

## **Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Facebook Di Kota Mataram**

**Farida Ariany<sup>1</sup>, Aminullah<sup>2</sup>, Erna Fitriatun<sup>3</sup>**  
Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan Masyarakat

---

### **Article Info**

#### **Article history:**

Accepted: 11 September 2022

Publish: 21 September 2022

---

#### **Keywords:**

*Perlindungan, Konsumen, Facebook*

---

### **Abstrak**

Transaksi jual beli online mengubah kegiatan jual beli yang biasanya menggunakan transaksi konvensional. Jual beli memberikan kemudahan bagi pembeli dalam hal barang atau jasanya, sedangkan penjual mendapatkan kemudahan dalam memasarkan produknya, bahkan mendapatkan penghematan biaya dan waktu, dalam kegiatan jual beli online, penjual dan pembeli tidak bertatap muka secara langsung, sehingga pembeli tidak bisa melihat bahkan meneliti barang yang akan di belinya. Barang yang diperdagangkan kerap sekali tidak sesuai dengan informasi dari penjual bahkan terdapat cacat tersembunyi. Pembeli berhak atas adanya informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang yang di perjual belikan, seperti yang tercantum dalam 4 huruf C Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Penelitian merupakan penelitian dengan jenis *observational research* atau dikenal dengan penelitian *survey*, yang sifatnya adalah penelitian deskriptif. Hasil penelitian ini bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen adalah penyelesaian sengketa konsumen, proses penyelesaian sengketa konsumen dilakukan apabila dalam transaksi online terjadi pelanggaran terhadap hak-hak konsumen. Proses penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan melalui jalur pengadilan maupun diluar pengadilan, ketentuan ini diatur dalam Undang-Undang Nomer 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Proses hukum yang cukup panjang dan menyita waktu, terkadang menjadi penghambat utama bagi konsumen untuk melakukan tuntutan atas kerugian yang mereka alami dengan belanja di situs online. Sebagian besar konsumen lebih memilih mendiagnosis permasalahan tersebut tanpa ada solusi dan tentu saja hal ini akhirnya akan merugikan konsumen itu sendiri. Adanya anggapan di masyarakat bahwa dalam berbelanja online, maka konsumen harus siap menanggung konsekwensi jika produk tidak sesuai dengan yang ditawarkan dan diharapkan oleh konsumen, juga menjadi salah satu kendala dalam menerapkan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli online.

*This is an open access article under the [Lisensi Creative Commons Atribusi-Berbagi Serupa 4.0 Internasional](#)*



---

#### **Corresponding Author:**

Farida Ariany

Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan Masyarakat

Email : [faridaariany@undikma.co.id](mailto:faridaariany@undikma.co.id)

---

## **1. PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi informasi di dunia mengalami kemajuan yang begitu pesat. Salah satunya, perkembangan teknologi informasi yang telah menciptakan perubahan sosial, ekonomi dan budaya. Perkembangan teknologi dan komunikasi yang begitu pesat, telah memunculkan adanya sebuah media baru. Keberadaan media baru ini di antaranya adalah munculnya internet. Internet sebagai sebuah produk teknologi komunikasi, meski sudah berkembang sejak puluhan tahun yang lalu, namun hingga saat ini keberadaannya semakin dibutuhkan oleh hampir semua masyarakat dunia.

Majunya perkembangan teknologi yang begitu maju di zaman sekarang ini sudah banyak memberikan berbagai macam bentuk produk untuk diproduksi oleh perusahaan dalam menggaet pembeli untuk menggunakan produk yang dihasilkannya. Seorang pembeli kemudian dihadapkan pada berbagai pilihan produk. Kondisi ini pada satu pihak telah membuat seseorang pembeli merasa diuntungkan. Karena kebutuhan terhadap produk atau pekerja yang diinginkan dapat dipenuhi dengan berbagai macam pilihan.

Kondisi ini menjadikan kedudukan seorang pembeli (konsumen) berada dipihak yang lemah. Hal ini karena seorang menjadi tujuan kegiatan bisnis untuk menghasilkan laba yang sangat besar

melalui situs internet dan iklan dengan cara penjualan yang sebagian besar melalui promosi. Cara seperti ini dapat merugikan konsumen karena pihak penjual bisa saja membohongi konsumen dengan cara menipu produk yang ada.

Transaksi *online* merupakan cara baru dalam melakukan kegiatan jual beli dengan memanfaatkan kemajuan teknologi. Transaksi *online* semakin banyak mendapatkan perhatian dari para peminatnya seiring perkembangan teknologi yang memudahkan proses jual beli tersebut. Saat ini diperkirakan masyarakat Indonesia menghabiskan sekitar 5,5 juta per tahun dalam melakukan transaksi *online*. Dari jumlah ini, 48% di antaranya adalah kaum muda berusia 30-40 tahun dengan pendapatan mereka lebih dari 10 juta per bulan.<sup>3</sup> Hal ini disebabkan oleh kebutuhan masyarakat terhadap pelayanan yang cepat dan mudah serta praktis sehingga masyarakat memiliki ruang gerak yang lebih luas dalam memilih produk.

Transaksi jual beli secara umum diatur dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata selanjutnya disebut KUHPerdata, dalam Buku III tentang Perikatan khususnya Bab I sampai dengan Bab V, tetapi secara khusus transaksi jual beli elektronik ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016. Jual beli adalah “suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan”.

Transaksi jual beli online sangat memudahkan baik itu pembeli maupun penjualnya karena pada umumnya kegiatan jual beli harus dilakukan secara konvensional atau tatap muka, namun kegiatan jual beli dengan cara tatap muka itu sudah dianggap biasa atau kuno karena transaksi jual beli secara online lebih menghemat waktu dan biaya. Pada hakikatnya, penjagaan terhadap hak pembeli merupakan masalah kepentingan manusia dan menjadi harapan bagi semua bangsa di dunia untuk dapat mewujudkannya. Tanggung jawab sosial perusahaan terhadap pembeli merupakan kepentingan perusahaan itu sendiri guna meraih kepercayaan publik.

Transaksi jual beli online akan menimbulkan masalah dalam mempercayai antara pihak, karena dalam sistem transaksi jual beli secara online ini adalah penjual dan pembeli tidak dapat berintraksi dan betatap muka secara langsung sehingga pembeli tidak dapat melihat memeriksa secara langsung barang yang akan di beli, setiap penjual tentu saja tidak semua bisa jujur dalam memperdagangkan barangnya. Barang yang ia jual dengan informasi yang di terima pembeli sering kali tidak sesuai dengan ekspektasi bahkan terdapat cacat pada barang yang dijual oleh penjual. Sesuai ketentuan pasal 4 Undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen menyebutkan bahwa pembeli berhak menerima informasi yang jelas, benar dan jujur mengenai kondisi serta keadaan barang yang akan ia beli dan memperoleh jaminan terhadap barang yang diperjual belikan.

Permasalahan yang kerap dikomentari oleh seorang konsumen berkenaan dengan pelanggan yang yang menyimpannya diantaranya :

1. Konsumen kecewa kepada pihak yang bersangkutan dalam mengirim produk
2. Produk yang diterima sering kali tidak mirip dengan produk yang dipesan
3. Bentuk produk yang kurang bagus
4. Pengantaran produk atau pelayanannya yang kurang memuaskan \
5. Membohongi konsumen tentang produk yang ditawarkan dengan berbagai alasan

Perlindungan konsumen merupakan perlindungan hukum yang tidak bisa dipisahkan serta di tarik batasannya dari hukum. Konsumen berhak memperoleh kenyamanan dan keamanan dari produk dan pelayanan yang ditawarkan kepadanya. Setiap produk yang di tawarkan kepada konsumen lewat media online, harus disertai dengan informasi yang jelas agar tidak memanipulasi pembeli. Informasi ini diperlukan agar seorang pembeli tidak merasa bingung dengan produk yang ditawarkan kepadanya.

Jika konsumen merasa kuantitas atau kualitas produk atau layanan yang diterimanya kurang sesuai dengan gambar yang disediakan oleh aplikasi online tersebut, maka ia harus mendapat ganti rugi yang sesuai. Bentuk dan hasil ganti rugi itu harus sesuai dengan ketentuan yang sudah disepakati sebelumnya, dalam perjanjian kepada semua pihak. Agar terhindar dari segala bentuk

ganti rugi, pemilik barang harus mencantumkan informasi tentang hubungan hukum antara pemilik produk/penjual dengan pembeli produk konsumen.

Salah satu media sosial yang dapat digunakan untuk melakukan jual beli secara online yaitu facebook. Facebook adalah sebuah aplikasi berbagi tulisan, foto dan video yang memungkinkan pengguna mengunggah foto dan video di akun masing-masing. Transaksi jual beli melalui media facebook ini menjadi alternatif yang menarik dan sangat diminati para konsumen, karena sangat mudah mencari barang yang diinginkan, dapat membandingkan harga, pembayaran cukup dilakukan dengan transfer, menunggu barang datang tanpa perlu keluar rumah, produk dapat dilihat oleh siapapun dan kapanpun.

## 2. METODE PENELITIAN

Pendekatan yang akan digunakan kualitatif. Jenis penelitian yang akan digunakan peneliti adalah studi kasus. Menurut Sumarni dan Wahyuni penelitian studi kasus adalah penelitian mendalam mengenai unit sosial tertentu, yang hasilnya merupakan sebuah gambaran yang lengkap dan terorganisasi baik mengenai unit.

Data dan informasi diperoleh dari berbagai sumber, seperti buku-buku ilmiah, laporan penyusunan, dan sumber-sumber tertulis lainnya serta jawaban-jawaban dari responden maupun narasumber. Penelitian ini juga berlandaskan norma-norma hukum yang berlaku yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Transaksi online merupakan cara baru dalam melakukan kegiatan jual beli dengan memanfaatkan kemajuan teknologi. Transaksi online semakin banyak mendapatkan perhatian dari para peminatnya seiring perkembangan teknologi yang memudahkan proses jual beli tersebut. Saat ini diperkirakan masyarakat Indonesia menghabiskan sekitar 5,5 juta per tahun dalam melakukan transaksi online. Dari jumlah ini, 48% di antaranya adalah kaum muda berusia 30-40 tahun dengan pendapatan mereka lebih dari 10 juta per bulan. Hal ini disebabkan oleh kebutuhan masyarakat terhadap pelayanan yang cepat dan mudah serta praktis sehingga masyarakat memiliki ruang gerak yang lebih luas dalam memilih produk.

Unsur yang terdapat dalam jual beli termasuk yang transaksinya dengan cara online yaitu adanya pembeli selaku konsumen dan penjual selaku pelaku usaha. 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. Sedangkan Pelaku Usaha adalah setiap perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Pembeli selaku konsumen dalam transaksi jual beli memiliki hak-hak yang harus dipenuhi oleh penjual selaku pelaku usaha yang tercantum dalam pasal 4 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999. Apabila pelaku usaha melakukan suatu perbuatan wanprestasi baik dilakukan secara sengaja ataupun tidak sengaja dan mengakibatkan kerugian bagi konsumen maka sesuai dengan pasal 19 ayat (1) Undang-undang nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen “Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan”.

Dan apabila pelaku usaha tetap tidak mau melakukan kewajibannya memberikan ganti rugi kepada konsumen maka sesuai pada pasal 23 Undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan : “pelaku usaha yang menolak dan atau tidak memberi tanggapan dan atau tidak memenuhi syarat ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud dalam pasal 19 ayat (1), ayat (2), ayat (3), dan ayat (4), dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan

konsumen”. Penelitian ini fokus pada Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online di Facebook.

Pengaturan mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik di Indonesia telah dapat diakomodasi dengan baik oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasidan Transaksi Elektronik (UU ITE). Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik telah mampu memberikan perlindungan yang memadai bagi konsumen dalam melakukan transaksi jual beli barang bergerak melalui E-commerce.

Pengaturan mengenai Perlindungan Konsumen dalam transaksi elektronik tersebut dapat dilihat dalam pengaturan mengenai penggunaan data pribadi konsumen, pengaturan mengenai syarat sahnya suatu transaksi e-commerce, pengaturan mengenai klausula baku, pengaturan tentang validitas subjek hukum, otensitas subjek hukum dan mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dalam memasarkan dan memproduksi barang dan jasa yang dapat dijadikan acuan bagi objek dalam transaksi e-commerce.

#### 4. PENUTUP

Peraturan yang digunakan untuk melindungi hak-hak konsumen selama ini adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen (UUPK), namun undang-undang ini tidak secara khusus mengatur mengenai hak-hak konsumen dalam transaksi jual beli online akan tetapi lebih condong kepada jual beli konvensional. Di samping itu pula yang menjadi ruang lingkup pelaku usaha dalam UUPK hanyalah yang bergerak di dalam wilayah hukum Indonesia, Maka dari itu undang-undang yang berlaku di Indonesia saat ini belum cukup mampu mengakomodir hak hak konsumen khususnya dalam bertransaksi secara online.

Konsumen dalam hal ini harus diberikan berbagai perlindungan khusus yang mana sangat rentan dengan berbagai kemungkinan yang akan merugikan pihak konsumen itu sendiri dari para pelaku usaha yang tidak beritikad baik dalam melakukan transaksi jual beli secara online. Transaksi secara online bagi pihak para pelaku usaha maupun konsumen masing-masing harus memiliki iktikad baik dari awal.

Jika para pihak konsumen maupun para pelaku usaha dalam melakukan transaksi jual beli terdapat permasalahan maka dapat menggunakan sarana UUPK yang mana sebagai pedoman bagi konsumen terutama untuk memperjuangkan hak-haknya untuk melindungi kepentingannya. Tidak menutup kemungkinan bagi para pelaku usaha jika mendapatkan pembeli yang tidak memiliki iktikad baik dapat menyelesaikan hal melalui proses yang serupa.

#### 5. DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, 2014, Pengertian Perlindungan Hukum Menurut Para Ahli, <http://tesishukum.com/pengertian-perlindungan-hukum-menurut-para-ahli/> diakses pada 8 Oktober 2020.
- Az Nasution, “Konsumen dan Hukum”, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995
- Belly Riawan dan I Made Mahartayasa, 2015, “Perlindungan Konsumen dalam Kegiatan Transaksi Jual Beli Online di Indonesia”, Jurnal Kertha Semaya, Unud, Vol. 03, No. 01, Januari 2015
- Dina Manafe, 2016, Minat Belanja Online di Kalangan Muda Terus Meningkat, 5 Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016.
- Feri Widiastuti, 2019, “Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Jual Beli Online Studi Kasus Media Sosial Instagram”, Skripsi Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Pasal 48 ayat (1) dan (2) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.
- Sugiyono, "Metode Penelitian", Alfa Beta, Bandung, 2001
- Susanto, H, 2008, Hak-hak Konsumen Jika dirugikan, Jakarta, Transmedia Pustaka.
- Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Wardiono, S.M. 2014, Hukum Perlindungan Konsumen, Yogyakarta Ombak.