

**ANALISIS YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP
KONSUMEN BAGI PELAKU USAHA YANG TIDAK MEMBERIKAN
INFORMASI BENAR DALAM PERJANJIAN JUAL BELI *ONLINE*
MELALUI *FACEBOOK***



Oleh:

MILADIA PERLANGI
040 2022 0031

SKRIPSI

Diajukan sebagai Tugas Akhir dalam rangka Penyelesaian Studi
Pada Program Studi Ilmu Hukum

PROGRAM STUDI ILMU HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA
2026

HALAMAN JUDUL

**ANALISIS YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP
KONSUMEN BAGI PELAKU USAHA YANG TIDAK MEMBERIKAN
INFORMASI BENAR DALAM PERJANJIAN JUAL BELI *ONLINE*
MELALUI *FACEBOOK***

SKRIPSI

**Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan guna
memperoleh gelar Sarjana Hukum Pada Fakultas Hukum Program
Studi Ilmu Hukum di Universitas Muslim Indonesia**

OLEH

**MILADIA PERLANGI
040 2022 0031**

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA
MAKASSAR
2026**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Diterangkan Bahwa Skripsi Mahasiswa:

Nama Mahasiswa : Miladia Perlangi

NIM : 040 2022 0031

Program Studi : Ilmu Hukum

Jurusan : Hukum Perdata

Judul Skripsi / Penelitian : **Analisis Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Bagi Pelaku Usaha Yang Tidak Memberikan Informasi Benar Dalam Perjanjian Jual Beli Online Melalui Facebook**

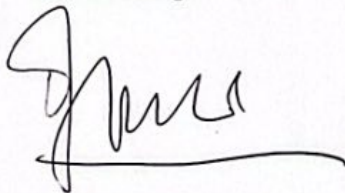
Dasar Penetapan SK Pembimbing : 0200/H.05/FH-UMI/X/2025

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dalam ujian skripsi.

Komisi Pembimbing;

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. Dwi Handayani, S.H., M.H.
NIPS: 104101113



Dr. Anzar Makkasa, S.H., M.H.
NIPS: 104201559

Mengetahui,

Ketua Bagian Hukum Perdata



Dr. Hj. Anggreany Arief, S.H., M.H.
NIPS: 1974120032005012001

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Diterangkan Bahwa Skripsi Mahasiswa :

Nama : Miladia Perlangi
NIM : 04020220031
Bagian : Hukum Perdata
Judul : **Analisis Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Bagi Pelaku Usaha Yang Tidak Memberikan Informasi Benar Dalam Perjanjian Jual Beli Online Melalui Facebook**
Dasar Penetapan SK Pembimbing : **0019/H.05/FH-UMI/IX/2025**

Memenuhi syarat untuk diajukan dalam ujian skripsi sebagai ujian akhir program studi.

Dikeluarkan di : Makassar
Pada Tanggal : Maret 2026
An. Dekan
Wakil Dekan I,



Dr. Andika Prawira Buana, SH, MH
NIPs: 104151319

PENGESAHAN SKRIPSI

**Analisis Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Bagi
Pelaku Usaha Yang Tidak Memberikan Informasi Benar Dalam
Perjanjian Jual Beli *Online* Melalui Facebook**

Disusun dan diajukan oleh:
MILADIA PERLANGI
04020220031

Telah dipertahankan dihadapan

Panitia Ujian Skripsi pada Program Studi Sarjana Ilmu Hukum
Fakultas Hukum Universitas Muslim Indonesia

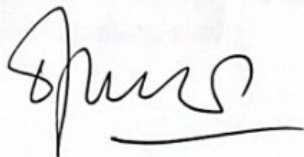
Pada,

Tanggal 31 maret 2026 dan dinyatakan
diterima

Panitia Ujian,

Ketua,

Anggota,



Dr. Dwi Handayani., S.H., M.H
NIPS: 104101113



Dr. Anzar Makkuasa., S.H., M.H.
NIPS: 104201559



Dekan Fakultas Hukum
Universitas Muslim Indonesia
Makassar

Prof. Dr. Muhammad Rinaldy Bima. S.H., M.H
NIPs:104101110

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Diterangkan bahwa skripsi Mahasiswa :

Nama : Miladia Perlangi
NIM : 04020220031
Bagian : Hukum Perdata
Judul : Analisis Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap
Konsumen Bagi Pelaku Usaha Yang Tidak Memberikan
Informasi Benar Dalam Perjanjian Jual Beli Online
Melalui Facebook

Telah dipertahankan dihadapan Majelis Penguji pada tanggal 31 Maret
2026 dan dinyatakan LULUS oleh tim penguji :

TIM PENGUJI

1. Dr. Dwi Handayani.,S.H.,M.H

(Pembimbing Ketua)

(.....)

2. Dr. Anzar Makkuasa., S.H., M.H.

(Pembimbing Anggota)

(.....)

3. Yuli Adha Hamzah., S.H.,M.H., M.kn

(Penguji I)

(.....)

4. Dr. Hj. Anggreany Arief S.H.,M.H.

(Penguji II)

(.....)



ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Miladia Perlangi
Nomor Mahasiswa : 04020220031
Bagian : Hukum Perdata
Judul Skripsi : Analisis Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap
Konsumen Bagi Pelaku Usaha Yang Tidak
Memberikan Informasi Benar Dalam Perjanjian
Jual Beli *Online* Melalui *Facebook*

Menyatakan dengan sebenarnya bahwan skripsi yang saya tulis ini sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Jika ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedian skripsi dibatalkan dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dalam (Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 Pasal 25 Ayat (2) dan Pasal 70.

Makassar, Maret 2026


METERAI
TERAPIL
2074EAX399744256
Miladia Perlangi

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. Atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya. Sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Skripsi yang berjudul: **“Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Bagi Pelaku Usaha Yang Tidak Memberikan Informasi Benar Dalam Perjanjian Jual Beli *Online* Melalui *Facebook*”** dapat dirampungkan sesuai dengan waktu yang direncanakan. Serta shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, beserta seluruh keluarga, sahabat, dan pengikutnya yang selalu setia menegakkan agama Allah di muka bumi ini.

Sesungguhnya setiap daya dan upaya yang dibarengi dengan kesabaran doa, senantiasa akan memperoleh manfaat yang maksimal. Maka tidak berlebihan karya ilmiah yang dikerjakan oleh penulis dengan ketekunan dan telah mencerahkan segala kemampuan yang ada, namun penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna dan masih memiliki banyak kekurangan. Untuk itu penulis meminta maaf apabila dalam penulisan skripsi ini banyak kekurangan. Serta penulis juga mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca sekalian demi perbaikan dari kesempurnaan skripsi ini.

Pada kesempatan ini, perkenankanlah penulis menyampaikan rasa terima kasih teriringi doa, kepada kedua orang

tua penulis **Ayahanda H. Herman Parelangi**, Berkat beliauah penulis menyelesaikan pendidikannya banyak rasa terima kasih dan permohonan maaf yang tak sempat penulis sampaikan terhadap beliau. Dan juga terhadap **Ibunda Hj. Rosdiana**, yang telah memberikan segalanya kepada penulis, semangat, dukungan, dan menjadi tanggung jawab penulis sebagai mahasiswa. Penulis juga mengucapkan terima kasih yang tak terhingga dan penghargaan yang setinggi-tingginya. Karena telah mendidik penulis dari kecil hingga sekarang dengan penuh cinta dan kasih sayang, serta nasihat-nasihat yang terbaik bagi penulis.

Disamping itu penulis tak lupa menyampaikan banyak terima kasih dan penghormatan setinggi-tingginya atas jasa orang-orang yang telah rela mengorbankan waktu, tenaga, pikiran bahkan sampai hal-hal materil untuk membantu proses penyelesaian skripsi ini. Untuk itu penulis menyampaikan penghargaan dan rasa terima kasih yang sebesar- besarnya kepada:

1. **Bapak Prof. Dr. H. Hambali Thalib, S.H., M.H.**, selaku Rektor Universitas Muslim Indonesia;
2. **Bapak Prof. Dr. Muhammad Rinaldy Bima, S.H., M.H.**, selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Muslim Indonesia.;
3. **Ibu Dr. Hj. Anggreany Arief, S.H., M.H** selaku Ketua Bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas

Muslim Indonesia; yang telah memberikan izin, kesempatan, fasilitas kepada penulis mengikuti program sarjana;

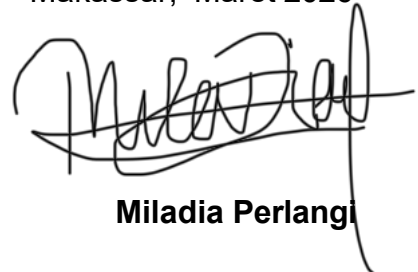
4. **Pembimbing Dr. Dwi Handayani.,S.H.,M.H.** selaku Ketua dan **Dr. Anzar Makkuasa., S.H., M.H.**, Anggota Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dengan penuh keseriusan, kecermatan, dan kebijakan dalam memberi petunjuk-petunjuk perihal penulisan karya ilmiah kepada penulis;
5. Segenap Dosen Fakultas Hukum Universitas Muslim Indonesia yang telah mendidik penulis dalam memahami Ilmu Hukum kepada penulis;
6. Kepada Sahabat kecil penulis yang dimanado **Siti Nur Hasan (memey)** Terima kasih sudah jadi pendengar yang baik untuk penulis, dan sabar menghadapi penulis, serta selalu ada buat penulis
7. Kepada Sahabat seperjuangan penulis **Shafira Saputri Asri, Andi Syahrani Maharani Irwan, Riskana Ayuning Tyas, Nurhalisa Ichwan**, Terima kasih atas segala kesabaran, dan motivasi yang menjadi sumber kekuatan selama proses penyusunan skripsi ini.

8. Kepada Sahabat 24/7 **Faadiyah Nur Faatihah, Fadhilla RezkyAulia Daswar, Alrin Al Mughni Mistang, Annisa Rachmayanti** yang tidak pernah lelah menemani penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

9. Terima kasih kepada diri sendiri yang telah bertahan, berjuang, dan tidak menyerah meski menghadapi berbagai kesulitan selama penyusunan skripsi ini.

Akhirnya penulis mengharap semoga dengan hadirnya skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu dan teknologi. Semoga Allah SWT, senantiasa memberkati dan merahmati segala aktivitas keseharian sebagai suatu ibadah disisi-Nya. Aamiin ya Rabb.

Makassar, Maret 2026



Miladia Perlangi

ABSTRAK

Miladia Perlangi. 04020220031. Dengan judul skripsi “**Analisis Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Bagi Pelaku Usaha Yang Tidak Memberikan Informasi Benar Dalam Perjanjian Jual Beli Online Melalui *Facebook*.**” Di bawah bimbingan **Dwi Handayani**, sebagai ketua pembimbing dan **Anzar Makkuasa**, sebagai anggota pembimbing.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaturan hukum bagi pelaku usaha yang tidak memberikan informasi benar dalam perjanjian jual beli *online*. Melalui *facebook* serta mengetahui bentuk tanggung jawab pelaku usaha yang tidak memberikan informasi benar dalam transaksi jual beli melalui *facebook*.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan analisis kasus. Pengkajian dilakukan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder melalui studi kepustakaan. Hasil penelitian disajikan secara normatif dengan memaparkan secara sistematis dan jelas guna menarik kesimpulan yang tepat

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa 1) Pengaturan tentang Transaksi jual beli online melalui media sosial *Facebook* merupakan bentuk perjanjian elektronik yang sah menurut hukum dan tunduk pada ketentuan KUHPerdara Pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang atau jasa yang ditawarkan. Apabila pelaku usaha memberikan informasi yang tidak benar atau menyesatkan, maka perbuatan tersebut melanggar hak konsumen dan dapat menimbulkan tanggung jawab hukum, baik secara perdata maupun pidana. 2) Bentuk tanggung jawab pelaku usaha pada umumnya bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen disaat jual beli online terjadi melalui kesepakatan yang telah disetujui antara kedua belah pihak konsumen maupun pelaku usaha, tanggung jawab pelaku usaha dapat berupa pengembalin uang tunai atau mengganti barang yang rusak dengan yang baru.

Rekomendasi penelitian 1) Seharusnya pengaturan tentang transaksi mendorong kerja sama antara platform seperti *Facebook* dengan Kementerian Perdagangan untuk implementasi fitur verifikasi otomatis, deteksi konten menyesatkan, dan mekanisme pengaduan yang cepat, guna mencegah wanprestasi dan meningkatkan kepercayaan konsumen 2) Sebaiknya bentuk tanggung jawab pengaturan untuk lebih spesifik mengatur transaksi online, termasuk kewajiban verifikasi informasi oleh pelaku usaha dan platform, serta perkuat kapasitas BPSK dan pengadilan dalam menangani bukti digital.

Kata Kunci : Perlindungan Hukum, Konsumen, dan Jual Beli

ABSTRACT

Miladia Perlangi. 04020220031. Title ***“Juridical analysis of legal protection for consumers for business actors who do not provide correct information in online sales and purchase agreements via Facebook”***. Under the supervision of **Dwi Handayani** as the principal supervisor and **Anzar Makkuasa** as the cosupervisor.

This study aims to analyze the legal provisions for consumers who fail to provide accurate information in online sales agreements. It also aims to determine the form of liability for businesses who fail to provide accurate information in sales transactions via Facebook.

This study uses a normative legal research method with a statutory approach and case analysis. The review was conducted on primary and secondary legal materials through literature review. The research results are presented normatively by presenting the data systematically and clearly to draw appropriate conclusions.

The results of this study indicate that 1) Regulations regarding online sales transactions via Facebook constitute a legally valid form of electronic agreement and are subject to the provisions of the Civil Code. Business actors are required to provide accurate, clear, and honest information regarding the goods or services offered. If a business actor provides incorrect or misleading information, such actions violate consumer rights and may result in legal liability, both civil and criminal. 2) Business actors are generally responsible for losses experienced by consumers during online purchases through an agreement agreed upon between both the consumer and the business actor. Business actors' responsibilities can include refunds or replacement of damaged goods with new ones.

Research recommendations: 1) Transaction regulations should encourage collaboration between platforms such as Facebook and the Ministry of Trade to implement automatic verification features, misleading content detection, and rapid complaint mechanisms, to prevent defaults and increase consumer trust. 2) Regulatory responsibilities should be more specific in regulating online transactions, including the obligation to verify information by business actors and platforms, and strengthen the capacity of the BPSK (Indonesian Consumer Protection Agency) and the courts in handling digital evidence..

Keywords : Legal Protection, Consumer, and Sales Transactions.

DAFTAR ISI

HALAMA JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
ORISINALITAS SKRIPSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen	9
1. Pengertian Perlindungan Hukum	9
2. Tujuan Perlindungan Hukum	12
3. Jenis Perlindungan Hukum	13
4. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Sistem Hukum Indonesia	17
5. Penyelesaian Sengketa Konsumen	19
B. Tinjauan Umum Tentang Jual Beli <i>Online</i>	21
1. Pengertian Jual Beli	21
2. Karakteristik Perjanjian Jual Beli <i>Online</i>	23
3. Asas Hukum yang Berlaku	25
4. Kewajiban Pelaku Usaha dalam Perjanjian Jual Beli <i>Online</i>	28
5. Wanprestasi dalam Transaksi Jual Beli <i>Online</i>	30
C. Tinjauan Umum Tentang <i>Facebook</i>	34
D. Tinjauan Umum Tentang <i>Marketplace</i>	36
1. Pengertian <i>Marketplace</i>	36

2.	Fungsi dan Peran <i>Marketplace</i>	37
3.	Tanggung Jawab <i>Marketplace</i>	39
BAB III METODE PENELITIAN		42
A.	Tipe Penelitian	42
B.	Metode Pendekatan	42
C.	Jenis dan Sumber Bahan Hukum	43
D.	Teknik Pengumpulan Bahan Hukum	44
E.	Analisis Bahan Hukum	44
<u>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</u>		45
A.	Pengaturan Hukum Terhadap Konsumen Bagi Pelaku Usaha Yang Tidak Memberikan Informasi Benar Dalam Perjanjian Jual Beli <i>Online</i> Melalui <i>Facebook</i>	45
B.	Tanggung jawab Pelaku Usaha yang tidak Memberikan Informasi Benar dalam <i>Transaksi</i> Jual Beli <i>Online</i> Melalui <i>Facebook</i>	60
BAB V PENUTUP		65
A.	Kesimpulan	65
B.	Saran	66
DAFTAR PUSTAKA		67

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat di Indonesia telah membawa dampak besar terhadap sektor perdagangan. Platform media sosial seperti *Facebook* kini menjadi salah satu sarana utama bagi pelaku usaha untuk melakukan transaksi jual beli online. *Facebook* tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi sosial, tetapi juga telah menjadi marketplace bagi produk dan layanan berbagai jenis usaha. Fenomena ini mengubah cara pelaku usaha dan konsumen berinteraksi, dengan transaksi yang semakin mudah dilakukan hanya dengan beberapa klik. Namun, seiring dengan kemajuan ini, muncul berbagai tantangan hukum yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online, terutama yang dilakukan melalui platform media sosial seperti *Facebook*.¹

Dalam konteks transaksi jual beli melalui *Facebook*, salah satu isu utama yang sering timbul adalah pelaku usaha yang tidak memberikan informasi yang benar atau akurat dalam perjanjian jual beli. Informasi yang tidak benar ini bisa mencakup identitas diri, alamat, status pembayaran, atau rincian lainnya yang krusial bagi proses transaksi. Ketidakbenaran informasi yang diberikan oleh pelaku usaha dapat menyebabkan masalah serius baik bagi konsumen itu sendiri maupun

¹ Sigit Prayudi, (2022). *Perekonomian Digital dan Jual Beli Online*, Yogyakarta: Penerbit Universitas Gadjah Mada, hlm. 89.

bagi pelaku usaha. Dalam banyak kasus, masalah ini dapat berujung pada kerugian finansial, wanprestasi, atau bahkan sengketa hukum antara kedua belah pihak. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen bagi terkena dampak dari pelaku usaha yang memberikan informasi tidak benar dalam transaksi jual beli online dapat diterapkan.

Di Indonesia, perlindungan hukum terhadap konsumen diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Pasal 4 huruf c dalam UUPK menyebutkan bahwa konsumen berhak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang dan atau jasa yang mereka beli. Selain itu, Pasal 7 huruf b UUPK juga mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar mengenai produk atau layanan yang ditawarkan. Namun, permasalahan muncul ketika konsumen tidak memberikan informasi yang akurat dalam perjanjian jual beli online, terutama di platform media sosial seperti *Facebook*.²

Meskipun UUPK memberikan dasar perlindungan bagi konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 juga mengatur transaksi elektronik dan informasi yang dapat menyesatkan. Pasal 28 ayat (1) UU ITE menyebutkan bahwa setiap

² Wahyu Putra S. dan Dian R. Dwi, (2023). *Perlindungan Konsumen di Dunia Digital*, Jakarta: Rajawali Press, hlm. 120.

orang yang dengan sengaja menyebarkan informasi bohong atau menyesatkan dalam transaksi elektronik yang mengakibatkan kerugian dapat dikenakan sanksi pidana atau administratif. Ketidakbenaran informasi yang diberikan oleh konsumen dalam transaksi online, termasuk di *Facebook*, dapat dikategorikan dalam jenis informasi yang menyesatkan tersebut.

Namun, meskipun regulasi ini ada, penerapannya dalam praktik jual beli melalui media sosial masih terbatas, karena seringkali sulit untuk menegakkan bukti dan mengidentifikasi pelaku dengan jelas. *Facebook Marketplace* memang memungkinkan pelaku usaha untuk melakukan transaksi jual beli, tetapi transaksi tersebut seringkali terjadi secara langsung antara penjual dan pembeli tanpa ada jaminan atau verifikasi yang kuat. Hal ini membuat pelaku usaha lebih rentan terhadap penyalahgunaan informasi oleh konsumen. Meskipun *Facebook* menyediakan fitur Marketplace, tidak ada regulasi yang memadai untuk melindungi hak pelaku usaha jika pelaku usaha memberikan informasi yang salah atau menyesatkan.³

وَيٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ لَمْ يَلْمِزُوْا فِىْ شَيْۤءٍ مِّنْهُۥ
اَلَّذِيْنَ اِذَا اٰتٰهُمُ اَمْۡۡۡالًا اٰتٰهُمُ عَلٰى
وَاِذَا كَانُوْهُمُ اَوْ وَّرَثُوْهُمُ يُخْسِرُوْنَ ۝۳

Terjemahan

³ Arief Hidayat, (2022). "Risiko Transaksi Elektronik: Perspektif Hukum Perdata Indonesia," *Jurnal Hukum dan Teknologi* 10, no. 1: 45.

Celakalah orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang)! (1) (Mereka adalah) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang 3. lain, mereka minta dipenuhi. (2) (Sebaliknya,) apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka kurangi. (3)

Ayat Al-Qur'an juga memberikan prinsip yang dapat diterapkan dalam transaksi jual beli *online*, terutama yang berkaitan dengan kejujuran dan transparansi. QS. Al-Mutaffifin: 1-3 berbicara tentang larangan menipu dalam timbangan dan ukuran, yang dapat diadaptasi dalam konteks jual beli online untuk menghindari ketidakbenaran informasi. Dalam ayat ini, Allah SWT mengingatkan agar tidak ada pihak yang merugikan pihak lainnya dalam transaksi, yang selaras dengan prinsip kejujuran dalam *e-commerce*.

Selain itu, regulasi hukum perdata Indonesia dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) juga perlu dipertimbangkan, khususnya terkait dengan perjanjian jual beli. Pasal 1457 KUHPerdata mengatur bahwa jual beli adalah suatu perjanjian yang dilakukan antara penjual dan pembeli yang harus memenuhi unsur kesepakatan, kecakapan, objek, dan causa. Dalam transaksi jual beli online melalui *Facebook*, jika salah satu pihak, dalam hal ini konsumen, tidak memberikan informasi yang benar, maka perjanjian tersebut dapat dianggap cacat dan berpotensi batal demi hukum.

Penelitian terkini menunjukkan bahwa meskipun perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi daring telah ada, implementasi regulasi tersebut dalam konteks transaksi melalui media sosial seperti

Facebook masih memiliki sejumlah kendala. Salah satu penelitian yang dilakukan oleh Prayuti menemukan bahwa meskipun hukum Indonesia memberikan dasar perlindungan yang jelas terhadap konsumen dalam *e-commerce*, penerapan regulasi tersebut di platform seperti *Facebook* masih sangat lemah. Banyak konsumen yang tidak menyadari hak dan kewajiban mereka dalam transaksi jual beli online, termasuk kewajiban untuk memberikan informasi yang benar dan jujur. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa pelaku usaha sering kali tidak dilindungi secara memadai ketika konsumen tidak memberikan informasi yang akurat, sehingga menimbulkan ketidakpastian dalam transaksi online.⁴

Selain itu, karakteristik transaksi jual beli di *Facebook* juga memperburuk masalah ini. *Facebook*, sebagai platform sosial media, tidak dirancang secara khusus untuk memfasilitasi transaksi jual beli secara aman. Berbeda dengan marketplace resmi, di *Facebook* transaksi sering kali terjadi secara langsung antara penjual dan pembeli tanpa ada jaminan atau verifikasi yang kuat. Hal ini membuat pelaku usaha lebih rentan terhadap penyalahgunaan informasi oleh konsumen. Meskipun *Facebook* menyediakan fitur "Marketplace" yang memungkinkan pelaku usaha untuk melakukan transaksi, tidak ada regulasi yang memadai untuk melindungi hak pelaku usaha jika konsumen memberikan informasi yang salah atau menyesatkan.⁵

⁴ Suryo B. Winata, (2021). "Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam E-Commerce," *Jurnal Hukum Perdata* 19, no. 3: 87.

⁵ Budi Raharja, (2022). "Pemanfaatan Teknologi Informasi untuk Perlindungan Konsumen dalam E-Commerce," *Jurnal Teknologi dan Hukum* 14, no. 2 (2022): 98.

Selain aspek perlindungan hukum bagi konsumen, tanggung jawab pelaku usaha dalam menghadapi konsumen yang tidak memberikan informasi yang benar juga menjadi permasalahan penting. Pelaku usaha dalam transaksi online harus memiliki kewajiban untuk memastikan bahwa informasi yang diberikan oleh konsumen adalah benar. Namun, dalam banyak kasus, pelaku usaha tidak memiliki mekanisme yang cukup untuk memverifikasi informasi tersebut sebelum melanjutkan transaksi.⁶ Penelitian ini bertujuan untuk menjawab dua rumusan masalah utama yang relevan dengan perkembangan transaksi jual beli online melalui Facebook.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dilakukan penelitian skripsi dengan judul **“Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Bagi Pelaku Usaha Yang Tidak Memberikan Informasi Benar Dalam Perjanjian Jual Beli *Online* Melalui Facebook”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dari itu penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaturan hukum terhadap konsumen bagi pelaku usaha yang tidak memberikan informasi benar dalam perjanjian jual beli *online* melalui *Facebook*?

⁶ Dini S. Nur, (2023). "Transaksi E-Commerce melalui Facebook: Aspek Perlindungan Konsumen," *Jurnal Perdagangan dan Hukum* 9, no. 2: 65.

2. Bagaimanakah bentuk tanggung jawab pelaku usaha yang tidak memberikan informasi benar dalam transaksi jual beli *online* melalui *Facebook*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas maka penulis bertujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaturan hukum bagi pelaku usaha yang tidak memberikan informasi benar dalam perjanjian jual beli *online* melalui *facebook*.
2. Untuk mengetahui bentuk tanggung jawab pelaku usaha yang tidak memberikan informasi benar dalam transaksi jual beli melalui *facebook*.

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini terdapat dua jenis manfaat yang bisa didapatkan yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli online, khususnya terkait dengan kewajiban pelaku usaha dan penyelesaian sengketa di platform *facebook*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman tentang peran hukum dalam transaksi elektronik di Indonesia.

2. Manfaat Praktik

Penelitian ini memberikan wawasan praktis bagi pelaku usaha dan konsumen dalam mengelola risiko hukum terkait transaksi jual beli online. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang kewajiban hukum pelaku usaha dan mekanisme penyelesaian sengketa, pelaku usaha dapat meningkatkan kepatuhan terhadap regulasi, dan konsumen dapat lebih terlindungi dari potensi wanprestasi dalam transaksi online.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen

1. Pengertian Perlindungan Hukum

Sebagaimana termaksud dalam bunyi pasal 1 ayat 3 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, yang berbunyi “Negara Indonesia adalah negara hukum”, maka berdasarkan bunyi pasal tersebut, dimaksudkan bahwasannya setiap penyelenggaraan negara dalam segala bidang tidak boleh bertentangan dengan hukum yang berlaku di negara ini. Hal ini di pertegas pula dengan ketentuan Pasal 28D Ayat 1 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, yang menyatakan bahwa “setiap orang berhak atas pengakuan, jaminan, perlindungan, dan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang sama dimuka hukum”. Berpijak dari itulah kemudian perlindungan hukum menjadi suatu yang esensial dalam kehidupan bernegara.

Perlindungan hukum menurut Philipus M. Hadjon adalah suatu kondisi subjektif yang menyatakan hadirnya keharusan pada diri sejumlah subjek hukum untuk segera memperoleh sejumlah sumber daya guna kelangsungan eksistensi subjek hukum yang dijamin dan dilindungi oleh hukum agar kekuatannya secara terorganisir dalam proses pengambilan keputusan politik maupun

ekonomi khususnya pada distribusi sumber daya baik pada prangkat individu maupun structural.⁷

Lebih lanjut Philipus M. Hadjon menjelaskan bahwa sasaran perlindungan hukum preventif meliputi setiap individu sebagai anggota masyarakat berhak menuntut pemenuhan hak mereka sebagai upaya mewujudkan keadilan (*the right to be heard*) dan upaya hukum yang diupayakan oleh pemerintah dengan cara membuka akses yang seluas-luasnya kepada masyarakat untuk memperoleh informasi tentang proses pemenuhan hak mereka (*access to information*), sebagai wujud dari pelaksanaan pemerintahan yang baik. Arti penting dari *the right to be heard* adalah pertama, individu yang terkena tindakan pemerintah dapat mengemukakan hak-haknya dan kepentingannya sehingga menjamin keadilan. Kedua, menunjang pelaksanaan pemerintahan yang baik.

Aturan hukum baik berupa undang-undang maupun hukum tidak tertulis, dengan demikian, berisi aturan-aturan yang bersifat umum yang menjadi pedoman bagi individu bertingkah laku dalam hidup bermasyarakat, baik dalam hubungan dengan sesama maupun dalam hubungannya dengan masyarakat. Aturan-aturan itu menjadi batasan bagi masyarakat dalam membenahi atau melakukan tindakan terhadap individu.

⁷ Hadjon, P. M. (1987). *Perlindungan hukum bagi rakyat Indonesia*. Surabaya: Bina Ilmu.

Adanya aturan semacam itu dan pelaksanaan aturan tersebut menimbulkan kepastian hukum. Dengan demikian, kepastian hukum mengandung dua pengertian, yaitu pertama, adanya aturan yang bersifat umum membuat individu mengetahui perbuatan apa yang boleh atau tidak boleh dilakukan dan dua, berupa keamanan hukum bagi individu dari kesewenangan pemerintah karena dengan adanya aturan yang bersifat umum itu individu dapat mengetahui apa saja yang boleh dan tidak boleh dilakukan oleh Negara terhadap individu. Kepastian hukum bukan hanya berupa pasal dalam undang-undang, melainkan juga adanya konsistensi dalam putusan hakim antara putusan hakim yang satu dengan putusan hakim yang lainnya untuk kasus serupa yang telah diputuskan.⁸

Berdasarkan uraian tersebut di atas dapat diketahui bahwa perlindungan hukum adalah segala bentuk upaya pengayoman terhadap harkat dan martabat manusia serta pengakuan terhadap hak asasi manusia di bidang hukum. Prinsip perlindungan hukum bagi rakyat Indonesia bersumber pada Pancasila dan konsep Negara Hukum, kedua sumber tersebut mengutamakan pengakuan serta penghormatan terhadap harkat dan martabat manusia. Sarana perlindungan hukum ada dua bentuk, yaitu sarana perlindungan hukum preventif dan represif.

⁸ Marzuki, P. M. (2008). *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

2. Tujuan Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum haruslah tercermin dari berjalannya hukum, proses hukum dan akibat dilaksanakannya atau ditegakkannya hukum tersebut. Hal tersebut dapat dilihat dari keberagaman hubungan yang terjadi di masyarakat. Hubungan antar masyarakat melahirkan hukum yang mengatur dan melindungi kepentingan dari masing-masing masyarakat. Dengan adanya keberagaman hubungan hukum tersebut membuat para anggota masyarakat memerlukan aturan-aturan yang dapat menjamin keseimbangan agar dalam hubungan-hubungan itu tidak terjadi kekacauan-kekacauan di dalam masyarakat.⁹

Hukum sebagai norma merupakan petunjuk untuk manusia dalam bertingkah laku dalam hubungannya dalam masyarakat. Hukum juga sebagai petunjuk apa yang harus diperbuat dan mana yang tidak. Hukum juga memberikan petunjuk mana yang tidak boleh, sehingga segala sesuatu dapat berjalan tertib dan teratur. Hal tersebut dimungkinkan karena hukum memiliki sifat dan waktu mengatur tingkah laku manusia serta mempunyai ciri memerintah dan melarang begitu pula hukum dapat memaksa agar hukum itu dapat ditaati oleh anggota masyarakat.

Menurut Subekti, "Hukum tidak hanya mencari keseimbangan antara berbagai kepentingan yang bertentangan sama lain akan

⁹ Kansil, C. S. T. (2009). *Pengantar ilmu hukum dan tata hukum Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

tetapi juga untuk mendapat keseimbangan antar tuntutan keadilan tersebut dengan “ketertiban” atau “kepastian hukum”. Dengan demikian hukum itu bertujuan untuk menjamin adanya kepastian hukum dalam masyarakat dan hukum itu harus pula pada keadilan, yaitu asas-asas keadilan dari masyarakat itu

3. Jenis Perlindungan Hukum

Menurut Muchsin, perlindungan hukum merupakan 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

Perlindungan yang diberikan oleh pemerintah dengan tujuan untuk mencegah sebelum terjadinya pelanggaran. Hal ini terdapat dalam peraturan perundangundangan dengan maksud untuk mencegah suatu pelanggaran serta memberikan rambu-rambu atau batasan-batasan dalam melakukan suatu kewajiban.

b. Perlindungan Hukum Represif

Merupakan perlindungan akhir berupa sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan yang diberikan apabila sudah terjadi sengketa atau telah dilakukan suatu pelanggaran

Terkait dengan Hal tersebut, menurut Philipus M. Hadjon, menyatakan bahwa, sarana perlindungan Hukum ada dua macam, yaitu

1. Sarana Perlindungan Hukum Preventif

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

2. Sarana Perlindungan hukum represif

Perlindungan hukum yang represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa. Penanganan perlindungan hukum oleh Pengadilan Umum dan Pengadilan Administrasi di Indonesia termasuk kategori perlindungan hukum ini. Prinsip perlindungan hukum terhadap tindakan pemerintah bertumpu dan bersumber dari konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia karena menurut sejarah dari barat, lahirnya

konsep-konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia diarahkan kepada pembatasan pembatasan dan peletakan kewajiban masyarakat dan pemerintah. Prinsip kedua yang mendasari perlindungan hukum terhadap tindak pemerintahan adalah prinsip negara hukum. Dikaitkan dengan pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia, pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia mendapat tempat utama dan dapat dikaitkan dengan tujuan dari negara hukum.¹⁰

Kepastian hukum secara normatif adalah ketika suatu peraturan dibuat dan diundangkan secara pasti karena mengatur secara jelas dan logis. Jelas dalam arti tidak menimbulkan keraguan (multi tafsir) dan logis dalam arti ia menjadi suatu sistem norma dengan norma lain sehingga tidak berbenturan atau menimbulkan konflik norma. Konflik norma yang ditimbulkan dari ketidakpastian aturan dapat berbentuk kontestasi norma, reduksi norma, atau distorsi norma. Peran pemerintah dan pengadilan dalam menjaga kepastian hukum sangat penting.

Pemerintah tidak boleh menerbitkan aturan pelaksanaan yang tidak diatur oleh undang-undang atau bertentangan dengan undang-undang. Apabila hal itu terjadi, pengadilan harus

¹⁰ Philipus M. Hadjon. (1987). *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*. Surabaya: Bina Ilmu.

menyatakan bahwa peraturan demikian batal demi hukum, artinya dianggap tidak pernah ada sehingga akibat yang terjadi karena adanya peraturan itu harus dipulihkan seperti sediakala. Akan tetapi, apabila pemerintah tetap tidak mau mencabut aturan yang telah dinyatakan batal itu, hal itu akan berubah menjadi masalah politik antara pemerintah dan pembentuk undang-undang. Yang lebih parah lagi apabila lembaga perwakilan rakyat sebagai pembentuk undang-undang tidak mempersoalkan keengganan pemerintah mencabut aturan yang dinyatakan batal oleh pengadilan tersebut. Sudah barang tentu hal semacam itu tidak memberikan kepastian hukum dan akibatnya hukum tidak mempunyai daya prediktibilitas.

Berdasarkan uraian tersebut di atas dapat diketahui bahwa perlindungan hukum adalah segala bentuk upaya pengayoman terhadap harkat dan martabat manusia serta pengakuan terhadap HAM di bidang hukum. Prinsip perlindungan hukum bagi rakyat Indonesia bersumber pada Pancasila dan konsep Negara Hukum, kedua sumber tersebut mengutamakan pengakuan serta penghormatan terhadap harkat dan martabat manusia. Sarana perlindungan hukum ada dua bentuk, yaitu sarana perlindungan hukum preventif dan represif.

4. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Sistem Hukum Indonesia

Perlindungan konsumen dalam sistem hukum Indonesia diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-Undang ini bertujuan untuk memberikan perlindungan terhadap hak-hak konsumen agar mereka tidak dirugikan dalam transaksi jual beli, baik yang dilakukan secara langsung maupun secara online. Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa konsumen berhak atas perlindungan yang mencakup perlindungan terhadap kerugian fisik, ekonomi, dan hak-hak lainnya yang timbul dalam transaksi jual beli. Di era digital, dengan berkembangnya e-commerce dan transaksi online, perlindungan konsumen menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa konsumen terlindungi dari potensi penipuan atau kerugian akibat ketidaksesuaian barang atau layanan.

Dalam jual beli online, konsumen seringkali berhadapan dengan penjual yang tidak dapat mereka lihat atau temui langsung. Oleh karena itu, peran platform marketplace menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa transaksi tersebut berjalan dengan baik. Marketplace bertanggung jawab untuk menyediakan informasi yang akurat dan jujur tentang produk yang ditawarkan, serta menjaga kepercayaan konsumen terhadap transaksi yang dilakukan.

Perlindungan konsumen ini sejalan dengan asas keterbukaan informasi, yang mengharuskan pelaku usaha untuk memberikan

informasi yang jelas dan tidak menyesatkan mengenai barang atau jasa yang dijual, sebagaimana diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Selain itu, Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) juga memberikan perlindungan tambahan bagi konsumen dalam transaksi e-commerce. Undang-Undang ITE mengatur tentang keabsahan transaksi elektronik dan menjamin bahwa transaksi yang dilakukan secara digital memiliki kekuatan hukum yang sama dengan transaksi konvensional. Dalam hal ini, transaksi jual beli online yang dilakukan di marketplace juga dianggap sah selama memenuhi ketentuan yang berlaku.

Untuk lebih memperkuat perlindungan konsumen, pemerintah juga mengatur mekanisme pengawasan dan penegakan hukum terhadap pelaku usaha yang tidak memenuhi kewajiban mereka. Badan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), sebagai lembaga yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, berperan penting dalam menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha. BPSK menyediakan sarana mediasi yang memungkinkan konsumen untuk mendapatkan penyelesaian sengketa tanpa harus melalui jalur peradilan formal.

5. Penyelesaian Sengketa Konsumen

Penyelesaian sengketa konsumen merupakan bagian penting dari perlindungan hukum bagi konsumen dalam sistem e-commerce. Sengketa dapat terjadi antara konsumen dan pelaku usaha, terutama terkait dengan ketidaksesuaian barang yang diterima dengan yang dipesan, keterlambatan pengiriman, atau bahkan penipuan dalam transaksi. Dalam konteks jual beli online, penyelesaian sengketa menjadi lebih kompleks karena adanya transaksi yang dilakukan secara digital, tanpa adanya pertemuan langsung antara kedua pihak. Oleh karena itu, penting bagi konsumen untuk mengetahui mekanisme penyelesaian sengketa yang tersedia di Indonesia.

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur mekanisme penyelesaian sengketa yang dapat diakses oleh konsumen. Pasal 45 dan Pasal 46 Undang-Undang ini memberikan hak kepada konsumen untuk mengajukan sengketa kepada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). BPSK menyediakan sistem mediasi yang memungkinkan kedua belah pihak untuk mencapai kesepakatan tanpa harus melalui jalur peradilan yang formal dan memakan waktu. Mediasi ini diharapkan dapat memberikan solusi yang cepat dan efisien bagi konsumen yang dirugikan.

Selain itu, konsumen juga dapat memilih untuk menyelesaikan sengketa melalui jalur hukum, yaitu melalui gugatan perdata yang diajukan di pengadilan. Di Indonesia, pengadilan memiliki kewenangan untuk menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku. Namun, proses hukum melalui pengadilan seringkali memakan waktu lebih lama dan lebih mahal dibandingkan dengan penyelesaian melalui BPSK. Oleh karena itu, BPSK menjadi pilihan yang lebih efisien bagi konsumen untuk mendapatkan solusi yang adil dalam waktu yang lebih singkat.

Marketplace juga memiliki peran penting dalam penyelesaian sengketa antara konsumen dan penjual. Banyak marketplace yang menyediakan sistem untuk menangani klaim dan komplain dari konsumen. Misalnya, jika produk yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan deskripsi, konsumen dapat mengajukan klaim melalui platform marketplace. Beberapa marketplace juga menyediakan garansi pengembalian barang, di mana konsumen dapat mengembalikan barang dan mendapatkan pengembalian dana jika barang yang diterima tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Hal ini penting untuk meningkatkan rasa aman dan kepercayaan konsumen terhadap platform e-commerce.

Namun, meskipun ada mekanisme penyelesaian sengketa yang tersedia, tantangan yang dihadapi oleh konsumen adalah

kurangnya pemahaman tentang hak-hak mereka dan prosedur yang harus ditempuh untuk mengajukan klaim atau penyelesaian sengketa. Oleh karena itu, edukasi kepada konsumen mengenai perlindungan hukum yang mereka miliki dalam transaksi online sangat penting. Pemerintah dan platform marketplace perlu bekerjasama untuk meningkatkan kesadaran konsumen mengenai hak-hak mereka dan prosedur yang harus diikuti dalam penyelesaian sengketa.

B. Tinjauan Umum Tentang Jual Beli *Online*

1. Pengertian Jual Beli

Perjanjian jual beli adalah suatu perikatan antara penjual dan pembeli di mana penjual berjanji untuk menyerahkan barang kepada pembeli, dan pembeli berjanji untuk membayar harga barang tersebut. Pasal 1457 KUHPdata menyebutkan bahwa jual beli adalah perjanjian yang mengikat antara penjual dan pembeli, di mana kewajiban masing-masing pihak diatur dalam perjanjian yang disepakati.¹¹

Perjanjian jual beli merupakan suatu perikatan antara penjual dan pembeli yang mengikat kedua belah pihak. Penjual berjanji untuk menyerahkan barang atau jasa kepada pembeli, dan pembeli berjanji untuk membayar harga barang tersebut. Dalam Pasal 1457

¹¹ Sutedi, A. (2016). *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik*. RajaGrafindo Persada, Jakarta, hlm. 45.

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), perjanjian jual beli dijelaskan sebagai perjanjian di mana penjual berjanji untuk menyerahkan barang dan pembeli berjanji untuk membayar harga barang tersebut .

Perjanjian jual beli online mengikuti ketentuan yang sama dengan perjanjian jual beli pada umumnya, meskipun dilakukan melalui media elektronik. Meskipun tidak ada pertemuan fisik, prinsip-prinsip dasar hukum yang berlaku tetap sama, dengan penjual dan pembeli terikat pada kesepakatan yang tercapai. Oleh karena itu, Pasal 1320 KUHPerdata juga berlaku dalam jual beli online, yang mengharuskan adanya kesepakatan yang sah antara kedua belah pihak, objek yang jelas, serta sebab yang halal dalam transaksi .¹²

Dalam konteks e-commerce, transaksi jual beli online dilakukan melalui platform marketplace yang menyediakan sarana bagi penjual dan pembeli untuk saling berinteraksi. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur hak-hak konsumen untuk memperoleh produk sesuai dengan deskripsi yang diberikan oleh penjual di platform tersebut. Jika barang yang diterima tidak sesuai atau rusak, konsumen berhak untuk mengajukan klaim atau meminta pengembalian barang.

¹² Purnomo, S. (2018). *Perjanjian Jual Beli dalam Hukum Indonesia*. Sinar Grafika, Jakarta, hlm. 112.

Namun, pengakuan terhadap perjanjian yang sah dalam transaksi online tetap menjadi tantangan, karena sering kali hanya terjadi melalui klik persetujuan di platform digital. Dalam hal ini, Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) memberikan dasar hukum untuk transaksi elektronik yang sah, termasuk pengaturan tentang tanda tangan digital dan transaksi yang dilakukan secara elektronik.¹³

Dengan adanya pengaturan ini, baik pelaku usaha maupun konsumen harus memahami hak dan kewajiban mereka sesuai dengan peraturan yang berlaku agar transaksi berjalan sesuai dengan hukum yang berlaku. Perlindungan konsumen, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, sangat penting dalam memastikan bahwa hak-hak konsumen tidak dilanggar dalam transaksi jual beli online.

2. Karakteristik Perjanjian Jual Beli *Online*

Perjanjian jual beli online memiliki beberapa karakteristik utama yang membedakannya dari jual beli tradisional. Salah satunya adalah peran marketplace yang bertindak sebagai perantara antara penjual dan pembeli. Marketplace seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee menyediakan platform untuk transaksi antara kedua pihak, tetapi tidak terlibat langsung dalam perjanjian jual beli yang

¹³ Suryani, I. (2020). Perlindungan Konsumen dalam Dunia Maya. *Jurnal Hukum Indonesia*, 45(3), hlm. 112-130.

terjadi antara penjual dan pembeli. Hal ini diatur dalam Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) yang mengatur transaksi elektronik dan tanggung jawab penyelenggara sistem elektronik .¹⁴

Selain itu, transaksi jual beli online dilakukan sepenuhnya melalui media elektronik seperti situs web atau aplikasi mobile. Proses transaksi, mulai dari pemilihan barang hingga pembayaran, dilakukan secara digital. Dalam hal ini, pembayaran dilakukan melalui sistem yang disediakan oleh platform marketplace, yang mengurangi kebutuhan akan pembayaran tunai atau transaksi di luar sistem platform .

Namun, risiko ketidaksesuaian barang dengan deskripsi menjadi masalah umum dalam jual beli online. Pembeli hanya dapat melihat gambar atau membaca deskripsi produk tanpa dapat memeriksa barang secara langsung. Oleh karena itu, untuk melindungi konsumen, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur bahwa konsumen berhak mendapatkan produk yang sesuai dengan deskripsi yang diberikan penjual di platform. Jika terjadi ketidaksesuaian, konsumen berhak mengajukan pengembalian barang atau meminta penggantian .¹⁵

¹⁴ Purnama, M. (2019). *Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Bisnis Online*. Jurnal Ekonomi Digital, 11(2), hlm. 77-90.

¹⁵ Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4, Pasal 7, Pasal 45.

Keamanan transaksi juga menjadi isu penting dalam jual beli online. Pelaku usaha dan marketplace wajib menjaga data pribadi konsumen dan memastikan bahwa transaksi yang dilakukan aman dari ancaman cybercrime. Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang ITE mengatur tentang perlindungan data pribadi dalam transaksi elektronik dan mewajibkan penyelenggara sistem elektronik untuk memastikan keamanan dan kerahasiaan data pengguna .¹⁶

Proses pengembalian barang dalam perjanjian jual beli online merupakan bagian yang penting untuk melindungi hak konsumen. Platform marketplace sering menyediakan sistem untuk memfasilitasi pengembalian barang, namun prosedur ini bisa memakan waktu dan memiliki ketentuan yang terbatas. Oleh karena itu, perlindungan hukum bagi konsumen dalam hal pengembalian barang sangat diperlukan, sebagaimana yang tercantum dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang mengatur hak konsumen untuk mendapatkan barang sesuai dengan deskripsi .

3. Asas Hukum yang Berlaku

Perjanjian jual beli, termasuk yang dilakukan secara online, harus memenuhi asas-asas hukum yang tercantum dalam Pasal

¹⁶ Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), Pasal 17.

1338 KUHPerdata, yang menyatakan bahwa perjanjian yang sah akan mengikat pihak-pihak yang membuatnya . Dalam transaksi online, prinsip kepercayaan (asumsi saling percaya) antara konsumen dan pelaku usaha menjadi hal yang penting untuk menjamin keberlangsungan transaksi yang baik.¹⁷

Perjanjian jual beli online memiliki beberapa karakteristik utama yang membedakannya dari jual beli tradisional. Salah satunya adalah peran marketplace yang bertindak sebagai perantara antara penjual dan pembeli. Marketplace seperti Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee menyediakan platform untuk transaksi antara kedua pihak, tetapi tidak terlibat langsung dalam perjanjian jual beli yang terjadi antara penjual dan pembeli. Hal ini diatur dalam Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) yang mengatur transaksi elektronik dan tanggung jawab penyelenggara sistem elektronik .

Selain itu, transaksi jual beli online dilakukan sepenuhnya melalui media elektronik seperti situs web atau aplikasi mobile. Proses transaksi, mulai dari pemilihan barang hingga pembayaran, dilakukan secara digital. Dalam hal ini, pembayaran dilakukan melalui sistem yang disediakan oleh platform marketplace, yang

¹⁷ Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), Pasal 1457, Pasal 1320, Pasal 1239, Pasal 1338.

mengurangi kebutuhan akan pembayaran tunai atau transaksi di luar sistem platform .

Namun, risiko ketidaksesuaian barang dengan deskripsi menjadi masalah umum dalam jual beli online. Pembeli hanya dapat melihat gambar atau membaca deskripsi produk tanpa dapat memeriksa barang secara langsung. Oleh karena itu, untuk melindungi konsumen, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur bahwa konsumen berhak mendapatkan produk yang sesuai dengan deskripsi yang diberikan penjual di platform. Jika terjadi ketidaksesuaian, konsumen berhak mengajukan pengembalian barang atau meminta penggantian .

Keamanan transaksi juga menjadi isu penting dalam jual beli online. Pelaku usaha dan marketplace wajib menjaga data pribadi konsumen dan memastikan bahwa transaksi yang dilakukan aman dari ancaman cybercrime. Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang ITE mengatur tentang perlindungan data pribadi dalam transaksi elektronik dan mewajibkan penyelenggara sistem elektronik untuk memastikan keamanan dan kerahasiaan data pengguna .

Proses pengembalian barang dalam perjanjian jual beli online merupakan bagian yang penting untuk melindungi hak konsumen. Platform marketplace sering menyediakan sistem untuk memfasilitasi pengembalian barang, namun prosedur ini bisa

memakan waktu dan memiliki ketentuan yang terbatas. Oleh karena itu, perlindungan hukum bagi konsumen dalam hal pengembalian barang sangat diperlukan, sebagaimana yang tercantum dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang mengatur hak konsumen untuk mendapatkan barang sesuai dengan deskripsi .

4. Kewajiban Pelaku Usaha dalam Perjanjian Jual Beli *Online*

Dalam perjanjian jual beli online, pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memenuhi syarat dan ketentuan yang telah disepakati bersama konsumen. Salah satu kewajiban dasar yang dimiliki oleh pelaku usaha adalah menyerahkan barang sesuai dengan spesifikasi yang dijanjikan dalam deskripsi produk yang dipublikasikan di platform marketplace. Berdasarkan Pasal 1457 KUHPerdata, penjual dalam perjanjian jual beli wajib untuk menyerahkan barang yang sesuai dengan apa yang telah disepakati. Dalam konteks e-commerce, hal ini berarti bahwa informasi yang diberikan oleh penjual di marketplace harus benar dan akurat.

Selain kewajiban untuk menyerahkan barang, pelaku usaha juga wajib untuk melakukan pengiriman tepat waktu. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa pelaku usaha wajib memberikan barang atau jasa sesuai dengan yang dijanjikan dalam perjanjian. Hal ini termasuk memastikan bahwa barang sampai ke konsumen dalam

waktu yang telah disepakati. Keterlambatan dalam pengiriman barang dapat merugikan konsumen dan menciptakan ketidaknyamanan yang dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap pelaku usaha.

Pelaku usaha juga memiliki kewajiban untuk memberikan pelayanan purna jual yang memadai. Salah satu bentuk pelayanan purna jual adalah garansi barang atau kemudahan pengembalian barang jika terjadi kerusakan atau ketidaksesuaian dengan deskripsi. Marketplace seringkali menyediakan mekanisme pengembalian barang atau refund untuk memberikan jaminan kepada konsumen bahwa mereka akan mendapatkan produk yang sesuai atau kompensasi jika barang tidak sesuai dengan harapan.

Sebagai penyelenggara transaksi elektronik, marketplace juga bertanggung jawab atas perlindungan data pribadi konsumen. Pelaku usaha yang beroperasi melalui marketplace wajib untuk mematuhi Undang-Undang No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi, yang mengatur tentang bagaimana data pribadi konsumen harus diproses, disimpan, dan dilindungi agar tidak disalahgunakan. Keamanan data pribadi konsumen adalah aspek yang sangat penting, terutama dalam transaksi e-commerce di mana informasi pribadi konsumen sering kali diproses secara digital.

Terakhir, pelaku usaha juga memiliki kewajiban untuk mematuhi aturan yang berlaku dan berkewajiban menyelesaikan sengketa yang timbul antara mereka dengan konsumen. Apabila terjadi permasalahan terkait dengan transaksi jual beli online, pelaku usaha harus memastikan bahwa mereka siap untuk menyelesaikan masalah tersebut dengan cara yang transparan dan mengedepankan prinsip keadilan bagi konsumen. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan dasar hukum untuk penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

5. Wanprestasi dalam Transaksi Jual Beli *Online*

Wanprestasi adalah kegagalan salah satu pihak dalam perjanjian untuk memenuhi kewajibannya sesuai dengan yang telah disepakati. Dalam konteks transaksi jual beli online, wanprestasi dapat terjadi dalam berbagai bentuk, seperti kegagalan pengiriman barang sesuai waktu yang dijanjikan, ketidaksesuaian barang dengan deskripsi, atau barang yang tidak dikirim sama sekali. Menurut Pasal 1239 KUHPdata, wanprestasi terjadi ketika pihak yang berutang tidak memenuhi kewajiban sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

Dalam perjanjian jual beli online, wanprestasi sering terjadi ketika pelaku usaha tidak memenuhi kewajibannya untuk

mengirimkan barang sesuai dengan deskripsi yang telah diberikan di platform marketplace. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan hak kepada konsumen untuk mengajukan klaim atau pengembalian barang jika barang yang diterima tidak sesuai dengan yang dijanjikan oleh penjual di marketplace. Kegagalan dalam memenuhi kewajiban ini dapat merugikan konsumen, yang sering kali tidak dapat memeriksa barang secara langsung sebelum melakukan pembelian.

Jika terjadi wanprestasi, konsumen berhak untuk meminta ganti rugi atau pembatalan perjanjian. Berdasarkan Pasal 1243 KUHPerdara, konsumen yang dirugikan akibat wanprestasi berhak untuk meminta ganti rugi atas kerugian yang mereka alami. Ini termasuk kerugian yang timbul akibat ketidaksesuaian barang atau keterlambatan pengiriman. Konsumen juga berhak untuk membatalkan perjanjian dan meminta pengembalian dana jika barang yang diterima tidak sesuai dengan yang dijanjikan.

Penyelesaian sengketa wanprestasi dalam transaksi jual beli online biasanya dilakukan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), yang menawarkan solusi mediasi antara konsumen dan pelaku usaha. Namun, dalam beberapa kasus, konsumen juga dapat mengajukan gugatan di pengadilan jika masalah tidak dapat diselesaikan melalui BPSK. Proses ini diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan

Konsumen, yang memberikan mekanisme penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha melalui jalur hukum yang lebih formal.

Dalam konteks e-commerce, bentuk wanprestasi yang paling umum adalah kegagalan pelaku usaha untuk mengirimkan barang sesuai dengan yang dijanjikan, baik dalam hal kualitas, spesifikasi, atau waktu pengiriman. Misalnya, penjual mengirimkan barang yang tidak sesuai dengan deskripsi yang tercantum di platform marketplace atau tidak mengirimkan barang sama sekali setelah konsumen melakukan pembayaran.

Bentuk lain dari wanprestasi dalam e-commerce adalah keterlambatan pengiriman barang. Dalam banyak transaksi jual beli online, waktu pengiriman seringkali menjadi salah satu syarat yang disepakati antara penjual dan pembeli. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur bahwa pelaku usaha wajib memenuhi kewajibannya untuk mengirimkan barang tepat waktu sesuai dengan yang telah disepakati. Keterlambatan dalam pengiriman dapat merugikan konsumen dan menciptakan ketidakpuasan, yang pada akhirnya dapat merusak reputasi penjual dan marketplace tempat transaksi tersebut berlangsung.

Selain itu, ketidaksesuaian harga yang telah disepakati dan pembayaran yang tidak sesuai dengan ketentuan juga dapat dikategorikan sebagai wanprestasi. Misalnya, penjual

membebankan biaya tambahan yang tidak terdaftar sebelumnya, atau harga yang ditampilkan di platform marketplace tidak sesuai dengan jumlah yang dibayar oleh pembeli. Praktik semacam ini berpotensi merugikan konsumen dan melanggar ketentuan yang telah disepakati.

Dalam beberapa kasus, barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan pesanan, seperti barang cacat, barang palsu, atau barang yang rusak. Hal ini sering terjadi dalam transaksi jual beli online, di mana konsumen hanya dapat mengandalkan deskripsi produk yang diberikan oleh penjual di marketplace. Jika barang yang diterima tidak sesuai, konsumen berhak untuk mengajukan pengembalian barang atau ganti rugi, yang akan dibahas lebih lanjut dalam bagian penyelesaian sengketa.

Secara keseluruhan, wanprestasi dalam transaksi jual beli online dapat mencakup berbagai pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha, yang merugikan konsumen dan berpotensi merusak reputasi platform e-commerce tempat transaksi berlangsung.

Untuk mencegah terjadinya wanprestasi, pelaku usaha di dunia e-commerce harus memastikan bahwa mereka memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai produk yang dijual, serta menjamin pengiriman barang tepat waktu. Marketplace juga memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa transaksi yang dilakukan

di platform mereka mengikuti aturan yang jelas dan melindungi hak-hak konsumen.

C. Tinjauan Umum Tentang *Facebook*

Facebook adalah salah satu platform media sosial di internet yang diciptakan oleh Mark Elliot Zuckerberg. Pada usia 25 tahun, ia memperkenalkan “The *Facebook*” (nama awalnya) pada februari 2004 dari kamar asramanya di Havaard University. Dibantu oleh tiga rekanya, yaitu Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz, dan Chris Hughes, mereka menciptakan jaringan mahasiswa berbasis internet agar dapat saling mengenal. Dalam jangka waktu 24 jam, sebanyak 1.200 mahasiswa Havard bergabung, dan tak lama kemudian, jaringan ini mulai menyebar ke kampus-kampus lain di Amerika Serikat. Seiring dengan meningkatnya popularitas, *facebook* akhirnya dibuka untuk umum dan berkembang menjadi platform global yang digunakan oleh miliaran orang diseluruh dunia.¹⁸

Untuk menggunakan *Facebook*, pengguna perlu mendaftar terlebih dahulu melalui situs web *Facebook*. Setelah terdaftar, mereka dapat membuat profil pribadi, menambahkan orang lain sebagai teman, serta bertukar pesan. Pengguna juga akan menerima pemberitahuan otomatis ketika teman mereka memperbarui profil. Selain itu, mereka dapat bergabung dengan grup berdasarkan minat yang sama, yang

¹⁸ Tony Hendroyono,. (2009). *Facebook : Situs Social Networking Bernilai 15 Miliar Dolar*. Yogyakarta: B First. 83.

disusun berdasarkan faktor seperti tempat kerja, sekolah, atau ciri khas lainnya, serta mengelompokkan teman-teman dalam daftar tertentu, seperti rekan kerja atau teman dekat.

Seiring berjalannya waktu, *Facebook* terus mengembangkan fitur-fitur baru untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Salah satu fitur yang sangat populer adalah News Feed, yang menampilkan berbagai pembaruan dari teman, grup, dan halaman yang diikuti oleh pengguna. Ada juga fitur stories, yang memungkinkan pengguna membagikan foto atau video singkat yang akan hilang dalam waktu 24 jam. Selain itu, *facebook* memiliki fitur marketplace, yang memungkinkan pengguna membeli dan menjual barang secara online dalam komunitas mereka

Selain fitur komunikasi dan interaksi sosial, *facebook* juga menyediakan fitur live streaming, yang memungkinkan pengguna menyiarkan video langsung kepada teman atau pengikut mereka. Fitur ini banyak digunakan untuk berbagai keperluan, mulai dari siaran berita, konser musik, hingga acara pribadi. *Facebook* juga memiliki watch, yaitu layanan video on-demand yang menawarkan berbagai konten hiburan, berita, dan edukasi. Pengguna juga dapat mengikuti halaman publik atau bergabung dalam grup diskusi untuk mendapatkan informasi yang lebih spesifik sesuai minat mereka.

Salah satu layanan yang mendukung ekosistem digital *Facebook* adalah *Facebook Ads*, yang memungkinkan bisnis dan individu

mempromosikan produk atau layanan mereka kepada audiens yang lebih luas melalui iklan berbayar. Selain itu, fitur *Facebook* Gaming juga semakin populer, memberikan wadah bagi para gamer untuk melakukan streaming permainan mereka serta berinteraksi dengan penggemar. Dengan berbagai inovasi yang terus dikembangkan, *Facebook* tetap menjadi salah satu media sosial terpopuler di dunia, menghubungkan jutaan orang dari berbagai latar belakang dan kepentingan dalam satu platform yang dinamis dan terus berkembang.

D. Tinjauan Umum Tentang *Marketplace*

1. Pengertian *Marketplace*

Marketplace adalah platform online yang memfasilitasi transaksi jual beli antara penjual dan pembeli tanpa harus bertemu fisik. Dalam dunia e-commerce, *marketplace* menyediakan infrastruktur dan sistem yang memungkinkan transaksi terjadi antara pelaku usaha dan konsumen. *Marketplace* bukanlah pihak yang menjual produk langsung kepada konsumen, tetapi berfungsi sebagai perantara yang memungkinkan pihak ketiga penjual dan pembeli untuk bertransaksi secara aman dan efisien. *Marketplace* memungkinkan para penjual untuk membuka toko online mereka di dalam platform tersebut dan menjual barang kepada pembeli yang datang untuk mencari produk.

Marketplace dapat berbentuk online *marketplace* yang menawarkan berbagai macam produk dari berbagai penjual, seperti

Tokopedia, Bukalapak, Shopee, dan Lazada. Platform-platform ini menyediakan sarana yang memudahkan transaksi dengan menyediakan informasi produk, metode pembayaran yang aman, serta pengiriman barang. Marketplace berfungsi untuk menghubungkan banyak penjual dengan pembeli tanpa memerlukan interaksi langsung, yang membuatnya berbeda dengan toko e-commerce konvensional yang hanya menjual produk dari satu penjual saja.

Menurut Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), marketplace juga berfungsi sebagai penyelenggara sistem elektronik yang mengatur transaksi jual beli secara daring. Hal ini menjadikan marketplace memiliki tanggung jawab hukum terkait dengan penyelenggaraan sistem elektronik dan perlindungan data pribadi pengguna.

Penting untuk dicatat bahwa peran marketplace dalam transaksi online sangat luas. Selain berfungsi sebagai penyedia platform, marketplace juga sering kali menyediakan fitur-fitur tambahan seperti layanan pelanggan, program pengembalian barang, dan fasilitas ulasan produk, yang meningkatkan kenyamanan konsumen dalam bertransaksi.

2. Fungsi dan Peran *Marketplace*

Marketplace memiliki berbagai fungsi yang krusial dalam ekosistem e-commerce. Salah satunya adalah memfasilitasi

transaksi antara penjual dan pembeli. Marketplace menyediakan sarana bagi penjual untuk memasarkan produk mereka kepada pasar yang lebih luas, sementara konsumen dapat dengan mudah mencari dan membeli produk dari berbagai penjual hanya dalam satu platform. Marketplace juga memungkinkan penjual dari berbagai latar belakang dan skala usaha untuk menjangkau konsumen tanpa memerlukan modal yang besar untuk membangun toko fisik atau platform e-commerce mereka sendiri.

Selain itu, marketplace juga berfungsi sebagai penyedia sistem pembayaran yang aman. Marketplace sering kali menyediakan metode pembayaran yang terintegrasi dengan platform mereka, yang memungkinkan konsumen untuk melakukan pembayaran menggunakan kartu kredit, transfer bank, atau sistem pembayaran digital lainnya. Hal ini mengurangi risiko penipuan dan memberikan kenyamanan bagi konsumen dalam melakukan pembayaran secara online.

Marketplace juga bertanggung jawab untuk menyediakan sistem pengiriman yang terkoordinasi antara penjual dan konsumen. Platform ini sering kali bekerja sama dengan berbagai perusahaan logistik untuk memastikan bahwa barang yang dibeli dapat sampai kepada konsumen dengan aman dan tepat waktu. Layanan pengiriman yang efisien menjadi salah satu aspek penting yang mendukung kelancaran transaksi jual beli online, sehingga

meningkatkan kepuasan konsumen.

Dalam hal ini, marketplace juga memiliki peran penting dalam hal transparansi dan kepercayaan. Banyak marketplace yang menyediakan sistem ulasan atau rating bagi penjual dan produk yang mereka tawarkan. Sistem ini memungkinkan konsumen untuk menilai pengalaman mereka dengan produk dan penjual, yang memberi informasi penting bagi pembeli lainnya sebelum memutuskan untuk membeli barang.

Marketplace juga memiliki fungsi untuk menyelesaikan sengketa antara penjual dan pembeli. Jika terjadi masalah dalam transaksi, seperti ketidaksesuaian barang atau pengiriman yang terlambat, marketplace sering menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa yang membantu kedua belah pihak untuk mencapai kesepakatan tanpa harus melalui jalur hukum.

3. Tanggung Jawab *Marketplace*

Sebagai penyelenggara sistem elektronik, marketplace memiliki sejumlah tanggung jawab yang diatur oleh hukum. Berdasarkan Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), marketplace bertanggung jawab untuk menyediakan sistem yang aman dan dapat dipercaya bagi pengguna. Salah satu tanggung jawab utama marketplace adalah menjamin perlindungan data pribadi pengguna. Platform marketplace harus melindungi informasi pribadi konsumen dari

kebocoran atau penyalahgunaan oleh pihak ketiga.

Marketplace juga bertanggung jawab untuk memastikan bahwa produk yang dijual melalui platform mereka sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku, terutama yang berkaitan dengan kualitas dan keamanan produk. Meskipun marketplace tidak terlibat langsung dalam transaksi antara penjual dan pembeli, mereka tetap harus memantau dan mengawasi produk yang dipasarkan melalui platform mereka, terutama produk-produk yang berpotensi merugikan konsumen, seperti barang palsu atau barang yang tidak aman.

Tanggung jawab lain yang dimiliki marketplace adalah untuk menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa. Dalam transaksi jual beli online, sering kali terjadi masalah terkait produk yang tidak sesuai dengan deskripsi, keterlambatan pengiriman, atau ketidaksesuaian antara barang yang diterima dengan yang diharapkan. Marketplace harus menyediakan sistem pengembalian barang, ganti rugi, atau mekanisme lainnya untuk menyelesaikan masalah ini dengan cara yang adil bagi konsumen.

Selain itu, marketplace juga bertanggung jawab untuk memastikan keterbukaan informasi kepada konsumen. Hal ini mencakup memberikan informasi yang jelas mengenai syarat dan ketentuan transaksi, hak dan kewajiban kedua belah pihak, serta prosedur pengembalian barang. Transparansi ini akan

meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap platform marketplace.

Marketplace juga harus mematuhi peraturan perlindungan konsumen yang berlaku. Sebagai contoh, dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha (dalam hal ini marketplace) diharuskan memberikan informasi yang benar, jelas, dan tidak menyesatkan kepada konsumen. Hal ini penting agar konsumen dapat membuat keputusan pembelian yang tepat dan terhindar dari kerugian yang tidak perlu.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Jenis penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah penelitian hukum normatif (*normative law research*) yaitu penelitian hukum yang mengkaji hukum tertulis dari berbagai aspek, yaitu aspek teori, konsistensi, penjelasan umum dan penjelasan pasal demi pasal, formalitas dan ketentuan mengikat Undang-Undang serta bahasa hukum yang digunakan dan mengkaji aspek terapan atau implementasinya.¹⁹

B. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang digunakan dalam Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif (*normative legal research*) dengan mengkaji ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, teori hukum, serta doktrin hukum yang relevan terhadap pelaku usaha yang tidak memberikan informasi benar.

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan pendekatan konseptual (*conceptual approach*) dengan meninjau konsep-konsep hukum yang berkaitan dengan penelitian ini. Pendekatan ini diperlukan untuk memahami keseimbangan antara penegakan hukum terhadap pelaku penyebaran hoaks dan perlindungan terhadap hak konstitusional

¹⁹ Abdul Khadir Muhamad. (2004). *Hukum dan Penelitian Hukum*, PT, Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm. 101

warga negara dalam menyampaikan pendapat.

C. Jenis dan Sumber Bahan Hukum

Dalam penelitian hukum normatif atau yuridis normatif, bahan hukum dibagi menjadi tiga jenis utama, yaitu:

1. Bahan Hukum Primer

Yaitu bahan hukum yang memiliki kekuatan mengikat karena merupakan sumber hukum positif yang berlaku di Indonesia. Contohnya: Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE).

2. Bahan Hukum Sekunder

Merupakan bahan hukum yang memberikan penjelasan bahan hukum primer seperti buku-buku, hasil penelitian, jurnal, karya ilmiah, hasil seminar serta data yang diperoleh dari literatur yang berkaitan dengan masalah yang teliti.

3. Bahan Hukum Tersier

Bahan Hukum Tersier adalah bahan hukum yang mendukung dan memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder dengan memberikan pemahaman dan pengertian atas bahan hukum lainnya. Dalam hal ini penulis menggunakan Kamus Besar Bahasa Indonesia dan sebagainya.

D. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Teknik atau cara pengumpulan bahan hukum yang digunakan adalah penelitian yang merupakan kajian terhadap norma hukum yang berlaku. Pendekatan ini dilakukan dengan menelaah ataupun menganalisis peraturan perundang-undangan, doktrin, dan asas-asas hukum yang berkaitan dengan perlindungan hukum konsumen dalam perjanjian jual beli online melalui *Facebook*, khususnya terhadap pelaku usaha yang tidak memberikan informasi yang benar. Pendekatan yang digunakan meliputi pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan kasus (*case approach*) guna menganalisis tanggung jawab pelaku usaha serta bentuk perlindungan hukum bagi konsumen.

E. Analisis Bahan Hukum

Setelah bahan hukum telah diperoleh dan dikumpulkan oleh penulis, baik dengan bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier akan dianalisis secara perskriptif untuk mengkaji dan menyelaraskan permasalahan yang diteliti oleh penulis sehingga sampai pada sebuah kesimpulan yang akan menjawab seluruh pokok permasalahan apa yang seharusnya dalam penelitian ini.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pengaturan Hukum Terhadap Konsumen Bagi Pelaku Usaha Yang Tidak Memberikan Informasi Benar Dalam Perjanjian Jual Beli Online Melalui *Facebook*

Melihat perkembangan teknologi jual-beli yaitu kegiatan menukar benda berharga dengan benda berharga lainnya. Pengertian terminologis, jual-beli yaitu transaksi pertukaran selain menggunakan fasilitas serta kenikmatan. Jual-beli adalah faktor terpenting dari aktivitas perjuangan perekonomian sebab pribadi bekerjasama dengan pelanggan. Jual-beli adalah kontrak memberi satu sama lain atau kontrak saling menguntungkan yang pengusah diharuskan memberi hak milik dari barang ataupun jasa dan pembeli harus membayar menjadi pertukaran atas barang ataupun jasa tersebut.²⁰

Dalam era digital saat ini transaksi jual beli online melalui platform seperti *Facebook* telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat Indonesia, di mana konsumen sering kali mengandalkan informasi yang disediakan oleh pelaku usaha untuk membuat keputusan pembelian²¹. Namun, ketika pelaku usaha tidak memberikan informasi benar, seperti spesifikasi produk yang salah atau harga yang tidak akurat, hal ini dapat menyebabkan kerugian bagi konsumen, termasuk

²⁰ Subekti. (2014). *Hukum perjanjian* (Cetakan ke-11). Intermasa.

²¹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. (1999). Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821.

pembelian barang yang tidak sesuai ekspektasi atau bahkan penipuan.²²

Dari ketentuan Pasal 1 ayat 2 UU ITE, dikatakan bahwa transaksi online ialah perbuatan hukum dimana dilakukan yaitu memakai komputer, jaringan komputer atau media elektronika lainnya. Transaksi jual-beli dengan cara online adalah salah satu wujud aturan tersebut. Dalam transaksi secara online ini, setiap orang yang terikat melakukan korelasi aturan yang dituangkan lewat sebuah perjanjian dan atau kontrak yang pula dilakukan secara online serta sinkron dengan ketentuan Pasal 1 ayat 17 UU ITE dikatakan bahwasanya kontrak elektronik yaitu perjanjian dimana dimuat pada dokumen elektronik maupun media elektronika lainnya. *E-commerce* juga mempunyai karakteristik khusus yang tidak sama dengan perdagangan seperti biasa. *E-commerce* tidak mempunyai batasan tertentu dalam melakukan transaksi.

Sebelum mengenal *E-commerce*, batas-batas wilayah menjadi salah satu hambatan bagi perusahaan dan orang yang mau memulai *go international*, maka dari itulah cuma perusahaan yang memiliki modal banyak dan individu yang memiliki modal yang sangat besarlah yang bisa menjual barangnya sampai luar negeri. Adanya *E-commerce*, pedagang kecil sampai menengah dan individu bisa memasarkan

²² Harahap, Y. M. (2010). *Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Bisnis*. Jakarta, Sinar Grafika.

barang dagangan mereka ke luar negeri cukup hanya dengan mempunyai akun website atau membuat iklan-iklan di media sosial, tentunya para konsumen seluruh belahan dunia bisa mengakses website tersebut dan dapat melakukan pembelian dengan cara online.

Karakteristik transaksi online yaitu adanya transaksi dengan penjual dan pembeli, adanya penukaran jasa, informasi ataupun barang, Internet adalah media utama dalam melakukan transaksi. *Facebook* adalah media sosial yang dapat menghubungkan satu orang atau lebih dengan orang lainnya yang ada di seluruh dunia dan jaringan antar teman. Dengan perkembangan pengguna aktif *facebook* yang setiap saat terus meningkat, maka dari itu *Facebook* merupakan sebuah tempat yang potensial guna melakukan aktivitas jual beli secara online. Marketplace, bisa diartikan sebagai tempat berjualan. Didalam marketplace disebutkan bahwa ini adalah tempat jual-beli yang terlengkap dan bisa dikatakan bahawa marketplace adalah wadah penyalur dari segala kebutuhan masyarakat dalam urusan jual-beli.

E-Commerce didasari oleh perjanjian jual-beli dengan cara online di antara pedagang dan konsumen. Meski transaksi online atau elektronik sudah menerima pembaruan di peraturannya di UU 11 Tahun 2008 perihal perubahan UU 19 Tahun 2016 perihal Informasi dan Transaksi Elektronik, tetapi tidak mengakomodir perihal syarat sahnya sebuah perjanjian elektronik secara spesifik, aturan tentang transaksi elektronik juga pada UU Perdagangan, PP dan Keputusan Kemendag.

Dasar dari prinsip berlakunya sebuah kontrak di negeri ini melihat di Pasal 1320 KUHPerdata, dan juga dapat digunakan di dalam kontrak elektronik.

Umumnya transaksi elektronik itu diatur UU No 11 Tahun 2008 perihal perubahan atas UU No 19 Tahun 2016 yaitu tentang Informasi dan Transaksi Elektronik atau biasa disebut Undang-undang ITE. Pasal 28 ayat 1 Undang-undang ITE “Setiap orang yang dengan sengaja, dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik.” Untuk pelanggaran Pasal 28 ayat (1) Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik dapat dipidana seperti yang disebutkan Pasal 45A ayat (1) Undang-undang 19 Tahun 2016, yakni: “Setiap orang dengan sengaja tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 Tahun dan atau denda paling banyak Rp1 miliar.”

Pada tanggal 20 April 1999, Indonesia telah mengesahkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Undang-undang ini mengatur tentang Hak-hak Konsumen, Pelaku usaha dan perbuatan yang dilarang pelaku usaha. Apabila dihubungkan antara hak-hak konsumen yang terdapat dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dengan hak-hak pada transaksi jual-

beli online, hak konsumen sangat rentan sekali untuk dilanggar.

Transaksi jual-beli online memiliki resiko kerugian lebih tinggi kepada konsumen daripada pelaku usaha. Selain jaminan yang diberikan oleh pelaku usaha, diperlukan juga jaminan yang berasal dari pemerintah. Jaminan dari pemerintah ini diharapkan berupa undang-undang yang dapat memberikan kedudukan yang lebih kuat bagi konsumen. Seperti contoh kasus transaksi jual-beli melalui media sosial *Facebook* “Transaksi jual-beli melalui media sosial *facebook* juga yang terjadi di Jakarta. Suatu hari Mita membeli sepatu di *facebook*. Si penjual mengklaim bahwa produk yang dijualnya original, dengan tampilan foto produk meyakinkan dan harganya lebih murah dari toko resmi. Ketika barangnya (sepatu) sampai dirumah, produknya KW. Pada saat Mita melakukan komplain di kolom komentar penjual hanya mengabaikannya.”²³

Berdasarkan Pasal 1 angka 3 “Pelaku usaha adalah 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 negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.”

Pelaku usaha dalam kasus 2 adalah si penjual sepatu

²³ Iskandar. (2020). *HEADLINE: Marak penipuan online shop di medsos, hati-hati modusnya makin canggih.* Liputan6.com. <https://www.liputan6.com/tekno/read/4157301/headline-marak-penipuan-online-shop-di-medsos-hati-hati-modusnya-makin-canggih> (Diakses 28 Januari 2026).

Berdasarkan pasal 1 angka 2 “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.” Konsumen dalam kasus 2 adalah Mita Berdasarkan pasal 1 angka 4 “Barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.” Barang dalam kasus 2 adalah Sepatu

Pada kasus ini pelaku jelas melanggar hak-hak konsumen dimana salah satunya tertera pada Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen “hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan serta hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.” Pada Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen “Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan,

Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif, serta memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.” Pada Pasal 8 Undang-

Undang Perlindungan Konsumen “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;” Pasal 18 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang berbunyi transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak. Pasal 28 ayat (1) yang berbunyi setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong atau menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik.

Maka berdasarkan ketentuan perundang-undangan konsumen sudah mendapatkan kepastian hukum. Pada pasal-pasal diatas hak, kewajiban dan hal yang dilarang masing-masing subjek hukum sudah dijelaskan. Namun, Perbuatan pelaku usaha yang melanggar hak-hak konsumen. Pelaku usaha tidak memenuhi hak konsumen. Pada Undang – Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 4 dijelaskan juga pemanfaatan teknologi informasi dan transaksi elektronik dilaksanakan dengan tujuan untuk:

- a. Mencerdaskan kehidupan bangsa sebagai bagian dari masyarakat informasi dunia;
- b. Mengembangkan perdagangan dan perekonomian nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat;
- c. Meningkatkan efektifitas dan efisiensi pelayanan publik;

- d. Membuka kesempatan seluas – luasnya kepada setiap orang untuk memajukan pemikiran dan kemampuan di bidang penggunaan dan pemanfaatan teknologi informasi seoptimal mungkin dan bertanggung jawab; dan
- e. Memberikan rasa aman, keadilan, dan kepastian hukum bagi pengguna dan penyelenggara teknologi informasi.

Menurut rumusan Pasal 1313 KUHPerdara, didefinisikan sebagai: “suatu persetujuan adalah suatu perbuatan dimana satu orang atau lebih mengikatkan diri terhadap satu orang lain atau lebih”. 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:

- 1) Kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya; Kata sepakat didalam perjanjian pada dasarnya adalah pertemuan atau persesuaian kehendak antara para pihak di dalam perjanjian. Seseorang dikatakan memberikan persetujuannya atau kesepakatannya (*Toestemming*) jika ia memang menghendaki apa yang disepakati. “Menurut Mariam Darus Badruzaman sepakat sebagai persyaratan kehendak yang disetujui (*Overeenstemmende Wilsverklaring*) antara para pihak-pihak. Pernyataan pihak yang menawarkan dinamakan tawaran (*Offerte*) dan pernyataan pihak

yang menerima penawaran dinamakan akseptasi (*Acceptatie*).”²⁴

- 2) Kecakapan untuk membuat suatu perikatan; Pasal 1329 KUHPerdara menyatakan bahwa tiap orang berwenang untuk membuat perikatan, kecuali jika ia dinyatakan tidak cakap untuk hal itu. Kemudian pasal 1330 menyatakan bahwa yang tak cakap untuk membuat persetujuan adalah :
 - a) Anak yang belum dewasa
 - b) Orang yang ditaruh dibawah pengampuan
 - c) Perempuan yang telah kawin dalam hal-hal yang ditentukan undang-undang dan pada umumnya semua orang yang oleh undang-undang dilarang untuk membuat persetujuan tertentu.
- 3) Suatu Pokok Persoalan Tertentu; pasal 1333 KUHPerdara menentukan bahwa suatu persetujuan harus mempunyai pokok berupa suatu barang yang sekurang-kurangnya ditentukan jenisnya. Jumlah barang itu tidak perlu pasti, asal saja jumlah itu kemudian dapat ditentukan atau dihitung.
- 4) Suatu sebab yang tidak terlarang; Menurut Pasal 1335 KUHPerdara bahwa suatu persetujuan tanpa sebab, atau dibuat berdasarkan suatu sebab yang palsu atau terlarang tidak mempunyai kekuatan. Pasal 1337 KHUPerdara suatu sebab adalah terlarang, jika sebab itu

²⁴ Adhidarma, P. S., AMubarok, R. W., Wibowo, F. S., & Kusuma, D. P. (2025). KEABSAHAN PERJANJIAN BERDASARKAN PASAL 1320 KUHPERDATA DAN AKIBAT WANPRESTASI BERDASARKAN ANALISIS PUTUSAN PENGADILAN NEGERI JAKARTA SELATAN NOMOR 542/Pdt. G/2024. *Causa: Jurnal Hukum dan Kewarganegaraan*, 16(2), 1301-1310.

dilarang oleh undang-undang atau bila sebab itu bertentangan dengan kesusilaan atau dengan ketertiban umum.

Dalam diskursus ilmu hukum perdata, syarat 1 (satu) dan 2 (dua) digolongkan sebagai syarat subjektif artinya bergantung pada subjek yang mengikat dirinya, sementara syarat 3 (tiga) dan 4 (empat) digolongkan sebagai syarat objektif yaitu kondisi atas terjadinya suatu perjanjian.²⁵ Pelaksanaan transaksi jual-beli melalui media sosial *Facebook* pada umumnya dilaksanakan secara online tidak bertatap muka secara langsung. Transaksi konsumen adalah suatu proses terjadinya peralihan kepemilikan atau penikmatan barang atau jasa dari pelaku usaha penyedia barang dan/atau jasa kepada konsumen. Tahap-tahap transaksi konsumen yang lazim terjadi yaitu:

a. Tahap Pra-Transaksi Konsumen

Dalam hal ini pelaku usaha sebagai penyedia atau penjual, harus menyediakan informasi yang jujur dan tidak menyesatkan berkaitan dengan barang dan/atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu informasi tersebut akan menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian. Pentingnya penyampaian informasi yang benar terhadap konsumen mengenai suatu produk, agar konsumen tidak salah terhadap gambaran mengenai suatu produk tertentu. Penyampaian informasi

²⁵ Erawati, E., & Budiono, H. (2010). *Penjelasan hukum tentang kebatalan perjanjian*. Nasional Legal Reform Program.

terhadap konsumen tersebut dapat berupa representasi, peringatan, maupun intruksi.²⁶

b. Tahap Transaksi Konsumen

Transaksi peralihan suatu barang ataupun penyelenggaraan jasa dari pelaku usaha kepada konsumen telah terjadi. Dalam hal ini konsumen sudah terikat dengan berbagai persyaratan guna memperoleh barang atau jasa bersangkutan, misalnya mengenai harga, persyaratan pembayaran, dan sebagainya. Faktor lain yang juga berpengaruh pada konsumen dalam tahap ini adalah beberapa praktek bisnis yang dijalankan pengusaha untuk mempertahankan atau meningkatkan pemasaran produk usahanya atau penyerapan produk oleh masyarakat.²⁷

Untuk melindungi pihak konsumen dari ketidakadilan. Perundang-undangan memberikan larangan-larangan tertentu kepada pelaku usaha dalam hubungan dengan kegiatannya sebagai pelaku usaha. Larangan-larangan menurut Pasal 8 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Adalah:

- 1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang :
 - a) Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-

²⁶ Miru, A. (2004). Hukum perlindungan konsumen. Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada.

²⁷ Nasution, A. (1995). Konsumen dan Hukum, Pustaka Sinar Harapan. *Jakarta, Hal, 83.*

undangan;

- b) Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
- c) Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
- d) Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- e) Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- f) Tidak sesuai dengan janji dinyatakan dalam label, etiket keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
- g) Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
- h) Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
- i) Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang

yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus di pasang/dibuat;

j) Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam Bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.

3) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.

4) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Perlindungan konsumen yang melakukan transaksi jual-beli melalui media sosial dapat dilakukan baik dengan jalan meningkatkan pengakuan hak-hak asasi manusia. Berdasarkan Pasal 3 UU ITE, maka pemanfaatan teknologi informasi dan transaksi elektronik dilaksanakan berdasarkan asas-asas sebagai berikut:

a. Asas Kepastian Hukum

Asas kepastian hukum berarti landasan hukum bagi pemanfaatan teknologi informasi dan transaksi elektronik serta segala sesuatu yang mendukung penyelenggaraannya yang mendapatkan pengakuan hukum di dalam dan di luar pengadilan.

b. Asas Manfaat

Asas manfaat berarti asas bagi pemanfaatan teknologi informasi dan transaksi elektronik di upayakan untuk mendukung proses berinformasi sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

c. Asas Kehati-hatian

Asas Kehati-hatian berarti landasan bagi pihak yang bersangkutan harus memperhatikan segenap aspek yang berpotensi mendatangkan kerugian, baik bagi dirinya maupun bagi pihak lain dalam pemanfaatan teknologi informasi dan transaksi elektronik.

d. Asas Itikad Baik

Asas Itikad Baik berarti asas yang digunakan para pihak dalam melakukan transaksi elektronik tidak bertujuan untuk secara sengaja dan tanpa hak tau melawan hukum mengakibatkan kerugian bagi pihak lain tanpa sepengetahuan pihak lain tersebut.

e. Asas Kebebasan Memilih Teknologi atau Netral Teknologi

Asas Kebebasan Memilih Teknologi atau Netral Teknologi berarti asas pemanfaatan teknologi informasi dan transaksi elektronik tidak berfokus pada penggunaan teknologi tertentu

sehingga dapat mengikuti perkembangan pada masa yang akan datang.²⁸

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dianalisis bahwa perkembangan transaksi jual-beli secara online melalui media sosial, khususnya *Facebook*, memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan kegiatan ekonomi tanpa batas wilayah. Namun, kemudahan tersebut juga menimbulkan potensi pelanggaran hukum, terutama terkait pemberian informasi yang tidak benar oleh pelaku usaha yang merugikan konsumen. Secara yuridis, transaksi elektronik tetap merupakan perjanjian yang sah sepanjang memenuhi syarat Pasal 1320 KUHPdata, serta tunduk pada ketentuan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Dalam kasus penjualan sepatu yang tidak sesuai dengan klaim produk, pelaku usaha telah melanggar kewajiban memberikan informasi yang benar dan jujur serta melanggar hak konsumen untuk memperoleh barang sesuai dengan perjanjian. Oleh karena itu, perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi online menjadi sangat penting melalui penerapan asas kepastian hukum, itikad baik, dan kehati-hatian, sehingga tercipta keseimbangan hak dan kewajiban antara pelaku usaha dan konsumen dalam ekosistem perdagangan digital.

²⁸ Budhijanto, D. (2010). *Hukum telekomunikasi, penyiaran, dan teknologi informasi: Regulasi dan konvergensi*. Refika Aditama.

B. Tanggung jawab Pelaku Usaha yang tidak Memberikan Informasi Benar dalam *Transaksi* Jual Beli Online Melalui *Facebook*

Segala kesalahan atau kelalaian pelaku usaha yang dapat menimbulkan kerugian kepada konsumen khususnya, atau kepada masyarakat umumnya haruslah bertanggung jawab atas kerugian yang ditimbulkannya ini. Tanggung jawab pelaku usaha ini tidak hanya berlaku untuk kerugian barang konsumsi yang diperdagangkan, tapi juga bertanggung jawab terhadap iklan-iklan barang dan/atau jasa termasuk barang import yang diiklankan.

Dalam pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen ditentukan, bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Ganti rugi tersebut dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang harus dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.

Pemberian ganti rugi tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan kecuali apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

1. Pelaku tas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut.

2. Importir barang bertanggung jawab sebagai pembuat barang yang di impor apabila importasi barang tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan produsen luar negeri.
3. Impoortir jasa bertanggung jawab sebagai penyedia jasa asing apabila penyediaan jasa asing tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan penyedia jasa asing.
4. Pelaku usaha yang menjual barang dan/atau jasa kepada pelaku usaha lain bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila:
 - a. Pelaku usaha lain menjual kepada konsumen tanpa melakukan perubahan apapun atas barang/jasa tersebut.
 - b. Pelaku usaha lain didalam transaksi jual beli tidak mengetahui adanya perubahan barang/atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha tidak sesuai dengan contoh, mutu, dan komposisi.²⁹

Ganti rugi merupakan salah satu hak yang dimiliki konsumen berdasarkan undangundang. Mengingat kontrak yang dibuat dalam bentuk standard tidak menutup kemungkinan adanya kerugian akibat pelanggaran kontrak tersebut. "hak konsumen adalah hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atrau

²⁹ Asyhadie, Z. (2014). Hukum Bisnis: Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia. Jakarta, PT Raja Grafindo Persada Jakarta.

tidak sebagai mana mestinya”.

Dalam literatur hukum perdata biasanya dikenal tiga unsur ganti rugi, baik karena wanprestasi debitur (Pasal 1243 KUPerdata) maupun karena perbuatan melawan hukum (PMH) (Pasal 1371 KUHPerdata), yaitu *kosten*, *schaden*, dan *interessen* (biaya-biaya kerugian dan bunga atau kehilangan keuntungan yang di harapkan). Jika diperhatikan ketentuan dalam UUPK Pasal 19 ayat (1) di atas apakah dapat dikatakan bahwa kerugian yang dimaksud meliputi ketiga unsur tersebut. Lebih lanjut dalam ayat berikutnya dijelaskan bahwa ganti rugi itu dapat berupa “pengembalian uang dan/atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau secara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku”.

Seiring dengan perkembangan masyarakat, maka terjadi pula perubahan dalam sikap produsen (pelaku usaha). Oleh karena kualitas konsumen makin meningkat, maka produsen mengubah strategi bisnisnya dan bukan lagi pada product-oriented policy, tetapi menjadi consumer-oriented policy, yaitu kebijakan pemasaran yang didasarkan pada pertimbangan bahwa apa yang di hasilkan oleh pelaku usaha harus sesuai dengan tuntutan, kriteria dan kepentingan konsumen. Adagium yang berlaku sekarang bukan lagi *caveat emptor*, tetapi menjadi *caveat venditor* atau *let the producer beware*. Yaitu, yang lebih berhati-hati bukan lagi konsumen tetapi produsen. Akibatnya dunia bisnis

mulai mengenal lembaga *product liability* yang menganggap produsen langsung bersalah (*presumption of fault*) dan kewajiban memberi ganti rugi kepada konsumen dalam kasus produk cacat (*devecve product*). Berdasarkan prinsip *presumption of fault* ini, mulailah beban pembuktian dibalik, yaitu tergugatlah yang harus membuktikan tidak adanya kesalahan di pihaknya.³⁰

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dianalisis bahwa tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi perdagangan, termasuk transaksi elektronik, merupakan konsekuensi hukum atas setiap kesalahan atau kelalaian yang menimbulkan kerugian bagi konsumen. Undang-Undang Perlindungan Konsumen secara tegas menempatkan pelaku usaha sebagai pihak yang wajib memberikan ganti rugi, baik dalam bentuk pengembalian uang, penggantian barang, maupun kompensasi lain dalam jangka waktu yang telah ditentukan.

Tanggung jawab tersebut tidak hanya terbatas pada produk yang diperdagangkan, tetapi juga mencakup informasi dan iklan yang disampaikan kepada konsumen. Prinsip perlindungan konsumen modern telah bergeser dari *caveat emptor* (konsumen harus berhati-hati) menjadi *caveat venditor* (pelaku usaha yang harus berhati-hati), sehingga pelaku usaha dianggap bertanggung jawab terlebih dahulu atas kerugian akibat produk atau jasa yang dipasarkan. Dengan

³⁰ Sukarmi, S. H. (2008). *Cyber Law: Kontrak Elektronik dalam Bayang-Bayang Pelaku Usaha (Cyberlaw Indonesia)*. Bandung, Pustaka Surya.

diterapkannya prinsip *presumption of fault*, beban pembuktian beralih kepada pelaku usaha untuk membuktikan bahwa kerugian bukan disebabkan oleh kesalahannya. Hal ini menunjukkan bahwa hukum memberikan posisi yang lebih kuat kepada konsumen guna menjamin keadilan, kepastian hukum, serta keseimbangan hubungan antara pelaku usaha dan konsumen dalam kegiatan perdagangan modern.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian diatas, maka dari itu peneliti menarik kesimpulan yaitu:

1. Pengaturan tentang Transaksi jual beli online melalui media sosial *Facebook* merupakan bentuk perjanjian elektronik yang sah menurut hukum dan tunduk pada ketentuan KUHPerdato Pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang atau jasa yang ditawarkan, karena informasi tersebut menjadi dasar bagi konsumen dalam mengambil keputusan. Apabila pelaku usaha memberikan informasi yang tidak benar atau menyesatkan, maka perbuatan tersebut melanggar hak konsumen dan dapat menimbulkan tanggung jawab hukum, baik secara perdata maupun pidana.
2. Bentuk tanggung jawab pelaku usaha pada umumnya bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen disaat jual beli online terjadi melalui kesepakatan yang telah disetujui antara kedua belah pihak konsumen maupun pelaku usaha, tanggung jawab pelaku usaha dapat berupa pengembalin uang tunai atau mengganti barang yang rusak dengan yang baru.

B. Saran

Berdasarkan penelitian diatas, maka dari itu peneliti merekomendasikan yaitu:

1. Seharusnya pengaturan tentang transaksi mendorong kerja sama antara platform seperti *Facebook* dengan Kementerian Perdagangan untuk implementasi fitur verifikasi otomatis, deteksi konten menyesatkan, dan mekanisme pengaduan yang cepat, guna mencegah wanprestasi dan meningkatkan kepercayaan konsumen.
2. Sebaiknya bentuk tanggung jawab pengaturan untuk lebih spesifik mengatur transaksi online, termasuk kewajiban verifikasi informasi oleh pelaku usaha dan platform, serta perkuat kapasitas BPSK dan pengadilan dalam menangani bukti digital.

DAFTAR PUSTAKA

AL-Qur'an dan Terjemahannya.

Surah Al-Muthaffifin (surah ke-83) Ayat 1-3

Buku / Literatur

- Abdul Khadir Muhamad. (2004). *Hukum Dan Penelitian Hukum*. PT Citra Aditya Bakti.
- Asyhadie, Z. (2014). *Hukum Bisnis: Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*. Jakarta, PT Raja Grafindo Persada Jakarta.
- Budhijanto, D. (2010). *Hukum Telekomunikasi, Penyiaran, Dan Teknologi Informasi: Regulasi Dan Konvergensi*. Refika Aditama.
- Erawati, E., & Budiono, H. (2010). *Penjelasan Hukum Tentang Kebatalan Perjanjian*. Nasional Legal Reform Program.
- Hadjon, P. M. (1987). *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*. Surabaya: Bina Ilmu.
- Harahap, Y. M. (2010). *Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Bisnis*. Jakarta, Sinar Grafika.
- Kansil, C. S. T. (2009). *Pengantar ilmu hukum dan tata hukum Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Marzuki, P. M. (2008). *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Miru, A. (2004). *Hukum perlindungan konsumen*. Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada.
- Nasution, A. (1995). *Konsumen dan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan. Jakarta.
- Philipus M. Hadjon. (1987). *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*. Surabaya: Bina Ilmu.
- Purnomo, S. (2018). *Perjanjian Jual Beli dalam Hukum Indonesia*. Sinar Grafika, Jakarta.
- Sigit Prayudi, (2022). *Perekonomian Digital dan Jual Beli Online*, Yogyakarta: Penerbit Universitas Gadjah Mada.
- Subekti. (2014). *Hukum perjanjian* (Cetakan ke-11). Intermasa.
- Sukarmi, S. H. (2008). *Cyber Law: Kontrak Elektronik dalam Bayang-Bayang Pelaku Usaha (Cyberlaw Indonesia)*. Bandung, Pustaka Surya.
- Sutedi, A. (2016). *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik*. RajaGrafindo Persada, Jakarta, hlm. 45.
- Tony Hendroyono,. (2009). *Facebook : Situs Social Networking Bernilai 15 Miliar Dolar*. Yogyakarta: B First. 83.

Wahyu Putra S. dan Dian R. Dwi, (2023). *Perlindungan Konsumen di Dunia Digital*, Jakarta: Rajawali Press.

Jurnal / Artikel Hukum

Adhidarma, P. S., Amubarok, R. W., Wibowo, F. S., & Kusuma, D. P. (2025).

Keabsahan Perjanjian Berdasarkan Pasal 1320 Kuhperdata Dan Akibat Wanprestasi Berdasarkan Analisis Putusan Pengadilan Negeri Jakarta Selatan Nomor 542/Pdt. G/2024. *Causa: Jurnal Hukum Dan Kewarganegaraan*, 16(2), 1301-1310.

Arief Hidayat, (2022). "Risiko Transaksi Elektronik: Perspektif Hukum Perdata Indonesia," *Jurnal Hukum dan Teknologi* 10, no. 1: 45.

Budi Raharja, (2022). "Pemanfaatan Teknologi Informasi untuk Perlindungan Konsumen dalam E-Commerce," *Jurnal Teknologi dan Hukum* 14, no. 2 (2022): 98.

Dini S. Nur, (2023). "Transaksi E-Commerce melalui *Facebook*: Aspek Perlindungan Konsumen," *Jurnal Perdagangan dan Hukum* 9, no. 2: 65.

Purnama, M. (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Bisnis Online. *Jurnal Ekonomi Digital*, 11(2), hlm. 77-90

Suryani, I. (2020). Perlindungan Konsumen dalam Dunia Maya. *Jurnal Hukum Indonesia*, 45(3), hlm. 112-130.

Suryo B. Winata, (2021). "Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam E-Commerce," *Jurnal Hukum Perdata* 19, no. 3: 87.

Perundang-undangan

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. (1999). Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821.

Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE). (2008).

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata). Pasal 1239, 1320, 1338, 1457.

Website / Internet

Iskandar. (2020). *HEADLINE: Marak penipuan online shop di medsos, hati-hati modusnya makin canggih.* Liputan6.com.

<https://www.liputan6.com/tekno/read/4157301/headline-marak-penipuan-online-shop-di-medsos-hati-hati-modusnya-makin-canggih> (Diakses 28 Januari 2026).