

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM  
TRANSAKSI *ONLINE* MELALUI *MARKETPLACE* BERDASARKAN  
HUKUM POSITIF DI INDONESIA**

**JURNAL ILMIAH**



**Oleh :**

**ROSIDA YANI  
D1A017279**

**FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS MATARAM  
MATARAM  
2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM**  
**TRANSAKSI *ONLINE* MELALUI *MARKETPLACE* BERDASARKAN**  
**HUKUM POSITIF DI INDONESIA**

**JURNAL ILMIAH**



Oleh :

**ROSIDA YANI**  
**D1A017279**

**Menyetujui,**  
**Pembimbing Pertama,**

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Budi Sutrisno", is written over a large, faint, circular watermark or background mark.

**Budi Sutrisno, S.H., M.Hum.**  
**NIP. 195910221989031002**

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM  
TRANSAKSI *ONLINE* MELALUI *MARKETPLACE* BERDASARKAN  
HUKUM POSITIF DI INDONESIA**

**ROSIDA YANI  
D1A017279**

**FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS MATARAM**

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apa pengaturan hukum tentang perlindungan konsumen dalam melakukan transaksi jual beli secara *online* pada *marketplace* di sosial media dan untuk mengetahui bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan oleh pelaku usaha dalam transaksi jual beli secara *online* pada *marketpace* di sosial media. Metode yang digunakan adalah secara normatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaturan hukum mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *online marketplace* dilihat pada KUHPerdara, UUPK, UU ITE, UU Perdagangan, PP PSTE, dan PP PMSE. Bentuk perlindungan hukum kepada konsumen yang dirugikan, yaitu perlindungan hukum Preventif, seperti pembinaan, meningkatkan kesadaran konsumen mengenai haknya dan pengawasan oleh pemerintah melalui LPKSM dan BPSK dengan meneliti, menguji, dan mensurvei barang/jasa yang beredar di pasar. Perlindungan hukum Represif, yakni litigasi dan non-litigasi. Litigasi, menyelesaikan sengketa melalui pengadilan dengan melaporkan pelaku usaha ke polisi dan diselesaikan di pengadilan umum. Non-Litigasi, penyelesaian sengketa di luar pengadilan untuk menyepakati ganti kerugian, sarana media *facebook* dan *instagram* serta melalui BPSK, dengan alternatif, negosiasi dan mediasi. Saran, yaitu pemerintah memperluas sosialisasi mengenai jual beli melalui *online* dan memberikan arahan kepada konsumen untuk mempertahankan haknya.

**Kata kunci: pengaturan; perlindungan hukum; transaksi *online*; *marketplace***

***LEGAL PROTECTION OF CONSUMERS IN ONLINE TRANSACTIONS  
THROUGH MARKETPLACE BASED ON POSITIVE LAW IN INDONESIA***

**ROSIDA YANI  
D1A017279**

***FACULTY OF LAW MATARAM UNIVERSTY***

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to find out what the legal provisions are regarding consumer protection in carrying out online buying and selling transactions on marketplaces on social media and to find out what forms of legal protection are for consumers who are harmed by business actors in online buying and selling transactions on marketplaces on social media. The method used is normative. The study results show that legal regulations regarding consumer protection in the online market buying and selling transactions are seen in the Civil Code, UUPK, UU ITE, UU Commerce, PP PSTE, and PP PMSE. Forms of legal protection for disadvantaged consumers, namely Preventive legal protection, such as coaching, increasing consumer awareness about their rights and supervision by the government through LPKSM and BPSK by researching, testing, and surveying goods/services circulating in the market. Repressive legal protection, namely litigation and non-litigation. Litigation, resolving disputes through the courts by reporting business actors to the police and resolving in public courts. Non-Litigation, settlement of disputes outside the court to agree on compensation, via Facebook and Instagram media as well as through BPSK, with alternatives, negotiation and mediation. Suggestions are that the government expands socialization regarding buying and selling online and provides directions to consumers to defend their rights.*

***Keywords: setting; legal protection; online transactions; marketplace***

## I. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang didukung pula dengan teknologi komputer yang semakin canggih, teknologi komunikasi pada saat ini menjadi sarana penunjang bagi penyebaran informasi hampir ke seluruh dunia. Jaringan komunikasi global dengan fasilitas teknologi komputer tersebut dikenal sebagai internet. Aktivitas bisnis dengan teknologi internet disebut sebagai *e-commerce* dan saat ini dalam pengertian bahasa Indonesia telah dikenal dengan istilah “Perdagangan *Online*”. Perdagangan *online* (*e-commerce*) merupakan transaksi melalui media internet dimana suatu perdagangan tidak lagi membutuhkan pertemuan secara langsung antara para pelaku bisnis, sehingga dapat dikatakan perdagangan elektronik atau *e-commerce* ini menjadi penggerak ekonomi baru dalam bidang teknologi khususnya di Indonesia.<sup>1</sup>

Konsumen dalam transaksi *online* tidak secara langsung berhadapan dengan pelaku usaha dalam pembelian barang atau menyewa layanan secara *online*. Hal ini dapat mengakibatkan resiko barang yang dikirimkan rusak, tidak dikirimkan, kurangnya layanan dan penipuan lain terhadap konsumen menjadi meningkat. Setelah barang dibeli secara *online* dari pasar *e-commerce* dan kemudian dikirimkan, konsumen *e-commerce* tidak dapat menelitinya seperti di “dunia nyata”. Karena itu, ketersediaan informasi yang benar dan akurat mengenai

---

<sup>1</sup> Denny Ardiatma Mulyantoro, *Perdagangan Online (E-Commerce) Ditinjau Dari Perspektif Hukum Positif Dan Hukum Islam*, <http://eprints.ums.ac.id/86542/1/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf>, Diakses pada 8 Juli 2021 pukul 14.34 WITA

konsumen dan pelaku usaha dalam *e-commerce* merupakan suatu persyaratan mutlak.<sup>2</sup>

Dalam Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen yang telah memberikan perlindungan kepada konsumen dengan memberikan batasan klausula baku dan dengan tindakan perlindungan yang represif bagi konsumen, namun batasan tersebut belum mencakup segala hal mengenai klausula baku di era digital yang semakin maju.

Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen maupun Undang-Undang No.11 Tahun 2008 jo. Undang-Undang No.19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik tidak mengatur secara jelas mengenai klausula baku teradap *e-commerce* atau bisa disebut bawa masih terjadi kekosongan hukum terhadap aturan larangan pencantuman kalusula baku pada *e-commerce*, akibat kekosongan hukum tersebut membuat kurangnya perlindungan bagi konsumen atas bentuk dari tanggungjawab oleh pelaku usaha dan *platform e-commerce*.

Melalui jurnal ilmiah ini akan dilakukan pengkajian dengan rumusan masalah: (1) Apa saja pengaturan hukum tentang perlindungan konsumen dalam melakukan transaksi jual beli secara *online* pada *marketplace* di sosial media?. (2) Bagaimana bentuk perlindungan hukum teradap konsumen yang dirugikan oleh pelaku usaa dalam transaksi jual bel secara *online* pada *marketplace* di sosial media?

---

<sup>2</sup> Mulyani Zulaeha, *Hukum Transaksi Elektronik Di Indonesia (Sebagai Pedoman dalam Menghadapi Era Digital Bisnis e-Commerce di Indonesai)*, Cetakan ke-2, (Bandung: Nusa Media, 2018), hlm 87.

Penyusunan jurnal ilmiah ini dilakukan dengan tujuan dan manfaat sebagai berikut: (1) Untuk menganalisis mengenai pengaturan hukum bagi konsumen dalam melakukan transaksi jual beli secara *online* pada *marketplace* di sosial media. (2) Untuk menganalisis bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen yang mengalami kerugian dalam transaksi jual beli secara *online* pada *marketplace* di sosial media.

Sebagai suatu penelitian ilmiah, maka dalam penyusunan jurnal ilmiah ini dilakukan dengan metode ilmiah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian hukum normatif, dengan metode pendekatan yaitu pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu studi kepustakaan, dan jenis data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Kemudian bahan hukum yang digunakan yakni bahan hukum primer, sekunder, dan tersier.

## II. PEMBAHASAN

### **Pengaturan Hukum Perlindungan Konsumen dalam Melakukan Transaksi Jual Beli Secara *Online* Pada *Marketplace* di Sosial Media.**

#### **Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata)**

Menurut hukum yang berlaku di Indonesia, gugatan perdata bisa didasarkan atas dua alasan, yaitu wanprestasi dan perbuatan melanggar hukum (*onrechtmatigedaad*). Adapun landasan hukumnya didasarkan pada ketentuan Buku III Pasal 1243 KUHPerdata untuk wanprestasi dan Pasal 1365 KUHPerdata untuk perbuatan melanggar hukum.<sup>3</sup> Adapun pasal 1243 KUHPerdata yang berbunyi:

“Penggantian biaya, kerugian dan bunga karena tak dipenuhinya suatu perikatan mulai diwajibkan, bila debitur, walaupun telah dinyatakan lalai, tetap lalai untuk memenuhi perikatan itu, atau jika sesuatu yang harus diberikan atau dilakukannya hanya dapat diberikan atau dilakukannya dalam waktu yang melampaui waktu yang telah ditentukan.”

Gugatan dengan dasar tersebut berawal dari adanya suatu hubungan hukum kontraktual (perjanjian) antara para pihak sehingga melahirkan hak dan kewajiban hukum. Untuk kasus kerugian konsumen dalam transaksi perdagangan secara elektronik gugatan lebih tepat bila didasarkan atas wanprestasi, yaitu merujuk kepada kewajiban sebagai pelaku usaha dalam kontrak elektronik yang telah dilanggar dan karenanya menimbulkan kerugian.

---

<sup>3</sup> Herlin Setiani dan Muhammad Taufiq, *Perlindungan Konsumen Atas Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Perjanjian Dalam Perdagangan Elektronik Dikaitkan Dengan Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik*, (Jurnal Living Law, Vol. 10, No. 2, Oktober 2018), hlm. 119.



## **Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK)**

Undang-Undang di Indonesia saat ini yang dapat digunakan sebagai pedoman dan dapat digunakan untuk menuntut hak perlindungan konsumen adalah Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), meskipun di dalamnya tidak secara khusus mengatur transaksi *online*. Terdapat beberapa pasal yang dapat dijadikan pedoman dalam menyelesaikan kasus penipuan pada transaksi *online*, sebagai berikut: Pasal 8 Ayat (1) huruf (d), huruf (e), huruf (f) UUPK menyatakan bahwa:

“Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:”

- a. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- b. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- c. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut.

Pasal 16 UUPK menyatakan bahwa:

“Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa melalui pesanan dilarang untuk:

- a. tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan;
- b. tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi.

## **Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)**

Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik selanjutnya disebut UU ITE mengatur mengenai informasi, dokumen dan tanda tangan elektronik, penyelenggara sertifikasi elektronik dan sistem elektronik, transaksi elektronik,

perbuatan yang dilarang, penyelesaian sengketa, penyidikan, dan ketentuan pidana. Ketentuan beberapa pasal dalam Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, seperti:

Pasal 18 Ayat (1) Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menyatakan bahwa:

“Transaksi Elektronik yang dituangkan ke dalam Kontrak Elektronik mengikat para pihak.”

Pasal 28 Ayat (1) Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menerangkan bahwa:

“Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik.”

### **Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan**

Berkaitan dengan pengaturan hukum bagi konsumen dalam kegiatan jual beli yang menggunakan sistem transaksi elektronik, pada Undang-Undang Nomor 7 tahun 2014 telah mengatur juga mengenai jual beli melalui Sistem Elektronik, dapat dilihat dalam Pasal 65 Undang-Undang Nomor 7 tahun 2014, yang berbunyi:

- (1) Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar.
- (2) Setiap Pelaku Usaha dilarang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1).
- (3) Penggunaan sistem elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib memenuhi ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- (4) Data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit memuat:
  - a. identitas dan legalitas Pelaku Usaha sebagai produsen atau Pelaku Usaha Distribusi;

- b. persyaratan teknis Barang yang ditawarkan;
  - c. persyaratan teknis atau kualifikasi Jasa yang ditawarkan;
  - d. harga dan cara pembayaran Barang dan/atau Jasa; dan
  - e. cara penyerahan Barang.
- (5) Dalam hal terjadi sengketa terkait dengan transaksi dagang melalui sistem elektronik, orang atau badan usaha yang mengalami sengketa dapat menyelesaikan sengketa tersebut melalui pengadilan atau melalui mekanisme penyelesaian sengketa lainnya.
- (6) Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi administratif berupa pencabutan izin.

### **Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE)**

Peraturan turunan dari UU ITE mengatur mengenai aturan lebih rinci tentang Penyelenggara Sistem dan Transaksi Elektronik selanjutnya disebut PP PSTE, dalam lingkup mengenai penyelenggaraan Transaksi Elektronik yang terdapat pada Pasal berikut:

Pasal 48 Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2019 tentang Penyelenggara Sistem dan Transaksi Elektronik menerangkan bahwa:

- (1) Pelaku Usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan.
- (2) Pelaku Usaha wajib memberikan kejelasan informasi tentang penawaran kontrak atau iklan.
- (3) Pelaku Usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen dan/atau penerima kontrak untuk mengembalikan barang yang dikirim dan/atau jasa yang disediakan apabila tidak sesuai dengan kontrak atau terdapat cacat tersembunyi.
- (4) Pelaku Usaha wajib menyampaikan informasi mengenai barang yang telah dikirim dan/atau jasa yang disediakan.
- (5) Pelaku Usaha tidak dapat membebani konsumen mengenai kewajiban membayar barang yang dikirim dan/atau jasa yang disediakan tanpa dasar kontrak.

Pasal 49 Ayat (1) dan Ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2019 tentang Penyelenggara Sistem dan Transaksi Elektronik menrangkan bahwa:

- (1) Transaksi Elektronik terjadi pada saat tercapainya kesepakatan para pihak.
- (2) Kecuali ditentukan lain oleh para pihak, kesepakatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terjadi pada saat penawaran transaksi yang dikirim oleh Pengirim telah diterima dan disetujui oleh Penerima.

### **Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE)**

PP PMSE menekankan bahwa kewajiban bagi pelaku usaha terhadap konsumen harus lebih diperhatikan, terutama terhadap hak konsumen dalam perdagangan menggunakan sistem elektronik, sehingga terdapat beberapa pasal yang membahas dan menunjukkan bahwa pelaku usaha harus memenuhi tanggung jawab kepada konsumen. Seperti:

Pasal 46 Ayat (1) dan (2) PP PMSE menerangkan mengenai penerimaan barang dan atau jasa melalui Sistem Elektronik, bahwa:

- (1) Penerimaan Secara Elektronik dari Konsumen wajib direspon oleh Pelaku Usaha dalam jangka waktu tertentu.
- (2) Respon sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus dilakukan dalam bentuk Konfirmasi Elektronik dan/atau konfirmasi non elektronik yang dapat disimpan dan digunakan sebagai tanda bukti kesepakatan.

Pasal 47 Ayat (1) dan Ayat (2) PP PMSE menerangkan terbentuknya suatu Kontrak Elektronik karena adanya interaksi, yang mana menyatakan bahwa:

- (1) Suatu Kontrak Elektronik dapat dibuat dari hasil interaksi dengan suatu perangkat transaksi otomatis yang diselenggarakan oleh Pelaku Usaha.
- (2) Para pihak tidak dapat menyangkal validitas Kontrak Elektronik yang dibuat secara otomatis, kecuali dapat dibuktikan sistem otomatis tersebut tidak berjalan sebagaimana mestinya.

Pasal 57 PP PMSE menerangkan bahwa:

- (1) Kontrak Elektronik dianggap otomatis menjadi batal demi hukum apabila terjadi kesalahan teknis apabila terjadi kesalahan teknis akibat Sistem Elektronik tidak aman, andal, dan bertanggung jawab.
- (2) Apabila terjadi kesalahan teknis sebagaimana dimaksud pada ayat (1), pihak penerima tidak wajib mengembalikan Barang dan/atau Jasa yang telah dikirimkan dan diterima.
- (3) Kerugian akibat terjadinya kesalahan teknis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sepenuhnya menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.

## **Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen yang Dirugikan Oleh Pelaku Usaha Dalam Transaksi Jual Beli Secara *Online* Pada *Marketplace* di Sosial Media.**

### **Perlindungan Hukum Preventif**

Bentuk perlindungan hukum preventif dalam hal ini berupa pembinaan dan pengawasan terhadap kegiatan jual beli dengan sistem elektronik. Berikut penjelasannya:

#### **a. Pembinaan terhadap Konsumen**

Peran strategis pemerintah untuk melakukan pelatihan dan pembinaan perlindungan konsumen sebagaimana ditentukan dalam Pasal 29 UUPK, dimaksudkan untuk membina konsumen dalam memperoleh haknya. Hal ini perlu dilakukan mengingat tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih sangat rendah sebagai akibat dari tingkat pendidikan masyarakat di Indonesia pada umumnya masih tertinggal. Oleh karena itu, pemerintah bekerja sama dengan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM)

berupa melakukan pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen.<sup>4</sup>

Pembinaan yang dimaksud telah tertuang dalam Pasal 29 UUPK, menyatakan bahwa:

- (1) Pemerintah bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha.
- (2) Pembinaan oleh pemerintah atas penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait.
- (3) Menteri sebagaimana dimaksud pada ayat (2) melakukan koordinasi atas penyelenggaraan perlindungan konsumen.
- (4) Pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (2) meliputi upaya untuk:
  - a. terciptanya iklim usaha dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen;
  - b. berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
  - c. meningkatkan kualitas sumber daya manusia serta meningkatkan kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen.
- (5) Ketentuan lebih lanjut mengenai pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen diatur dengan Peraturan Pemerintah

Dengan mengacu pada upaya yang telah ditetapkan oleh pemerintah maka tidak menutup kemungkinan bahwa konsumen pun akan mengenali dan memahami bentuk haknya sebagai konsumen yang sesungguhnya dalam transaksi jual beli *online*, ditambah dengan peluang untuk meningkatkan peran dari Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), serta Lembaga Perlindungan

---

<sup>4</sup> Dedi Harianto, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen terhadap Iklan yang Menyesatkan*, (Ghalia, Indonesia 2010), hlm 140-141.

Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) sehingga dapat meminimalisir terjadinya kecurangan oleh pelaku usaha

b. Pengawasan terhadap Konsumen

Mengenai pengawasan terhadap konsumen tertuang dalam Pasal 30 ayat (1) UUPK, yaitu:

“Pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangannya diselenggarakan oleh pemerintah, masyarakat, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.”

Selain itu, dalam Pasal 7 Peraturan Pemerintah Nomor 58 tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen, telah diatur mengenai pengawasan terhadap konsumen, yang berbunyi:

“Pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen dan penerapan ketentuan peraturan perundang-undangannya dilaksanakan oleh pemerintah, masyarakat, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.”

### **Perlindungan Hukum Preventif**

Perlindungan hukum represif menurut Philipus M. Hadjon adalah bentuk perlindungan hukum dimana lebih ditujukan dalam penyelesaian sengketa. Penyelesaian sengketa dalam UUPK diatur dalam Pasal 45 ayat (2) yaitu, “Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.<sup>5</sup>

Upaya perlindungan hukum dalam transaksi jual beli elektronik pada *marketplace* media sosial *Facebook* dan *Instagram*, yaitu sebagai berikut:

---

<sup>5</sup> Roberto Ranto, *Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik*, (Jurnal Ilmu Hukum Alethea, Vol.02, No.02, Februari 2019), hlm. 157.

a. Upaya hukum jalur Litigasi

Upaya hukum jalur litigasi, upaya hukum yang dilakukan melalui pengadilan yang mana mengacu pada ketentuan peradilan umum yang ada di Indonesia umumnya membutuhkan waktu dan biaya yang tidak mudah, ditambah lagi dengan penumpukan jumlah perkara di pengadilan. Konsumen dapat menggugat pelaku usaha dengan penyelesaian sengketa melalui pengadilan sesuai dengan Pasal 45 UUPK.

b. Upaya hukum jalur Non-Litigasi

Upaya hukum non-litigasi merupakan upaya hukum yang dilakukan di luar pengadilan, dijelaskan dalam Pasal 47 UUPK. Pada perusahaan yang sekarang memegang aplikasi *Facebook* dan *Instagram* memiliki kebijakan mengenai kasus sengketa jual beli pada fitur *marketplace* yang mereka sediakan saat ini, yakni:

- 1) Memblokir pembeli atau penjual di *Facebook*.
- 2) Melaporkan pembeli, penjual, atau tawaran ke *Facebook*.
- 3) Memberikan penilaian kepada pembeli atau penjual.
- 4) Menghubungi penegak hukum setempat jika mengancam keselamatan diri, pencurian, atau penipuan.

Dalam penyelesaian lainnya, penyelesaian diluar pengadilan yang umum dilakukan sebagai proses penyelesaian sengketa konsumen, yakni:

- 1) Jalur Negosiasi, dilakukan oleh para pihak dalam perkara jual beli, penjual yang telah merugikan konsumen dapat membicarakan penggantian kerugian dengan pembeli secara *online* dengan



aplikasi *WhatsApp* atau melalui *Massanger* secara lebih intensif. Sesuai dengan arahan web *facebook* sebelumnya bahwa pembeli dapat memberikan penilaian dan melakukan komunikasi kembali dengan penjual untuk melakukan negosiasi terhadap kerugian yang didapat oleh pembeli, sehingga tidak perlu di selesaikan secara litigasi karena dapat diselesaikan melalui cara kekeluargaan.

- 2) Jalur Mediasi, dalam kebanyakan kasus jual beli *online* pada *marketplace* ini penyelesaian di luar pengadilan lebih sering menggunakan negosiasi. Namun, penyelesaian dengan mediasi biasa diberikan oleh perusahaan *facebook* dan *instagram* melalui mediasi yang bersifat fasilitatif yang mana mediator fungsinya sebagai fasilitator dan tidak dapat memberikan opini ataupun rekomendasi penyelesaian dari sengketa yang dihadapi. Perusahaan *facebook* dan *instagram* hanya memberikan jalan agar para pihak menemukan sendiri penyelesaian sengketa yang dihadapinya. Dari segi lain, penyelesaian sengketa melalui jalur mediasi ini dapat menggunakan mediator yang memberikan masukan dan saran dari segi hukum, serta fakta dan bukti. Dengan mengajukan laporan kepada BPSK di lingkungan setempat sebagai sarana pelaksanaan mediasi untuk memberikan perlindungan kepada konsumen, sehingga dapat diproses dengan cepat dan sederhana sesuai dengan fungsi dari BPSK itu sendiri.

### III. PENUTUP

Mengacu pada rumusan masalah dan uraian pada bab-bab sebelumnya, maka penulis membuat kesimpulan, sebagai berikut: 1. Pengaturan hukum mengenai perlindungan konsumen dalam pelaksanaan transaksi jual beli secara *online* pada *marketplace* sosial media terdapat pada beberapa peraturan yang telah dianalisis, di antaranya: a. KUHPerdata didasarkan atas wanprestasi pada Pasal 1243; b. UUPK yang terdapat dalam Pasal 8 dan Pasal 16 UUPK; c. UU ITE terdapat dalam Pasal 18 dan Pasal 19, juga Pasal 28 UU ITE; d. Undang-Undang Nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan, terdapat dalam satu Pasal, yaitu Pasal 65; e. PP PSTE, diatur dalam Pasal 45, Pasal 46 ayat (1), Pasal 48, Pasal 49 ayat (1, 2); f. PP PMSE, dalam Pasal 13 ayat (1, 2), Pasal 46 ayat (1, 2), Pasal 47 ayat (1, 2), Pasal 57, Pasal 69. 2. Bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan oleh pelaku usaha dalam transaksi jual beli *online* pada *marketplace* di sosial media, yaitu: a. Perlindungan hukum preventif, berupa pembinaan dan pengawasan. 1) Pembinaan, yaitu memberikan pelatihan, meningkatkan kesadaran konsumen mengenai haknya melalui sarana Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), serta Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM); 2) Pengawasan, yaitu dilakukan oleh pemerintah, masyarakat, dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). b. Perlindungan hukum represif, yakni penyelesaian sengketa dengan jalur Litigasi dan Non-Litigasi. 1) Jalur Litigasi merupakan penyelesaian sengketa melalui

pengadilan dilakukan oleh pembeli yang dirugikan, yaitu dengan melapor ke pihak kepolisian mengenai kerugian yang di alami dalam melaksanakan transaksi jual beli *online*, sehingga penyelesaian dilakukan oleh pengadilan dan polisi; 2) Jalur Non-Litigasi merupakan penyelesaian sengketa di luar pengadilan, yang dilakukan untuk menentukan bentuk dan besarnya ganti rugi dengan cara kekeluargaan, melalui sarana media *facebook* dan *instagram* dan melalui perantara lembaga yang berwenang yaitu BPSK dengan alternatif yang umum digunakan dalam sengketa tersebut, seperti negosiasi dan mediasi.

Kemudian berdasarkan pada kesimpulan tersebut, maka penyusun memberikan beberapa saran, diantaranya: 1. Pemerintah dengan bantuan dari lembaga perlindungan konsumen agar lebih kuas lagi dalam mensosialisasikan agar masyarakat menjadi konsumen yang cerdas dalam memilih, mengecek, dan teliti dalam melakukan transaksi *online* terhadap suatu barang yang akan dibeli, terutama pembelian *online* pada *marketplace* di *Facebook* dan *Instagram*; 2. Memberikan arahan bahwa ketika konsumen dirugikan dalam membeli barang maka konsumen harus mempertahankan haknya, selama konsumen tersebut tidak melanggar aturan dan ketentuan dalam berbelanja *online*; 3. Kepada pihak penyelenggara *marketplace* sosial media *facebook* dan *instagram* agar memberikan pengarahan serta petunjuk dengan lebih jelas; 4. Untuk pembeli atau konsumen *online* di *marketpace* supaya teliti memilih barang yang akan dibeli, dengan cara mengecek barang atau jasa yang tersedia melalui komentar dari konsumen lain mengenai barang yang akan dibeli dan juga melihat seperti apa

bentuk nyata dari barang tersebut dengan memperhatikan postingan dari akun penjual.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Mulyani Zulaeha, *Hukum Transaksi Elektronik Di Indonesia (Sebagai Pedoman dalam Menghadapi Era Digital Bisnis e-Commerce di Indonesai)*, Cetakan ke-2, (Bandung: Nusa Media, 2018).

Dedi Harianto, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen terhadap Iklan yang Menyesatkan*, (Ghalia, Indonesia 2010).

### Jurnal/Makalah/Skripsi

Herlin Setiani dan Muhammad Taufiq, *Perlindungan Konsumen Atas Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Perjanjian Dalam Perdagangan Elektronik Dikaitkan Dengan Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik*, (Jurnal Living Law, Vol. 10, No. 2, Oktober 2018).

Roberto Ranto, *Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik*, (Jurnal Ilmu Hukum Alethea, Vol.02, No.02, Februari 2019).

### Website

Denny Ardiatma Mulyantoro, *Perdagangan Online (E-Commerce) Ditinjau Dari Perspektif Hukum Positif Dan Hukum Islam*, <http://eprints.ums.ac.id/86542/1/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf>, Diakses pada 8 Juli 2021 pukul 14.34 WITA.