Surat Edaran Menkominfo tersebut dapat memberikan keluasan bagi penyedia platform untuk lepas dari tanggungjawabnya sebagai pengelola platform *marketplace*. Akibat yang ditimbulkan dapat meminimalisasi kontrol dari penyedia *platform* *marketplace* terhadap produk atau barang yang dijual oleh pelaku usahanya. Adanya bentuk *platform* *marketplace*, pelaku usaha dengan leluasa untuk mengunggah atau menjual barang dagangannya untuk ditawarkan dalam situs *e-commerce*. Hal inilah yang menjadi permasalahan berkaitan dengan tanggungjawab yang didapat oleh penyedia *platform* terhadap penjualan minuman beralkohol.

Bagan 1.1

Bagan Distribusi Minuman Beralkohol



Sumber: Diolah Sendiri

Berdasarkan bagan 1.1 dapat diketahui bahwa alur distribusi minuman beralkohol berawal dari produsen yang memproduksi minuman beralkohol kemudian produsen tersebut mendistribusikan minuman beralkohol selanjutnya dari distributor minuman beralkohol akan di jual kepada pelaku usaha lalu dari pelaku usaha dapat menjual melalui *marketplace*. Pelaku usaha yang menjual minuman beralkohol secara online melalui *marketplace* terdapat pelaku usaha yang memberi deskripsi/informasi barang dan terdapat pelaku usaha yang tidak memberi deskripsi/informasi barang. Pelaku usaha yang menjual minuman beralkohol di *marketplace* secara *online* tanpa mencantumkan label deskripsi/informasi, pelaku usaha dan marketplace akan dibebankan tanggung jawab, dan apabila pelaku usaha menjual minuman beralkohol di *marketplace* secara *online* mencantumkan label deskripsi/informasi maka pihak *marketplace* yang akan dibebankan tanggung jawab.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa ketentuan yang terdapat dalam pasal 15 ayat (3) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Surat Edaran Menteri komunikasi dan informatika kurang tepat dimana dalam peraturan tersebut menjelaskan bahwa *marketplace* tidak dibebankan tanggung jawab. Bagan tersebut dapat menjelaskan bahwa yang memiliki tanggung jawab terhadap penjualan minuman beralkohol secara *online* melalui *marketplace* adalah pelaku usaha dan *marketplace*. Pelaku usaha dan *marketplace* memiliki tanggung jawab dalam bentuk pencegahan dan pengawasan terhadap produk yang dijual secara *online* melalui penyedia *platform* yang berbentuk *marketplace*. Menurut (Shidarta 2004) menyebutkan terdapat 5 prinsip tanggungjawab yang pertama, Prinsip Kesalahan (*Liability Based On Fault*), Tanggung jawab berdasarkan kesalahan adalah prinsip tanggung jawab yang mempunyai sifat subjektif, artinya suatu tanggung jawab yang ditentukan oleh perilaku pelaku usaha (Inosentius 2004). Kedua, Praduga Selalu Bertanggung Jawab (*Presumption Of Liability*), Prinsip ini menyatakan tergugat selalu dianggap bertanggung jawab sampai ia dapat membuktikannya, bahwa ia tidak bersalah, jadi beban terhadap pembuktian terdapat pada tergugat. Ketiga, Praduga Selalu Tidak Bertanggung Jawab (*Presumption Of Nonliability*) Prinsip ini merupakan kebalikan dari prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab, dimana tergugat selalu dianggap tidak bertanggung jawab sampai dibuktikan bahwa ia dinyatakan bersalah. Keempat, Tanggung jawab Mutlak (*Strict Liability*), *Strict liability* adalah bentuk khusus dari perbuatan melawan hukum yaitu prinsip pertanggung jawaban dalam perbuatan melawan hukum yang tidak didasarkan pada sebuah kesalahan akan tetapi prinsip ini mewajibkan pelaku usaha langsung bertanggung jawab atas kerugian yang timbul karena perbuatan melawan hukumnya itu. Kelima, Pembatasan Tanggung Jawab (*Limitation of Liability*), Prinsip ini sangat disukai oleh pelaku usaha untuk dicantumkan sebagai klausul eksonerasi dalam perjanjian standart yang dibuatnya. Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan ini sangat merugikan konsumen apabila diterepkan sepihak oleh pelaku usaha. Apabila diterapkan dalam prinsip tanggung jawab maka prinsip yang dapat ditujukan kepada *marketplace* sebagai bentuk pertanggungjawaban adalah tanggungjawab berdasarkan unsur kesalahan (*fault liability atau liability on fault*),

Prinsip tanggungjawab berdasarkan unsur kesalahan menjelaskan bahwa seseorang akan dimintakan pertanggungjawaban secara hukum apabila terdapat unsur kesalahan yang diperbuat. Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan sangat umum digunakan dalam hukum pidana maupun perdata. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata khususnya pasal 1365, 1366 dan 1367, prinsip ini dipegang teguh. Pasal 1365 undang-undang hukum perdata seseorang yang dikatakan melakukan perbuatan melawan hukum harus memenuhi 4 unsur pokok yaitu adanya perbuatan, adanya unsur kesalahan, adanya kerugian yang diderita, adanya hubungan kausalitas antara kesalahan dan kerugian. Unsur kesalahan adalah unsur yang bertentangan dengan hukum. Gugatan atas kesalahan pun didasarkan dengan syarat-syarat : (Zulham 2013) “(1) Suatu tingkah laku yang menimbulkan kerugian tidak sesuai dengan sikap hati-hati yang normal, (2) Harus dibuktikan bahwa tergugat lalai dalam kewajiban berhati-hati terhadap penggugat, (3) Kelakuan tersebut merupakan penyebab nyata (*Proximate cause*) dari kerugian yang timbul.”

Prinsip tersebut harus menjadi sebuah dasar dari tanggung jawab hukum kepada *marketplace* selaku penyedia *platform*. Rumusan yang tertuang dalam pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata merupakan sebuah rumusan yang dapat mencakup setiap macam perbuatan melawan hukum (Munir Faudy 2005). Barang atau produk yang dilanggar merupakan bukan barang atau produk yang berasal dari penyedia *platform* *marketplace* akan tetapi penyedia *platform marketplace* harus tetap bertanggung jawab atas perannya yaitu penyebarluasan peredaran barang atau produk minuman beralkohol. Bentuk pencegahan dan pengawasan terhadap barang yang dijual melalui *marketplace* merupakan suatu bentuk tanggung jawab pihak *marketplace*. Bentuk pencegahan dan pengawasan *marketplace* dapat berupa penyeleksian suatu produk atau barang apa saja yang layak dijual melalui *platformnya*, atau dalam hal ini termasuk mengontrol barang yang akan dijual, selain itu dapat dibentuk lembaga pengawasan sebelum barang atau produk masuk ke dalam *marketplace*.

Prinsip unsur kesalahan sebagai syarat pertanggungjawaban dapat dilandasi oleh pembiaran yang akan menjadikan kerugian bagi pihak konsumen. Pihak penyedia *platform* *marketplace* tidak dapat beralasan tidak bertanggungjawab secara mutlak terhadap barang minuman beralkohol yang melanggar dalam platformnya. Pasal 15 ayat (3) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dengan demikian tidak bisa diterapkan secara mutlak. Meskipun demikian pada prinsipnya isi dari pasal 15 ayat (3) tidak bisa disalahkan sepenuhnya mengingat urgensi dari isi pasal tersebut juga menuntut kehati-hatian dari pedagang atau pelaku usaha yang menjadi pengguna *platform marketplace* untuk tidak menjual barang yang yang melanggar peraturan perundang-undangan. Oleh sebab itu, pengguna dari *platfrom marketplace* sebagai pelaku usaha dan pedagang harus bertanggungjawab atas barang yang dimilikinya.

Pertanggungjawaban diperlukan pembebanan kepada pihak penyedia *platform marketplace* dengan demikian harus dilandasi dengan penerapan asas kepastian hukum, asas kehati hatian dan asas itikad baik. Tanggung jawab sebagai penyedia *platform marketplace* tetap harus diatur untuk menuntut kehati-hatian dari penyedia platform terhadap penyelenggaraan sistem elektronik dalam *marketplace* yang dikelolanya sebagai bentuk asas iktikad baik menjaga pengelolaan dan penjualan di *platform marketplace* dari perbuatan yang melangggar hukum.

**PENUTUP**

**Simpulan**

1. Bentuk perlindungan hukum bagi anak di bawah umur atas *marketplace* yang menjual minuman beralkohol secara *online* dapat dilakukan dengan cara verifikasi akun yang dimiliki oleh konsumen dengan mengunggah foto kartu identitas, foto konsumen serta foto konsumen dengan memegang kartu identitasnya. Sebagai bentuk upaya perlindungan hukum dapat diimplimentasikan sebelum penjualan minuman beralkohol dijual melalui *online* harus dibentuk lembaga pengawas untuk mencegah adanya penjualan minuman beralkohol yang dijual secara *online* sehingga anak di bawah umur tidak dapat membelinya di *marketplace online*.

2. bentuk tanggung jawab pelaku usaha apabila menjual minuman beralkohol di *marketplace* secara *online* tanpa mencantumkan label terkait usia maka pelaku usaha minuman beralkohol dan pelaku usaha marketplace dibebankan tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan dan apabila pelaku usaha minuman beralkohol menjual minuman beralkohol di *marketplace* secara *online* mencantumkan label usia akan tetapi pelaku usaha *marketplace* tetap menjualnya maka pihak pelaku usaha *marketplace* dibebankan tanggungjawab. Apabila diterapkan dalam prinsip tanggung jawab maka prinsip yang dapat ditujukan kepada pelaku usaha dan *marketplace* sebagai bentuk pertanggungjawaban adalah tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan (*fault liability atau liability on fault*) yaitu sebagai perbuatan yang melanggar hukum.

**Saran**

1. Bagi orang tua harus memberi pengawasan kepada anak yang berusia di bawah umur 21 tahun untuk tidak membeli minuman beralkohol melalui *marketplace* *online.*

2. Bagi pelaku usaha *marketplace* diharapkan untuk memberi label atau deskripsi dalam setiap penjualan minuman beralkohol agar anak di bawah umur tidak bisa membelinya dengan mudah.

3. Bagi pelaku usaha yang menjual minuman beralkohol diwajibkan untuk memberi label usia dalam setiap penjualan minuman beralkohol sebelum masuk ke dalam *marketplace* agar pihak *marketplace* juga memberikan label pada penjualan minuman beralkohol supaya anak di bawah umur tidak bisa membelinya.

4. Bagi Menteri Perdagangan diharapkan untuk segera menyempurnakan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 25 Tahun 2019 Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 20 Tahun 2014 Tentang Pengendalian dan Pengawasan Terhadap Pengadaan, Peredaran, dan Perizinan Minuman Beralkohol supaya tidak terjadi kekaburan hukum apabila terdapat penjualan minuman beralkohol secara *online.*

**DAFTAR PUSTAKA**

Afriany, Agnes Cristin. 2014. “Perlindungan Hukum Dan Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Terhadap Anak Dibawah Umur Akibat Mengkonsumsi Minuman Keras Dikabupaten Sleman.”

Asri Budi, Dyah Permata. 2018. “Perlindungan Hukum Preventif Terhadap Ekspresi Budaya Tradisional Di Daerah Istimewa Yogyakarta Berdasarkan Undang-Undang No 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.” *Journal of Intellectual Property* Volume 1 N.

Diantha Pasek, I. Made. 2017. *Metodologi Penelitian Hukum Normatif*. Jakarta: Prenada Media Group.

Duswara dudu. 2019. “Upaya Pencegahan Anak Dari Pengaruh Minuman Keras Dihubungkan Dengan Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2014 Tentang Perlindungan Anak.” *Jurnal Ilmiah* 19.

Giantama, Andreyan Nata. 2020. “Pertanggujawaban Hukum Penyedia Platfrom Terhadap Barang Yang Melanggar Merek Dalam Marketplace.” *Jurnal Privat Law* VIII No 1.

Indriyati, Noer. 2017. “Perlindungan Dan Pemenuhan Hak Anak.” *Mimbar Hukum* 29.

Inosentius, Samsul. 2004. “Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak.” 46.

Kansil. 1989. *Pengantar Ilmu Hukum Dan Tata Hukum Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Kemenkumham. 2020. “Penemuan Hukum Oleh Hakim (Rechtvinding).” *Dirjen Peraturan Perundang-Undangan*. Retrieved (http://ditjenpp.kemenkumham.go.id/umum/849-penemuan-hukum-oleh-hakim-rechtvinding.html).

Khadijah Nur Azizah. 2018. “Konsumsi Alkohol Remaja Meningkat.” *Detik.Com*.

Marzuki, Peter Mahmud. 2015. *Penelitian Hukum (Edisi Revisi)*. jakarta: Prenada.

Munir Faudy. 2005. *Pengantar Hukum Bisnis*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Phillipus M, Hadjon. 1987. *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*. Surabaya: PT.Bina Ilmu.

Putri, Yunita. 2017. “Perlindungan Anak Di Bawah Umur Atas Peredaran Minuman Beralkohol Dalam Prespektif Perlindungan Konsumen.” Universitas Tanjungpura Pontianak.

Shidarta. 2004. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: PT Grasindo.

sumasyhari, didin. 2016. “Perlindungan Konsumen E-Commerce Pada Lazada.Co.Id Tinjauan Hukum Ekonomi Islam Dan Hukum Positif.” *Jurnal Hukum* 40.

Thalib, Emmy Febriani and Ni Putu Suci Meinarni. 2019. “Tinjauan Yuridis Mengenai Marketplace Berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan Di Indonesia.” *Jurnal IUS Kajian Hukum Dan Keadilan* 7 No 2.

wahyu sasongko. 2007. *Ketentuan-Ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandar Lampung: Universitas Lampung Press.

Zulham. 2013. *Hukum Perlindungan Konsumen*. jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 22, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821)

Undang-Undang Nomor 35 Tahun 2014 Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2002 Tentang Perlindungan Anak (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 297, Tambahan Lembaran Negara Republik Indoneisa Nomor 5606)

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 251, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5952)

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Penjualan Melalui Sistem Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 222, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6420)

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 25 Tahun 2019 Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 20 Tahun 2014 Tentang Pengendalian dan Pengawasan Terhadap Pengadaan, Peredaran, dan Perizinan Minuman Beralkohol (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 341)

Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2016 Tentang Batasan dan Tanggung Jawab Penyedia *Platform* dan Pedagang (*merchant*) Pedagang Melalui Sistem Elektronik (*e-commerce*) yang Berbentuk *User Generated Content*