

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM  
TRANSAKSI JUAL-BELI SECARA *ONLINE*  
MELALUI FACEBOOK**

**(Skripsi)**

**Oleh**

**MAS MUHAMAD RIFQI KURNIA**



**FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2022**

## ABSTRAK

### PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL-BELI SECARA *ONLINE* MELALUI FACEBOOK

Oleh  
**Mas Muhamad Rifqi Kurnia**

Jual-beli secara *online* dilakukan oleh seseorang melalui berbagai saluran media sosial milik pribadi, oleh karena itu jual-beli secara *online* langsung terhubung dengan penjual dan pembeli. Salah satu media sosial yang di gunakan untuk jual beli *online* adalah facebook namun dalam jual-beli melalui facebook masih mengalami permasalahan dimana konsumen yang bertransaksi melalui facebook sulit untuk melakukan komplain kepada pelaku usaha atau penjual jika terdapat kecurangan. Rumusan masalah dalam penelitian ini akan membahas mengenai bagaimanakah perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual-beli secara *online* melalui facebook dan upaya hukum apa yang dapat dilakukan oleh konsumen yang mengalami kerugian akibat dari transaksi jual-beli secara *online* melalui facebook. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah normatif empiris dengan tipe penelitian bersifat deskriptif sedangkan pendekatan penelitian yang di gunakan adalah pendekatan perundang-undangan dan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara studi kepustakaan dan studi lapangan. Data yang telah diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Perlindungan hukum bagi konsumen yang mengalami kerugian yang disebabkan oleh penjual dalam transaksi jual-beli secara *online* melalui Facebook dilakukan melalui pengawasan terhadap semua jenis transaksi yang dilakukan oleh pengguna Facebook baik penjual maupun pembeli, menjaga data pribadi pengguna Facebook, Facebook menyampaikan peringatan kepada pengguna melalui email atau melalui *Short Message Service* jika terindikasikan merugikan pengguna lain, Facebook menyediakan kolom aduan jika pengguna mengalami kerugian serta Facebook akun melakukan pemblokiran akun jika terbukti melakukan pelanggaran dalam penggunaan Facebook. Upaya hukum yang dapat dilakukan oleh konsumen yang mengalami kerugian akibat dari transaksi jual-beli secara *online* melalui facebook adalah melalui jalur litigasi dan non litigasi, dari kedua jalur tersebut upaya yang paling banyak di gunakan oleh konsumen dalam menyelesaikan sengketa adalah melalui jalur mediasi atau non litigasi.

**Kata Kunci:** Perlindungan Hukum, Jual-beli, Facebook

## **ABSTRACT**

### **LEGAL PROTECTION FOR CONSUMERS IN TRANSACTIONS BUYING AND SELLING ONLINE THROUGH FACEBOOK**

**By**

**Mas Muhammad Rifqi Kurnia**

*Buying and selling online is done by someone through various personally owned social media channels, therefore online buying and selling is directly connected with sellers and buyers. One of the social media devices used for buying and selling online is Facebook, but in buying and selling through Facebook, there are still problems where consumers who transact through Facebook find it difficult to complain to business actors or sellers if they get fraud. The formulation of the problem in this study is how is the legal protection for consumers in online buying and selling transactions through Facebook and what legal remedies can be taken by consumers who have suffered losses as a result of online buying and selling transactions through Facebook. The type of research used in this study is empirical normative with the type of research being descriptive while the research approach used is a statutory approach and a qualitative approach. Data collection is carried out by means of literature studies and field studies. The data that have been obtained are analyzed using qualitative descriptive analysis. The results showed that: Legal protection for consumers who suffer losses caused by sellers in online buying and selling transactions through Facebook is carried out through supervision of all types of transactions carried out by Facebook users, both sellers and buyers, maintaining personal data of Facebook users, Facebook conveying warnings to users via email or through Short Message Service if it is indicated to be detrimental to other users, Facebook provides a complaint column if a user suffers a loss and Facebook's account blocks the account if it is proven to have violated the use of Facebook. Legal remedies that can be made by consumers who experience losses as a result of online buying and selling transactions through Facebook are through litigation and non-litigation channels, of these two channels, the efforts that are widely used by consumers in resolving disputes are through mediation or non-litigation channels.*

**Keywords:** *Legal Protection, Buying and Selling, Facebook*

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM  
TRANSAKSI JUAL-BELI SECARA *ONLINE* MELALUI  
FACEBOOK**

Oleh

**MAS MUHAMAD RIFQI KURNIA  
NPM.1652011032**

**Skripsi**

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar  
Sarjana Hukum**

**Pada**

**Bagian Hukum Keperdataan  
Fakultas Hukum Universitas Lampung**



**FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2022**

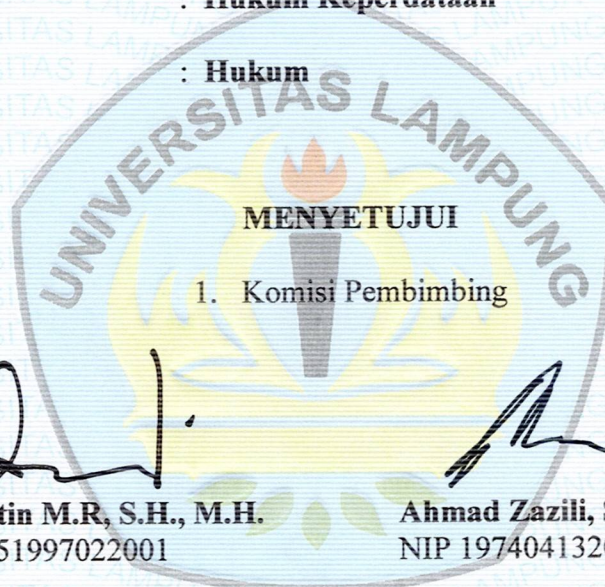
Judul Skripsi : **PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN  
DALAM TRANSAKSI JUAL BELI SECARA  
ONLINE MELALUI FACEBOOK**

Nama Mahasiswa : **Mas Muhamad Rifqi Kurnia**

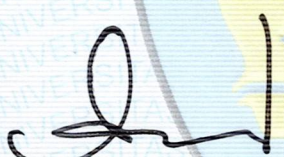
Nomor Pokok Mahasiswa : **1652011032**


Bagian : **Hukum Keperdataan**

Fakultas : **Hukum**

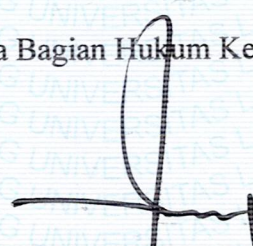


1. Komisi Pembimbing

  
**Yennie Agustin M.R., S.H., M.H.**  
NIP 197108251997022001

  
**Ahmad Zazili, S.H., M.H.**  
NIP 197404132005011001

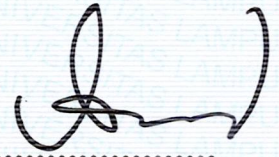
2. Ketua Bagian Hukum Keperdataan

  
**Dr. Sunaryo, S.H., M.Hum.**  
NIP 196012281989031001

**MENGESAHKAN**

1. Tim Penguji

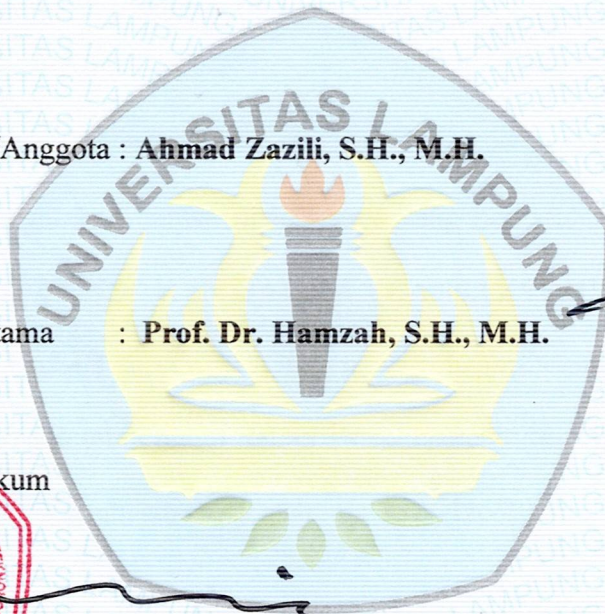
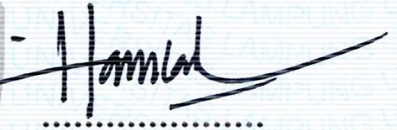
Ketua : **Yennie Agustin M.R., S.H., M.H.**



Sekretaris/Anggota : **Ahmad Zazili, S.H., M.H.**



Penguji Utama : **Prof. Dr. Hamzah, S.H., M.H.**



2. Dekan Hukum

**Dr. M. Fakih, S.H., M.S**  
NIP. 19641218 198803 1 002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **13 Juli 2022**

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mas Muhamad Rifqi Kurnia

NPM : 1652011032

Bagian : Hukum Keperdataan

Fakultas : Hukum

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL-BELI SECARA ONLINE MELALUI FACEBOOK”** adalah benar-benar hasil karya bukan plagiat sebagaimana telah diatur dalam Pasal 27 Peraturan Akademik Universitas Lampung dengan Keputusan Rektor Nomor 318/H26/2010.

Bandar Lampung, 13 Juni 2022

Yang Membuat Pernyataan,



**Mas Muhamad Rifqi Kurnia**  
**NPM.1652011032**

## RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Bandar Lampung, pada tanggal 13 Januari 1998, sebagai anak Pertama dari pasangan Bapak Mas Muhamad Tochersyah dan Ibu Daniar Wati. Penulis menyelesaikan pendidikan di Taman Kanak-Kanak di TK Al-Azhar Bandar Lampung pada tahun 2004, Sekolah Dasar (SD) Al-Azhar II Bandar Lampung pada tahun 2010, Sekolah Menengah Pertama (SMP) Ar-Raihan Bandar Lampung pada tahun 2013, dan Sekolah Menengah Atas (SMA) Ar-Raihan Bandar Lampung pada tahun 2016

Penulis terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Lampung melalui Jalur Mandiri pada tahun 2016. Penulis telah mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) Periode I tahun 2019 di Desa Harapan Jaya, Kecamatan Way Ratai, Kabupaten Pesawaran, Provinsi Lampung.

Selama menjadi mahasiswa penulis aktif mengikuti organisasi yaitu Eso (English Society) Unila. Penulis menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Hukum (S.H) pada FH Unila



## **MOTO**

“Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan sekecil apapun,  
niscaya dia akan melihat (balasan)nya.”  
(Q.S Al-Zalzalah: 7)

“Sekuat apapun kau berusaha. Sebaik apapun kau merencanakan. Jika  
Allah belum mengizinkan, kau harus bersahabat  
dengan Sabarmu”  
(Penulis)

“Permintaan maaf terbaik, adalah dengan mengubah perilaku  
menjadi lebih baik”  
(Penulis)

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini adalah ungkapan rasa syukur ku kepada Allah SWT atas segala karunia dan kasih sayangNya untuk menyelesaikan skripsi ini, begitu maha dermawannya engkau ya Allah yang memberikan kemudahan dan pertolongan kepada ku sehingga aku bisa menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu

**Skripsi ini kupersembahkan kepada:**

**Bapak Mas Muhmad Tochersyah (Alm)**  
**dan**

**Ibu Daniar Wati**

Yang selalu memberikan motivasi untuk menjadi seorang laki-laki yang kuat dan mandiri dan ibuku yang sangat berperan penting selama diriku menjalani kuliah hingga selesai

**Keluarga Besar Nasir Sartono**

**Keluarga Besar Zainal R.S**

Yang selalu mendukung dan mendoakanku

Sahabat-sahabat penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu, menemani dan memberikan dukungan kepada penulis selama ini.

Terimakasih atas persahabatan yang indah yang telah kalian berikan dan waktu yang telah kalian luangkan

**Almamaterku Tercinta**

Universitas Lampung

## SANWACANA

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan segenap kekuatan dan kemampuan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul *“Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Secara Online Melalui Facebook”*, alhamdulillah berkat rahmat dan pertolongan Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi dalam rangka mengakhiri studi pada Fakultas Hukum Universitas Lampung dan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini, untuk itu saran dan kritik yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan untuk pengembangan dan kesempurnaan skripsi ini. Pada penulisan skripsi ini penulis mendapatkan bimbingan, arahan serta dukungan dari berbagai pihak sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik. Pada kesempatan kali ini, penulisan ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya terhadap:

1. Bapak Dr. Muhammad Fakhri, S.H., M.S. Dekan Fakultas Hukum Universitas Lampung
2. Bapak Dr. Sunaryo, S.H., M.Hum. Selaku Ketua Bagian Hukum Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Lampung

3. Ibu Dewi Septiana, S.H., M.H. Selaku Sekretaris Ketua Bagian Hukum Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Lampung
4. Ibu Yennie Agustin M.R, S.H., M.H. Selaku Dosen Pembimbing I dan Pembimbing Akademik, terima kasih telah membimbing, memotivasi dan memberi masukan yang membangun serta mengarahkan penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik
5. Bapak Ahmad Zazili, S.H., M.H. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah berkenan meluangkan waktu untuk membimbing, memberi saran, masukan, serta bantuan yang sangat berarti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik
6. Bapak Prof. Dr. Hamzah, S.H., M.H. Selaku Dosen Pembahas I yang telah memberikan masukan-masukan yang bermanfaat, saran serta pengarahan dalam penulisan skripsi ini
7. Bapak Sepriyadi Adhan S, S.H., M.H. Selaku Dosen Pembahas II yang juga telah memberikan masukan-masukan yang bermanfaat, saran serta pengarahan dalam seminar I dan II guna kesempurnaan penulisan skripsi ini
8. Seluruh Bapak/Ibu dosen dan karyawan/I Fakultas Hukum Universitas Lampung, khususnya Bapak/Ibu Dosen Bagian Hukum Keperdataan yang penuh ketulusan, dedikasi untuk memberikan ilmu yang bermanfaat dan motivasi bagi penulis, serta segala kemudahan dan bantuannya selama penulis menyelesaikan studi
9. Putri dan Rival, yang selalu menyemangati dan menemaniku dalam proses pembuatan skripsi ini

10. KN Unila Periode I (satu) Desa Harapan Jaya, Kecamatan Way Ratai Kabupaten Pesawaran Maya, Echa, Hotda, Bella, Fadil dan Bang Abbid
11. Kawan-kawanku di Gangster Sukrawetan Ichan, Didik, Yongki, Adi, Nata, Rival, Harun, Alba, Wahyu, Regha, Iqbal, Wira, Sultan, Rocky yang selalu memberikan dukungan dan bantuan selama di kampus
12. Seluruh pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungannya selama ini.

Semoga Allah SWT selalu memberikan balasan atas bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis. Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk menambah wawasan keilmuan bagi pembaca pada umumnya dan bagi penulis khususnya.

Bandar Lampung, Juni 2022  
**Penulis**

**Mas Muhammad Rifqi Kurnia**

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>LEMBAR JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>JUDUL DALAM</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>viii</b>
<b>MOTO</b> .....	<b>ix</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>x</b>
<b>SANWACANA</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah dan Ruang Lingkup Penelitian .....	11
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Kegunaan Penelitian.....	12
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Hukum .....	13
1. Pengertian Perlindungan Hukum.....	13
2. Bentuk Perlindungan Hukum .....	14
B. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen.....	16
1. Pengertian Perlindungan Konsumen .....	16
2. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen.....	18
3. Pengertian Konsumen.....	22
4. Hak Konsumen .....	24
5. Kewajiban Konsumen .....	28
6. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha.....	29
C. Tinjauan Umum Tentang Jual-beli Secara <i>Online</i> .....	32
1. Pengertian Jual-beli .....	32
2. Pengertian Jual-beli Secara <i>Online</i> .....	33
3. Syarat-Syarat Jual-Beli.....	35
D. Tinjauan Umum Tentang Facebook.....	36
E. Kerangka Pikir .....	40

### **III. METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian.....	43
B. Tipe Penelitian .....	43
C. Metode Pendekatan .....	44
D. Data dan Sumber Data .....	45
E. Metode Pengumpulan Data.....	46
F. Analisis Data .....	47

### **IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi Jual-Beli Secara <i>Online</i> Melalui Facebook .....	48
B. Upaya Hukum yang dapat Dilakukan oleh Konsumen yang Mengalami Kerugian Akibat dari Transaksi Jual-Beli Secara <i>Online</i> Melalui Facebook.....	68

### **V. KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	81
B. Saran.....	82

### **DAFTAR PUSTAKA**

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kemajuan Ilmu dan Teknologi (IPTEK) yang terjadi saat ini berdampak luas pada penggunaan teknologi informasi sehingga berhasil mengubah pola interaksi masyarakat, yaitu interaksi bisnis, ekonomi, sosial dan budaya. Internet telah memberi kontribusi perubahan besar bagi masyarakat, perusahaan/industri maupun pemerintah.

Teknologi internet yang serba digital itu dapat berfungsi sebagai ajang promosi strategis yang efektif dan efisien, karena internet dapat menjangkau seluruh yurisdiksi hukum negara-negara di dunia.<sup>1</sup> Salah satu perkembangan teknologi komunikasi transaksi jual-beli secara *online*. Jual-beli secara *online* suatu model jual-beli yang dilakukan oleh seseorang dengan memanfaatkan sambungan internet atau dunia maya yang sudah terhubung dengan akun media sosial atau berbagai jenis akun lainnya seperti *e-mail* dan lainnya.<sup>2</sup>

Jual-beli secara *online* berbeda dengan jual-beli yang dilakukan melalui *elektronik commerce (e-commerce)* walaupun dalam aktivitas jual beli sama-sama melalui sambungan internet. *E-commerce* merupakan satu set perangkat teknologi

---

<sup>1</sup>Iman Sjahputra, *Perlindungan konsumen dalam Transaksi Elektronik*, Bandung: Alumni, 2010, hlm. 13

<sup>2</sup>Azhar Muttaqin, *Transaksi E-Commerce Dalam Tinjauan Hukum Islam*, Malang: Universitas Muhamadiyah Malang, 2009, hlm3.



dinamis, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen serta komunitas tertentu melalui transaksi elektronik berupa perdagangan jasa maupun informasi yang dilakukan melalui media elektronik.<sup>3</sup> Dengan demikian dapat dibedakan jika jual-beli secara *online* dilakukan oleh seseorang melalui berbagai saluran media sosial yang terhubung dengan internet milik pribadi sedangkan jual-beli melalui *e-commerce* jual-beli yang dilakukan oleh seseorang melalui perusahaan *startup* serta dalam transaksi jual-beli selalu melibatkan pihak ketiga yaitu perusahaan, penjual dan konsumen/pembeli.

Jual-beli secara *online* dianggap lebih mudah dan efektif dibandingkan dengan jual-beli melalui *e-commerce* karena aktivitas jual-beli *online* bisa dilakukan secara mandiri melalui akun media sosial yang dimilikinya tanpa terhubung dengan perusahaan *startup* seperti jual-beli yang dilakukan melalui *e-commerce*. Selain itu kemudahan jual-beli secara *online* juga dapat dilihat dari cara penjual melakukan aktivitas penjualan dimana mulai dari kegiatan promosi produk, transaksi penjualan sampai dengan pengiriman semua dilakukan oleh penjual tanpa melibatkan perusahaan *startup*. Oleh karena itu jual-beli secara *online* langsung terhubung dengan penjual dan pembeli sehingga pembeli bisa melakukan penawaran dan transaksi secara langsung tanpa melalui sebuah aplikasi *startup* tertentu sedangkan jika terdapat sebuah kecacatan terhadap sebuah barang yang dibeli oleh pembeli memprosesan juga lebih cepat karena pembeli bisa melakukan *complain* langsung kepada penjual.

---

<sup>3</sup> Onno W Purbo dan Anang Arief Wahyudi, *Mengenal E-Commerce*, Jakarta: Elex Media Computindo, 2010, hlm.13

Kemudahan dalam aktivitas jual-beli secara *online* mulai banyak di minati oleh masyarakat, masyarakat mulai beralih berbelanja secara *online* dibandingkan dengan secara *offline*. Selain itu ada beberapa alasan umum seseorang memilih untuk melakukan pembelian secara *online* seperti:<sup>4</sup>

1. Tidak perlu keluar rumah, kemacetan di jalan raya bisa menjadikan orang enggan datang ke toko fisik
2. Rata-rata produk yang diujakan di toko *online* harganya murah
3. Pembeli bisa survei produk dan membandingkan harga lebih mudah
4. Layanan belanja di toko *online* relatif cepat
5. Belanja *online* bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun dalam 24 jam
6. Hemat waktu
7. Hemat uang transport.

Transaksi perdagangan secara *online* walaupun memiliki berbagai kemudahan namun juga memiliki risiko yang jauh lebih besar dibandingkan dengan berbelanja secara langsung atau konvensional. Bertransaksi atau berbelanja di pasar tradisional/konvensional, ketika seorang konsumen merasa dirugikan atas perbuatan pelaku usaha/penjual, maka konsumen dapat segera melakukan komplain, namun ketika seorang konsumen bertransaksi melalui *online*, ketika terjadi perbuatan curang oleh pelaku usaha atau penjual, maka biasanya sulit bagi konsumen untuk melakukan komplain kepada pelaku usaha atau penjual yang dapat dikarenakan oleh beberapa sebab, misalkan konsumen tidak mengetahui keberadaan pelaku usaha, atau pelaku usaha tidak menerima *complain* setelah barang di kirimkan atau bahkan ada itikad tidak baik dari pelaku usaha yang mengatakan bahwa uang pembayaran belum diterima pelaku usaha dan lain-lain.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Adi Baskoro. *Buku Pinter Membuat Toko Online*, Jakarta: Transmedia, 2012, hlm. 2-3.

<sup>5</sup> Al-Arif. *Penjualan Online Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Ijtihad: Jurnal Wacana Hukum Islam dan Kemanusiaan, Nomor 1 Tahun MMXIII (Juni, 2013), hlm. 33-48.

Dewasa ini transaksi secara *online* banyak menggunakan media sosial salah satunya adalah facebook. Facebook adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan para pengguna facebook untuk dapat mengunggah foto dan video di akun pribadi miliknya dan bisa dilihat oleh pengguna akun facebook lainnya. Oleh karena itu facebook sangat diminati oleh berbagai kalangan mulai dari kalangan anak-anak, remaja hingga kalangan orang tua. Facebook juga merupakan wadah aktivitas sosial yang dapat dilakukan dalam dunia maya (*unreal*), dalam facebook juga memungkinkan terjadinya interaksi timbal balik maupun *feedback* antar sesama pengguna facebook salah satunya adalah melakukan transaksi jual-beli secara *online*.<sup>6</sup>

Keuntungan dari adanya facebook dalam kegiatan perdagangan yaitu pemilik facebook yang berprofesi sebagai penjual dapat menawarkan dagangannya dengan cara mengunggah foto atau video produk-produk yang dimilikinya beserta informasi mengenai kondisi produk yang ditawarkannya. Transaksi jual-beli *online* ini juga diminati oleh para konsumen karena lebih praktis dan lebih mudah untuk mencari barang yang di inginkan, dapat membandingkan harga, pembayaran cukup dilakukan dengan transfer, menunggu barang datang tanpa perlu keluar rumah, konsumen dapat mencari dan melihat produk-produk yang ditawarkan pelaku usaha selama 24 jam dimanapun dan kapanpun, oleh karena itu banyak masyarakat yang memilih menggunakan Facebook.

Dalam transaksi jual-beli *online* para pihak yang terlibat sama dengan transaksi jual-beli secara konvensional yaitu ada penjual sebagai pelaku usaha dan pembeli

---

<sup>6</sup>Kapang, F. Y. *Planet Facebook 6 Jurus Menguasai Facebook*. Yogyakarta: Cemerlang Publishing, 2009, hlm, 83

sebagai konsumen. Dalam pelaksanaan jual-beli melalui *online* terdiri dari empat proses, yaitu penawaran, penerimaan, pembayaran, dan pengiriman. Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang selanjutnya disebut dengan KUHPerdata menyebutkan bahwa syarat sahnya suatu perjanjian yaitu kesepakatan para pihak, kecakapan untuk membuat perjanjian, suatu hal tertentu dan suatu sebab yang halal dapat diterapkan untuk menentukan keabsahan perjanjian jual-beli *online*. Dalam praktek jual-beli *online* ini, syarat tersebut tidak terpenuhi secara utuh, terutama dalam hal kecakapan, karena sulit untuk mengetahui apakah para pihak dalam jual-beli *online* tersebut terutama *customer* sudah berwenang untuk melakukan suatu perbuatan hukum (jual-beli melalui *online*) atau tidak, selama transaksi dalam secara *online* tidak merugikan bagi kedua belah pihak, maka transaksi tersebut dianggap sah karena hak dan kewajiban antara penjual dan pembeli sama-sama terpenuhi.

Perjanjian jual-beli secara *online* juga di atur dalam Pasal 5 dan Pasal 6 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang selanjutnya disebut dengan UU ITE menyebutkan bahwa informasi, dokumen dan tanda tangan elektronik dapat sebagai bukti yang sah dalam bertransaksi jual-beli secara *online* dianggap sah sepanjang informasi yang tercantum di dalamnya dapat diakses, ditampilkan, dijamin keutuhannya, dan dapat dipertanggung jawabkan sehingga menerangkan suatu keadaan. Selain itu jual-beli secara *online* juga tertuang dalam Pasal 18 ayat (1) UU ITE yang menjelaskan bahwa transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak. Dari ketentuan pasal tersebut mengenai daya ikat dari suatu kontrak atau perjanjian yang dilakukan melalui transaksi elektronik. Artinya meskipun

perjanjian tersebut dilakukan melalui suatu kontrak elektronik namun perjanjian tersebut tetaplah perjanjian sebagaimana perjanjian konvensional yang mengikat para pihak, serta melahirkan hak dan kewajiban bagi para pihak.

Menurut Pasal 1 Ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang selanjutnya disebut sebagai UUPK menjelaskan bahwa konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Banyak sekali keuntungan dan manfaat yang bisa didapat dalam melakukan transaksi jual-beli secara *online* khususnya melalui facebook diantaranya lebih murah, mudah, praktis, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja, hemat biaya, hemat waktu, tidak perlu keluar rumah, cukup menunggu dirumah dan barang akan sampai. Tetapi dibalik keuntungan dan manfaat yang didapat dari transaksi jual-beli *online* melalui facebook ini ada pula dampak negatif yang harus selalu diwaspadai terutama bagi para pembeli, mengingat dalam transaksi jual-beli *online* antara penjual dan pembeli tidak saling bertatap muka. Hal ini membuat posisi pembeli sebagai konsumen menjadi lemah dan memberikan peluang besar bagi para penjual yang nakal untuk melakukan perbuatan curang yang bisa melanggar hak-hak konsumen dan menyebabkan kerugian terhadap pembeli.<sup>7</sup>

Risiko lain dari kegiatan jual-beli tanpa bertatap muka secara langsung ini antara lain barang yang diterima tidak sesuai dengan gambar dan deskripsi melalui facebook yang di tawarkan oleh penjual, barang diterima dalam keadaan cacat,

---

<sup>7</sup>Asril Sitompul. *Hukum Internet*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014, hlm. 55

barang datang tetapi melewati batas waktu yang diperkirakan, bahkan adapula barang yang tidak sampai ketangan konsumen.<sup>8</sup>

Beberapa contoh kasus yang merugikan konsumen dalam transaksi jual-beli menggunakan facebook, diantaranya kasus jual-beli *online* adalah kasus yang terjadi di Kabupaten Barru Provinsi Sulawesi Selatan pada tahun 2020, di mana dalam kronologis kasusnya korban F dan pelaku NBH telah melakukan kesepakatan lewat media *online* untuk transaksi jual-beli masker sensi yang telah diunggah pelaku lewat aplikasi media sosial facebook, kemudian pelaku dan korban mulai saling tawar menawar melalui aplikasi messenger, korban dan pelaku sepakat mengenai harga Rp. 170.000/box dengan memesan masker sebanyak 15 box dengan harga Rp. 2.550.000, kemudian korban *chatting* lagi lewat aplikasi messenger dan pelaku mengirim nomor rekening ke korban. Akan tetapi, setelah korban mengirimkan uang terhadap si pelaku dengan lunas sesuai dengan harga barang yang dipesan, pada saat uang sampai di tangan pelaku, pelaku pun membuat paket berupa satu kotak berisi buku tulis dan handuk bayi bekas, dengan tampilan rapi kemudian pelaku menarik uang transfer Rp. 2.550.000 lalu menuju ke tempat pengiriman barang di Kota Parepare bersama istrinya, tidak berselang beberapa menit kemudian pelaku memblokir akun facebook korban, dalam kasus ini korban mengalami kerugian dan melaporkan kejadian ini ke Polres Kabupaten Barru.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> *Ibid*, hm.58

<sup>9</sup> NewsMetropol, Polres Barru Ungkap Kasus Penipuan Transaksi Jual-beli Online,” [newsmetropol.com](https://newsmetropol.com/polres-barru-ungkap-kasus-penipuan-transaksi-jual-beli-online), 2020, <https://newsmetropol.com/polres-barru-ungkap-kasus-penipuan-transaksi-jual-beli-online>. Diakses pada tanggal 04-11-2021 Pkl 12.29.

Kejadian yang sama juga terjadi pada bulan Februari 2016 ditemukan di Kabupaten Sidrap Provinsi Sulawesi Selatan pada tahun 2016, Sub Direktorat *Cyber Crime* Dit Reserse Kriminal Khusus Polda Metro Jaya meringkus kelompok penipuan *online* dengan menggunakan akun facebook palsu, menurut keterangan Direktur Reskrimsus Polda Metro Jaya Komisaris Besar dalam keterangan pers di Mapolda Metro Jaya di mana ada sekelompok penipu yang berkedok menawarkan sepeda motor, jam tangan, batu akik, mobil dan telepon genggam melalui berbagai akun palsu facebook yang dibuat. Modusnya adalah setelah korban mentransfer uang, kelompok tersebut langsung mengambil uang dan barang yang dipesan oleh korban tidak dikirimkan, karena pada dasarnya barang tersebut tidak pernah ada, Lima orang diringkus, yakni H (34), AS (23), Z (49), R (33), dan B (32), kelimanya ditangkap di kawasan Sidrap Sulawesi Selatan. Selain tersangka polisi juga mengamankan sejumlah barang bukti kejahatan di antaranya 14 buah telepon genggam, 32 rekening berbagai bank, satu unit laptop, satu Mobil Honda CRV, satu Mobil Honda Freed, dan sebuah Sepeda Motor Yamaha, di mana total kerugian korban mencapai Rp. 10,1 Miliar<sup>10</sup>

Fakta di atas menunjukkan bahwa jual-beli melalui secara *online* dengan menggunakan facebook cukup rawan terjadinya penipuan, tentunya ini terjadi karena aktivitas jual-beli *online* tidak ada aktivitas pertemuan secara langsung dan kadang di antara para pihak tidak saling mengenal, sehingga hal ini rawan terjadinya penipuan, selain itu dalam melakukan transaksi jual-beli secara *online* juga tidak terpenuhi syarat sahnya perjanjian jual-beli sebagaimana di jelaskan

---

<sup>10</sup>Dewi Setyowati, Candra Pratama Putra, and Ramdhan Dwi Saputro, "Perlindungan Hukum Pada Tindak Pidana E-Commerce, Perspektif Hukum 18, no. 2 (2019): 215–46, <https://doi.org/10.30649/phj.v18i2.160>, hlm. 220..

dalam Pasal 1320 KUHPerdara menjelaskan bahwa syarat sahnya perjanjian, yaitu kesepakatan, kecakapan, suatu pokok persoalan tertentu, dan suatu sebab yang tidak terlarang. Sehingga jika merujuk pada Pasal 1320 KUHPerdara maka seandainya salah satu pihak melanggarnya, tentu akan muncul konsekuensi hukum adalah perjanjian dapat dimohonkan pembatalan dan batal demi hukum, selain konsekuensi hukum perdata di atas juga berdampak pada konsekuensi hukum pidana penipuan.

Pasal 19 UU ITE menyatakan bahwa para pihak yang melakukan transaksi elektronik harus menggunakan sistem elektronik yang disepakati. Jadi sebelum melakukan transaksi elektronik, maka para pihak menyepakati sistem elektronik yang akan digunakan untuk melakukan transaksi, kecuali ditentukan lain oleh para pihak, transaksi elektronik terjadi pada saat penawaran transaksi yang dikirim pengirim telah diterima dan disetujui oleh penerima sebagai mana yang ditentukan dalam Pasal 20 ayat (1) UU ITE.

Aktivitas transaksi elektronik baru terjadi jika adanya penawaran yang dikirimkan kepada penerima dan adanya persetujuan untuk menerima penawaran setelah penawaran diterima secara elektronik. Pasal 20 ayat (2) UU ITE disebutkan persetujuan atas penawaran transaksi elektronik harus dilakukan dengan pernyataan penerimaan secara elektronik.

Oleh karena itu, dalam rangka menciptakan aktivitas jual-beli yang sehat bagi konsumen dalam melakukan transaksi perdagangan melalui facebook, maka perlu diupayakan suatu bentuk pengaturan hukum yang baru sekaligus memadai yang



mampu mengatur segala aktivitasnya sehingga konsumen merasa terlindungi.<sup>11</sup> Oleh karena itu perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual-beli *online* melalui facebook dianggap penting, hal ini bertujuan agar para konsumen jual-beli *online* melalui facebook tidak selalu menjadi korban serta berada di posisi yang lemah atau selalu dirugikan oleh pelaku usaha yang menjual produk di akun facebook yang sering menghalalkan berbagai cara untuk mendapatkan keuntungan yang besar didalam menjual barang.

Perlindungan konsumen di Indonesia telah diatur dalam berbagai regulasi mulai dari UUPK, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang selanjutnya disebut dengan UUIITE serta Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Ketiga undang-undang ini diharapkan dapat menjamin kepastian hukum terhadap konsumen dalam bertransaksi jual-beli *online* melalui facebook.

UUPK yang di dalamnya ada aturan mengenai hak-hak konsumen. Dalam setiap transaksi atau penggunaan suatu produk barang dan jasa tertentu, pelaku usaha harus menjamin semua hak konsumen terpenuhi. Dalam Pasal 17 UUPK juga diatur tentang larangan pelaku usaha memproduksi iklan yang mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa. Pelaku usaha juga dilarang mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa, serta pelaku usaha dilarang memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa.

---

<sup>11</sup>Elisatris Gultom. *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce, Dalam Cyber law : Suatu Pengantar*, Bandung: Elips, 2012, hlm. 55.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan mengambil berjudul: “**Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual-beli Secara *Online* Melalui Facebook**”

## **B. Rumusan Masalah dan Ruang Lingkup Penelitian**

### **1. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, ditetapkanlah perumusan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimanakah perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual-beli secara *online* melalui facebook?
- b. Upaya hukum apa yang dapat dilakukan oleh konsumen yang mengalami kerugian akibat dari transaksi jual-beli secara *online* melalui facebook?

### **2. Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup dalam penelitian ini dibatasi pada kajian ilmu hukum perdata dengan objek perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual-beli secara *online* melalui facebook, sedangkan lingkup pengambilan data penelitian diperoleh pada tahun 2021. Agar tidak ada penyimpangan dari judul skripsi ini, maka peneliti membatasi ruang lingkup penelitian hanya terbatas pada hukum perdata, khususnya meliputi:

- a. Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual-beli secara *online* melalui facebook .
- b. Upaya hukum yang dapat dilakukan oleh konsumen yang mengalami kerugian akibat dari transaksi jual-beli secara *online* melalui facebook.

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan dalam permasalahan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual-beli secara *online* melalui facebook
2. Untuk mengetahui upaya hukum yang dapat dilakukan oleh konsumen yang mengalami kerugian akibat dari transaksi jual-beli secara *online* melalui facebook.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan, baik secara teoritis maupun secara praktis, antara lain sebagai berikut:

1. Secara teoritis
  - a. Mengembangkan ilmu pengetahuan dalam bidang hukum terutama dalam hukum keperdataan, khususnya perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual-beli secara *online* melalui facebook
  - b. Untuk memperkaya literatur yang telah ada, berkaitan dengan perlindungan hukum secara umum, dan transaksi jual-beli secara *online* melalui facebook secara khusus.

2. Secara Praktis

Bagi masyarakat luas, dapat dijadikan pertimbangan untuk masyarakat mengetahui bagaimana bentuk perlindungan hukum dan upaya hukum yang bisa dilakukan oleh konsumen yang merasa di rugikan akibat adanya transaksi jual-beli secara *online*, sehingga memberikan penanganan terhadap masalah tersebut.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### A. Tinjauan Tentang Perlindungan Hukum

#### 1. Pengertian Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum atau dengan kata lain perlindungan hukum adalah berbagai upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun.<sup>12</sup>

Menurut Setiono,<sup>13</sup> perlindungan hukum adalah tindakan atau upaya untuk melindungi masyarakat dari perbuatan sewenang-wenang oleh penguasa yang tidak sesuai dengan aturan hukum, untuk mewujudkan ketertiban dan ketentraman sehingga memungkinkan manusia untuk menikmati martabatnya sebagai manusia. Sedangkan menurut Muchsin,<sup>14</sup> perlindungan hukum merupakan kegiatan untuk melindungi individu dengan menyasikan hubungan nilai-nilai atau kaidah-kaidah yang menjelma dalam sikap dan

---

<sup>12</sup>Satjipto Raharjo. *Ilmu Hukum*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2010, hlm.74

<sup>13</sup>Setiono. *Rule of Law (Supremasi Hukum)*. Surakarta: Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret, hlm. 3

<sup>14</sup>Muchsin. *Perlindungan dan Kepastian Hukum bagi Investor di Indonesia*. Surakarta: Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret, 2013, hlm. 14.

tindakan dalam menciptakan adanya ketertiban dalam pergaulan hidup antar sesama manusia.

## **2. Bentuk Perlindungan Hukum**

Perlindungan hukum adalah suatu hal yang melindungi subyek-subyek hukum melalui peraturan perundang-undangan yang berlaku dan dipaksakan pelaksanaannya dengan suatu sanksi. Perlindungan hukum dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

- a. Perlindungan hukum preventif, merupakan suatu perlindungan yang diberikan oleh pemerintah dengan tujuan untuk mencegah sebelum terjadinya pelanggaran. Hal ini terdapat dalam peraturan perundang-undangan dengan tujuan untuk mencegah suatu pelanggaran serta memberikan rambu-rambu atau batasan-batasan dalam melakukan suatu kewajiban
- b. Perlindungan hukum represif, perlindungan hukum represif merupakan perlindungan akhir berupa sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan yang diberikan jika hal tersebut sudah terjadi adanya sengketa atau telah dilakukan suatu pelanggaran.<sup>15</sup> Bentuk perlindungan hukum yang bersifat represif ini mengarah pada perlindungan hukum yang berkaitan erat dengan penyelesaian sengketa. Perlindungan hukum secara represif sama dengan penegakan hukum, hal ini karena proses dalam penyelesaian sengketa sampai pada tahap di pengadilan merupakan bagian dari penegakan hukum.

---

<sup>15</sup> *Ibid*, hlm,20

Pendapat lain juga dijelaskan oleh Moh. Kusnardi dan Harmaily Ibrahim bentuk-bentuk perlindungan hukum adalah sebagai berikut:

a. Perlindungan hukum preventif

Pada perlindungan hukum preventif ini, subyek dalam hukum diberikan kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif. Tujuannya adalah mencegah terjadinya sengketa. Perlindungan hukum preventif berpengaruh besar terhadap tindak pemerintahan yang didasarkan pada kebebasan bertindak karena dengan adanya perlindungan hukum preventif ini, maka pemerintah terdorong untuk bersifat hati-hati dalam mengambil keputusan yang didasarkan pada diskresi. Di Indonesia sendiri belum ada suatu peraturan khusus mengenai bagaimana perlindungan hukum preventif

b. Perlindungan hukum represif

Perlindungan hukum represif bertujuan untuk kaitannya dengan menyelesaikan sengketa. Penanganan perlindungan hukum oleh Pengadilan Umum maupun oleh Peradilan Administrasi di Indonesia termasuk dalam kategori perlindungan hukum ini. Prinsip perlindungan hukum terhadap tindakan pemerintah bertumpu juga bersumber dari suatu konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup>Moh. Kusnardi dan Harmaily Ibrahim. *Hukum Tata Negara Indonesia*. Jakarta: Sinar Bakti, 2008, hlm.102

## B. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen

### 1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Az. Nasution mendefinisikan perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur hubungan antara penjual dan pembeli dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen.<sup>17</sup> Menurut Pasal 1 angka 1 UUPK perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.<sup>18</sup>

Hukum perlindungan konsumen dewasa ini mendapat cukup luas perhatian karena menyangkut aturan-aturan guna mensejahterakan masyarakat. Bukan saja masyarakat selaku konsumen saja yang mendapatkan perlindungan, namun pelaku usaha juga mendapatkan perlindungan, masing-masing ada hak dan kewajiban. Pemerintah berperan melakukan kontrol dengan melakukan pengawasan dan pengaturan sehingga tercipta sistem yang kondusif saling berkaitan satu dengan yang lainnya dengan demikian tujuan untuk mensejahterakan masyarakat secara luas dapat tercapai.<sup>19</sup>

Perlindungan konsumen dapat dilakukan melalui berbagai cara, salah satu di antaranya adalah perlindungan oleh hukum (*protection by law*). Pemahaman tentang arti dan konsep perlindungan hukum dirasakan semakin penting seiring dengan lahirnya UUPK. Ada asas-asas tertentu dalam UUPK dimana asas-asas

---

<sup>17</sup>Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Jakarta: Diadit Media, 2012, hlm. 22

<sup>18</sup>Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013, hlm. 21

<sup>19</sup>Wahyu Sasongko. *Ketentuan-Ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandar Lampung: Universtas Lampung, 2007, hlm.19,

UUPK dapat terdiri atas dua macam, yaitu asas umum dan asas khusus, termasuk asas-asas perundang-undangan. Asas-asas hukum berkenaan dengan daya berlakunya UUPK tunduk pada asas-asas perundang-undangan sebagai asas-asas hukum yang berlaku umum (*general principles of law*). Asas-asas yang diatur dalam UUPK banyak mengadopsi asas-asas pembangunan nasional. Hal ini dapat dimaklumi, karena konsep rancangan UUPK disusun pada masa pembangunan nasional sedang gencar dilaksanakan melalui pembangunan lima tahun (Pelita).<sup>20</sup>

Tujuan perlindungan konsumen dapat dilihat dari berbagai aspek seperti aspek-aspek subyek, obyek, dan transaksi yang terjadi antara konsumen dan pelaku usaha serta pihak-pihak lain. Dapat juga ditinjau dari aspek pencapaian tujuan secara bertahap dan berkelanjutan (*sustainable*). Dengan demikian, perlindungan konsumen dapat menyentuh segenap kepentingan dan lapisan konsumen. Terbitnya UUPK menunjukkan bahwa keberadaan hukum perlindungan konsumen dalam tata hukum nasional tidak diragukan lagi. Kedudukan hukum perlindungan konsumen diakui sebagai cabang hukum tersendiri dari hukum ekonomi, karena konsumen adalah subyek dalam aktivitas perekonomian. Oleh karena itu, perilaku konsumen menjadi obyek studi tidak hanya bagi ilmu ekonomi melainkan juga ilmu hukum.<sup>21</sup>

Hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur, dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen. Adapun hukum konsumen diartikan sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah-

---

<sup>20</sup>*Ibid*, hlm.29

<sup>21</sup>*Ibid*, hlm.29



kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan/atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup.<sup>22</sup> Perlindungan terhadap konsumen sangatlah penting, mengingat makin lajunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktifitas dan efisiensi produsen atas barang dan/atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha. Dalam rangka mengejar dan mencapai kedua hal tersebut, baik langsung atau tidak langsung maka konsumenlah yang pada umumnya merasakan dampaknya.<sup>23</sup>

Pengaturan perlindungan konsumen dilakukan dengan:

- a. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses dan informasi, serta menjamin kepastian hukum
- b. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha
- c. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa.<sup>24</sup>

## **2. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen**

Asas hukum menurut Paul Scholten adalah kecenderungan yang memberikan suatu penilaian susila atau memberikan suatu penilaian yang bersifat etis terhadap hukum. Begitu pula menurut H.J. Hommes, asas hukum bukanlah norma hukum yang konkrit, melainkan sebagai dasar umum atau petunjuk bagi hukum yang berlaku. Mirip dengan pendapat itu, menurut Satjipto Rahardjo

---

<sup>22</sup>Shidarta. *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*, Jakarta: PT Grasindo, 2016, hlm.9

<sup>23</sup>Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung, Mandar Maju, 2010, hlm.23

<sup>24</sup>Erman Rajagukguk, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Mandar Maju, 2010, hlm.7

asas hukum mengandung tuntutan etis, merupakan jembatan antara peraturan dan cita-cita sosial dan pandangan etis masyarakat.<sup>25</sup>

Asas perlindungan konsumen dalam Pasal 2 UUPK Nomor 8 Tahun 1999, yaitu:

- a. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- b. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
- c. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual.
- d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/jasa yang dikonsumsi dan digunakan.
- e. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Asas-asas atau prinsip-prinsip dalam UUPK, dapat dikualifikasi sebagai asas umum. Karena memuat rumusan yang bersifat umum yang juga dapat diterapkan dalam peraturan perundang-undangan lain. Selain dari asas-asas dalam UUPK, masih ada asas umum yang lain berkenaan dengan perundang-undangan, antara lain yaitu:

- a. Asas *lex superior derogat lege inferiori*, yaitu peraturan yang lebih tinggi tingkatan atau hirarkhinya akan didahulukan berlakunya daripada peraturan yang lebih rendah. Dalam asas ini juga berlaku bahwa peraturan yang lebih rendah tingkatannya tidak boleh bertentangan dengan peraturan yang berada di atas atau lebih tinggi tingkatan atau hirarkhinya. Misal, kedudukan UUD 1945 lebih tinggi daripada UUPK, maka UUPK tidak boleh bertentangan dengan UUD 1945.

---

<sup>25</sup> Wahyu Sasongko. *Op., Cit*, hlm.37

- b. Asas/*lex specialis derogat lege generali*, yaitu UU yang bersifat khusus didahulukan berlakunya daripada UU yang bersifat umum. Asas ini berlaku terhadap peraturan perundang-undangan yang setingkat atau setara. Misal, antara UUPK dan UU Perbankan, maka ketentuan UUPK akan didahulukan berlakunya berkenaan dengan perlindungan konsumen
- c. Asas *lex posterior derogat lege priori*, yaitu UU yang lebih baru atau yang terbit kemudian, didahulukan berlakunya daripada UU yang terdahulu atau terbit lebih dahulu
- d. Asas/*lex neminem cogit ad impossibilia*, yaitu UU tidak memaksa seseorang untuk melakukan sesuatu yang tidak mungkin dilakukan atau sering disebut dengan asas kepatutan atau *bilijkheid*
- e. Asas/*lex perfecta*, yaitu UU tidak saja melarang suatu tindakan tetapi juga menyatakan tindakan terlarang itu batal
- f. Asas *non retroqctive*, yaitu UU tidak dimaksudkan untuk berlaku *surut* (*statutes are not intended to have retroactive effect*) karena akan menimbulkan ketidakpastian hukum. Asas ini diatur dalam Pasal 2 *Algemene Bepalingen van lYetgeving voor Indonesie (AB)*, yaitu: *De wet verbindt qlleen voor het toekomstende en heeft geene terugwerkende kracht* (Undang-undang hanya berlaku untuk waktu kemudian dan tidak berlaku surut)
- g. Asas keseimbangan kepentingan (*balancing of interests*), yaitu keseimbangan antara kepentingan pribadi dan kepentingan umum
- h. Asas perjanjian tidak dapat mengesampingkan undang-undang tentang kepentingan umum. Rumusnya secara lengkap: *Door geene handelingen of overeenkomsten kan aan de wetten, die op de publieke orde of de goede zeden betrekking hebben, hqre kracht ontnomenworden* (UU yang ada sangkut-pautnya dengan ketertiban umum atau tata susila yang baik, tidak dapat dihilangkan kekuatan hukumnya dengan tindakan atau persetujuan). Asas ini diatur dalam Pasal23 AB
- i. Asas kesamaan di depan hukum (*equality before the law*), yaitu setiap orang di depan hukum harus diperlakukan dan diberi kedudukan yang sama (setara) dan tidak boleh dibedakan (*non discriminative*) berdasarkan suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA). Asas ini juga menjadi hak dasar atau hak asasi manusia, sebagaimana diatur dalam Pasal 3 UU No. 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia.<sup>26</sup>

Perlindungan konsumen merupakan tujuan dan sekaligus usaha yang akan dicapai atau keadaan yang akan diwujudkan. oleh karena itu, tujuan perlindungan konsumen perlu dirancang dan dibangun secara berencana dan dipersiapkan sejak dini. Tujuan perlindungan konsumen meliputi atau

---

<sup>26</sup>Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Peerlindungan Konsumen*, Jakarta: Grafindo Persada, 2015, hlm. 25-26

mencakup aktivitas-aktivitas penciptaan dan penyelenggaraan sistem perlindungan konsumen. perlindungan konsumen bertujuan untuk:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.<sup>27</sup>

Perlindungan konsumen merupakan tujuan dari usaha yang akan dicapai atau keadaan yang akan diwujudkan. Oleh karena itu, tujuan perlindungan konsumen perlu dirancang dan dibangun secara berencana dan dipersiapkan sejak dini. Tujuan perlindungan konsumen mencakup aktivitas-aktivitas penciptaan dan penyelenggaraan sistem perlindungan konsumen. Tujuan perlindungan konsumen disusun secara bertahap, mulai dari penyadaran hingga pemberdayaan. Pencapaian tujuan perlindungan konsumen tidak harus melalui tahapan berdasarkan susunan tersebut, tetapi dengan melihat urgensinya. Misal, tujuan meningkatkan kualitas barang, pencapaiannya tidak harus menunggu tujuan pertama tercapai adalah meningkatkan kesadaran konsumen. Idealnya, pencapaian tujuan perlindungan konsumen dilakukan secara serempak.<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup>*Ibid*, hlm.34

<sup>28</sup>Wahyu Sasongko. *Op., Cit*, hlm. 40-41.

### 3. Pengertian Konsumen

Konsumen sebagai istilah yang sering dipergunakan dalam percakapan sehari-hari, merupakan istilah yang perlu untuk diberikan batasan pengertian agar dapat mempermudah pembahasan tentang perlindungan konsumen. Berbagai pengertian tentang “konsumen” yang dikemukakan baik dalam UUPK.<sup>29</sup> Menurut Pasal 1 angka (2) UUPK menjelaskan bahwa konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Sedangkan jika di lihat secara etimologi istilah konsumen berasal dari alih bahasa dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda). Pengertian dari *consumer* atau *consument* itu tergantung dalam posisi mana ia berada. Secara harfiah arti kata *consumer* adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang. Tujuan penggunaan barang atau jasa nanti menentukan termasuk konsumen kelompok mana pengguna tersebut. Begitu pula Kamus Bahasa Inggris-Indonesia memberi arti kata *consumer* sebagai pemakai atau konsumen.<sup>30</sup> Mirip dengan arti konsumen di atas konsumen mengartikan konsumen adalah setiap pengguna barang atau jasa untuk kebutuhan diri sendiri, keluarga atau rumah tangga, dan tidak untuk memproduksi barang/jasa lain atau memperdagangkannya kembali.<sup>31</sup>

---

<sup>29</sup>Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, sinar grafik, Jakarta, 2018, hlm. 27.

<sup>30</sup>Az. Nasution. *Op., Cit*, hlm. 3.

<sup>31</sup>Wahyu Sasongko. *Op., Cit*, hlm.54

Menurut Hondius, para ahli hukum pada umumnya sepakat mengartikan konsumen sebagai pemakai produksi terakhir dari benda dan jasa. Dengan rumusan itu, Hondius ingin membedakan antara konsumen bukan pemakai terakhir (konsumen antara) dan konsumen pemakai terakhir. Untuk menghindari kerancuan pemakaian istilah konsumen yang mengaburkan dari maksud yang sesungguhnya, pengertian konsumen dapat terdiri dari tiga pengertian, yaitu:<sup>32</sup>

- a. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk tujuan tertentu
- b. Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk diperdagangkan/komersial
- c. Konsumen akhir adalah setiap orang alami (*naturlijke persoon*) yang mendapatkan barang dan/atau jasa, yang digunakan untuk kebutuhan hidup pribadinya, dan keluarganya dan/atau rumah tangganya dan tidak untuk diperdagangkan kembali.

Lebih jelas dalam Pasal 1 butir 2 UUPK Nomor 8 Tahun 1999 dan Pasal 1 butir 2 Kepmenperindag Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 menyebutkan setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lainnya dan tidak untuk diperdagangkan.

Untuk lebih memahami konsumen dalam pengertiannya berikut ini disampaikan unsur-unsur konsumen dalam Pasal 1 angka 2 UUPK:

---

<sup>32</sup> Shidarta. *Op. Cit*, hlm.3

- a. Setiap Orang  
Subjek yang disebut sebagai konsumen berarti setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/atau jasa. Istilah “orang” sebetulnya menimbulkan keraguan, apakah hanya individu yang lazim disebut *natuurlijke person* atau termasuk juga badan hukum (*recht person*)
- b. Pemakai  
Sesuai dengan bunyi Pasal 1 angka (2) UUPK, kata “pemakai” menekankan, konsumen adalah konsumen akhir (*ultimate consumer*)
- c. Istilah “pemakai” dalam hal ini tepat digunakan dalam ketentuan rumusan tersebut, sekaligus menunjukkan, barang dan/atau yang dipakai tidak serta merta hasil dari transaksi jual-beli.
- d. Barang dan/atau Jasa  
Saat ini penggunaan istilah produk sudah berkonotasi pada pengertian barang atau jasa. Dalam dunia perbankan istilah pruduk digunakan juga untuk menamakan jenis-jenis layanan perbankan. Barang dalam UUPK adalah setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, bergerak maupun tidak bergerak dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, dan atau dimanfaatkan oleh konsumen
- e. Barang dan/atau jasa tersedia dalam masyarakat  
Barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat harus tersedia dipasaran
- f. Bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, makhluk hidup lain  
Unsur yang diletakkan dalam defenisi itu mencoba memperluas pengertian kepentingan. Kepentingan ini tidak sekedar tidak hanya ditujukan untuk keluarga, tetapi juga barang dan/atau jasa itu diperuntukan bagi orang lain, dan bahkan untuk makhluk hidup lainnya
- g. Barang dan/atau Jasa itu tidak untuk diperdagangkan  
Pengertian konsumen dalam UUPK ini dipertegas yakni konsumen akhir. Batasan ini sudah dipakai di berbagai negara.

#### 4. Hak Konsumen

Hukum perlindungan merupakan cabang hukum yang baru, namun bercorak universal. Sebagian perangkatnya diwarnai hukum asing. Perkembangan hukum konsumen di dunia bermula dari adanya gerakan perlindungan konsumen (*consumers movement*) di Amerika Serikat. Pada tahun 1898 di Amerika dibentuk Liga Konsumen Nasional (*the national consumer's league*)

dan kemudia pada 1914 dibentuk komisi yang bergerak dibidang konsumen yaitu *Federal Trade Commission*.<sup>33</sup>

Di Indonesia perlindungan terhadap hak-hak konsumen baru mulai terdengar pada tahun 1970an yang ditandai dengan lahirnya Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) bulan Mei 1973. Setelah itu, suara-suara untuk memberdayakan konsumen semakin gencar, baik mulai ceramah-ceramah, seminar-seminar, tulisan dimedia massa dan kemudian puncaknya pada tahun 1998 lahirlah UUPK.<sup>34</sup>

Hubungan hukum menimbulkan akibat hukum berupa hak dan kewajiban. Demikian juga dengan hubungan antara konsumen dan pelaku usaha. Hak-hak konsumen yang diatur dalam UUPK bersifat terbuka, artinya selain ada hak-hak konsumen yang diatur dalam UUPK, dimungkinkan diakuinya hak-hak konsumen lainnya yang tidak diatur dalam UUPK tetapi diatur dalam peraturan perundang-undangan lain di sektor tertentu. Hal ini merupakan konsekuensi logis dari status UUPK sebagai ketentuan payung (*umbrella rule*). Dengan demikian, hak-hak konsumen dapat juga ditemukan dalam UU Perbankan yang mengatur hubungan hukum antara pihak bank dan nasabah atau konsumen pengguna jasa perbankan. Begitu juga dengan pasien sebagai pengguna jasa kesehatan yang diatur dalam UU Kesehatan dapat dikualifikasi sebagai konsumen. Adapun hak-hak konsumen, yaitu:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Hak ini memiliki cakupan yang luas. Konsumen sebagai pemilik atau pengguna barang dan/ataujasa tidak boleh diganggu

---

<sup>33</sup>Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani. *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2013, hlm. 12-13

<sup>34</sup>*Ibid.* hlm. 17-18



dalam menikmati haknya. Arti terganggu mencakup dari tuntutan hak pihak lain atau atas bahaya dari zat-zat tertentu atau yang melampaui ambang batas tertentu yang ditoleransi sesuai dengan izinnnya

- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Untuk melaksanakan hak ini, sudah sepantasnya konsumen diberi waktu yang cukup untuk menentukan pilihannya. Hak ini relevan dengan metode dan cara pemasaran produk yang dilakukan dengan peragaan (*demonstration*) secara terbatas
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa. Konsumen informasi ini dapat mendidik konsumen untuk waspada atas informasi yang diungkapkan pada kemasan atau label yang dilekatkan pada barang
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan. Hak ini dapat dianggap sebagai realisasi atau turunan dari hak untuk menyampaikan pendapat dalam hak asasi manusia dikenal dengan *right to expression*
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut. Hak ini pun dimasukkan ke dalam hak asasi manusia
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen. Hak ini menjadi akses bagi pemerintah untuk terlibat dalam perlindungan konsumen
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif. Hak ini juga menjadi bagian dari hak asasi manusia
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Hak ini merupakan risiko yang dipikul oleh pelaku usaha;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya. Konsekuensi yuridis dari UUPK sebagai *the umbrella rule* dalam sistem pengaturan perlindungan konsumen.<sup>35</sup>

Presiden John F. Kenedy mengemukakan ada empat hak konsumen yang harus dilindungi yaitu:<sup>36</sup>

- a. Hak memperoleh keamanan  
Aspek ini ditujukan pada perlindungan konsumen dari pemasaran barang dan/atau jasa yang membahayakan keselamatan konsumen. Pada posisi ini, intervensi, tanggung jawab pemerintah dalam rangka menjamin keselamatan dan keamanan konsumen sangat penting.
- b. Hak Memilih  
Bagi konsumen, hak memilih merupakan hak prerogatif konsumen apakah ia akan kembali membeli atau tidak membeli suatu barang dan/atau jasa.

<sup>35</sup> Wahyu Sasongko. *Op., Cit*, hlm.62-63

<sup>36</sup> Zulham. *Op., Cit*, hlm. 45.

Oleh karena itu, tanpa ditunjang oleh hak untuk mendapatkan informasi yang jujur, tingkat pendidikan yang patut, dan penghasilan yang memadai, maka hak ini tidak akan banyak artinya.

c. Hak mendapatkan informasi

Hak ini mempunyai arti yang sangat fundamental bagi konsumen bila dilihat dari sudut kepentingan dan kehidupan ekonominya. Setiap keterangan mengenai suatu barang yang akan dibelinya atau akan mengikat dirinya, haruslah diberikan selengkap mungkin dan dengan penuh kejujuran.

d. Hak untuk didengar

Hak ini dimaksudkan untuk menjamin konsumen bahwa kepentingannya harus diperhatikan dan tercermin dalam kebijaksanaan pemerintah, termasuk turut didengar dalam pembentukan kebijaksanaan tersebut. Selain itu, konsumen juga harus didengar setiap keluhnya dan harapannya dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dipasarkan oleh produsen atau pelaku usaha.

Selain hak-hak yang disampaikan John F. Kennedy diatas (didepan kongres pada tanggal 15 Maret 1962) ada penambahan empat hak dasar konsumen oleh Organisasi Konsumen Sedunia (*International Organisation of Consumer Union-IOCU*):<sup>37</sup>

a. Hak untuk memperoleh kebutuhan hidup

b. Hak untuk memperoleh ganti rugi

c. Hak untuk memperoleh pendidikan konsumen

d. Hak untuk memperoleh lingkungan hidup yang bersih dan sehat.

Empat hak dasar ini diakui secara internasional. Dalam perkembangannya organisasi-organisasi konsumen yang tergabung dalam *The International Organization of Consumer Union* (IOCU) menambahkan lagi beberapa hak, seperti hak mendapatkan pendidikan konsumen, hak mendapatkan ganti kerugian, dan hak mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat. Hak tersebut diatas merupakan hak yang sudah melekat bagi siapapun yang berkedudukan sebagai konsumen, sekaligus sebagai subjek. Dengan demikian

---

<sup>37</sup> Ahmadi Miru dan Sutarman Yudo. *Op., Cit.*, hlm. 39.

merupakan suatu kebebasan bagi konsumen untuk mempresentasikan hak-hak tersebut di dalam suatu wadah atau kelompok.

Sedangkan jika dilihat dari Pasal 4 UUPK, yang menjelaskan bahwa konsumen memiliki hak-hak yang harus dipenuhi, sebagai berikut:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

## **5. Kewajiban Konsumen**

Pasal 5 UUPK menyebutkan kewajiban konsumen diantaranya sebagai berikut:

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan, dan keselamatan. Kelalaian atas kewajiban ini dapat berisiko bagi konsumen terhadap penuntutan hak-haknya  
Adanya kewajiban membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan pelaku usaha pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan, merupakan suatu hal penting mendapat pengaturan. Selain itu adanya kewajiban konsumen membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati dengan pelaku usaha, adalah hal yang sudah biasa dan sudah semestinya demikian. Kewajiban lainnya yang perlu mendapat penjelasan lebih lanjut adalah suatu kewajiban mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Indikator adanya itikad baik dapat diketahui dari rangkaian tindakan atau

perbuatan yang dilakukan oleh konsumen, sehingga menjadi akibat terjadinya suatu peristiwa

Menyangkut suatu kewajiban konsumen untuk beritikad baik hanya pada saat transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Hal tersebut disebabkan karena bagi konsumen, kemungkinan untuk dapat merugikan pelaku usaha mulai pada saat melakukan transaksi dengan pelaku usaha. Berbeda dengan pelaku usaha kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang diproduksi oleh pelaku usaha

- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati. Kewajiban konsumen untuk membayar harus dipenuhi sesuai dengan kesepakatan, termasuk jumlah dan nilai tukar barang dengan uang serta cara-cara pembayarannya
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut. Penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan sesuai dengan syarat dan prosedur dalam UUPK. Kewajiban ini konsisten dengan asas kepastian hukum dalam perlindungan konsumen.<sup>38</sup>

Kewajiban ini dianggap sebagai hal baru, sebab sebelum diundangkannya UUPK hampir tidak dirasakan kewajiban secara khusus seperti ini dalam perkara perdata. Adanya kewajiban seperti ini dalam UUPK dianggap tepat untuk mengimbangi hak konsumen untuk mendapatkan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.<sup>39</sup>

## 6. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Hak pelaku usaha dalam UUPK meliputi lima aspek yang sesungguhnya merupakan hak-hak yang bersifat umum dan sudah menjadi standar. Hak-hak pelaku usaha, yaitu:

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Hak ini merupakan kebalikan dari kewajiban konsumen
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik. Hak ini bukan hanya bagi pelaku usaha, karena negara kita menganut sistem negara hukum, maka setiap orang berhak mendapat perlindungan hukum, termasuk pelaku usaha
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen. Hak untuk membela diri dibolehkan, asalkan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku

---

<sup>38</sup>Wahyu Sasongko. *Op., Cit*, hlm. 63

<sup>39</sup>Ahmadi Miru dan Sutarman Yudo. *Op., Cit*, hlm. 49

- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Sudah sepantasnya, jika memang tidak terbukti bersalah, nama baik atau reputasinya direhabilitasi
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya. Hak-hak pelaku usaha yang terdapat di luar UUPK juga berlaku, sebagai konsekuensi logis dari UUPK yang merupakan peraturan payung.<sup>40</sup>

Kewajiban pelaku usaha, meliputi pemenuhan hak-hak yang dimiliki oleh konsumen, ditambah dengan kewajiban lainnya yang pada dasarnya untuk melindungi kepentingan konsumen. Adapun kewajiban pelaku usaha, yaitu:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya. Kewajiban semacam ini juga berlaku bagi konsumen
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan. Kewajiban pelaku usaha ini merupakan timbal-balik dari hak konsumen
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif. UUPK memberikan ketentuan tegas tentang prinsip nondiskriminatif dalam perlakuan terhadap konsumen. Larangan bagi pelaku usaha untuk membeda-bedakan konsumen dalam memberikan pelayanan dan dilarang membeda-bedakan mutu pelayanan kepada konsumen;
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku. Sudah sepantasnya pelaku usaha diwajibkan untuk menjaga dan mempertahankan mutu atau kualitas produknya

---

<sup>40</sup> Wahyu Sasongko. *Op., Cit*, hlm. 64

- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan. Dalam Penjelasan otentik atas ketentuan ini dinyatakan bahwa yang dimaksud dengan barang dan/atau jasa tertentu adalah barang dan/atau jasa yang dapat diuji atau dicoba tanpa mengakibatkan kerusakan atau kerugian. Dengan demikian, jika dapat mengakibatkan kerusakan atau kerugian, maka atas kerusakan atau kerugian yang muncul akibat dari diuji atau dicoba akan dibebankan kepada siapa, karena transaksi pembelian belum terjadi. Jika hal ini terjadi, berarti barang dan/atau jasa tersebut dapat mengakibatkan kerusakan. Oleh karena itu, sejak awal seharusnya sudah dirundingkan tentang kondisinya apakah mudah rusak atau tidak, sehingga ada kejelasan tentang risiko yang dapat terjadi, termasuk siapa yang akan bertanggung jawab
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Kewajiban ini merupakan timbal-balik dari hak konsumen
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian. Ketidaksesuaian barang yang diterima oleh konsumen dengan yang diperjanjikan terjadi, jika konsumen dan pelaku usaha tidak dapat bertemu secara langsung, misal pembelian barang melalui internet. Selain

itu juga transaksi konsumen yang tidak sekaligus dengan penyerahan barang, misal pembelian barang dengan cara pesanan (*by order*).<sup>41</sup>

## C. Tinjauan tentang Jual-beli Secara *Online*

### 1. Pengertian Jual-beli

Jual-beli menurut KUHPerdara termasuk dalam Buku III tentang Perikatan. Perikatan oleh Buku III B.W itu, ialah: suatu hubungan hukum (mengenai kekayaan harta benda) antara dua orang yang memberi hak pada yang satu untuk menuntut barang sesuatu dari yang lainnya, sedangkan orang yang lainnya ini diwajibkan memenuhi tuntutan itu. Menegenai sumber-sumber perikatan, oleh undang-undang diterangkan, bahwa suatu perikatan dapat lahir dari suatu persetujuan (perjanjian) atau dari undang-undang. Perikatan yang lahir dari undang-undang dapat dibagi atas perikatan-perikatan yang lahir dari undang-undang saja dan yang lahir dari undang-undang karena suatu perbuatan orang yang belakangan ini, dapat dibagi atas perikatan-perikatan yang lahir dari suatu perbuatan yang diperbolehkan dan yang dari perbuatan yang berlawanan dengan hukum.<sup>42</sup>

Jual-beli menurut Pasal 1457 KUHPerdara adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan, (KUHPer. 499,1235 dst., 1332 dst., 1465., 1533.).<sup>43</sup> Perkataan jual-beli menunjukkan bahwa dari satu pihak perbuatan dinamakan menjual, sedangkan dari pihak yang lain dinamakan pembeli. Istilah yang mencakup dua perbuatan yang

---

<sup>41</sup> Ahmadi Miru dan Sutarman Yudo, *Op., Cit*, hlm. 73-74.

<sup>42</sup> Subekti, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, Jakarta:Intermasa, 2003, hlm.123

<sup>43</sup> Shidarta. *Op. Cit*, hlm. 13

bertimbal balik itu adalah sesuai dengan istilah Belanda “*koop en verkoop*” yang juga mengandung pengertian bahwa pihak yang satu “*verkoopt*” (menjual) sedang yang lainnya “*koopt*” (membeli). Dalam bahasa Inggris jual-beli hanya disebut dengan “*sale*” saja yang berarti “penjualan” (hanya dilihat dari sudutnya si pembeli), begitu pula dalam bahasa Perancis disebut hanya dengan “*vante*” yang juga berarti “penjualan”, sedangkan dalam bahasa Jerman dipakainya perkataan “*kauf*” yang berarti “pembelian”.<sup>44</sup>

Barang yang menjadi obyek perjanjian jual-beli harus cukup tertentu, setidaknya dapat ditentukan wujud dan jumlahnya pada saat ia akan diserahkan hak miliknya kepada si pembeli. Pasal 1460 KUHPerdara menyatakan Jika barang yang dijual itu berupa barang yang sudah ditentukan, maka sejak saat pembelian itu menjadi tanggungan si pembeli, meskipun penyerahan barangnya belum dilakukan, dan si penjual berhak menuntut harganya, (KUHPerdara. 1237, 1266, 1444, 1462, 1481, 1513).<sup>45</sup>

## **2. Pengertian Jual-beli Secara *Online***

Bisnis dengan teknologi Internet disebut sebagai *online* dan saat ini dalam pengertian bahasa Indonesia telah dikenal dengan istilah “Perniagaan Elektronik”. Aktivitas jual-beli secara *online* adalah suatu aktivitas perniagaan seperti layaknya perniagaan pada umumnya, hanya saja para pihak yang

---

<sup>44</sup> Salim. *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*, Jakarta, Sinar Grafika, 2008, hlm.48

<sup>45</sup> *Ibid*, hlm. 49



bertransaksi tidak bertemu secara fisik akan tetapi secara elektronik melalui media internet.<sup>46</sup>

Jual-beli *online* merupakan perjanjian melalui *online contract* yang pada prinsipnya sama dengan perjanjian pada umumnya. Perbedaannya hanya terletak pada media dalam membuat perjanjian tersebut. Walaupun dalam beberapa jenis *online contract* tertentu objek perikatannya hanya dapat diwujudkan dalam media elektronika, sebab objek perikatannya berupa muatan digital, seperti jasa untuk mengakses internet. Perjanjian jenis ini lebih sering menggunakan fasilitas EDI (*Electronic Data Interchange*), yaitu suatu mekanisme pertukaran data secara elektronik yang umumnya berupa informasi bisnis yang rutin di antara beberapa komputer dalam suatu susunan jaringan komputer yang dapat mengelolanya. Data tersebut dibentuk menggunakan aturan standar sehingga dapat dilaksanakan langsung oleh komputer penerima.<sup>47</sup>

Dalam jual-beli secara *online* seorang penjual memberikan penawaran terhadap suatu barang untuk dijual melalui media elektronik, yaitu Internet dengan memasukan penawaran tersebut dalam situs, baik yang ia kelola sendiri untuk melakukan perdagangan atau memasukannya dalam situs lain. Pembeli di sini dapat dengan leluasa memilih transaksi mana yang sesuai dengan yang ia cari. Dalam menjelajah situs dalam Internet, pembeli layaknya orang yang berbelanja secara konvensional dengan melihat etalase-etalase yang dipajang oleh tiap-tiap toko dan jika ia menemukan sesuatu yang ia cari maka ia dapat

---

<sup>46</sup> Budi Riswadi Agus. *Hukum dan Internet di Indonesia*, Yogyakarta: UII Press, 2013, hllm.29

<sup>47</sup> *Ibid*, hlm.52

melakukan transaksi dengan penjual yang memberikan penawaran dalam situs tersebut yang diandaikan layaknya toko konvensional.<sup>48</sup>

### 3. Syarat-Syarat Jual-Beli

Sebagaimana yang diuraikan dalam definisinya, dapat diketahui bahwa jual-beli merupakan salah satu bentuk dari perjanjian. Syarat-syarat sahnya suatu perjanjian tercantum pada Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dalam pasal 1320, yaitu sebagai berikut:

Supaya terjadi perjanjian yang sah, perlu dipenuhi empat syarat:

- 1) Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya
- 2) Kecakapan untuk membuat suatu perikatan
- 3) Suatu hal tertentu
- 4) Suatu sebab yang halal.<sup>49</sup>

Dua syarat yang pertama, dinamakan syarat-syarat subyektif, karena mengenai orang-orangnya atau subyeknya yang mengadakan perjanjian, sedangkan dua syarat terakhir dinamakan syarat-syarat obyektif karena mengenai perjanjiannya sendiri atau obyek dari perbuatan hukum yang dilakukan itu.

Dengan sepakat atau juga dinamakan perizinan, dimaksudkan bahwa kedua subyek yang mengadakan perjanjian itu harus bersepakat, setuju atau sekata-kata mengenai hal-hal yang pokok dari perjanjian yang diadakan itu. Orang yang membuat suatu perjanjian harus cakap menurut hukum. Pada dasarnya,

---

<sup>48</sup> *Ibid*, hlm.54

<sup>49</sup> Subekti dan Tjitrosudibio. *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, Jakarta: Bala Pustaka, 2012, hlm.171

setiap orang yang sudah dewasa atau akil baliq dan sehat pikirannya adalah cakap menurut hukum.<sup>50</sup>

Sebagai syarat yang ketiga disebutkan bahwa suatu perjanjian harus mengenai suatu hal tertentu, artinya apa yang diperjanjikan hak-hak dan kewajiban kedua belah pihak jika timbul suatu perselisihan. Barang yang dimaksudkan dalam perjanjian paling sedikit harus ditentukan jenisnya. Akhirnya oleh pasal 1320 KUH Perdata tersebut di atas, ditetapkan sebagai syarat keempat untuk suatu perjanjian yang sah adanya suatu sebab yang halal. Dengan sebab (bahasa Belanda *oorzaak*, bahasa Latin *causa*) ini dimaksudkan tiada lain pada isi perjanjian. Hukum pada dasarnya tidak menghiraukan apa yang berada dalam gagasan seorang atau apa yang dicita-citakan seorang, yang diperhatikan oleh hukum atau undang-undang hanyalah tindakan orang-orang dalam masyarakat. Jadi, yang dimaksud dengan sebab atau *causa* dari suatu perjanjian adalah isi perjanjian itu sendiri seperti halnya dalam perjanjian jual-beli isinya adalah pihak satu menghendaki uang.<sup>51</sup>

#### **D. Tinjauan tentang Facebook**

Facebook merupakan jejaring sosial atau sosial media yang memungkinkan para pengguna dapat menambahkan profil dengan foto, kontak, ataupun informasi. Penggunaanya dapat bergabung dalam komunitas untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan pengguna lainnya. Fitur yang ditawarkan facebook sebagai situs jejaring sosial atau media sosial membuat banyak orang

---

<sup>50</sup> Subekti. *Op., Cit*, hlm.17

<sup>51</sup> *Ibid*, hlm.19

menggunakannya.<sup>52</sup> Facebook adalah website jaringan sosial dimana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas seperti kota, kerja, sekolah, dan daerah untuk melakukan hubungan dan berinteraksi dengan orang lain. Orang juga dapat menambahkan teman-teman mereka, mengirim pesan, dan memperbarui profil pribadi agar orang lain dapat melihat tentang dirinya.<sup>53</sup>

Facebook merupakan situs jaringan sosial yang diminati oleh semua golongan masyarakat yaitu salah satunya pelajar (mahasiswa). Facebook dikalangan mahasiswa bukanlah hal yang asing lagi, bagi mereka facebook merupakan tren. Hal ini memunculkan gaya hidup baru bagi pengguna facebook khususnya dikalangan mahasiswa. Dimana, mereka yang memiliki facebook tidak ingin ketinggalan dari teman-temannya yang sudah menggunakan facebook, serta gengsi bila mereka dinilai ketinggalan zaman dan “tidak *up to date*” atau *gaptek* (gagap teknologi)” oleh teman-teman dilingkungan sekitarnya.

Berdasarkan uraian di atas dapat diketahui bahwa media sosial facebook adalah medium diinternet yang memungkinkan penggunanya bisa memperkenalkan atau mengeksplorasi dirinya maupun bekerjasama, berbagi, dan berkomunikasi dengan pengguna lain, serta dapat membentuk ikatan sosial secara virtual.

Pengguna facebook seringkali disebut *facebooker*. Mayoritas *facebooker* menggunakan facebook untuk terkoneksi dengan keluarga, relasi, dan teman-

---

<sup>52</sup> Ulfah Nur Aini Ningrum. *Pengaruh Tautan Berita Pada Facebook Terhadap Minat Membaca Beritanya (Studi Pada Buruh Pabrik PT Gajah Tunggal Tbk Tangerang)*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung, 2017, hlm. 3.

<sup>53</sup> Muhammad Hanafi. *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Motivasi Belajar Siswa FISIP Universitas Riau*, Jurnal: JOM FISIP Vol. 3 No. 2 – Oktober 2016, hlm. 3.

teman. Facebook menyebabkan jaringan relasi semakin luas karena penemuan-penemuan baru relasi senantiasa tercipta. Tidak hanya itu, facebook mampu membuka gerbang komunikasi sehingga kontak dapat terus dilakukan. Selain itu, facebook memiliki fasilitas *newsfeed* yang memudahkan *facebooker* mengakses informasi dengan terorganisasi dan pengingatnya seperti pemberitahuan aktivitas teman *facebooker* lain serta pesan-pesan layaknya e-mail cukup digemari banyak *facebooker*.<sup>54</sup>

Facebook dapat menjadi alternatif komunikasi yang digemari banyak orang. Terlebih lagi bagi orang yang memiliki kepribadian tertutup, pemalu, ataupun pendiam. Berkomunikasi melalui facebook, tidak perlu memperlihatkan diri secara fisik, misalnya saling bertatap muka. Apabila ingin menjalin pertemanan dengan *facebooker* lain, maka cukup meng-klik pada fasilitas menambah teman dan melakukan verifikasi. Facebook pun memiliki fitur dan konten yang sangat variatif dan inovatif (termasuk fitur games, survey, aplikasi, dan lainnya). Hal ini pula yang menjadikan facebook banyak diminati orang sehingga menjadi media jejaring sosial.<sup>55</sup>

Pada dasarnya facebook dibuat dengan niat baik dan benar-benar mengusung nilai-nilai pertemanan yang “kental”. Hal itu dapat dilihat pada fitur dan kemampuan seperti membuat pertemanan dan terus dapat berhubungan dengan teman-teman atau relasi, personal *whiteboards* atau umumnya disebut “*walls*”, membuat group, tergabung kedalamnya, *advertising parties/”events”*,

---

<sup>54</sup> Gunelius. S. *30-Minute Social Media Marketing*, United States: McGraw-Hill Companies, 2011, hlm.8

<sup>55</sup> Kapang, F. Y. *Planet Facebook 6 Jurus Menguasai Facebook*. Yogyakarta: Cemerlang Publishing, 2009, hlm. 72

mengirimkan pesan personal layaknya e-mail, saling *meng-upload* dan *sharing image, campus advertising*, dan membuat pernyataan status.<sup>56</sup>

Facebook memiliki berbagai kelebihan diantaranya sebagai berikut:

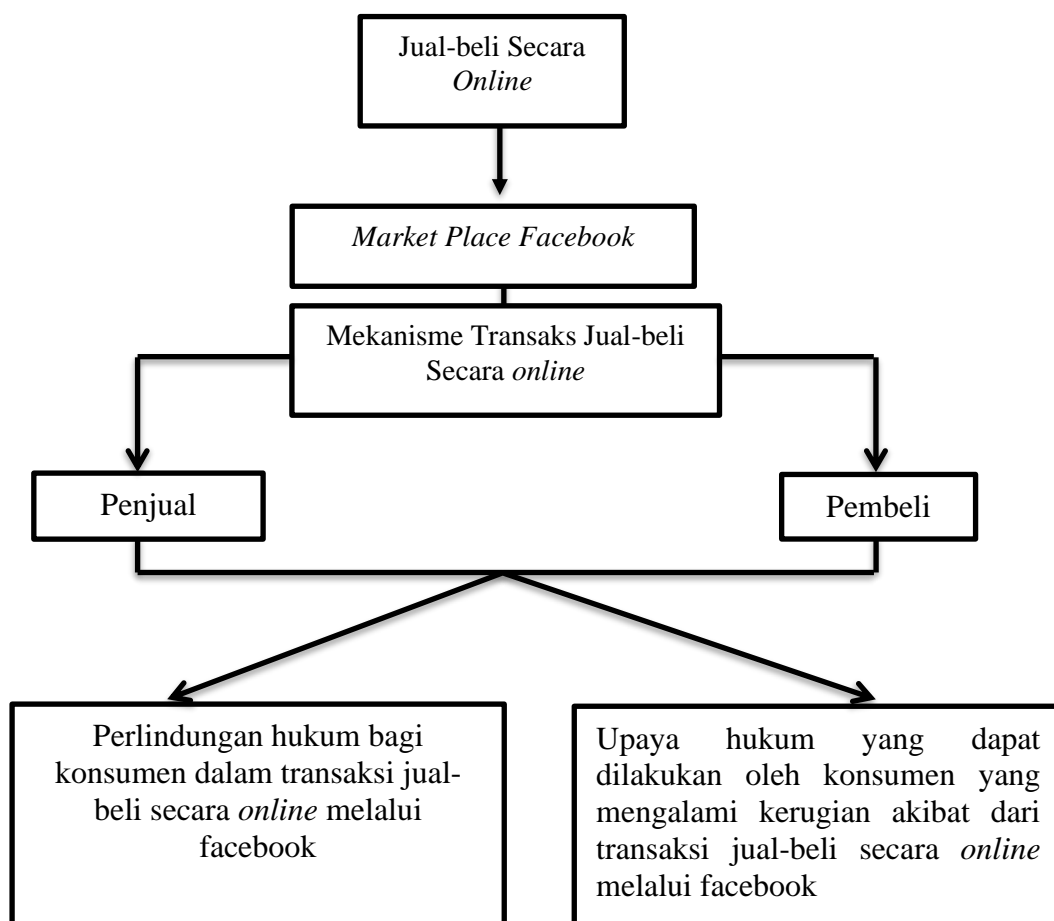
- a. Kemampuan membangun jaringan suatu kelompok lebih cepat dan informatif
- b. Layanan jaringan/*network* yang bisa disorting sesuai dengan posisi kita, dari start awal pembuatan *account* disesuaikan berdasarkan negara sehingga lebih mempermudah menemukan teman
- c. Layanan grup di facebook lebih terfokus, dimana membentuk suatu komunitas *online* seperti *testimonial wall to wall*, foto, forum diskusi dan lain sebagainya
- d. Layanan *selling*, artinya sebagai tempat menawarkan barang kepada user facebook.
- e. Layanan status *update*, kapan saja dan dimana saja yang terpenting dalam keadaan *online*
- f. Layanan *mobile access* yaitu layanan untuk *mobile* dengan *feature* untuk mengirim sebuah pesan/informasi
- g. Layanan *chat* (saling mengomentari dan menanggapi) informasi dengan pengguna facebook yang sedang *online*.
- h. Facebook memiliki keunggulan lain pula yakni, *clean layout*, yaitu *layout* yang sangat baik walaupun terdapat beberapa menu yang posisinya tidak

---

<sup>56</sup> *Ibid*, hllm.75

mudah ditemukan. Disamping itu, facebook mengalami evolusi tampilan dengan selalu melakukan *make over* hampir di setiap tahunnya.<sup>57</sup>

### E. Kerangka Pemikiran



**Gambar 1. Kerangka Pemikiran**

Jual-beli secara *online* dapat mengefektifkan dan mengefisiensikan waktu sehingga seseorang dapat melakukan transaksi jual-beli melalui internet ini dilakukan tanpa ada tatap muka antara para pihaknya, mereka mendasarkan transaksi jual-beli tersebut atas rasa kepercayaan satu sama lain. Kegiatan jual-beli secara *online* tidak hanya dilakukan melalui perusahaan-perusahaan *startup* namun juga dilakukan melalui media sosial.

<sup>57</sup> *Ibid*, hllm.82

Media sosial yang sering digunakan untuk melakukan jual-beli secara *online* adalah Facebook, hal itu dikarenakan Facebook memiliki fitur *market place* yang bisa dimanfaatkan oleh pengguna untuk melakukan jual-beli secara *online*. Oleh karena itu fitur *market place* Facebook banyak diminati oleh para pengguna Facebook, dengan adanya fitur tersebut pengguna Facebook lebih praktis dan lebih mudah untuk mencari barang yang di inginkan serta pembeli juga dapat membandingkan harga antara barang yang ada di *online shop satu* dengan *online shop* yang lain.

Sedangkan dalam proses transaksi juga lebih fleksibel dimana proses transaksi antara penjual dan pembeli bisa dilakukan sesuai dengan kesepakatan namun yang paling sering dilakukan adalah melalui transfer antar bank ataupun sistem pembayaran digital lainnya. Meningkatnya transaksi jual-beli *online* melalui facebook maka perlu adanya kepastian hukum untuk menjamin perlindungan hukum baik untuk konsumen maupun untuk penjual atau pelaku usaha.

Masalah perlindungan konsumen di Indonesia sudah di atur dalam UUPK sedangkan dalam transaksi elektronik atau secara *online* sudah di atur dalam UUIITE, secara sederhana dapat di jelaskan bahwa dalam BAB I UUPK mengenai ketentuan umum perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Pasal 2 UUPK menyebutkan bahwa perlindungan konsumen berasaskan manfaat keadilan serta keseimbangan dan keselamatan kosumen serta kepastian hukum. Kemudian Pasal 3 UUPK juga menjelaskan bahwa perlindungan kosumen bertujuan:



1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha
6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Berdasarkan hal tersebut maka apabila konsumen mengalami kerugian yang diakibatkan oleh jual-beli secara *online* maka konsumen bisa melakukan upaya hukum sesuai dengan apa yang menjadi keinginan konsumen. Upaya hukum yang bisa dilakukan oleh konsumen jika mengalami kerugian adalah melalui jalur mediasi atau jalur damai yang dibantu oleh lembaga arbitrase ataupun melalui instansi terkait hal itu dikarenakan jalur mediasi atau jalur damai dapat dilakukan dengan mudah, cepat dan murah namun apabila tidak terjadi kesepakatan antara penjual dengan pembeli maka konsumen dapat melakukan gugatan ganti rugi yang bisa disengketakan melalui jalur pengadilan.

### III. METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian normatif empiris, penelitian hukum normatif yaitu penelitian hukum yang mengkaji hukum tertulis dari aspek teori, sejarah, filosofi, perbandingan, struktur dan komposisi, lingkup dan materi, penjelasan umum dari pasal demi pasal, formalitas dan kekuatan mengikat suatu undang-undang tetapi tidak mengikat aspek terapan atau implementasinya. Penelitian empiris adalah penelitian yang dilakukan dengan meneliti data sekunder terlebih dahulu untuk kemudian dilanjutkan dengan mengadakan penelitian terhadap data primer di lapangan.<sup>58</sup>

Penelitian hukum normatif dengan cara mengkaji hukum tertulis yang bersifat mengikat dari segala aspek yang kaitannya dengan pokok bahasan yang diteliti. Penelitian hukum empiris dengan cara mengkaji tentang perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual-beli secara *online* melalui facebook.

#### B. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif. Penelitian hukum deskriptif bersifat pemaparan yang bertujuan untuk memperoleh gambaran (deskripsi) lengkap tentang keadaan tertentu dan pada

---

<sup>58</sup>Abdulkadir Muhamad. *Hukum dan Penelitian Hukum*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2004, hlm. 134

saat tertentu, atau mengenai gejala yuridis yang ada, atau peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat.<sup>59</sup> Dalam hal ini tipe penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara jelas, terperinci, dan sistematis mengenai perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual-beli secara *online* melalui facebook.

### C. Metode Pendekatan

Pendekatan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu pendekatan perundang-undangan (*statue approach*) dalam penelitian hukum normatif dan pendekatan kualitatif dalam penelitian hukum empiris.

1. Pendekatan perundang-undangan yaitu pendekatan yang dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang sedang ditangani
2. Pendekatan kualitatif yaitu suatu cara analisis hasil penelitian yang menghasilkan data deskriptif analisis, yaitu data yang dinyatakan oleh responden secara tertulis ataupun lisan serta juga tingkah laku yang nyata, yang diteliti dan dipelajari sebagai suatu yang utuh.<sup>60</sup>

Oleh karena itu, penulis harus dapat menentukan data mana atau bahan hukum mana yang memiliki kualitas sebagai data, bahan hukum mana yang relevan dan ada hubungannya dengan materi penelitian dengan begitu dalam analisis dengan pendekatan kualitatif ini yang dipentingkan adalah kualitas data.

---

<sup>59</sup> Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: UI Pres, Jakarta, 2016, hlm. 63

<sup>60</sup> Mukti Fajar dan Yulianto Achmad. *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010, hlm 192.

## D. Data dan Sumber Data

Jenis data dilihat dari sudut sumbernya dibedakan antara data yang diperoleh langsung dari masyarakat dan data yang diperoleh dari bahan pustaka.<sup>61</sup> Dalam mendapatkan data dan jawaban pada penulisan skripsi ini, serta sesuai dengan pendekatan masalah yang digunakan dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua jenis data yaitu:

### 1. Data primer

Data primer adalah data yang didapat secara langsung dari sumber pertama. Dengan demikian data primer yang diperoleh langsung dari obyek penelitian di lapangan yang tentunya berkaitan dengan pokok penelitian. Penulis akan mengkaji dan meneliti sumber data yang diperoleh dari hasil wawancara informan.

### 2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dengan cara mempelajari, membaca, mengutip, literatur atau perundang-undangan yang berkaitan dengan pokok permasalahan dari penelitian ini. Data sekunder ini meliputi 3 (tiga) bahan hukum antara lain:

#### 1. Bahan hukum primer

Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang bersifat autoritatif artinya mempunyai otoritas, bahan hukum primer terdiri dari peraturan perundang-undangan yang diurut berdasarkan hierarki<sup>62</sup>, antara lain:

- a. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

---

<sup>61</sup> Soerjono Soekanto. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta, UI Press, 1999, hlm.11

<sup>62</sup> Peter Mahmud Marzuki. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana, 2006, hlm. 141

- b. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
  - c. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata)
2. Bahan hukum sekunder, yaitu bahan-bahan berupa peraturan yang menjelaskan lebih lanjut bahan hukum primer berupa literatur, buku-buku yang berkaitan dengan pokok bahasan
  3. Bahan hukum tersier, yaitu bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder yang meliputi Kamus Hukum dan Kamus Besar Bahasa Indonesia.

#### **E. Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara studi kepustakaan dan studi lapangan.

##### **1. Studi kepustakaan**

Studi kepustakaan dimaksud untuk memperoleh data-data sekunder. Dalam hal ini penulis melakukan serangkaian kegiatan studi dokumenter dengan cara membaca, mencatat, mengutip buku-buku referensi dan menelaah perundang-undangan, dokumen dan informasi lain yang ada hubungannya dengan permasalahan.

##### **2. Studi lapangan**

Studi lapangan merupakan usaha mendapatkan data primer dan dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara terpimpin yaitu dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan permasalahan yang ada dalam penelitian ini. Pertanyaan yang telah dipersiapkan diajukan

kepada pihak-pihak yang bersangkutan dengan maksud untuk mendapatkan data, tanggapan, dan juga jawaban dari responden. Selain itu, untuk melengkapi penulisan ini penulisan juga melakukan observasi untuk melengkapi data-data dan fakta-fakta yang berkaitan dengan permasalahan.

Adapun narasumber dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- |   |           |
|---|-----------|
| a. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia Lampung | : 1 orang |
| b. Pengguna <i>market place</i> Facebook      | : 2 orang |
|   | <hr/>     |
|   | 3 orang   |

#### **F. Analisis Data**

Data yang telah diperoleh sebagai hasil penelitian dianalisis dengan menggunakan analisis kualitatif, yaitu menggambarkan kenyataan-kenyataan yang ada berdasarkan penelitian yang telah dilakukan kemudian dikemukakan dalam bentuk uraian yang sistematis dengan menjelaskan hubungan antara berbagai jenis data. Setelah analisis data dilakukan selanjutnya ditarik kesimpulan dengan menggunakan metode induktif guna menjawab permasalahan berdasarkan penelitian.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah di kemukakan di bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perlindungan hukum bagi konsumen yang mengalami kerugian yang disebabkan oleh penjual dalam transaksi jual-beli secara *online* melalui Facebook dilakukan melalui pengawasan terhadap semua jenis transaksi yang dilakukan oleh pengguna Facebook baik penjual maupun pembeli, menjaga data pribadi pengguna Facebook, Facebook menyampaikan peringatan kepada pengguna melalui e-mail atau melalui *Short Massage Service* (SMS) jika terindikasikan merugikan pengguna lain, Facebook menyediakan kolom aduan jika pengguna mengalami kerugian serta Facebook akan melakukan pemblokiran akun jika terbukti melakukan pelanggaran dalam penggunaan Facebook
2. Upaya hukum yang dapat dilakukan oleh konsumen yang mengalami kerugian akibat dari transaksi jual-beli secara *online* melalui facebook adalah melalui jalur litigasi dan non litigasi. Penyelesaian sengketa konsumen secara litigasi adalah melakukan upaya penyelesaian sengketa melalui pengadilan sedangkan non litigasi adalah upaya penyelesaian sengketa diluar pengadilan dengan cara menggunakan mekanisme yang hidup dalam masyarakat seperti musyawarah,

perdamaian, kekeluargaan dan sebagainya. Dari kedua jalur tersebut upaya yang paling banyak di gunakan oleh konsumen dalam menyelesaikan sengketa adalah melalui jalur mediasi atau non litigasi yang dibantu oleh BPSK dipilihnya jalur mediasi atau jalur non litigasi karena jalur ini dapat dilakukan dengan mudah, cepat dan murah serta mendapatkan ganti rugi yang sesuai dengan kerugian yang dialami.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil dari kesimpulan di atas maka peneliti akan memberikan saran sebagai berikut:

1. Untuk melindungi pihak yang melakukan transaksi jual-beli *online* melalui facebook diperlukan adanya pendaftaran terkait bisnis *online* dan perlunya ada undang-undang yang mengatur secara jelas dan tegas mengenai jual-beli melalui facebook
2. Masyarakat harus lebih selektif dalam melakukan transaksi jual-beli melalui facebook dengan mengedepankan aspek keamanan dan kehati-hatian dalam melakukan transaksi jual-beli
3. Pelaku usaha juga hendaknya juga kooperatif dan beritikad baik jika melakukan wanprestasi yang menyebabkan konsumen mengalami kerugian sehingga konsumen mendapatkan hak ganti rugi dari pelaku usaha.



## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Agus, Riswadi, Budi. 2013. *Hukum dan Internet di Indonesia*, Yogyakarta: UII Press
- Baskoro, Adi. 2012. *Buku Pinter Membuat Toko Online*, Jakarta: Transmedia
- Fajar, Mukti dan Yulianto Achmad. 2010. *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Gultom, Elisatris. 2012. *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce, Dalam Cyber law : Suatu Pengantar*, Bandung: Elips
- Gunelius. S. 2011. *30-Minute Social Media Marketing*, United States: McGraw-Hill Companies
- Kapang, F. Y. 2009. *Planet Facebook 6 Jurus Menguasai Facebook*. Yogyakarta: Cemerlang Publishing
- Kusnardi, Moh dan Harmaily Ibrahim. 2008. *Hukum Tata Negara Indonesia*. Jakarta: Sinar Bakti
- Kristiyanti, Siwi, Tri, Celina. 2018. *Hukum Perlindungan Konsumen*, sinar grafik, Jakarta
- Marzuki, Mahmud, Peter. 2006. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana
- Miru, Ahmadi dan Sutarman Yodo. 2015. *Hukum Peerlindungan Konsumen*, Jakarta: Grafindo Persada
- Muhamad, Abdulkadir. 2004. *Hukum dan Penelitian Hukum*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti

- Muchsin. 2013. *Perlindungan dan Kepastian Hukum bagi Investor di Indonesia*. Surakarta: Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret
- Muttaqin, Azhar. 2009. *Transaksi E-Commerce Dalam Tinjauan Hukum Islam*, Malang: Universitas Muhamadiyah Malang
- Nasution, Az. 2012. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Jakarta: Diadit Media
- Purbo, Onno W dan Wahyudi, Anang Arief. 2010. *Mengenal E-Commerce*, Jakarta: Elex Media Computindo
- Raharjo, Satjipto. 2010. *Ilmu Hukum*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Rajagukguk, Erman. 2010. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Mandar Maju
- Salim. 2008. *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*, Jakarta, Sinar Grafika
- Sasongko, Wahyu. 2007. *Ketentuan-Ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandar Lampung: Universtas Lampung
- Setiono. 2014. *Rule of Law (Supremasi Hukum)*. Surakarta: Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret
- Shidarta.2016. *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonessia*, Jakarta: PT Grasindo
- Sjahputra, Iman. 2010. *Perlindungan konsumen dalam Transaksi Elektronik*, Bandung: Alumni
- Sitompul, Asril. 2014. *Hukum Internet*, Bandung: Citra Aditya Bakti
- Subekti. 2003. *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, Jakarta:Intermasa
- Subekti dan Tjitrosudibio. 2012. *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, Jakarta: Bala Pustaka
- Soekanto, Soerjono. 1999. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta, UI Press
- Syawali, Husni dan Neni Sri Imaniyati. 2010. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung, Mandar Maju

Widjaja, Gunawan dan Ahmad Yani. 2013. *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

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

## **B. Jurnal**

Al-Arif. *Penjualan Online Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Ijtihad: Jurnal Wacana Hukum Islam dan Kemanusiaan, Nomor 1 Tahun MMXIII (Juni, 2013)

Dewi Setyowati, Candra Pratama Putra, and Ramdhan Dwi Saputro, *Perlindungan Hukum Pada Tindak Pidana E-Commerce*, Perspektif Hukum 18, no. 2 (2019): 215–46, <https://doi.org/10.30649/phj.v18i2.160>

Fitriah. *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual-beli Melalui Media Sosial*, Jurnal Fakultas Hukum Universitas Palembang, Volume 18 Nomor 3, Bulan September 2020

Muhammad Hanafi. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Motivasi Belajar Siswa FISIP Universitas Riau, Jurnal: JOM FISIP Vol. 3 No. 2 – Oktober 2016

Ulfah Nur Aini Ningrum. Pengaruh Tautan Berita Pada Facebook Terhadap Minat Membaca Beritanya (Studi Pada Buruh Pabrik PT Gajah Tunggal Tbk Tangerang), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung, 2017

## **C. Perundang-Undangan dan Peraturan Lain**

Undang-Undang Dasar 1945

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata)

## **D. Internet**

NewsMetropol, *Polres Barru Ungkap Kasus Penipuan Transaksi Jual-beli Online*,” *newsmetropol.com*, 2020, <https://newsmetropol.com/polres-barru-ungkap-kasus-penipuan-transaksi-jual-beli-online>. Diakses pada tanggal 04-11-2021