



Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce di Media Sosial Facebook

Mariska Zefanya Sapulette¹, Theresia Louize Pesulima², Muchtar Anshary Hamid Labetubun³

^{1,2,3} Fakultas Hukum Universitas Pattimura, Ambon, Indonesia.

 : zefanyaika2@gmail.com

ABSTRACT: Online buying and selling is carried out by someone through various private social media channels, therefore online buying and selling is directly connected to sellers and buyers. One of the social media used for online buying and selling is Facebook, however in buying and selling via Facebook there are still problems where there is a lot of fraud because online buying and selling activities do not involve face-to-face activity between buyers and sellers. Online buying and selling agreements are also regulated in Article 5 and Article 6 of Law Number 11 of 2008 concerning Information and Electronic Transactions, hereinafter referred to as the ITE Law, which states that information, documents and electronic signatures can be valid evidence in buying and selling transactions. Online is considered valid as long as the information contained therein can be accessed, displayed, its integrity is guaranteed, and can be accounted for so that it explains a situation. The type of research used is a type of normative research which is carried out by examining library materials or secondary data, legal materials consisting of primary legal materials, secondary legal materials and tertiary legal materials. The procedure for collecting legal materials is carried out by examining legal materials, compiling legal materials, systematic legal materials and finally processing and analyzing legal materials. The research results show that the responsibility of business actors towards consumer rights is regulated in article 19 of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection and as well as other legal protections in transactions on social media in online buying and selling as regulated in Law Number 11 2008 concerning Information and Electronic Transactions (hereinafter referred to as the ITE Law) as amended by Law Number 19 of 2016.

Keywords: Legal Protection; Consumer; E-Commerce Transactions on Social Media.

ABSTRAK: 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 yang banyak terjadinya kecurangan karena aktivitas jual-beli online tidak ada aktivitas secara tatap muka diantara pembeli dan penjual. Perjanjian jual-beli secara online juga di atur dalam Pasal 5 dan Pasal 6 UndangUndang 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. Jenis penelitian digunakan merupakan jenis penelitian normatif yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder, bahan hukum yang terdiri atas bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Pada prosedur pengumpulan bahan hukum dilakukan dengan cara memeriksa bahan hukum, penyusunan bahan hukum, sistematis bahan hukum dan yang terakhir pengolahan dan analisis bahan hukum. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggung jawab pelaku usaha terhadap hak konsumen diatur dalam Pasal 19 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan sebagaimana juga adanya perlindungan hukum lainnya dalam bertransaksi di media sosial dalam jual-beli online yang diatur dalam Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Selanjutnya disebut UU ITE) sebagaimana diubah dengan Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016

Kata Kunci: Perlindungan Hukum; Konsumen; Transaksi E-Commerce Di Media Sosial.

PENDAHULUAN

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi (IPTEK) saat ini memberikan dampak yang signifikan terhadap perubahan perilaku hukum di dalam masyarakat. Salah satu tujuan keberhasilan pencapaian kemajuan pembangunan adalah mendorong masyarakat modern untuk faham teknologi. Kemajuan teknologi informasi didorong sepenuhnya oleh negara berkembang agar bisa menyesuaikan dengan negara maju. Indonesia merupakan Negara berkembang yang harus mendukung penuh perkembangan teknologi dalam pemanfaatannya di era globalisasi ini. Pemanfaatan tersebut dapat dilihat dari bertumbuh pesatnya bisnis secara online di Indonesia. Hal tersebut mempermudah untuk menyajikan dan memperoleh informasi bisnis dengan adanya teknologi canggih melalui hubungan jarak jauh tanpa harus bertemu. Hal tersebut merupakan langkah mobilisasi bisnis yang cemerlang.¹ Kecanggihan teknologi internet yang serba digital itu dapat berfungsi sebagai ajang promosi strategis yang efektif dan efisien dalam bisnis, karena internet dapat menjangkau seluruh yurisdiksi hukum negara-negara di dunia.²

Pada hakikatnya, sebagai akibat dari kemajuan teknologi, masyarakat akan mengalami perubahan gaya hidup dan perilaku yang akan menimbulkan permasalahan sosial dan hukum yang baru. Salah satu perkembangan teknologi internet yaitu komunikasi transaksi jual-beli *online* 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.³ Pada dasarnya Jual-beli merupakan salah satu pemenuhan kebutuhan manusia. Namun, jual beli dahulu pada umumnya dilaksanakan di tempat khusus, yaitu tempat bertemunya antara pedagang dan pembeli untuk melakukan kegiatan tawar menawar.⁴

Jual-beli secara online berbeda dengan jual-beli yang dilakukan melalui media *e-commerce* (elektronik *commerce*). *E-commerce* merupakan satu set perangkat teknologi 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.⁵ Jual-beli secara *online* dianggap lebih mudah dan efektif dibandingkan dengan jual-beli melalui *e-commerce* karena aktivitas jual-beli *online* bisa dilakukan melalui akun media sosial yang dilakukan tanpa terhubung dengan perusahaan starup seperti jual-beli yang dilakukan melalui *e-commerce*. Selain itu kemudahan jual-beli *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 starup.⁶

Kemudahan dalam aktivitas jual-beli secara *online* mulai banyak diminati masyarakat. Ada beberapa alasan umum seseorang memilih untuk melakukan pembelian secara *online* seperti:⁷ 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 murah; 4) Layanan belanja di toko *online* relatif cepat; 5) Belanja *online* bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun; 6) Hemat waktu; 7) Hemat uang *transport*.

¹ Niniek Suparni, *Cyberspace: Problematika dan Antisipasi Pengaturannya*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, h. 1.

² Iman Sjahputra, *Perlindungan konsumen dalam Transaksi Elektronik*, Bandung: Alumni, 2010, h. 13.

³ Azhar Muttaqin, *Transaksi E-commerce Dalam Tinjauan Hukum Islam*, Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2009, h. 3.

⁴ Dikdik M. Arief Mansur, *Cyber Law-Aspek Hukum Teknologi Informasi*, Refika Aditama, Bandung, 2005, h. 5.

⁵ Onno W Purbo dan Anang Arief Wahyudi, *Mengenal E-commerce*, Jakarta: Elex Media Computindo, 2010, h.13.

⁶ Theresia Louize Pesulima, Ronald Fadly Sopamena, Keamanan Produk Pangan Yang Dijual Melalui Media Sosial Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen. *Bacarita Law Journal*, Vol. 3 No. 2 Tahun 2023, h. 1-2

⁷ Adi Baskoro, *Buku Pinter Membuat Toko Online*, Jakarta: Transmedia, 2012, h. 2-3.

Perkembangan teknologi internet, banyak menggunakan peran media sosial. Salah satu yang digunakan ialah melalui aplikasi *facebook*. *Facebook* adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan para pengguna *facebook* untuk dapat mengunggah foto dan video di akun pribadi miliknya yang 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*.⁸

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 diinginkan, 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*.⁹

Indonesia sendiri telah membuat regulasi terkait jenis informasi dan tata cara dalam melakukan transaksi secara *online*. Adanya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Selanjutnya disebut UU ITE) sebagaimana diubah dengan Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016. 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.¹⁰ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang selanjutnya disebut sebagai UUPK dalam Pasal 1 Ayat (2) menyatakan bahwa konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam 261ocial261ve261, 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 261ocial saja dan kapan saja, hemat biaya, hemat waktu, tidak perlu keluar rumah, cukup menunggu dirumah dan barang akan sampai.

Dibalik keuntungan dan manfaat yang didapat dari transaksi jual-beli *online* melalui *facebook* ini ada pula dampak 261ocial261v 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

⁸ Kapang, F. Y. *Planet Facebook 6 Jurus Menguasai Facebook*. Yogyakarta: Cemerlang Publishing, 2009, h. 83

⁹ Theresia L Pesulima, Yosia Hetharie, Akibat Hukum Pencantuman Klausula Baku dalam Perjanjian Endorsement, *Lutur Law Journal*, 1 (1), 37-41.

¹⁰ Reggiannie Christy Natalia, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Toko Online Di Media Sosial," *LawReview* XVIII, no. 3 (2019): 72-89, <https://doi.org/10.19166/lr.v18i3.1407>, h. 79

curang yang bisa melanggar hak-hak konsumen dan menyebabkan kerugian terhadap pembeli.¹¹

Kasus perjanjian jual-beli *online* ini adalah kasus yang terjadi di Kabupaten Barru Provinsi Sulawesi Selatan pada tahun 2020, di mana dalam kronologis kasusnya pembeli F dan penjual NBH telah melakukan kesepakatan lewat media *262ocial online* untuk transaksi jual-beli masker sensi yang telah diunggah pelaku lewat aplikasi media *262ocial facebook*, kemudian penjual dan pembeli mulai saling tawar menawar melalui aplikasi *messenger*, penjual dan pembeli sepakat mengenai harga Rp. 170.000/*box* dengan memesan masker sebanyak 15 *box* dengan harga Rp. 2.550.000, kemudian pembeli chatting lagi melalui *262ocial262v* dan penjual mengirim nomor rekening ke pembeli. Akan tetapi, setelah pembeli mengirimkan uang terhadap penjual dengan lunas sesuai dengan harga barang yang dipesan. Pada saat uang sampai di tangan penjual, penjual pun mengirim paket berupa satu kotak berisi buku tulis dan handuk bayi bekas, dengan tampilan rapih kemudian penjual menarik uang transfer Rp. 2.550.000 lalu menuju ke tempat pengiriman barang di Kota Parepare *262ocial262* istrinya, tidak berselang beberapa menit kemudian penjual memblokir nomor *262ocial262v* dan akun *facebook* pembeli, dalam kasus ini korban mengalami kerugian dan melaporkan kejadian ini ke Polres Kabupaten Barru, dalam kasus ini pihak kepolisian telah berhasil mengungkap kasus perjanjian jual beli *online* dengan barang bukti yang diamankan satu buah handphone merek Oppo warna *gold*, kartu *handphone* satu, dos dengan tampilan rapi, buku, serta selimut bayi bekas dan uang Rp. 450.000.¹²

Fakta di atas menunjukkan bahwa jual-beli melalui *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 dalam Pasal 1320 KUHPerdata menjelaskan bahwa syarat sahnya perjanjian, yaitu kesepakatan, kecakapan, suatu pokok persoalan tertentu, dan suatu sebab yang tidak terlarang. Berdasarkan penjabaran diatas maka yang akan dikaji dalam penelitian ini mencaritahu tentang Bagaimana bentuk tanggung jawab pelaku usaha terhadap pemenuhan Hak Konsumen dalam transaksi jual beli pada media *262ocial Facebook* serta perlindungan hukumnya.¹³

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian yuridis normatif. Tipe penelitian bersifat deskriptif Kualitatif. Mempergunakan sumber data perundang-undangan asas-asas doktrin hukum, serta buku-buku dan dokumen-dokumen resmi yang dikorelasikan dalam pembahasan tentang tanggungjawab serta perlindungan hukum bagi pelaku konsumen jual beli *online* di media sosial *facebook* dengan kajian yang berfokus pada segi yuridis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

¹¹ Asril Sitompul. *Hukum Internet*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014, h. 55

¹² NewsMetropol, Polres Barru Ungkap Kasus Penipuan Transaksi Jual-beli Online," [newsmetropol.com,2020,https://newsmetropol.com/polres-barru-ungkap-kasus-penipuantransaksi-jual-beli-online](https://newsmetropol.com/2020,https://newsmetropol.com/polres-barru-ungkap-kasus-penipuantransaksi-jual-beli-online). Diakses pada tanggal 26-03-2024, Pkl 12.29.

¹³ Dewi Setyowati, Candra Pratama Putra, and Ramdhan Dwi Saputro, "Perlindungan Hukum Pada Tindak Pidana *E-Commerce*, *Perspektif Hukum* 18, no. 2 (2019):

A. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Pemenuhan Hak Konsumen Dalam Bertransaksi Di Media Sosial

Tanggung jawab pelaku usaha mempunyai arti kewajiban yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha apabila konsumen menderita kerugian setelah mengkonsumsi produk barang atau jasa yang telah ditawarkan. Tanggung jawab ini dapat terkait siapa yang dapat diminta bertanggung jawab, berapa besar tanggung jawab serta bagaimana cara untuk mengganti kerugian tersebut.¹⁴ Tanggung jawab pelaku usaha tersebut merupakan bagian dari kewajiban yang mengikat kegiatan mereka dalam berusaha. Yang disebut dengan istilah *Product liability* (tanggung jawab produk). "*Product liability* adalah suatu tanggung jawab secara hukum dari orang atau badan yang menghasilkan suatu produk (*producer, manufacturer*) dari orang atau badan suatu produk (*processor, assembler*) atau mendistribusikan (*seller, distributor*) produk tersebut".¹⁵

Pelaku usaha yang diharuskan bertanggung jawab atas hasil usahanya adalah pelaku usaha yang melakukan kegiatan-kegiatan berikut ini:¹⁶

- a) Menghasilkan produk akhir, termasuk memproduksi bahan mentah atau komponen;
- b) Mencantumkan nama, merek, atau tanda lain pada produk dengan tidak menunjukkan pihaknya sebagai pelaku usaha;
- c) Mengimpor produk ke wilayah Republik Indonesia;
- d) Menyalurkan barang yang tidak jelas identitas pelaku usahanya, baik produk dalam negeri maupun importirnya yang tidak jelas identitasnya;
- e) Menjual jasa seperti mengembangkan perumahan atau membangun apartemen;
- f) Menjual jasa dengan menyewakan alat transportasi atau alat berat.

Berkaitan dengan tanggung jawab pelaku usaha sudah diatur dalam Pasal 19 Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menjelaskan bahwa:

- a) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan;
- b) Ganti rugi sebagaimana di maksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan / jasa yang sejenis atau setara nilainya , atau perawatan kesehatan dan / atau pemberian santunan yang sesuai ketentuan peratur perundang-undangan yang beriak;
- c) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tentang waktu 7 hari setelah tanggal transaksi;
- d) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapus kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan;
- e) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlalu apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Menurut Subtansi Pasal 19 ayat (1) tersebut dapat diketahui bahwa tanggung jawab pelaku usaha, meliputi:

¹⁴ Leha Andriyani, *Tanggung Jawab Pelaku Usaha Pengobatan Tradisional Di Bidang Pelayanan Kesehatan Untuk Memenuhi Hak-Hak Pasien Sebagai Konsumen*, Yogyakarta, Universitas Atma Jaya, 2016, h. 7.

¹⁵ Happy Susanto, *Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan*, Visi Media, 2008, h. 37

¹⁶ Gede Krisna Wahyu Wijaya and Nyoman Satyayudha Dananjaya, "Penerapan Asas Itikad Baik Dalam Perjanjian Jual Beli Online," *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 6, no. 8 (2018):1-15, <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/37212>, h. 9.

- 1) Tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan
- 2) Tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian konsumen.

Bentuk-bentuk Pertanggung Jawababan Pelaku Usaha terhadap Konsumen berdasarkan UUPK:¹⁷

- a) *Contractual Liability* yaitu tanggung jawab perdata, atas dasar perjanjian atau kontrak dari pelaku usaha (barang dan/atau jasa), atas kerugian yang dialami konsumen akibat mengonsumsi barang yang dihasilkan atau memanfaatkan jasa yang diberikannya.
- b) *Product Liability* yaitu tanggung jawab perdata secara langsung (*Strictliability*) dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat mengonsumsi barang yang dihasilkan.

Konsumen dan pelaku usaha merupakan dua pihak yang saling berhubungan dalam hubungan hukum. Kedudukan satu pihak tidak boleh lemah kedudukannya bila dibandingkan dengan pihak lainnya. Hubungan hukum (*rechtbetrekkingen*) adalah hubungan antara dua subyek hukum atau lebih mengenai hak dan kewajiban di satu pihak berhadapan dengan hak dan kewajiban pihak yang lain.¹⁸

Hubungan antara sesama subyek hukum dapat terjadi antara orang, orang dengan badan hukum, dan antara sesama badan hukum. Hubungan hukum antara subyek hukum dengan benda berupa hak apa yang dikuasai oleh subyek hukum itu atas benda tersebut, baik benda berwujud, benda bergerak, atau benda tidak bergerak.¹⁹ Hubungan hukum memiliki syarat-syarat yaitu adanya dasar hukum dan adanya peristiwa hukum.²⁰ Menurut Ernest Barker, agar hak-hak konsumen itu sempurna harus memenuhi 3 (tiga) syarat, yakni hak itu dibutuhkan untuk perkembangan manusia, hak itu diakui oleh masyarakat dan hak itu dinyatakan demikian dan karena itu dilindungi dan dijamin oleh lembaga negara.²¹

Pelaku usaha diatur di dalam Pasal 1 Ayat 3 UUPK yang menyatakan bahwa setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum dalam wilayah hukum Negara RI, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Di Indonesia hak-hak konsumen diatur didalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), terutama huruf b yang menyatakan "hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan", dan huruf c menyatakan bahwa "hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa", dengan menggunakan kedua ayat pada Pasal 4 UUPK ini, maka dapat diketahui bahwa konsumen berhak atas segala janji yang dijanjikan oleh pelaku usaha dalam mempromosikan barang dan/atau jasa serta berhak atas segala informasi terkait dengan barang dan/atau jasa. Untuk itu dapat dikatakan bahwa pelaku usaha disisilain berkewajiban untuk menepati janji-janji serta memberikan segala informasi terkait barang dan/atau jasa.

¹⁷ Fiorida Mathilda, Tanggung Jawab Hukum Produsen Makanan Dan Minuman Dihubungkan Dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang perlindungan Konsumen, *Sigma-Mu* Vol.6 No.1, 2014.

¹⁸ Soeroso R., 2006, *Pengantar Ilmu Hukum*, Rajagrafindo Persada, Jakarta, h. 269.

¹⁹ Peter Mahmud Marzuki, 2012, *Pengantar Ilmu Hukum*, Prenada Media Grup, Jakarta, h. 254.

²⁰ Soeroso, *Op. Cit.* h. 271.

²¹ Adrian Sutendi, 2008, *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Ghalia Indonesia, Bogor, h. 50.

Selain pengaturan mengenai hak-hak konsumen, diatur juga mengenai kewajiban dari pelaku usaha pada sebagaimana Pasal 7 huruf b UUPK menyatakan bahwa “kewajiban pelaku usaha memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan, dimana kewajiban dari pelaku usaha tersebut dapat dilihat juga sebagai hak dari konsumen”. Pada dasarnya undang-undang tidak memberikan perlakuan yang berbeda kepada masing-masing pelaku usaha yang menyelenggarakan kegiatan usaha tersebut, sepanjang para pelaku usaha tersebut menjalankannya secara benar dan memberikan informasi yang cukup, relevan, dan dapat dipertanggungjawabkan, serta tidak menyesatkan konsumen yang akan memakai atau memanfaatkan barang dan/atau jasa yang diberikan tersebut.²²

B. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Yang Bertransaksi Di Media Sosial

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.²³ Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji dinyatakan dalam label, etiket keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut.²⁴

Hak konsumen yang diabaikan oleh pelaku usaha perlu dicermati secara seksama. Pada era globalisasi dan perdagangan bebas saat ini, banyak bermunculan berbagai macam produk barang atau pelayanan jasa yang dipasarkan kepada konsumen di tanah air, baik melalui promosi, iklan, maupun penawaran barang secara langsung. Jika tidak berhati-hati dalam memilih produk barang atau jasa yang diinginkan, konsumen hanya akan menjadi objek eksploitasi dari pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab. Tanpa disadari, konsumen menerima begitu saja barang atau jasa yang dikonsumsinya. Berbagai bentuk kesalahan dan pelanggaran hak-hak konsumen sudah banyak terjadi dan ini begitu meresahkan dan merugikan masyarakat.²⁵

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:

- 1) 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
- 2) 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.²⁶

²² Muchsin. *Perlindungan dan Kepastian Hukum bagi Investor di Indonesia*. Surakarta: Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret, 2013, h. 14.

²³ Helmi Djardin, Merry Tjoanda, Muchtar Anshary Hamid Labetubun, *Perlindungan Hukum Terhadap Kurir Dalam Sistem Cash On Delivery*, *TATOHI: Jurnal Ilmu Hukum*, No.1 Vol.2 Tahun 2022, h. 3.

²⁴ Pasal 1 ayat 2 Undang-undang Perlindungan Konsumen

²⁵ Pasal 8 Undang-undang Perlindungan Konsumen

²⁶ *Ibid*, h, 20.

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

- 1) 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*.
- 2) 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.²⁷

KESIMPULAN

Bentuk tanggung jawab pelaku usaha terhadap pemenuhan hak konsumen dalam bertransaksi pada media sosial melalui jual-beli secara *online* dilakukan berdasarkan Pasal 19 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam bertransaksi di media sosial juga di atur berdasarkan Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) sebagaimana diubah dengan Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016. Akibat hukum bagi pelaku usaha dalam transaksi *e-commerce* yang tidak memenuhi persyaratan dapat dikenakan sanksi baik sesuai pidana, perdata, maupun administratif berdasarkan peraturan perundang-undangan.

REFERENSI

Jurnal

- 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>
- Fiorida Mathilda, Tanggung Jawab Hukum Produsen Makanan Dan Minuman Dihubungkan Dengan Undang-Undang NO. 8 Tahun 1999 Tentang perlindungan Konsumen, *Sigma-Mu* Vol.6 No.1, 2014.
- Gede Krisna Wahyu Wijaya and Nyoman Satyayudha Dananjaya, "Penerapan Asas Itikad Baik Dalam Perjanjian Jual Beli Online," *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 6, no. 8 (2018):1–15, <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/37212>

²⁷ Moh. Kusnardi dan Harmaily Ibrahim. *Hukum Tata Negara Indonesia*. Jakarta: Sinar Bakti, 2008, h. 102.

Helmi Djardin, Merry Tjoanda, Muchtar Anshary Hamid Labetubun, *Perlindungan Hukum Terhadap Kurir Dalam Sistem Cash On Delivery, TATOHI: Jurnal Ilmu Hukum*, No.1 Vol.2 Tahun 2022.

Reggiannie Christy Natalia, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Toko Online Di Media Sosial," *Law Review* XVIII, no. 3 (2019): 72-89, <https://doi.org/10.19166/lr.v18i3.1407>

Theresia Louize Pesulima, Ronald Fadly Sopamena, *Keamanan Produk Pangan Yang Dijual Melalui Media Sosial Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen. Bacarita Law Journal*, Vol. 3 No. 2 Tahun 2023.

Theresia L Pesulima, Yosia Hetharie, *Akibat Hukum Pencantuman Klausula Baku dalam Perjanjian Endorsement, Lutur Law Journal*, Vol.1 No. 1 Tahun 2020.

Buku

Adi Baskoro, *Buku Pinter Membuat Toko Online*, Jakarta: Transmedia, 2012.

Adrian Sutendi, *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2008.

Asril Sitompul. *Hukum Internet*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014.

Azhar Muttaqin, *Transaksi E-commerce Dalam Tinjauan Hukum Islam*, Malang: Universitas Muhamadiyah Malang, 2009.

Dikdik M. Arief Mansur, *Cyber Law-Aspek Hukum Teknologi Informasi*, Refika Aditama, Bandung, 2005.

Happy Susanto, *Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan*, Visi Media, 2008.

Iman Sjahputra, *Perlindungan konsumen dalam Transaksi Elektronik*, Bandung; Alumni, 2010

Kapang, F. Y. *Planet Facebook 6 Jurusan Menguasai Facebook*. Yogyakarta: Cemerlang Publishing, 2009.

Leha Andriyani, *Tanggung Jawab Pelaku Usaha Pengobatan Tradisional Di Bidang Pelayanan Kesehatan Untuk Memenuhi Hak-Hak Pasien Sebagai Konsumen*, Yogyakarta, Universitas Atma Jaya, 2016.

Moh. Kusnardi dan Harmaily Ibrahim. *Hukum Tata Negara Indonesia*. Jakarta: Sinar Bakti, 2008,

Ninie Suparni, *Cyberspace: Problematika dan Antisipasi Pengaturannya*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009.

Onno W Purbo dan Anang Arief Wahyudi, *Mengenal E-commerce*, Jakarta: Elex Media Computindo, 2010.

Peter Mahmud Marzuki, *Pengantar Ilmu Hukum*, Prenada Media Grup, Jakarta, 2012.

Online/ Online/World Wide Web, Dan Lain-Lain

NewsMetropol, *Polres Barru Ungkap Kasus Penipuan Transaksi Jual-beli Online*," [newsmetropol.com,2020,https://newsmetropol.com/polres-barru-ungkap-kasus-penipuantransaksi-jual-beli-online](https://newsmetropol.com/2020/polres-barru-ungkap-kasus-penipuantransaksi-jual-beli-online).