

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI
E-COMMERCE MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)

Sarjana Hukum (SH)



Disusun Oleh:

M. Khoiril Anam

NIM. 1602056008

**PRODI ILMU HUKUM
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2022

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp :

Hal : Naskah Skripsi

An. Sdr. M. Khoiril Anam

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum

UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya mengoreksi dan mengadakan pembimbingan, bersama ini saya setujuinaskahskripsi atasnama:

Nama : M. Khoiril Anam

NIM : 1602056008

JURUSAN : Ilmu Hukum

Judul : **Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Melalui Media Sosial Instagram**

Dengan ini saya mohon kiranya Saudara tersebut dapat segera di munaqasahkan.

Semarang, 14 Desember 2022

Menyetujui,

Pembimbing



Dr. Novita Dewi Masyithoh, S.H., M.H

NIP.19791022200701201

PENGESAHAN

Skripsi Saudara : M. Khoiril Anam
NIM : 1602056008
Judul : **Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi
E-Commerce Melalui Media Sosial Instagram**

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude / baik / cukup, pada tanggal : 20 Desember 2022

Semarang, 2 Januari 2022

Ketua Sidang / Penguii



Drs. H MAKSUN, M.Ag.
NIP. 19805151993031002

Sekretaris Sidang / Penguji



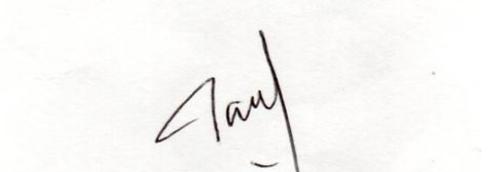
NOVITA DEWI MASYITHOH, SH.,MH.
NIP. 197910222007012011

Penguji Utama I



Hj. NUR HIDAYATI SETIYANI, SH., MH.
NIP. 196703201993032001

Penouii Utama II



AANG ASARI, M.H.
NIP.199303142019031016

Pembimbing I



NOVITA DEWI MASYITHOH, SH.,MH.
NIP. 197910222007012011

MOTTO

“Jangan pernah menyesali apa yang sudah lewat dan jangan bangga dengan apa yang kamu dapat, karena itu adalah takdir”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Dosen pembimbing Peneliti, Ibu Dr. Novita Dewi Masyitoh, S.H., M. H. Yang telah memberikan bimbingan serta mengarahkan penelitian dalam penyusunan Skripsi ini.
2. Kedua orang tua penulis Bapak Syafii dan Ibu Muallimin, yang dalam hal ini selalu memberikan semangat moril maupun materiil, serta *ridlo* dan doa dari keduanya yang selalu mengiringi setiap langkah penulis.
3. Adik-adikku Umi Nur Khumairoh dan Abdi purnama yang selalu memberikan semangat dan doanya.
4. Seluruh keluarga besar Bani Saman, yang selalu memberikan dukungan dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Lia sapitri yang selalu memberikan semangat dan dorongan serta mendoakanku.
6. Seluruh teman perjuanganku dari Program Ilmu Hukum Angkatan 2016.

HALAMAN DEKLARASI

Dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab, Peneliti menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain. Dengan demikian, skripsi ini tidak berisi pemikiran orang lain kecuali informasi tersebut terdapat dalam referensi kepustakaan maupun yang bersifat bahan rujukan.

Semarang, 14 Desember 2022



KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah, segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT atas rahmat, berkah, dan hidayah-Nya yang senantiasa di limpahkan kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul "Perindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi *E-commerce* Melalui Media Sosial Instagram". Sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Strata 1 (S1) pada Program Sarjana Fakultas Syariah dan Hkum UIN Walisongo Semarang.

Dalam menyusun skripsi ini banyak hambatan dan rintangan yang penulis hadapi, namun pada akhirnya dapat melaluinya berkat bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak baik moril maupun materiil. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi terutama kepada:

1. Dosen pembimbing Peneliti, Ibu Dr. Novita Dewi Masyitoh, S.H., M. H. Yang telah memberikan bimbingan serta mengarahkan penelitian dalam penyusunan Skripsi ini.
2. Ibu Briliyan Erna Wati, SH., M. Hum. Serta Ibu Dr. Novita Dewi Masithoh, S.H., M.H., selaku ketua dan sekretaris Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Walisongo Semarang.
3. Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo, Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum beserta seluruh jajaran Pimpinan UIN Walisongo Semarang.
4. Seluruh dosen dan staf Fakultas Syariah dan Hukum UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan arahan dalam proses belajar di perkuliahan maupun dalam forum diskusi.
5. Bapak Mufid, SH. Selaku kabag. Informasi dan pelayanan publik LP2K Jawa Tengah yang telah bersedia penulis wawancarai.
6. Kedua orang tua saya Bapak Syafii dan Ibu Mualimin, serta segenap keluarga Bani Saman yang selalu mendoakan penulis dalam mengerjakan skripsi ini.

7. Teman-teman jurusan Ilmu Hukum Angkatan 2016 yang telah memberikan semangat, dorongan, kritikan, masukan kepada penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
8. Teman-teman KKN Reguler-72 posko 118 Desa Rejosari
9. Semua pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung yang ikut mendukung penulis baik dari segi moril maupun materiil yang dalam hal ini memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.

Tentunya penulis menyadari bahwa hasil karya ini jauh dari kata sempurna dan penulis sangat mengharapkan saran dan kritik sehingga dapat memperbaiki dan melengkapi skripsi ini ke depan. Semoga hasil karya ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
DEKLARASI	
Error! Bookmark not defined.	
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
ABSRAK.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Telaah Pustaka.....	10
F. Metode Penelitian	13
G. Sistematika Penulisan.....	19
BAB II TINJAUAN UMUM	20
A. PERLINDUNGAN KONSUMEN	20
B. PENGERTIAN JUAL BELI DAN DASAR HUKUMNYA	37
C. WANPRESTASI	45
D. <i>E-commerce</i>	52
E. Teori Perlindungan Hukum	60
F. Teori Perlindungan Konsumen	61
BAB III PRAKTEK JUAL BELI <i>ONLINE</i> PADA INSTAGRAM.....	63
A. Sejarah Instagram	63
B. Sistem Transaksi Bisnis yang Digunakan Instagram	68
C. Mekanisme Berbelanja <i>Online</i> di Instagram	68

**BAB IV ANALISIS PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN AKIBAT
ADANYA WANPRESTASI YANG DI SEBABKAN OLEH PELAKU USAHA⁸⁹**

A. Instrumen Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen	89
B. Instrumen Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen	91
C. Praktik Wanprestasi Yang Terjadi Di Instagram.....	102
D. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen yang Dirugikan dalam Transaksi Jual Beli Pada media sosial Instagram	108
E. Bentuk Pertanggung Jawaban Platform Media Sosial Instagram sebagai penyedia layanan <i>Marketplace</i> Apabila Konsumen Mengalami Kerugian.....	113

BAB V PENUTUP.....	118
A. Kesimpulan.....	118
B. Saran	118

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTARRIWAYAT HIDUP

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dalam hal ini merupakan suatu hal yang berkaitan dengan kehidupan manusia, yang mana teknologi di lain sisi memberikan kemudahan tetapi juga memberikan permasalahan baru yang diterima oleh manusia. Internet adalah salah satu bentuk dari perkembangan teknologi itu sendiri. Internet merupakan media elektronik dan informasi yang perkembangannya sangat cepat. Internet banyak dimanfaatkan dalam berbagai kegiatan perdagangan, kegiatan perdagangan yang memanfaatkan internet dikenal dengan sebutan *e-commerce*, salah satu kegiatan perdagangan internet yaitu melalui platform Instagram. Perdagangan melalui media sosial Instagram itu sendiri menimbulkan banyak permasalahan yang berkaitan dengan hukum dengan segala risikonya. Permasalahan yang dapat timbul antara lain adalah wanprestasi. Tujuan skripsi ini adalah untuk menganalisis hak dan kewajiban para pihak dalam transaksi jual beli melalui Instagram dan akibat hukum yang timbul apabila penjual dalam transaksi jual beli melalui Instagram melakukan wanprestasi.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif-empiris dengan mengkaji pelaksanaan atau implementasi ketentuan hukum positif (perundang-undangan) dan kontrak secara faktual pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat guna mencapai tujuan yang telah di tentukan serta mengkaji hukum yang dikonsepsikan sebagai perilaku nyata (*actual behavior*), sebagai gejala sosial yang sifatnya tidak tertulis, yang di alami setiap orang dalam hubungan hidup bermasyarakat. sumber data yang digunakan adalah data yang bersifat kepustakaan, dan wawancara. Analisis dilakukan secara kuantitatif, dan hasil penelitian disajikan dalam bentuk paragraf naratif sedangkan data disajikan dengan deskriptif analitis.

Penelitian dalam skripsi ini menyimpulkan bahwa: dalam kegiatan jual beli yang dilakukan di Instagram sering terjadi penyimpangan-penyimpangan dalam hak dan kewajiban yang tidak lagi sesuai dengan norma-norma yang ada dalam masyarakat dan upaya hukum yang dapat dilakukan apabila terjadi wanprestasi dari salah satu pihak baik itu penjual dan pembeli yang melakukan transaksi online dapat digugat di dalam lingkungan peradilan umum atau diluar pengadilan dan dapat dikenakan denda secara langsung bagi pihak yang melakukan wanprestasi.

Kata kunci: Internet, Jual Beli, Instagram, Transaksi Elektronik, Wanprestasi.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini dunia sedang mengalami pandemi yang mempunyai dampak yang sangat besar di semua sektor kehidupan manusia. *World health organization* (WHO) telah menetapkan Coronavirus Disease 2019 atau Covid-19 sebagai sebuah ancaman pandemi. Pengertian pandemi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merupakan wabah yang berjangkit serempak dimana-mana atau meliputi geografis yang luas¹. Kasus ini terjadi di Wuhan, Tiongkok dan mulai menyebar hampir ke seluruh dunia. Penyebaran Covid-19 ini sangat cepat dan tidak ada yang mampu memprediksi kapan berakhirnya pandemi Covid-19 ini.

Kasus Covid-19 yang merupakan pandemi global jelas menimbulkan kekhawatiran dari berbagai kalangan, khususnya masyarakat. Kekhawatiran masyarakat semakin sangat terasa dengan melihat lonjakan kasus yang sangat cepat, dan melihat kurangnya kesiapan beberapa elemen yang cukup vital guna “memerangi” virus corona. Melihat tingginya tingkat persebarannya yang begitu cukup mengharuskan pemerintah untuk segera mengambil langkah strategis. Dengan menetapkan kebijakan-kebijakan antisipatif untuk mengatasi dampak dari Covid-19. Salah satu kebijakan pemerintah adalah membatasi interaksi sosial di ruang publik. Seperti pembatasan kegiatan pendidikan, ekonomi, dan pemerinttahan di jalankan tidak seperti biasanya. Sekolah dan perguruan tinggi di tutup untuk menghindari penyebaran virus melalui KBM. Kantor-kantor pemerintah maupun swasta mulai memberlakukan

¹Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) online, https://kbbi.web.id/pandemi_pada_Senin_16_September_2021_pukul_14 : 43 WIB.

sistem work form home(WFH). Di sektor ekonomi kegiatan transaksi jual beli secara langsung mulai di batasi.²

Adanya pembatasan kegiatan sosial dan protokol kesehatan yang sangat ketat, sedangkan kebutuhan rumah tangga harus tetap terpenuhi, membuat banyak orang mencari kemudahan dalam memenuhi kebutuhan. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, masyarakat di haruskan untuk melakukan kegiatan jual beli untuk memenuhi kebutuhan pokok mereka. Pada awalnya jual beli di lakukan dengan cara konvensional, yaitu bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli. Seiring berkembangnya teknologi, pasar sebagai tempat bertemunya permintaan dan penawaran mengalami perubahan. Pembeli dan penjual tidak lagi harus bertatap muka untuk melakukan transaksi. Munculnya internet sebagai media baru, mendorong perubahan ini menjadi lebih maju, kecepatan, kemudahan, serta murahnya biaya internet menjadi pertimbangan banyak orang untuk memakainya, termasuk untuk melakukan transaksi.³

Munculnya media internet mengakibatkan jarak dan waktu tidak lagi menjadi hambatan setiap orang untuk melakukan transaksi. Selain untuk berkomunikasi, internet di luar dugaan sebelumnya telah berkembang menjadi media untuk berbisnis. Transaksi jual beli yang dilakukan melalui media sosial pada dasarnya sama dengan transaksi jual beli pada umumnya.⁴ Perdagangan lewat internet ini mendorong berkembangnya sistem bisnis virtual, seperti *virtual store* dan *virtual company*, pelaku bisnis menjalankan bisnis dan perdagangannya melalui media internet dan tidak lagi mengandalkan bisnis perusahaan konvensional yang nyata.

²Aprista Ristyawati, “Efektifitas Kebijakan Pembatasan Sosial Bersekala Besar dalam Masa Pandemi Corona Virus 2019 oleh Pemerintah Sesuai Amanat UUD NRI Tahun 1945” dalam *Administrative Law & Governance Journal*. (Semarang : Universitas Diponegoro), h. 42.

³Imam, sjahputa, *problematika hukum internet Indonesia* (Jakarta: prehalindo,2002), h. 92.

⁴*Ibid*, h., 92

Fenomena semakin majunya ilmu pengetahuan dan teknologi adalah sebagai motor penggerak bagi produktifitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang di hasilkan dalam rangka mencapai sasaran usaha, maka perlindungan hukum terhadap konsumen di pandang sangat penting keberadaanya. Sebab dalam rangka mengejar produktifitas dan efisiensi tersebut, pada akhirnya baik secara langsung atau tidak langsung konsumenlah yang menanggung dampaknya.⁵ Kemudahan yang ditawarkan internet ini membuat transaksi jual-beli konvensional mulai ditinggalkan, dan transaksi melalui media internet lebih dipilih karena kemudahan yang ditawarkan titik transaksi perdagangan melalui sistem elektronik khususnya internet, menjanjikan sejumlah keuntungan, namun pada saat yang sama juga berpotensi terhadap sejumlah kerugian.⁶ Perkembangan teknologi internet ini menimbulkan masalah baru dibidang hukum, khususnya hukum perlindungan konsumen. Dalam lingkup pembicaraan hukum dan teknologi, perlindungan konsumen menjadi hal yang sangat efektifitas perkembangan dan penerapan teknologi tersebut di tengah masyarakat.⁷Sebaliknya Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang sekarang berlaku di Indonesia masih berbasis kepada sesuatu yang sifatnya fisik belum pada virtual/maya. Transaksi melalui perdagangan elektronik atau lazim disebut *electroniccommerce* menyisakan berbagai macam masalah, meskipun sudah di atur dalam Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik tetapi aturan tersebut belum mampu untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan tersebut. *Electronic commerce* terbentuk dari berbagai subsistem yang tersusun secara sistematis, dan masing-masing subsistem tersebut memiliki permasalahannya masing-masing dampak negatif dari *e-commerce* yaitu cenderung merugikan konsumen. Diantaranya dalam hal yang berkaitan

⁵Sri Redjeki Hartono, *Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Pada Era Perdagangan Bebas, Dalam Perlindungan Konsumen* (Bandung : Mandar Maju, 2000), h. 33.

⁶Edmon Makarim, *Pengantar Hukum Telematika Suatu Kompilasi Kajian*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), h. 342

⁷*Ibid*, h. 342

dengan produk yang dipesan tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan, kesalahan dalam pembayaran, ketidaktepatan waktu menyerahkan barang atau pengiriman barang dan hal-hal lain yang tidak sesuai dengan kesepakatan sebelum punya titik di samping itu, bagi produsen, banyaknya jumlah orang yang dapat mengakses internet mengakibatkan produsen kesulitan untuk mendeteksi apakah pembeli yang hendak memesan produknya adalah pembeli yang sesungguhnya atau bukan titik masalah perlindungan konsumen dalam *e-commerce* merupakan aspek penting untuk diperhatikan, karena beberapa karakteristik khas *e-commerce* akan menempatkan pihak konsumen pada posisi yang lemah atau diterbitkan seperti :⁸

- a. Perusahaan di internet (*The Internet Merchant*) tidak memiliki alamat secara fisik di suatu negara tertentu sehingga hal ini akan menyulitkan konsumen untuk mengembalikan produk yang tidak sesuai dengan pesanan.
- b. Konsumen sulit Memperoleh jaminan untuk mendapatkan ganti rugi titik produk yang dibeli konsumen ada kemungkinan tidak sesuai atau tidak kompatibel dengan perjanjian awal.
- c. Produk yang di beli oleh konsumen ada kemungkinan tidak sesuai atau tidak compatible dengan perjanjian awal.

Kegiatan jual-beli melalui internet yang mudah dilakukan seringkali meningkatkan tindak kecurangan dari para penjualnya. Kecurangan-kecurangan tersebut dapat terjadi yang menyangkut keberadaan pelaku usaha barang yang dibeli harga barang dan pembayaran oleh konsumen kecurangan yang menyangkut pelaku usaha misalnya pelaku usaha yang bersangkutan merupakan tokoh yang fiktif.⁹

Instagram(disingkat IG atau Insta) adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto,

⁸ Muhammad Khadafi "*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-commerce*" (Skripsi- Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2019),

⁹ Abdul Halim Barkatullah, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi E-commerce Lintas Negara di Indonesia* (Yogyakarta: FH UII Press 2009), h. 4.

mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera_kodak Instamatic dan polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umum di gunakan oleh kamera pada piranti bergerak. Instagram dapat digunakan di iPhone, iPad atau iPod_Touch versi apapun dengan system operasi Ios 3.1.2 atau yang terbaru, dan telepon genggam Android apapun dengan system operasi versi 2.2 (Froyo) keatas. Aplikasi ini dapat di unggah melalui Apple_App_Store dan Google_Play.¹⁰

Instagram adalah salah satu platform di media sosial yang paling populer di dunia, terutama di kalangan dewasa muda. Hingga kuartal 1-2021, jumlah pengguna aktif Instagram di seluruh dunia mencapai 1,07 miliar dan 354 jutaberusia 25 hingga 34 tahun. Dikutip dari statista.com, India merupakan negara dengan pengguna Instagram terbanyak di dunia, yaitu mencapai 180 jutapengguna. Diikuti Amerika serikat sebesar 170 jutapengguna, Indonesia 93 jutapengguna, dan Rusia 61 jutapengguna. Hingga Juli 2021, India memiliki total 190,11 jutapengguna Instagram atau 10,4% dari total populasi penduduknya. Hal tersebut menjadikan India sebagai pasar terbesar bagi platform media social seperti Instagram. Kelompok usia 18-24 tahun merupakan kelompok pengguna terbesar dengan total 63 juta pengguna. Di Indonesia sendiri jumlah pengguna Instagram hingga Juli 2021 sebesar 91,77 juta pengguna. Pengguna terbesar terdapat di kelompok usia 18-24 tahun yaitu 36,4%. Instagram berada di urutan ketiga sebagai platform media sosial yang paling sering digunakan, setelah YouTube dan WhatsApp.¹¹

¹⁰ Wikipedia "Instagram" di akses dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram> pada Senin 16 September 2021 Pukul 15: 30 WIB.

¹¹ Monavia Ayu Rizaty, 10 Negara dengan pengguna terbanyak (juta hingga Juli 2021) diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/03/inilah-negara-negara-pengguna-instagram-terbanyak-indonesia-urutan-berapapada> pada Senin 16 september 2021 15:32 WIB

Menyangkut barang yang dikirimkan oleh pelaku usaha misalnya barang tersebut tidak dikirimkan kepada konsumen atau terjadi keterlambatan pengiriman yang berkepanjangan, terjadi kerusakan atas barang yang dikirimkan atau barang yang dikirimkan atau barang yang di kirimkan cacat, dan lain-lain. Menyangkut *purchases* dan pembayaran oleh konsumen yang disangkal kebenarannya oleh pelaku usaha misalnya pelaku usaha hanya mengakui bahwa jumlah barang yang dipesan kurang dari yang tercantum di dalam yang dikirimkan secara elektronik atau harga per unit dari barang yang dipesan oleh konsumen dikatakan lebih tinggi daripada harga yang dicantumkan di dalam *purchase*. Dapat pula terjadi pelaku usaha mengaku belum menerima pembayaran dari konsumen, padahal kenyataannya konsumen sudah mengirim pembayaran untuk seluruh harga barang.

Karakteristik *e-commerce* seperti ini akan membuat konsumen menghadapi berbagai persoalan hukum dan peraturan perlindungan hukum bagi konsumen yang ada sekarang belum mampu melindungi hak-hak konsumen dalam transaksi *e-commerce* lintas negara di Indonesia dalam transaksi *e-commerce* tidak ada lagi batasan negara maka Undang-Undang Perlindungan Konsumen masing-masing negara seperti yang dimiliki Indonesia tidak akan cukup membantu karena *e-commerce* beroperasi secara lintas batas dalam kaitan ini perlindungan hukum bagi hak-hak konsumen harus dilakukan dengan pendekatan internasional melalui harmonisasi hukum dan kerjasama nama institusi-institusi penegak hukum.¹²

Pada tahun 2008 pemerintah Indonesia telah menerbitkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi elektronik. Dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik ini diatur mengenai transaksi elektronik salah satunya adalah kegiatan mengenai jual-beli dalam media internet dalam pasal 1 ayat 2 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik ini yang dimaksud

¹²Budi Agus Riswandi, *Hukum Dan Internet Indonesia* (Yogyakarta: UI press, 2003), h. 63.

dengan transaksi elektronik adalah “perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer jaringan komputer dan atau media elektronik lainnya”. Sesuai dengan pengertian diatas maka kegiatan jual beli yang dilakukan melalui komputer ataupun handphone dapat dikategorikan sebagai suatu transaksi elektronik. Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik juga mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang lengkap dan benar kewajiban tersebut terdapat dalam Pasal 9 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang berbunyi pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak produsen dan produk yang ditawarkan di antaranya :¹³

1. Informasi yang memuat identitas serta status subjek hukum dan kompetensinya baik sebagai produsen pemasok penyelenggara maupun perantara.
2. Informasi lain yang menjelaskan hal tertentu yang menjadi syarat sahnya perjanjian serta menjelaskan barang dan atau jasa yang ditawarkan seperti nama alamat dan deskripsi barang atau jasa.

Transaksi jual-beli melalui internet biasanya akan didahului oleh penawaran jual penawaran beli dan penerimaan jual atau penerimaan beli sebelum itu mungkin terjadi penawaran secara elektronik misalnya melalui website situs di internet atau melalui posting di *mailing list* dan *newsgroup* atau melalui undangan untuk para customer melalui model *bisnis to customer 9*, yang dalam hal tersebut antara pihak pelaku usaha dan konsumen hanya dapat berkomunikasi melalui media internet dan tidak melakukan tatap muka dalam melakukan sebuah kesepakatan dan di sini timbul pertanyaan, apakah hanya dengan kata sepakat dan tidak dengan perjanjian tertulis sebuah kesepakatan dapat terlaksana, jika dilihat perkembangan zaman yang sudah sangat maju dengan adanya teknologi

¹³ Hukum Online,” Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Belanja Online” diakses dari http://www.hukumonline.com/klinik/detail/It50bf69280b_lee/perlindungan-hukum-bagi_konsumen_belanja-online pada Minggu 12 Mei 2021 pukul 13: 00 WIB.

tersebut yang tidak lagi merupakan paper besok ekonomi akan tetapi berubah menjadi *digital electronic economy*.¹⁴

Salah satu hal yang menjadi perhatian bagi para pelaku perdagangan melalui internet adalah terjadinya resiko penipuan. Penipuan yang sering terjadi antara lain berupa penjual yang tidak memberikan informasi secara lengkap dan benar mengenai barang yang dijual, penjual yang tidak mengirimkan barang setelah pembeli melakukan pembayaran atau penjual mengirimkan barang yang tidak sesuai dengan kesepakatan. Bentuk penipuan seperti ini sangat mudah terjadi karena transaksi tidak dilakukan secara tatap muka. Transaksi di mana pembeli tidak dapat melihat langsung barang yang akan dibelinya dapat menimbulkan resiko kerugian yang lebih besar yang harus ditanggung oleh pembeli. Dalam hal ini pembeli sebagai konsumen harus mendapatkan perlindungan dalam melakukan transaksi jual-beli, sekalipun dilakukan melalui media internet. Bentuk-bentuk penipuan tersebutpun seringkali terjadi dalam proses jual beli.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis ingin mengkaji secara mendalam dalam skripsi yang berjudul “Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi *E-Commerce* Melalui Media Sosial Instagram”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar masalah yang telah di atas, maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana praktik jual beli melalui media sosial Instagram ?
2. Bagaimana perlindungan hukum yang diberikan oleh Instagram saat terjadi wanprestasi pada jual beli melalui Instagram?

¹⁴ Muhammad Khadafi “*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-commerce*” Skripsi- Universitas Islam Negri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2019.

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan alasan penulisan mengangkat judul dan permasalahan yang penulis kemukakan, maka dengan ini penulis ingin mengupayakan sebuah penelitian yang garis besarnya mempunyai tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana gambaran mengenai praktik jual beli melalui media sosial Instagram.
2. Untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum yang diberikan oleh media sosial Instagram ketika terjadi wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha terhadap konsumen yang dirugikan dalam transaksi jual beli di media sosial Instagram.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian skripsi adalah sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan sumbangsih konsep pemikiran Ilmu Hukum Perdata, terutama pengetahuan mengenai gambaran umum, pemahaman, dan pengetahuan tentang upaya-upaya dan perlindungan terhadap konsumen yang di berikan media sosial Instagram. Selain itu di harapkan dengan adanya penelitian ini dapat memperkaya referensi dan literatur dalam dunia kepustakaan.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi penyedia platform Instagram

Hasil penelitian ini di harapkan bisa menjadi bahan rujukan penyedia platform Instagram untuk memperbaiki sistem penjualan dan pengawasan terhadap jual beli yang di lakukan melalui platform tersebut.

- b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat mengenai transaksi *e-commers*, upaya yang di lakukan ketika terjadi wanprestasi.

E. Telaah Pustaka

Telaah pustaka di gunakan untuk mendapatkan gambaran tentang pembahasan permasalahan dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Sehingga tidak terjadi pengulangan dan plagiasi karya ilmiah yang pernah ada. Dalam hal ini tentang permasalahan perlindungan hukum. Beberapa karya ilmiah yang penulis temukan yang memiliki kemiripan dengan skripsi penulis diantaranya :

1. Skripsi yang di tulis oleh Ruth Serenia pada tahun 2019 dari Universitas Sumatra Utara dengan judul "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen yang Dirugikan dalam Transaksi Jual Beli pada Situs Belanja Online Shoopee".¹⁵

Hasil penelitian ini membahas mengenai perlindungan hukum bagi para pihak dalam perjanjian jual beli melalui marketplace Shopee meliputi perlindungan hukum dalam perjanjian melalui perlindungan hukum yang di buat oleh *merchant* dalam bentuk aturan yang di sepakati kedua belah pihak dan perlindungan hukum yang berasal dari UU ITE pasal 25 yang mengatur tentang *privacy* berupa data pribadi pelaku usaha dan *customer*. Hambatan-hambatan dalam transaksi di internet, khususnya mengenai cacat produk, informasi yang tidak jujur atau keterlambatan pengiriman barang dalam upaya mengenai pola pikir, minat dan kultur atau budaya masyarakat Indonesia.

Skripsi ini hampir sama dengan skripsi yang peneliti angkat, perbedaannya adalah pada objek kajian peneliti, skripsi ini berfokus pada *marketplace shopee* sedangkan skripsi yang peneliti angkat berfokus pada media sosial Instagram.

¹⁵Ruth Serenia, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Dirugikan Dalam Transaksi Jual Beli Pada Situs Belanja Online Shoopee*, Skripsi: Universitas Sumatra Utara, Fakultas Hukum, 2019.

2. Skripsi yang di tulis oleh Wahyu Elma Naf'an pada tahun 2014 dari Universitas Jember dengan judul “Aspek hukum transaksi jual beli secara online dengan media facebook”¹⁶

Hasil penelitian ini menjelaskan apakah transaksi jual beli secara online menggunakan media sosial facebook telah memenuhi syarat sahnya suatu perjanjian sesuai dengan pasal 1320 KUHperdata. Apakah penjual dan pembeli dalam transaksi jual beli secara online dan apakah langkah-langkah yang dapat di tempuh oleh para pihak apabila terjadi wanprestasi.

Penelitian tersebut berbeda dengan skripsi yang peneliti angkat, skripsi ini hanya berfokus kepada syarat sahnya suatu perjanjian yang dijadikan dasar untuk melakukan wanprestasi, sedangkan skripsi yang peneliti angkat lebih kompleks pembahasannya yaitu mengenai perjanjian elektronik, wanprestasi dan perlindungan hukum oleh media sosial Instagram.

3. Skripsi yang di tulis oleh Sholikhin pada tahun 2014 dari UIN Sunan Kalijaga dengan judul “Perlindungan Hak-Hak Konsumen Transaksi Jual Beli Online Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif Indonesia”¹⁷.

Hasil penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana perlindungan konsumen dibahas dalam ajaran agama Islam dan juga hukum konvensional dan juga di bandingkan bagaimana kedua sisi tersebut memberikan jaminan perlindungan bagi konsumen. Perbedaan Skripsi ini dengan skripsi yang peneliti angkat adalah dalam skripsi ini berfokus kepada perlindungan konsumen dalam ajaran agama Islam, sedangkan skripsi peneliti membahas perlindungan konsumen dengan hukum konvensional.

¹⁶Wahyu Elma Naf'an , *Aspek hukum transaksi jual beli secara online dengan media facebook*, Skripsi: Universitas Jember Fakultas Hukum, 2014

¹⁷Sholikhin, *Perlindungan Hak-Hak Konsumen Transaksi Jual Beli Online Perspektif Hukum Islam dan Hukum positif Indonesia*, Skripsi, Fakultas Syariah dan Hukum Sunan Kalijaga Yogyakarta

4. Artikel yang ditulis Cindy Aulia Khotimah dan Jeumpa Crisan Chairunnisa, yang berjudul “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli *Online (E-commerce)*”.¹⁸

Hasil penelitian ini memaparkan bagaimana proses penyelesaian terkait perlindungan konsumen apabila ada Wanprestasi dari pihak produsen dan lembaga apa saja yang berwenang untuk menyelesaikan sengketa *E-commerce* meliputi *Online Dispute Resolution (ODR)* atau APS online serta beberapa keuntungannya. Perbedaan skripsi ini dengan skripsi yang peneliti angkat adalah, skripsi ini menjelaskan penyelesaian sengketa ketika terjadi wanprestasi penyelesaiannya diarahkan kepada jalur non litigasi, sedangkan skripsi yang peneliti angkat berfokus ke jalur litigasi.

5. Skripsi yang di tulis oleh Nurpazila pada tahun 2020 dari Universitas Muhammadiyah Mataram dengan judul “Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Perjanjian Jual Beli Online”.¹⁹

Hasil penelitian ini yaitu, berdasarkan penelitian yang telah di lakukan, penulis menyimpulkan beberapa hal diantaranya, yang pertama, adanya unsur penipuan dalam jual beli namun sebagian tidak terdapat unsur tersebut. Kedua, obyek barang yang diperjualbelikan di haramkan seperti jual beli video porno dan jual beli jasa judi *online*. Ketiga, subyek penjual dan pembeli terjadi ketidak jelasan dalam jual beli online karena tidak bertemu langsung dan latar belakang penjual dan pembeli tidak di ketahui secara pasti. Perbedaan skripsi ini dengan skripsi peneliti, skripsi ini membahas perlindungan hukum kepada konsumen dalam jual beli online secara umum, sedangkan skripsi yang peneliti angkat mengerucut kepada transaksi yang hanya dilakukan di media sosiala Instagram.

¹⁸Cindy Aulia Khotimah dan Jeumpa Crisan Chairunnisa, dalam jurnal BLR, volume one, Nomor: *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online (E-commerce)*, Yogyakarta: Bussines law community UII, tt.

¹⁹Nurpadzila, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perjanjian Jual Beli Online*, Skripsi: Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Muhammadiyah Mataram, 2020.

Beberapa karya di atas mempunyai kesamaan dalam beberapa *point* dengan tema yang di angkat oleh penulis. Namun yang kemudian menjadi pembeda dengan semua karya di atas ialah dalam objek penelitian. Selain itu lingkup kajian yang penulis angkat adalah perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *online* dalam kasus wanprestasi dan perbuatan melawan hukum. Dengan demikian urgensi permasalahan-permasalahan yang di bahas dalam karya ilmiah di atas berbeda dengan objek kajian yang di bahas oleh penulis.

F. Metode Penelitian

Penelitian hukum merupakan suatu kegiatan ilmiah, yang didasarkan pada metode, sistematika, dan pemikiran tertentu, yang bertujuan untuk mempelajari sesuatu atau beberapa gejala hukum tertentu, dengan jalan menganalisisnya. Disamping itu, juga diadakan pemeriksaan yang mendalam terhadap faktor hukum tersebut, untuk kemudian mengusahakan suatu pemecahan atas permasalahan-permasalahan Disamping itu, juga diadakan pemeriksaan yang mendalam terhadap faktor hukum tersebut, untuk kemudian mengusahakan suatu pemecahan atas permasalahan-permasalahan yang timbul di dalam gejala yang bersangkutan.²⁰ Metode dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Suatu penelitian dapat memperoleh keterangan yang lengkap, sistematis serta dapat dipertanggungjawabkan. Maka diperlukan suatu metode penelitian guna memberikan arah dalam pelaksanaan penelitian. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Menurut Lexy J. Moleong, penelitian kualitatif adalah penelitian yang di maksud untuk memahami fenomena tentang apa yang di alami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-

²⁰Ali Zainuddin, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta :Sinar Grafika, 2014) h. 18.

kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah.²¹Penulis menggunakan jenis penelitian hukum kualitatif untuk mendeskripsikan penyelesaian perkara wanprestasi dan perbuatan melawan hukum yang terjadi dalam transaksi online melalui media sosial Instagram.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang di gunakan adalah pendekatan Normatif-Empiris. Adapun penelitian hukum normatif-empiris(terapan) mengkaji pelaksanaan atau implementasi ketentuan hukum positif (perundang-undangan) dan kontrak secara faktual pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat guna mencapai tujuan yang telah di tentukan.²² Sedangkan penelitian hukum empiris mengkaji hukum yang di konsepkan sebagai perilaku nyata (*actual behavior*), sebagai gejala sosial yang sifatnya tidak tertulis, yang di alami setiap orang dalam hubungan hidup bermasyarakat.²³

3. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek darimana data dapat diperoleh. Penelitian yang dilakukan adalah penelitian kasus dimana pengertian dalam penelitian kasus adalah suatu penelian yang dilakukan secara intensif, terinci dan mendalam terhadap suatu organisasi, lembaga atau gejala tertentu.²⁴Adapun jenis dan sumber data yang digunakan sebagai dasar untuk menunjang penelitian ini adalah :

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung tanpa perantara pihak lain (langsung dari objeknya) dengan metode wawancara,

²¹Lexy, J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya,2005), h. 11.

²²Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Bandung:PT. Citra Aditya Bakti, 2004, h.53.

²³*Ibid.*, h. 54.

²⁴Suharsimi Arikunto, *Prosedur penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT Rineka Cipta,2002), Cet. 12, h.20.

observasi, pengamatan maupun metode lainnya, kemudian disusun sedemikian rupa untuk mempermudah proses analisis.²⁵

- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh oleh peneliti tidak secara langsung dari objek penelitian, namun, melalui sumber lain yang berkaitan sebagai pembandingan data primer dalam proses analisis data primer.²⁶Data sekunder tersebut dibagi menjadi:
- 1) Bahan hukum primer, yaitu peraturan perundang-undangan, keputusan menteri, peraturan daerah²⁷. Bahan hukum primer dalam penelitian ini antara lain Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHP) dan Undang-Undang No. 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.
 - 2) Bahan hukum sekunder, yaitu bahan yang diperoleh dari kepustakaan, dan dapat memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer,²⁸ diantaranya adalah file-file yang berkaitan dengan penelitian di sebuah instansi, rancangan perundang-undangan, jurnal ilmiah, dan berupa buku-buku yang mendukung terlaksananya penelitian ini merupakan data sekunder
 - 3) Bahan Hukum tertier, yaitu bahan hukum yang dapat menjelaskan baik bahan primer maupun bahan hukum sekunder yang berupa kamus.²⁹ Bahan hukum tertier dalam skripsi ini adalah kamus bahasa maupun kamus hukum.

²⁵Suteki & Galang Taufani, *Metodologi Penelitian Hukum (Filsafat Teori dan Praktik)*, (Depok: PT Grafindo Persada, 2018), h. 214.

²⁶Suteki & Galang Taufani, *Metodologi Penelitian..... Op. Cit.* 216.

²⁷ Mukti Fajar ND dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), h. 156.

²⁸*Ibid.*, h. 158

²⁹*Ibid.*, h. 159

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penulisan skripsi ini, terdapat tiga teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu:

a. Wawancara

Wawancara adalah cara memperoleh informasi atau data dengan bertanya langsung pada yang diwawancarai. Hasil wawancara ditentukan oleh faktor-faktor yang ber-interaksi dan mempengaruhi arus informasi, yaitu: pewawancara, yang diwawancarai, topik penelitian yang tertuang dalam pertanyaan dan situasi wawancara.

Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam dengan jenis tidak terstruktur. Wawancara mendalam adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang dilakukan tanpa menggunakan pedoman wawancara, peneliti dapat memodifikasi proses wawancara sesuai situasi dan kondisi sehingga lebih fleksibel.³⁰

Informan dalam penelitian ini adalah :

- 1) Narasumber dari Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) Jawa Tengah yaitu Bapak Abdun Mufid, S.H. yang menjabat sebagai Ketua LP2K.
- 2) Novia Dewi Leni Nasari yang berstatus sebagai Santriwati dan menjadi korban wanprestasi transaksi jual beli elektronik melalui media sosial Instagram.
- 3) Zohan Dian Nur yang bekerja sebagai karyawan bank dan pengusaha jual beli handphone dan kamera yang menjadi

³⁰Suteki dan Galang Taufani, *Metodologi Penelitian Hukum (Filsafat, Teori, dan praktik)*, h. 226.

korban wanpresasi transaksi jual beli elektronik melalui media sosial Instagram.

- 4) Aprela Catur yang bekerja sebagai karyawan di rumah makan, yang menjadi korban wanprestasi jual beli elektronik melalui media sosial Instagram.
- 5) Lia Safitri yang berstatus sebagai karyawan restoran dan menjadi korban penipuan transaksi jual beli elektronik melalui media sosial Instagram.

b. Observasi

Menurut Nasution, observasi merupakan dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai kenyataan yang diperoleh observasi.³¹ Observasi atau pengamatan merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap dari responden namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi. Dalam hal ini, peneliti melakukan observasi melalui media Internet, dengan mencari informasi melalui website di google, dan mencari informasi di media sosial Instagram itu sendiri, dan saat ini peneliti juga pengguna aktif di media sosial Instagram.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek. Dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan peneliti kualitatif untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang di tulis atau di buat langsung oleh subjek yang bersangkutan. Moleong mengemukakan dua bentuk dokumen

³¹Ending Widi winami, *Teori dan praktik penelitian kuantitatif kualitatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2018), h. 159-163.

yang dapat di jadikan bahan dalam dokumentasi, antara lain: 1) Dokumen pribadi adalah catatan atau karangan seseorang secara tertulis tentang tindakan, pengalaman, dan kepercayaan, seperti catatan harian, surat pribadi, dan auto biografi. 2) Dokumen resmi dapat di bagi menjadi dua kategori, yaitu dokumen internal dan dokumen eksternal. Dokumen internal dapat berupa catatan seperti memo, pengumuman, instruksi, aturan suatu lembaga, system yang di berlakukan dan lain sebagainya. Dokumen eksternal dapat berupa bahan-bahan informasi yang di hasilkan oleh suatu lembaga sosial, seperti majalah, koran, bulletin, surat pernyataan, dan lain sebagainya³². Dalam hal ini penulis mendokumentasikan perjanjian online, ketentuan menggunakan marketplace Instagram, serta bahan-bahan hukum yang digunakan.

5. Analisis data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang di peroleh sehingga dapat di peroleh sehingga dapat di pahami dengan mudah dan temuannya dan dapat di informasikan kepada orang lain.³³ Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif atau disebut juga analisis berkelanjutan (*on going analysis*), yaitu dengan menentukan keterkaitan antara bagian dan keseluruhan data yang telah di kumpulkan melalui proses sistematis.³⁴ Analisis data dimulai dari tahap pengumpulan data sampai tahap penulisan laporan yang menyebabkan skripsi ini menjadi suatu kesatuan yang padu dan tidak hanya menghasilkan data deskriptif belaka.³⁵ Dimana deskriptif dalam penelitian ini meliputi proses transaksi, perlindungan terhadap konsumen yang dirugikan ataupun data terkait kerugian yang dialami oleh konsumen.

³² Haris Herdiansyah, *Metodologi penelitian kualitatif untuk ilmu-ilmu sosial* (Jakarta: Salemba Humanika, 2012), h. 143-146.

³³ Muhammad Nadzir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), h. 241.

³⁴ Van Hoeve, *Ensiklopedia Indonesia*, Jilid 7, (Jakarta: Ichtiar Baru, 1984), h. 894.

³⁵ Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015), h. 176.

G. Sistematika Penulisan

Penulisan ini dibuat secara terperinci dan sistematis agar memberikan kemudahan dalam membaca, memahami makna dan dapat pula memperoleh manfaatnya, keseluruhan sistematika ini merupakan suatu kesatuan yang sangat berhubungan antara satu dengan yang lainnya. Adapun sistematika dari penelitian ini terdiri dari :

1. Bab pertama adalah pendahuluan, dalam bab ini akan membahas mengenai latar belakang penulisan skripsi, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, telaah pustaka, metode penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.
2. Bab kedua adalah menguraikan tinjauan umum tentang perlindungan konsumen dalam transaksi *E-commerce*. Pada bab II ini menguraikan tentang gambaran umum Jual beli, Perlindungan Konsumen, *e-commerce*, wanprestasi, perbuatan melawan hukum dan akibat hukumnya.
3. Bab ketiga adalah menguraikan tentang gambaran umum, deskripsi Media sosial Instagram, sejarah singkat, sistem jual beli yang di gunakan, serta mekanisme jual beli yang ada di marketplace media sosial Instagram .
4. Bab keempat adalah menguraikan bagaimana media sosial Instagram memberikan perlindungan hukum kepada konsumen.
5. Bab kelima adalah penutup. Bab ini berisi kesimpulan yang merupakan hasil pemahaman, penelitian dan pengkajian terhadap pokok masalah, saran-saran dan penutup.

BAB II
TINJAUAN UMUM TENTANG PERLINDUNGAN HUKUM BAGI
KONSUMEN DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE* MELALUI
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

A. PERLINDUNGAN KONSUMEN

1. Pengertian Konsumen

Sebelum tahun 1999, hukum positif Indonesia belum mengenal istilah konsumen. Kendatipun demikian, hukum positif Indonesia berusaha untuk menggunakan beberapa istilah yang pengertiannya berkaitan dengan konsumen. Variasi penggunaan istilah yang berkaitan dengan konsumen tersebut mengacu kepada perlindungan konsumen, namun belum memiliki ketegasan dan kepastian hukum tentang hak-hak konsumen.

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1961 tentang Barang, dalam pertimbangannya menyebutkan “kesehatan dan keselamatan rakyat, mutu dan susunan (komposisi) barang”. Penjelasan undang-undang ini menyebutkan variasi barang dagangan yang bermutu kurang baik dapat membahayakan dan merugikan kesehatan rakyat. Maka perlu adanya pengaturan tentang mutu maupun susunan bahan serta pembungkusan barang-barang dagangan.

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1992 tentang Kesehatan, menggunakan istilah “setiap orang” untuk pemakai, pengguna dan/atau pemanfaat jasa kesehatan dalam konteks konsumen, hal ini disebutkan dalam Pasal 1 Angka 1, Pasal 3,4,5 dan Pasal 46. Istilah “masyarakat” juga digunakan dalam undang-undang ini dengan asumsi sebagai konsumen, hal ini termaktub dalam Pasal 9, 10, dan Pasal 21.

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata menyebutkan beberapa istilah yang berkaitan dengan konsmen, yaitu; pembeli, penyewa, penerima hibah, peminjam, dan sebagainya. Adapun dalam Kitab

Undang-Undang Hukum Dagang ditemukan istilah tertanggung dan penmpang.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat telah mengenal istilah konsumen, dan menyebutkan bahwa konsumen adalah setiap pemakai dan/atau pengguna barang dan/atau jasa baik untuk kepentingan diri sendiri maupun untuk kepentingan pihak lain.³⁶Istilah konsumen berasal dan alih bahasa dari kata *consumer*, secara harfiah arti kata *consumer* adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang. Begitu pula Kamus Bahasa Inggris-Indonesia yang berarti arti kata *consumer* sebagai pemakai atau konsumen. Kamus Umum Bahasa Indonesia mendefinisikan konsumen sebagai lawan produsen, yakni pemakai barang-barang hasil industri, bahan makanan, dan sebagainya. *Bussines English Dictionary* menyebutkan *Consumer* adalah *person or company wich buys and uses goods and service*.³⁷

Black Law Dictionary mendefinisikan konsumen sebagai berikut: *a person who buys goods or service for personal, family, or house hold use, with no intention or resale; a natural person who use products for personal rather than busines purpose*. Sedangkan dalam *Teksbookon Consumer Law*, konsumen adalah *one who purchases goodsor service*. Devinisi tersebut menghendaki bahwa konsumen adalah setiap orang atau individu yang harus dilindungi selama tidak memiliki kapasitas dan bertindak sebagai produsen, pelaku usaha dan/atau pebisnis.³⁸

Inosentius Samsul menyebutkan konsumen adalah pengguna atau pemakai akhir suatu produk, baik sebagai pembeli maupun diperoleh melalui cara lain, seperti pemberian, hadiah, dan undangan. Mariam Darus Badrul Zaman mendefinisikan konsumen dengan cara mengambil alih pengertian yang digunakan oleh kepustakaan Belanda, yaitu: “Semua individu yang menggunakan barang dan jasa secara konkret dan ril”.

³⁶Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta PT Kharisma Putra Utama), h. 14.

³⁷*Ibid.*, h.14.

³⁸*Ibid.*, h.14.

Kendatipun Anderson dan Krumpt menyatakan kesulitannya untuk merumuskan definisi konsuen, namun para ahli hukum pada umumnya sepakat bahwa arti konsumen adalah pemakai terakhir dari benda dan/atau jasa (*uiteindelijke gebruiker van goederen en diensten*) yang diserahkan kepada mereka oleh pengusaha (*ondernemer*).³⁹

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

Berdasarkan dari beberapa pengertian konsumen yang telah dikemukakan di atas, maka konsuen dapat dibedakan kepada tiga batasan, yaitu:

- a. Konsumen komersial (*commercial consumer*), adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa digunakan untuk memproduksi barang dan/atau jasa lain dengan tujuan mendapatkan keuntungan.
- b. Konsumen antara (*intermediate consumer*), adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk diperdagangkan kembali juga dengan tujuan mencari keuntungan.
- c. Konsumen akhir (*ultimate consumer/end user*), adalah setiap orang yang mendapatkan dan menggunakan barang dan/jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan kehidupan pribadi, keluarga, orang lain, dan makhluk hidup lainnya dan tidak untuk diperdagangkan kembali dan/atau untuk mencari keuntungan kembali.

Dalam Islam, para ahli hukum Islam terdahulu (fukaha) tidak pernah mendefinisikan konsumen dan menjadikannya sebagai suatu objek kajian hukum secara khusus. Hanya saja, sumber hukum Islam berbicara tentang prinsip-prinsip konsumen dan perlindungan konsumen.

³⁹*Ibid.*, h.15.

Sehingga definisi konsumen menurut Islam membutuhkan kajian tersendiri dan secara khusus tentang perlindungan konsumen.⁴⁰

Muhammad dan Alimin, mendefinisikan konsumen berangkat dari pandangan atau konsep Islam terhadap harta, hak dan kepemilikan dengan transaksi atau tidak, yang sesuai dengan prinsip-prinsip perlindungan konsumen dalam Islam. Definisi konsumen tersebut adalah “setiap orang, kelompok atau badan hukum pemakai suatu harta benda atau jasa karena adanya hak yang sah, baik ia dipakai untuk pemakai akhir ataupun untuk proses produksi selanjutnya.”⁴¹

Konsumen dalam hukum ekonomi Islam tidak hanya terbatas pada orang perorangan saja, tetapi juga mencakup badan hukum, seperti yayasan, perusahaan, atau lembaga tertentu. Definisi ini sedikit bertentangan dengan definisi konsumen menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa konsumen hanyalah “setiap orang” dan tidak termasuk di dalamnya badan hukum atau perusahaan. Bukan tidak mungkin produk cacat yang dipakai oleh konsumen komersial atau konsumen antara untuk diproduksi atau diperdagangkan kembali, akan melahirkan produk baru yang cacat pula. Kondisi ini juga akan menimbulkan kerugian pada konsumen akhir yang mengkonsumsi produk tersebut, sekaligus juga merugikan pihak konsumen komersial dan konsumen antara yang harus bertanggung jawab terhadap produknya.

Maka, perlindungan konsumen sesungguhnya tidak hanya berlaku bagi konsumen akhir saja, melainkan juga perlindungan terhadap konsumen komersial dan konsumen antara yang memproduksi atau untuk memperdagangkan kembali barang dan/atau jasa yang diterima dari produsen lainnya. Demikian pula dalam perlindungan yayasan, kelompok masyarakat, badan hukum, dan perusahaan selaku konsumen. “Pemakai” yang dimaksud dalam definisi tersebut sesuai

⁴⁰*Ibid.*, h. 18.

⁴¹*Ibid.*, h. 18.

dengan substansi teori konsumen dalam Islam. Bahwa pemakai memiliki makna yang cukup luas, pemakai tidak hanya berasal dari transaksi jual beli atau tukar menukar, namun pemakaian juga mencakup aspek lainnya seperti zakat, hibah, hadiah, sedekah, termasuk konsumen lingkungan. Dengan demikian penerima zakat, hibah, hadiah, sedekah, dan pengguna lingkungan termasuk dalam kategori konsumen yang harus dilindungi hukum.⁴²

Pengguna kalimat “karena adanya hak yang sah” dalam definisi tersebut untuk pengecualian terhadap pemakai barang dan/atau jasa yang tidak sah. Seperti merampas, mencuri, atau korupsi terhadap harta orang lain atau badan hukum lain. Maka resiko pemakaian barang tersebut tidak akan ditanggung oleh pemilik barang. Perlindungan terhadap pemakaian atau penggunaan terhadap barang dan/atau jasa yang tidak sah, secara luas juga diperuntukkan untuk mengantisipasi terjadinya tindak pidana pencucian uang (*money laundering*). Sesungguhnya pengaburan asal usul harta dapat dilakukan dengan memanfaatkan konsumen yang memakai harta tersebut, sehingga seolah-olah harta tersebut adalah harta yang sah.⁴³

Hukum ekonomi Islam tidak membedakan antara konsumen akhir (*ultimate consumer*) dengan konsumen antara (*intermediate consumer*) ataupun konsumen komersial (*commercial consumer*). Karena konsumen dalam Islam termasuk semua pemakai barang dan/atau jasa, baik yang dipakai langsung habis maupun dijadikan sebagai alat perantara untuk memproduksi selanjutnya. Menurut Islam, keadilan ekonomi Islam, keadilan ekonomi Islam adalah milik semua orang baik berkedudukan sebagai individu atau kelompok atau publik.⁴⁴

⁴²*Ibid.*, h. 19.

⁴³*Ibid.*, h. 19-20.

⁴⁴*Ibid.*, h. 20.

2. Pengertian Perlindungan Konsumen

Menurut *Business English Dictionary*, perlindungan konsumen adalah *protecting consumers against unfair or illegal traders*. Adapun *Black's Law Dictionary* mendefinisikan *a statute that safeguards consumer in the use goods and services*. Perlindungan konsumen adalah istilah yang di pakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang di berikan kepada konsumen dalam usahanya memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang merugikan konsumen itu sendiri. Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa, perlindungan konsumen adalah segala upaya menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.⁴⁵ Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas, meliputi perlindungan konsumen terhadap barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga sampai akibat-akibat dari pemakaian barang dan/atau jasa tersebut.

Cakupan perlindungan konsumen itu dapat dibedakan dalam dua aspek, yaitu:⁴⁶

- a. Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang di serahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah di sepakati.
- b. Perlindungan terhadap di berlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.

Keinginan yang hendak dicapai dalam perlindungan konsumen adalah menciptakan rasa aman bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidup. Terbukti bahwa semua norma perlindungan konsumen memiliki sanksi pidana. Singkatnya, bahwa segala upaya yang di maksudkan dalam perlindungan konsumen tersebut terhadap tindakan preventif, akan tetapi juga tindakan represif dalam semua bidang

⁴⁵*Ibid.*,h. 21.

⁴⁶*Ibid.*, h. 22.

perlindungan yang di berikan kepada konsumen. Maka pengaturan perlindungan konsumen dilakukan dengan:⁴⁷

- a. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung untuk keterbukaan akses informasi, serta jaminan kepastian hukum
- b. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha.
- c. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa.
- d. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktik usaha yang menipu menyesatkan.
- e. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lainnya.

Tujuan hukum adalah mewujudkan keadilan, kemanfaatan, dan kepastian hukum. Dalam hal mewujudkan keadilan, Adam Smith melahirkan ajaran mengenai keadilan (*justice*) yang menyatakan *the end of the justice to secure from the injury*.⁴⁸ Menurut G.W. Paton, hak yang di berikan oleh hukum ternyata tidak hanya mengandung unsur perlindungan dan kepentingan tetapi juga unsur kehendak (*the element of will*).⁴⁹ Teori hukum bertujuan untuk menjelaskan nilai-nilai hukum dan postulat-postulatnya hingga dasar-dasar filsafatnya yang paling dalam. Hukum pada hakikatnya adalah sesuatu yang abstrak, namun manifestasinya dapat berwujud konkret. Suatu ketentuan hukum dapat di nilai baik jika akibat-akibat yang dihasilkan dari penerapannya adalah kebaikan, kebahagiaan yang sebesar-besarnya, dan berkurangnya penderitaan.⁵⁰

Maka, hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyedia dan penggunaannya, dalam kehidupan

⁴⁷ *Ibid.*, h. 22.

⁴⁸ *Ibid.*, h. 23.

⁴⁹ *Ibid.*, h. 23.

⁵⁰ *Ibid.*, h. 23.

bermasyarakat. Tegasnya, hukum perlindungan onsumen merupakan keseluruhan peraturan perundang-undangan lainnya serta putusan-putusan hakim yang subtansinya mengatur mengenai kepentingan konsumen.

Hal ini terkait dengan pasal 64 Undang-Undang Perindungan Konsumen yang berbunyi:

”Segala ketentuan peraturan perundang-undangan yang bertujuan melindungi konsumen yang telah ada pada saat undang-undang ini diundangkan, dinyatakan tetap berlaku sepanjang tidak di atur secara husus dan/atau tidak bertentangan dangan ketentuan dalam undang-undang ini”.

3. Sumber Hukum Perlindungan Konsumen

a. Hukum Islam

Sumber hukum perlindungan konsumen dalam Islam, sama dengan sumber hukum Islam yang digunakan oleh mayoritas ulama (jumhur ulama), yaitu; Al-Quran, Sunnah, *Ijma'*, dan *Qiyas*. Al-Qur'an dan Sunnah dapat berdiri sendiri sebagai dalil hukum, sedangkan *Ijma'* dan *Qiyas* tidak dapat berdir sendiri sebagai dalil hukum, karena proses *Ijma'* dan *Qiyas* harus berdasarkan kepada dalil penyandaran dari Al-Qur'an dan Sunnah.

Perlindungan konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam hukum Islam. Islam melihat bahwa perlindungan konsumen bukan sebagai hubungan keperdataan saja, melainkan menyangkut kepentingan publik secara luas, bahkan menyangkut hubungan manusia dan Allah SWT. Maka perlindungan terhadap konsumen Muslim berdasarkan syariat Islam merupakan kewajiban negara. Allah berfirman dalam surat al-Baqarah:279 disebutkan:

قَالَ مُمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ، وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ، لَا تَظْلُمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

“Maka jika kamu tidak mengerjakan (mininggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok

hartamu, kamu tidak menganiaya dan tidak pula dianiaya”. (Q.S.. 2 [al-Baqarah]:279).

Dalam Islam, hukum perlindungan konsumen mengacu kepadakonsep halal dan haram, serta keadilan ekonomi, berdasarkan nilai-nilai atau prinsip-prinsip ekonomi Islam. Aktifitas ekonomi Islam dalam perlindungan konsumen meliputi perlindungan terhadap zat, proses produksi, distribusi, tujuan produksi, hingga pada akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa yang halal dari segi zatnya dapat menjadi haram, ketika cara memproduksi dan tujuan mengkonsumsinya melanggar ketentuan-ketentuan *syara*’.⁵¹

Tujuan konsumenMuslim berbeda dengan tujuan konsumen non-Muslim. Konsumen Muslim dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa bertujuan untuk mengabdikan dan merealisasikan tujuan yang di kehendaki ALLAH SWT. *Fuqoha*’ memberikan empat tingkatan bagi konsumen yaitu:⁵²

- 1) Wajib, mengonsumsi sesuatu untuk menghindari dari kebinasaan, dan jika tidak mengonsumsi kadar ini padahal mampu akan berdosa.
- 2) Sunnah, mengonsumsi lebih dari kadar yang menghindarkan dari kebinasaan, dan menjadikan seorang Muslim mampu shalat berdiri dan mudah berpuasa.
- 3) Mubah, sesuatu yang lebih dari sunnah sampai batas kenyang.
- 4) Konsumsi yang melebihi batas kenyang. Dalam hal ini terdapat dua pendapat, salah satunya menyatakan makruh, dan yang lain menyatakan haram.

⁵¹Ulumuddin, “kajian Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam”, *ornal PRANATA HUKUM*, VOL. 3. Juli-Desember 2009.

⁵²*Ibid.*, h. 9.

b. Peraturan Perundang-Undangan

Disamping Undang-undang Perlindungan konsumen, Hukum konsumen “ditemukan” di dalam berbagai peraturan diantaranya:

- 1) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Sejak tanggal 20 April 1999 Indonesia telah memiliki peraturan perundang-undangan yang secara khusus mengatur mengenai perlindungan konsumen, yakni Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Undang-Undang Perlindungan Konsumen mulai berlaku efektif sejak tanggal 20 April 2010. Undang-Undang Perlindungan Konsumen merupakan undang-undang payung yang memayungi dan mengintegrasikan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen di Indonesia.⁵³

- 2) Undang-Undang Dasar 1945

Hukum konsumen, terutama Hukum Perlindungan Konsumen mendapatkan landasan hukumnya pada Undang-Undang Dasar 1995 (UUD 1945), Pembukaan, Alenia ke-4 Umumnya, sampai saat ini orang bertumpu pada kata “segenap bangsa” sehingga ia di ambil sebagai asas tentang persatuan seluruh bangsa Indonesia (Asas Persatuan Bangsa). Baik ia laki-laki atau perempuan, orang kaya atau orang miskin, orang kota atau orang desa, orang asli atau keturunan dan pengusaha/pelaku usaha atau konsumen.⁵⁴

- 3) Hukum Perdata

Dengan hukum perdata dimaksudkan Hukum Perdata dalam arti luas, termasuk Hukum Perdata, Hukum Dagang serta kaidah-kaidah keperdataan yang termuat dalam berbagai Peraturan Perundang-undangan lain, tampaknya termuat pula dalam kaidah-

⁵³Agus Suwandono, *Ruang Lingkup Hukum Perlindungan Konsumen*, repository.ut.ac.id h. 1.21

⁵⁴Lihat Alenia ke 4 pembukaan UUD 1945

kaidah Hukum yang mempengaruhi dan/atau termasuk dalam bidang Hukum Perdata. Antara lain tentang siapa yang dimaksudkan sebagai subjek Hukum dalam suatu hubungan Hukum Konsumen, hak-hak dan kewajiban masing-masing, serta tata cara penyelesaian masalah yang terjadi dalam sengketa antara konsumen dan penyedia barang dan/atau penyelenggara jasa yang diatur dalam Peraturan Perundang-undangan bersangkutan.⁵⁵ Apabiladirangkum keseluruhannya, terlihat bahwa kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah hukum antara pelaku usaha penyedia barang dan jasa penyelenggara jasa dan konsumennya masing-masing terlihat dan termuat dalam KUHPerdata, (terutama dalam buku kedua, ketiga dan keempat) KUHD (Buku kesatu dan kedua), berbagai peraturan perundang-undangan lain yang memuat kaidah-kaidah hukum yang bersifat perdata tentang subjek-subjek hukum, hubungan hukum dan masalah antara penyedia barang atau penyelenggara jasa tertentu dan konsumen.

4) Hukum Publik

Dengan Hukum publik dimaksudkan Hukum yang mengatur hubungan antara Negara dan alat-alat perlengkapannya atau Hubungan antara Negara dengan perorangan. Termasuk hukum publik dan terutama dalam kerangka Hukum Konsumen dan/atau Hukum Perlindungan Konsumen merupakan Hukum Administrasi Negara, Hukum Pidana, Hukum Acara Perdata dan/atau Hukum Acara Pidana dan Hukum Internasional khususnya Hukum Perdata Internasional. Diantara Hukum Publik tersebut terdapat pula Hukum Administrasi Negara, Hukum Pidana, Hukum Perdata Internasional, Hukum Acara Perdata serta Hukum Acara

⁵⁵Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2010 *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika), h. 50-54.

Pidana yang paling banyak pengaruhnya dalam pembentukan Hukum Konsumen.⁵⁶

4. Bentuk Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli *Online* Menurut Undang-Undang

Bentuk perlindungan konsumen dalam jual beli online menurut undang-undang mencakup beberapa aspek, diantaranya adalah:⁵⁷

- a. Memberikan kepastian hukum bagi konsumen dan pelaku usaha pada jual beli online.

Undang-undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya di singkat UUIE), memiliki jangkauan yurisdiksi(wilayah hukum) tidak semata-mata untuk perbuatan hukum yang berlaku di Indonesia, tetapi juga berlaku untuk perbuatan hukum yang di lakukan di luar yurisdiksi(wilayah hukum) Indonesia.⁵⁸ Hal ini mengingat bahwa pemanfaatan teknologi informasi dapat di lakukan lintas wilayah Indonesia maupun antar negara.

Pelaku usaha yang menawarkan melalui sistem elektronik harus menyediakan Informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang di tawarkan⁵⁹. Dalam hal ini yang di maksud dengan informasi yang lengkap dan benar meliputi: pertama, informasi yang memuat identitas serta status objek hukum dan kompetensinya, baik sebagai produsen, pemasok, penyelenggara maupun perantara. Kedua, informasi yang lain menjelaskan hal tertentu yang menjadi syarat sahnya perjanjian serta menjelaskan barang atau jasa yang di tawarkan seperti nama, alamat dan deskripsi barang/jasa.

⁵⁶*Ibid* h. 55

⁵⁷ Nur masyithah ziauddin, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Pada Transaksi Jual Beli Online*, di akses dari <http://jurnal.ar.raniry.ac.id/index.php/petita/index> ISSN.P:2502-8006 ISSN- E: 2549-8274, h. 112 pada Minggu 29 Mei pukul 21:00 WIB

⁵⁸Lihat pasal 2 Undang-undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

⁵⁹Lihat pasal 9 Undang-undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Bagi pelaku Transaksi Elektronik Internasional memiliki kewenangan untuk memilih hukum yang berlaku bagi mereka. Jika para pihak tidak melakukan pilihan hukum untuk menyelesaikan sengketa yang timbul akibat transaksi elektronik internasional tersebut, hukum bagi mereka di dasarkan pada asas Hukum Perdata Internasional.⁶⁰

Setiap konsumen yang di rugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum. Penyelesaian sengketa ini dapat di tempuh melalui pengadilan (litigasi) atau luar pengadilan (non litigasi), sebagian terdapat di dalam peraturan perundang-undangan mengenai hak-hak konsumen yang harus di lindungi.⁶¹ Ketentuan yang berkaitan dengan hal-hal yang harus di perhatikan oleh pelaku usaha, dalam Pasal 49 Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggara Sistem Transaksi Elektronik pada Bab IV di sebutkan bahwa:

- 1) Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang di tawarkan.
- 2) Pelaku usaha wajib memberikan kejelasan informasi tentang penawaran kontrak atau iklan.
- 3) Pelaku usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang di kirim apabila tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi.
- 4) pelaku usaha wajib menyampaikan informasi mengenai barang yang telah di kirim.

⁶⁰Abdul Halim Barakatullah, *Hukum Transaksi Elektronik*, (Bandung: Nusa Media, 2017), h. 141

⁶¹Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu), 2015, h. 9.

- 5) pelaku usaha tidak dapat membebani konsumen mengenai kewajiban membayar barang yang di kirim tanpa dasar kontrak.
- b. Memberikan sanksi kepada pelaku usaha yang merugikan konsumen.
- Pihak yang bertanggung jawab atas segala akibat hukum dalam pelaksanaan transaksi elektronik di atur pada pasal 21 ayat(2) Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, namun ketentuan tersebut tidak berlaku apabila dapat di buktikan terjadinya, keadaan memaksa, kesaahan, atau kelalaian pihak pengguna sistem elektronik (konsumen). Adapun isi dari Pasal 21 Ayat (2) adalah sebagai berikut:
- 1) Jika di lakukan sendiri, segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik menjadi tanggung jawab para pihak yang bertransaksi.
 - 2) Jika di lakukan melalui pemberian kuasa, segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik menjadi tanggung jawab pemberi kuasa; atau
 - 3) Jika di lakukan melalui Agen Elektronik, segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik menjadi tanggung jawab penyelenggara Agen Elektronik.
 - 4) Jika kerugian Transaksi Elektronik di sebabkan beroprasinya Agen Elektronik yang gagal beroprasinya Agen Elektronik akibat tindakan pihak ketiga secara langsung terhadap Sistem Elektronik, segala akibat hukum menjadi tanggung jawab penyelenggara Agen Elektronik.
 - 5) Jika kerugian Transaksi Elektronik disebabkan gagal beroprasinya Agen Elektronik akibat kelalaian pengguna jasa layanan, segala akibat hukum menjadi tanggung jawab pengguna jasa layanan.

Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian

konsumen dalam transaksi elektronik dapat dikenakan sanksi pidana sesuai dengan ketentuan Pasal 45 butir (2) Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yaitu, berupa pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak RP. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.⁶² Ganti rugi yang dimaksud berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi. Apabila pelaku usaha melanggar ketentuan tersebut maka badan penyelesaian sengketa konsumen berwenang memberikan sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi paling banyak RP. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).

Dalam penyelenggaraan transaksi elektronik, para pihak wajib menjamin pemberian data dan informasi yang benar, dan ketersediaan sarana dan layanan serta penyelesaian pengaduan. Apabila melanggar hal tersebut maka dapat dikenakan sanksi administratif berupa teguran tertulis, denda administratif, penghentian sementara dan/atau dikeluarkan dari daftar.

Pelaku usaha dalam menawarkan barang atau jasa melalui pesanan dilarang untuk tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan dan tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi. Bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan tersebut dikenakan sanksi pidana penjara paling

⁶²*Ibid.*, h.41

lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

c. Melindungi Hak dan Kewajiban Konsumen

Bentuk perlindungan konsumen yang terdapat pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat disimpulkan dalam Bab III berkaitan dengan hak dan kewajiban bagi konsumen dan pelaku usaha, Bab IV mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, Bab VI mengenai tanggung jawab pelaku usaha, Bab X mengenai penyelesaian sengketa dan Bab IX mengenai Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.

Secara umum dikenal ada empat hak dasar konsumen, yaitu:⁶³

- 1) Hak untuk mendapatkan keamanan (*the right of safety*);
- 2) Hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*);
- 3) Hak untuk memilih (*the right to be choose*);
- 4) Hak untuk didengar (*the right to be heard*).

Selain empat hak yang disebutkan di atas, *The International Organisation of Consumer Union (IOOCU)* menambahkan lagi beberapa hak, seperti hak mendapatkan pendidikan konsumen, hak mendapatkan ganti kerugian, dan hak mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat.⁶⁴

Adapun hak dan kewajiban konsumen yang diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang No. 8 tentang Perlindungan Konsumen, adalah berikut ini:

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/jasa.
- 2) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.

⁶³Sri Redjeki Hartono, *Makalah Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam Kerangka Era Perdagangan Bebas*, Penyunting Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, (Bandung: Mandar Maju, 2000), h. 38.

⁶⁴Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta: PT Grasindo, 2004), h.20.

- 3) Hak atas informasi yang benar, jelaas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
- 4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang di gunakan.
- 5) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- 6) Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.
- 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- 8) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
- 9) Hak-hak yang di atur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Selain hak yang di sebutkan di atas, konsumen juga memiliki beberapa kewajiban yang harus di lakukan. Hal ini berguna sebagai bentuk kehati-hatian dalam melakukan transaksi supaya tidak mengakibatkan kerugian pada diri sendiri. Kewajiban tersebut adalah sebagai berikut:⁶⁵

- 1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.
- 2) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
- 3) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang di sepakati.
- 4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

⁶⁵Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

B. JUAL BELI DAN DASAR HUKUMNYA

1. Pengertian Jual Beli

Istilah jual beli dalam Hukum perjanjian Indonesia diadopsi dari istilah bahasa Belanda yaitu *koop en verkoop*. Sedangkan hukum Belanda itu mengikuti konsep *emptio vendito* yang berasal dari hukum Romawi yang artinya adalah jual beli. *Emptio* berarti membeli, sedangkan *venditio* artinya menjual.⁶⁶ Dari istilah tersebut terlihat bahwa jual beli merupakan hubungan yang bersifat timbal balik antara dua pihak yang melakukan hubungan hukum yang berbeda, yang mana pihak yang satu melakukan tindakan hukum untuk menjual dan yang satunya melakukan tindak hukum membeli.

Berikut pengertian jual beli menurut hukum di beberapa Negara diantaranya:

- a. Menurut Pasal 1457 BW (KUHPerdara), pengertian jual beli adalah suatu persetujuan atau perjanjian yang mengikat penjual dan pembeli. Penjual mengikatkan diri untuk menyerahkan suatu barang yang disetujui bersama dan pembeli mengikatkan diri juga untuk membayar harga barang yang disetujui bersama.⁶⁷
- b. Menurut pasal 433 ayat (1) dan (2) *Bürgerliches Gesetzbuch* atau BGB (Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Jerman), jual beli adalah suatu perjanjian antara penjual dan pembeli, di mana penjual berkewajiban menyerahkan suatu barang beserta hak miliknya kepada pembeli serta menjamin barang tersebut bebas dari cacat fisik dan hukum; dan pembeli wajib membayar harga penjualan yang telah disepakati.

⁶⁶Retno Prabandari, *Jenis-jenis Perjanjian Sebagai Dasar Hukum dalam Pengalihan Hak Guna Bangunan Objek Hak Tanggungan*, terdapat dalam [http://eprints.undip.ac.id/18808/1/RETNO PRABANDARI](http://eprints.undip.ac.id/18808/1/RETNO_PRABANDARI), pdf h.1.

⁶⁷*Ibid.*, h.2.

Menurut Hartono Soerjopratiknjo, perjanjian jual beli secara historis dan logis merupakan *species* dan *genus* perjanjian tukar menukar di mana salah satu prestasinya terdiri atas sejumlah uang dalam arti alat pembayaran yang sah. Istilah harga di dalam KUHPerdara memiliki makna yang netral, tetapi substansinya menurut pasal 1457 KUHPerdara, harga tidak mungkin berarti lain daripada jumlah alat pembayaran yang sah.⁶⁸

Berdasarkan ketentuan Pasal 1457 KUHPerdara, jual beli ditegaskan sebagai suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengingatkan dirinya untuk menyerahkan suatu keadaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.⁶⁹

Jika kita melihat dalam sejarah Islam, jual beli bukanlah sebuah produk baru. Sejak masa Rasulullah SAW, jual beli memang sudah dikenal dalam hukum Islam pengertian jual beli secara istilah *al-bai'* yang artinya menjual, mengganti dan menukar sesuatu dengan yang lainnya. Kata *al-bai'* dalam bahasa arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yaitu kata *al-bai'* (beli). Kata jual menunjukkan bahwa adanya perbuatan menjual, sedangkan beli adalah adanya perbuatan membeli.⁷⁰

Sedangkan secara terminologi para *fuqoha* memberikan definisi yang berbeda-beda. Misalnya, M Hasbi ash Shiddieqy mendefinisikan jual beli sebagai mengalihkan hak milik kepada seseorang sesuatu barang dengan menerima dari padanya harta (harga) atas dasar keridhaan kedua (pihak penjual dan pihak pembeli).⁷¹ Imam Taqiyyuddin mengartikannya sebagai pembelian harta karena menerima harta dengan ikrar penyerahan dan jawab

⁶⁸ *Ibid.*, h.3.

⁶⁹ I Ketut Okta Setiawan, *Hukum Perikatan*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2016), h. 158.

⁷⁰ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam (Fiqh Muamalah)*, (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2003), h. 113.

⁷¹ M. Hasbi ash Shiddiqy, *Hukum-Hukum Fiqh Islam*, cet 1, (Semarang: Pustaka Rizki Putra, 1997), h. 328.

penerima (*ijab* dan *qobul*) dengan cara yang diizinkan.⁷² Sedangkan Abdurrahman al-Jaziri mendefinisikan jual beli sebagai transaksi saling menerima sesuatu dengan sesuatu yang lain.⁷³ Sementara itu Sayyid Sabiq mengartikan jual beli sebagai pertukaran harta dengan harta atas dasar saling rela (*taradli*) atau memindahkan milik dengan mendapat ganti dengan jalan yang dibenarkan.⁷⁴

Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa jual beli yaitu suatu peristiwa hukum antara dua orang yakni penjual dan pembeli di mana salah satu pihak menyerahkan barangnya kepada yang lain dengan adanya persetujuan dan penggantian dilakukan dengan saling rela dari keduanya mengenai kesepakatan harga dan barang dengan jalan yang dibenarkan. Atau bisa dikatakan bahwa, perkataan jual beli menunjukkan adanya sebuah aktifitas perbuatan dalam suatu peristiwa, yaitu satu pihak menjual dan pihak yang lain membeli. Maka dalam hal ini terjadilah peristiwa hukum jual beli. Berarti dalam sebuah perjanjian jual beli itu terlibat dua pihak yang saling menukar atau melakukan pertukaran.

2. Dasar Hukum Jual Beli

Dasar hukum jual beli bagi setiap Negara memiliki perbedaan, seperti Negara dengan sistem *Common Law*, khususnya di Inggris, jual beli diatur *Sale of Goods Act 1979* (SGA 1979). Di dalam *Art 2* paragraf 1 The SGA 1979 mendefinisikan *sale of goods* sebagai kontrak yang dibuat oleh penjual dan pembeli, pembeli setuju untuk mengalihkan hak milik atas suatu barang (*property*) kepada pembeli, dan pembeli sepakat untuk membayar

⁷²Taqiyyudin Abi Bakar al-Husaini, *Kifayat al-Akhyar*, jilid 1, (Semarang: Toha Putra t.th), h. 183.

⁷³Abdurrahman al-jaziri, *al-Fiqh 'Ala Madzhab al-arba'ah*, jilid II, (Beirut: Daar al-kutb al-Ilmiyah,t.th), h. 134.

⁷⁴Sayyid Sabiq, *Fiqh al-sunnah*, Terj. Kamaluddin dan Marzuki, (Bandung: Al-Maarif, 1987), h. 47-48.

dalam bentuk uang atas harga yang telah disepakati. *Property* di sini berarti sebagai kepemilikan (*Ownership*). Sehingga objek dari perjanjian jual beli ini adalah berupa pengalihan kepemilikan barang dari penjual ke pembeli. Pengalihan kepemilikan ini menjadi *consideration* atas pembayaran sejumlah uang yang dilakukan oleh pembeli.⁷⁵

Sedangkan di Negara kita perjanjian jual beli di Indonesia diatur dalam Buku III KUHPerduta. Di mana secara historis, KUHPerduta berasal dari *Code Civil* Perancis. Kemudian *Code Civil* tersebut diadopsi Nederland sehingga dimuat ke dalam *Nederland Burgerlijk Wetboek* dengan beberapa perubahan. Di zaman kolonial, *Neverland Wetboek* ini diberlakukan juga di Hindia Belanda menjadi *Bugerlijk Wetboek voor Indonesiai*, yang sekarang dikenal dengan kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerduta). KUHPerduta ini berdasarkan pasal II Aturan Peralihan UUD 1945 masih berlaku hingga saat ini.⁷⁶

Perjanjian jual beli diatur dalam KUHPerduta Buku III sebagai bagian dari perikatan. Perjanjian jual beli dalam Buku III Bab Kelima Bagian Kesatuan mengenai Ketentuan-ketentuan Umum (Pasal 1457-1471), Bagian Kedua mengenai Kewajiban-kewajiban penjual (Pasal 1473-1512), Bagian Ketiga mengenai kewajiban Pembeli (Pasal 1513-1518), Bagian keempat mengenai Hak Membeli Kembali (Pasal 1519-1532), dan Bagian Kelia mengenai ketentuan-ketentuan Khusus Mengenai Jual Beli Piutang dan lain-lain Benda Tidak Berwujud (Pasal 1457-1540). Dengan itu, perjanjian jual beli di dalam KUHPerduta diatur Pasal 1457 sampai dengan Pasal 1540.⁷⁷

Buku III KUHPerduta tersebut dikategorikan sebagai hukum pelengkap atau mengatur (*aanvullenrecht, optinal law*).

⁷⁵Retno Prabandari, *Jenis-jenis Perjanjian... Op.cit.*, h. 5.

⁷⁶Ridwan Khairandy, *Perjanjian Jual Beli*, Ctk. 1, (Yogyakarta: FH UII Press 2016), h. 8-9.

⁷⁷*Ibid.*, h.9.

Menurut Pitlo hukum pelengkap merupakan aturan-aturan yang hanya berlaku sejauh orang yang berkepentingan mengatur secara lain, yang mana hukum pelengkap ini menunjukkan makna mengisi atau melengkapi kekosongan yang dibiarkan oleh yang bersangkutan. Misalnya para pihak di dalam jual beli berwenang menentukan sendiri waktu dan tempat penyerahan barang dan pembayaran, kalau mereka tidak memperjanjikkannya sendiri maka Undang-Undang menetapkan di mana mereka harus melaksanakan prestasi tersebut.⁷⁸

Hukum pelengkap dalam pembuatannya mempertimbangkan dua hal yaitu apa saja kiranya yang diatur oleh pihak sendiri seandainya mereka sendiri membuat aturan tentang hal itu, dan apa yang pada umumnya dalam keadaan tertentu dianggap benar. Sehingga jelas kedua pertimbangan itu saling melengkapi satu dengan yang lain.⁷⁹ Sehingga hukum pelengkap ini ada bukan sebagai optional tetapi sebagai pengisi kekosongan hukum yang dibiarkan oleh pihak yang bersangkutan.

Selain dasar hukum yang ada di dalam hukum positif, dasar hukum jual beli dalam Islam mempunyai landasan yang amat kuat, di mana jual beli diperoleh sebagai salah satu sarana tolong menolong antara sesama manusia, dan tidak dijadikan sebagai sebuah tindakan eksploitasi seperti tindakan riba yang merugikan orang lain. Hal ini bisa kita temukan dalam firman Allah di dalam surat al-Baqarah:275

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”(Q.S.. 2 [al-Baqarah]:275).⁸⁰

⁷⁸ *Ibid.*, h. 10.

⁷⁹ *Ibid.*, h. 10-11.

⁸⁰ Tim penyelenggara penerjemah al-Qur'an, al-Qur'an dan Terjemahan. Medinah: Mujamma' al-Malik Fahd li Thiba'at al-Mushaf al_Syarif, 1418 H., h.69.

Ayat di atas memberikan pengertian serta batasan mengenai jual beli kepada hamba-Nya dengan baik. Sebaliknya Allah SWT dalam ayat diatas melarang kita untuk memakan atau barang yang terdapat unsur eksploitasi seperti riba atau hal-hal lain yang dapat merugikan orang lain.Selain itu, di dalam surat an-Nissa: 29 disebutkan:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ.
“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan bathil, kecuali dengan jelas perniagaan yang berlaku dengan suka (taradli) diantara kamu”. (Q.S.5[an-Nissa]:29).⁸¹

Berdasarkan ayat ini, Allah SWT telah mengharamkan manusia untuk memperoleh harta dengan cara yang *bathil*, baik dengan cara yang diharamkan Allah seperti mencuri, menipu, merampok ataupun lainnya. Perolehan harta dapat dibenarkan dengan jalan perniagaan seperti yang tercantum di dalam penggalan ayat di atas ataupun sejenisnya yang didasarkan atas suka sama suka dan saling menguntungkan.

3. Terjadinya Wanprestasi dalam Transaksi Jual Beli

Di dalam hubungan transaksi jual beli, kedua belah pihak yaitu produsen dan konsumen., dibebankan hak-hak serta kewajiban-kewajiban sebagaimana diatur masing-masing di dalam Pasal 1513-1518 KUHPerdara untuk pembeli dan Pasal 1474-1512 KUHPerdara untuk penjual. Sebagaimana terdapat pada Pasal 1474 KUHPerdara, kewajiban utama penjual adalah menyerahkan barang dan menanggungnya.⁸²

Menyerahkan barang artinya memindahkan penguasaan atas barang yang dijual dari tangan penjual kepada pembeli. Perjanjian jual beli menurut hukum perdata Indonesia merupakan

⁸¹Ridwan Khairandy, *Perjanjian Jual Beli*, Ctk. 1,(Yogyakarta: FH UII Press 2016)., h. 122.

⁸²*Ibid.*, h.64.

perjanjian obligator bukan perjanjian kebendaan. Untuk itu penjual masih wajib menyerahkan barang jualannya kepada pembeli. Penyerahan itu dapat dilakukan bersamaan dengan terjadinya kesepakatan, dengan diikuti pembayaran dari pembeli, atau dalam jangka waktu tertentu dengan syarat penyerahan bisa atau disepakati dilakukan pada waktu berbeda dengan tercapainya kesepakatan.⁸³

Sedangkan, menanggung disini merupakan kewajiban penjual untuk memberi jaminan atas ketentraman dan jaminan dari kemungkinan adanya cacat tersembunyi (*hidden defect*). Kewajiban menanggung ketentraman ini maksudnya penjual itu wajib untuk menjamin bahwa pembeli tidak akan terganggu dengan orang lain dalam hal memakai atau mempergunakan barang yang dibelinya. Ini merupakan konsekuensi dari jaminan yang diberikan oleh penjual kepada pembeli bahwa barang yang dijualnya adalah benar-benar miliknya sendiri, bebas dari suatu beban maupun tuntutan sesuatu pihak.⁸⁴

Mengenai kewajiban untuk menanggung cacat tersembunyi ditentukan dalam pasal 1504 KUHPerdara, yang dijelaskan didalamnya bahwa penjual diwajibkan menanggung cacat-cacat tersembunyi pada barang yang di jualnya, yang menyebabkan barang tersebut tidak bisa digunakan secara maksimal. Cacat tersembunyi yang dimaksud adalahh cacat yang sedemikian rupa adanya sehingga tidak dengan mudah terlihat atau diketahui oleh pembei. Perlu diketahui, kewajiban penjual menanggung cacat tersembunyi ini tetap ada meskipun penjual sendiri tidak mengetahui adanya cacat tersembunyi tersebut, kecuali sebelumnya sudah diperjanjikan bahwa ia(penjual) tidak diwajibkan menanggung suatu apapun. Sedangkan cacat yang mudah diketahui

⁸³*Ibid.*, h. 64.

⁸⁴*Ibid.*, h. 65.

pembei, pembeli dianggap sudah menerima adanya cacat sehingga penjual tidak wajib untuk menanggung akibat dari adanya cacat tersebut.⁸⁵

Sehubungan dengan adanya cacat tersembunyi, pembeli dapat mengembalikan barang atau produk kepada penjual dengan menuntut pengembalian (uang) sebesar sebagian dari harga belinya. Jika penjual ternyata telah mengetahui adanya cacat tersembunyi itu maka penjual diwajibkan melakukan pengembalian uang secara keseluruhan yaitu seharga(penuh) yang telah dibayarkan pembeli kepadanya, bukan hanya sebagian dari harga beli. Hal tersebut sebagai ganti rugi yang diderita pembeli akibat dari cacatnya barang yang dijualnya(Pasal 1510 KUHPerdara).⁸⁶

Persoalan mengenai cacat tersembunyi ini adalah bahwa konsumen sebagai pembeli tidak mempunyai kemampuan untuk mengetahui dan menemukan cacat tersebut. Seperti misalnya, konsumen tidak mengetahui perihal yang berhubungan dengan bahan baku, proses produksi, desain, dan sebagainya. Atas dasar itulah KUHPerdara membebaskan resiko atas cacat tersembunyi kepada penjual. Akan tetapi, KUHPerdara memberi kemungkinan untuk membuat perjanjian yang bisa mengecualikan kewajiban penjual tersebut, misalnya dengan pemberian garansi atau bisa juga dengan pemberitahuan sebelumnya seperti barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan, dan lain sebagainya.⁸⁷

Penyebab terjadinya wanprestasi ialah apabila kreditur tidak memperoleh apa yang dijanjikan debitur, sehingga apabila pihak yang satu menjamin adanya ciri-ciri tertentu pada objek perjanjian dan ternyata ciri-ciri tersebut tidak ada, maka pihak lawan dapat menuntut atas dasar wanprestasi karena janji-janji tersebut sekarang sudah menjadi bagian daripada isi perjanjian.

⁸⁵ *Ibid.*, h.65-66

⁸⁶ *Ibid.*, h. 66.

⁸⁷ *Ibid.*, h. 67-68.

C. WANPRESTASI

1. Ruang Lingkup Wanprestasi

Wanprestasi berasal dari bahasa Belanda *wanprestasie* artinya tidak memenuhi kewajiban yang telah ditetapkan dalam perikatan, baik perikatan yang timbul dari Undang-Undang maupun yang timbul dari sebuah perjanjian.⁸⁸ R. Subekti menyatakan bahwa perkataan wanprestasi berasal dari bahasa Belanda yang berarti prestasi buruk, yaitu apabila si berutang tidak melakukan apa yang dijanjikan atau ia melakukan atau berbuat sesuatu yang tidak diperbolehkan untuk dilakukan.⁸⁹ Sedangkan menurut Wirjono Prodjodikoro mengatakan bahwa wanprestasi adalah ketiadaan suatu prestasi yaitu isi dari perjanjian tersebut.⁹⁰

J.Satrio menyatakan bahwa dalam hal debitur tidak memenuhi prestasi, yaitu suatu keadaan dimana debitur tidak dapat memenuhi janjinya atau tidak memenuhi sebagaimana mestinya atau yang diperjanjikan, kesemuanya itu dapat dipermasalahkan kepadanya.⁹¹ Jadi, penyebab terjadinya wanprestasi ialah apabila kreditur tidak memperoleh apa yang dijanjikan debitur, sehingga apabila pihak yang satu menjamin adanya ciri-ciri tertentu pada objek perjanjian dan ternyata ciri-ciri tersebut tidak ada, maka pihak lawan dapat menuntut atas dasar wanprestasi karena janji-janji tersebut sekarang sudah menjadi bagian dari pada isi perjanjian.

Selain itu, menurut A.Qirom S Meliala mengatakan bahwa untuk adanya wanprestasi atau cedera janji ialah dapat membuktikan tidak dapatnya ia melakukan prestasi adalah di luar

⁸⁸I Ketut Okta Setiawan, *Hukum Perikatan*, (Jakarta:Sinar Grafika, 2016), h. 19.

⁸⁹*Ibid.*, h. 19.

⁹⁰Wirjono Prodjodikoro, *Asas-Asas Hukum Perjanjian*, (Bandung:Sumur,1999), h.17.

⁹¹R. Subekti, *Hukum Perjanjian*, (Jakarta:Pembimbing Masa, 1997), Ctk. 4, h.59.

kesalahannya atau dengan kata lain bukan karena keadaan memaksa (*overmacht*).⁹²

Jadi dapat kita tarik kesimpulan bahwa wanprestasi atau lazim dikenal dengan cidera janji adalah kondisi di mana debitur tidak dapat melaksanakan kewajiban prestasinya yang ditentukan di dalam perikatan khususnya perjanjian, sehingga wanprestasi merupakan pelanggaran kewajiban kontraktual. Sehingga wanprestasi dapat diartikan tidak terlaksananya prestasi karena kesalahan debitur baik karena sengaja maupun karena kalalaiannya sendiri atau karena debitur menghadapi keadaan memaksa (*overmacht*).

2. Bentuk/Wujud Wanprestasi

Dalam perikatan untuk memberikan sesuatu debitur wajib memberikan prestasinya atau dengan kata lain debitur wajib melunasi hutang prestasinya dengan baik, apabila debitur dalam hal ini tidak berprestasi dengan baik, maka ia melakukan wanprestasi. Mengenai wujud wanprestasi J. Satrio berpendapat bahwa ada tiga wujud dari wanprestasi itu sendiri, yaitu⁹³:

- a. Debitur sama sekali tidak berprestasi, artinya prestasi itu tidak hanya terlambat tetapi juga tidak bisa lagi di jalankan. Hal ini dapat di sebabkan karena:
 - 1) Pemenuhan prestasi tidak mungkin lagi di laksanakan karena barangnya telah/sudah musnah;
 - 2) Prestasi kemudian sudah tidak berguna lagi, karena saat penyerahan mempunyai arti yang sangat penting.
 - 3) Memberikan prestasi yang tida semestinya/keliru berprestasi/ tidak tepat waktunya. Dengan kata lain, terlambat melakukan

⁹²*Ibid.*, h. 59.

⁹³I Ketut Okasetiawan, *Hukum Perikatan, ...Op.Cit.*, h. 19.

prestasi yang artinya meskipun prestasi itu di laksanakan atau di berikan, tetap tidak sesuai dengan waktu penyerahan dalam perikatan.

- 4) Memenuhi prestasi tidak sempurna, artinya prestasi di berikan, tetapi tidak sebagai mana mestinya.

Adakalanya memang debitur dalam hal ini tidak melaksanakan atau tidak memenuhi kewajiban prestasi perikatan sebagaimana mestinya tanpa adanya alasan yang sah. Tidak memenuhi kewajiban sebagaimana mestinya bisa: salah prestasi, atau tidak berprestasi⁹⁴. Perlu di jelaskan di sini tentang “tidak dapat atau tidak sempurna memenuhi suatu perikatan tidak selamanya merupakan sebuah wanprestasi”, kecuali memenuhi dua unsur yakni adanya peringatan (*anmaning* atau somasi) dan unsur jika prestasi tidak dapat di laksanakan karena adanya *overmacht*.⁹⁵

3. Akibat atau Hukuman Bagi Debitur Yang Wanprestasi

Dalam hal debitur melakukan wanprestasi, maka debitur dapat di kenakan sanksi yang berupa penggantian ongkos, ganti rugi serta pembiayaan bunga, hal itu telah di atur di dalam pasal 1236, 1239 1243, dan 1244 KUHPerdara. Kata dapat menunjukkan bahwa hal tersebut tidak selalu terjadi demi hukum, malahan hal tersebut harus di tuntutan oleh kreditur dan tentunya tidak tertutup kemungkinan adanya kesediaan debitur untuk melaksanakan pembayaran ganti rugi secara sukarela. Jika wanprestasi benar-benar menimbulkan kerugian kepada kreditur, maka debitur dalam hal ini wajib mengganti kerugian yang timbul. Akan tetapi untuk itu harus adanya hubungan sebab akibat atau *kausal verband* antara wanprestasi dengan kerugian yang timbul.

⁹⁴Suryati, *Hukum Perdata*, (Yogyakarta: Suluh Media, 2017), h.159.

⁹⁵I Ketut Okta Setiawan,.....*Op.Cit.*,h.20.

Tentang kerugian apa saja yang dapat di tuntutan kreditur, diatur dalam Pasal 1246 KUHPerdara, yang menentukan penggantian pengongkosan, kerugian dan bunga yang boleh di tuntutan kreditur yaitu:

- a. Kerugian yang di derita kreditur;
- b. Keuntungan yang dapat di peroleh seandainya perjanjian di penuhi.

Kedua faktor tersebut dicakup dalam pengertian biaya, kerugian dan bunga. Suatu hal yang tidak dipisahkan dalam memperkirakan besarnya jumlah ganti rugi adalah perbandingan antara kedua keadaan prestasi dengan kerugian yang sungguh-sungguh terjadi. Terhadap kelalaian atau kealpaan, si berutang diancam beberapa sanksi atau hukuman. Hukuman ini timbul akibat dari debitur yang lalai, diantaranya:

- a) Membayar kerugian yang diderita debitur atau membayar ganti rugi (Pasal 1247 KUHPerdara). Ganti rugi ini sering diperinci dalam 3 unsur yaitu biaya (*kosten*), rugi (*schade*) dan bunga (*interesten*).⁹⁶Biaya yang di maksud dalam hal ini ialah segala pengeluaran atau pengkosongan yang nyata sudah dikeluarkan oleh satu pihak. Sedangkan yang dimaksud dengan rugi ialah segala sesuatu kerugian yang karena kerusakan barang-barang kepunyaan kreditur yang diakibatkan kelalaian debitur. Sedangkan dalam hal bunga yang dimaksudkan ialah kerugian yang berupa kehilangan keuntungan yang sudah dibayangkan (*winstderving*) atau dihitung oleh kreditur andai debitur tidak wanprestasi.
- b) Pembatalan perjanjian (Pasal 1266 KUHPerdara). Pembatalan perjanjian yang di maksudkan dalam hal ini adalah bertujuan untuk membawa kedua belah pihak kembali kepada keadaan semula sebelum perjanjian di adakan. Apabila dalam hal ini salah satu pihak telah menerima sesuatu dari pihak lain, baik uang

⁹⁶ Ridwan Khairandy, *Hukum Kontrak Indonesia : Dalam Perspektif Perbandingan* (Bagian Pertama), (Yogyakarta: FH UII Press, 2013), h. 287.

maupun barang, maka itu harus di kembalikan. Masalahnya ialah pembatalan perjanjian karena kelalaian atau wanprestasi tidak secara otomatis membuat batal atau membatalkan sebuah perjanjian, tetapi yang dapat membatalkan perjanjian ialah hakim, karena dalam hal ini seorang hakim memiliki kekuasaan untuk menilai besar kecilnya kelalaian debitur di bandingkan dengan beratnya akibat pembatalan perjanjian yang mungkin menimpa si debitur.

- c) Peralihan resiko (Pasal 1237 Ayat 2, Pasal 1460 KUHPERDATA). Resiko ialah kewajiban untuk memikul kerugian jika terjadi sesuatu peristiwa di luar kesalahan salah satu pihak yang menimpa barang yang menjadi objek perjanjian.
- d) Membayar biaya perkara, jika sampai sebuah perkara di perkarakan di pengadilan (Pasal 181 HIR). Seorang debitur yang lalai akan di kalahkn kalau sampai terjadi sesuatu perkara di muka hakim.

Apabila debitur dalam keadaan wanprestasi, maka debitur dapat memilih di antara beberapa kemungkinan tuntutan sebagaimana yang di sebutkan Pasal 1267 KUHPERDATA, yaitu:

- a. Pemenuhan perjanjian;
- b. pemenuhan perjanjian dengan ganti rugi;
- c. Ganti kerugian;
- d. Pembatalan perjanjian ;
- e. Pembatalan dengan ganti rugi.

Sesuai dengan Pasal di atas, bila terjadi wanprestasi pihak debitur dalam suatu perjanjian, membawa akibat yang tidak mengenakan bagi debitur, karena debitur harus :⁹⁷

- a. Mengganti kerugian.

⁹⁷Purwahid Patrik, *Dasar-Dasar Hukum Perikatan (Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian Dan Dari Undang-Undang)*, (Bandung: Mandar Maju, 1994), h. 11.

- b. Benda yang menjadi objek perikatan, sejak terjadinya wanprestasi menjadi tanggung gugat debitur;
- c. Jika perikatan timbul dari perikatan timbal balik kreditur dapat meminta pembatalan (pemutusan) perizinan.

4. Tanggung Jawab Hukum

Pertanggung jawaban menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia terdapat 2 (dua) pengertian, yaitu: perbuatan bertanggung jawab, dan sesuatu yang di pertanggung jawabkan.⁹⁸ Dalam bahasa Inggris kalimat tanggung jawab memiliki beberapa pandangan kata, *responsibility*, *accountability* dan *liability*. Menurut kamus Bahasa Inggris-Indonesia, *responsibility* adalah pertanggung jawaban, tanggung jawab, *accountability* yaitu keadaan untuk dipertanggungjawabkan, keadaan di mintai pertanggung jawab, dan *liability* adalah pertanggung jawaban.⁹⁹

Maka dari itu tanggung jawab sendiri lebih ditekankan pada suatu kewajiban untuk menanggung sesuatu yang dikenakan, sedangkan pertanggung jawaban lebih pada adanya suatu yang harus di pertanggung jawabkan sebagai akibat dari suatu perbuatan yang di lakukan atau tindakan tertentu.¹⁰⁰

Kewajiban menanggung sesuatu akibat menurut ketentuan hukum yang berlaku merupakan pengertian dari istilah tanggung jawab hukum. Karena adanya peraturan huku atau norma yang mengatur mengenai tanggung jawab, saat ada yang elanggar peraturan hukum atau norma hukum, maka pelakunya dapat di mintai pertanggung jawaban sesuai dengan peraturan yang di langgarnya. Berkaitan dengan hal tersebut, istilah pertanggung jawaban hukum lebih terasa tepat untuk di gunakan secara bergantian karena memiliki kesamaan

⁹⁸Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) online, <https://kbbi.web.id/pertanggung> pada Selasa06 September 2022 pukul 19:53 WIB.

⁹⁹Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, edisi kedua, Ctk. I, Jakarta:Balai Pustaka, 1991, h. 1006.

¹⁰⁰*Ibid*

makna.¹⁰¹ Tanggung jawab berdasarkan kelalaian produsen berakibat munculnya kerugian bagi konsumen, untuk itu hak konsumen untuk mengajukan ganti rugi kepada produsen¹⁰²

Tanggung jawab dalam Hukum Perdata dibagi menjadi dua, yang pertama tanggung jawab akibat terjadinya wanprestasi, dan yang kedua tanggung jawab yang timbul akibat perbuatan melawan hukum. Tanggung jawab berdasarkan wanprestasi merupakan bagian dari *contractual liability*. Prinsip ini merupakan upaya produsen dalam memenuhi janjinya kepada konsumen. Penerapan ganti rugi akibat wanprestasi yang dilakukan produsen ini bersifat wajib atau mutlak, yang artinya ketika konsumen tetap mengalami kerugian walaupun produsen sudah berupaya memenuhi kewajiban dan janjinya, maka produsen tetap dibebani tanggung jawab untuk mengganti kerugian tersebut. Namun prinsip ini tetap memiliki kelemahan seperti adanya pembatasan waktu gugatan, persyaratan pemberitahuan, kemungkinan adanya bantahan serta persyaratan hubungan kontrak.¹⁰³

Apabila tuntutan ganti kerugian didasarkan pada wanprestasi, maka terlebih dulu tergugat dengan penggugat (produsen dengan konsumen) terikat suatu perjanjian. Pihak ketiga (bukan sebagai pihak dalam perjanjian) yang dirugikan tidak dapat menuntut ganti kerugian dengan alasan wanprestasi. Ganti kerugian yang di peroleh karena adanya wanprestasi merupakan akibat tidak di penuhi kewajiban utama atau kewajiban tambahan yang berupa kewajiban atas prestasi utama atau kewajiban jaminan/garansi dalam perjanjian. Bentuk-bentuk wanprestasi ini dapat berupa:¹⁰⁴

- a. Debitur tidak memenuhi prestasi sama sekali;

¹⁰¹ *Ibid.*, h.96

¹⁰² Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2004), h. 148.

¹⁰³ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta:Kencana Prenada Media Group, 2013), h. 86-92.

¹⁰⁴ Purwahid Patrik, *Dasar-Dasar Hukum Perikatan (Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian Dan Dari Undang-Undang)*, (Bandung:Mandar Maju, 1994), h.11.

- b. Debitur terlambat dalam memenuhi prestasi;
- c. Debitur berprestasi tidak sebagaimana mestinya.

Dalam tanggung gugat berdasarkan adanya wanprestasi, kewajiban untuk membayar ganti kerugian tidak lain daripada akibat penerapan klausula dalam perjanjian, yang merupakan ketentuan hukum oleh kedua belah pihak secara sukarela untuk berdasarkan perjanjian yang mereka buat. Mengingat perikatan yang mereka buat secara sah dan sukarela, berdasarkan ketentuan Pasal 1338 Ayat (1) KUHPerdara berlaku sebagai undang-undang bafi mereka yang membuatnya.¹⁰⁵

Namun mengenai ganti rugi yang dapat di tuntutan, menurut Pasal 1248 KUHPerdara menyebutkan beberapa unsur, diantaranya:¹⁰⁶

- a. Biaya (*kosten*) segala pengeluaran yang nyata-nyata sudah di keluarkan;
- b. Rugi (*schadein*) ialah kerugian karena kerusakan barang milik kreditur akibat kelalaian debitur;
- c. Keuntungan (*interesen*) ialah kerugian akibat hilangnya keuntungan yang di harapkan.

D. E-commerce

1. Pengertian *E-commerce*

Transaksi modern *e-commerce* merupakan teknologi bar yang belum pernah di jumpai oleh banyak dikenal. Keberadaan *e-commerce* dapat di lihat dari keberadaan sudut pandang syariah. *E-commerce* merupakan suatu transaksi yang di lakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam suatu hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, jasa, dan peralihan hak. Transaksi komersial ini terdapat di dalam media

¹⁰⁵I ketut Okta Setiawan,.....Op. Cit., h.1.

¹⁰⁶*Ibid.*, h. 21.

elektronik (media digital) dimana kehadiran para pihak secara fisik tidak di perlukan. Terdapat tiga unsur dalam *e-commerce* yakni:¹⁰⁷

a. Adanya transaksi dua pihak atau lebih.

Dalam hal ini bisa saja terjadi pelaku usaha adalah suatu korporasi atau sebaliknya, konsumenlah yang berbentuk korporasi. Sehingga tidak selalu transaksi terjadi antara seorang dengan yang lain. Dapat di jadikan contoh misalnya, Toko Pedia, atau pembeli atas nama perseroen terbatas untuk perlengkapan produksi.

b. Transaksi di lakukan melalui media elektronik.

Media elektronik yang di maksud disini yaitu media elektronik yang berupa online, dengan kata lain cara transaksi dapat diakses secara online melalui media elektronik.

c. Tujuannya untuk memperdagangkan barang atau jasa.

d. Dalam suatu perjanjian pastilah harus memiliki tujuan, demikian pula dalam *e-commerce* memiliki tujuan untuk memperjual belikan barang dan/atau jasa.

2. Ruang Lingkup *E-commerce*

E-commers sebagai suatu media melakukan kontrak bisnis, memiliki jangkauan yang sangat luas. Hasil teknologi internet merupakan hasil dari teknologi yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi lainnya yang telah memberikan kemudahan dalam berinteraksi secara global tanpa batasan suatu negara. Sedangkan di tinjau dari perilaku bisnis, ruang lingkup *e-commerce* dapat di bagi menjadi :¹⁰⁸

a. *Busines to Busines*, yakni komunikasi atau percakapan secara online antara pelaku usaha. Misalnya kerjasama bisnis antara perusahaan penyelenggara jasa layanan jaringan internet

¹⁰⁷Nugrahaningsih Widi dan Mira Elinawati,*Perindungan Konsumen dalam Transaksi Online*,(Surskarta:CV Pustaka Bengawan 2017), h. 32.

¹⁰⁸*Ibid.*, h.33.

dengan perusahaan produsen lain. Karena keduanya merupakan perusahaan yang memproduksi barang dan jasa secara terpisah. Karakteristik yang umum akan segmentasi dari bisnis antara lain:

- 1) *Trading Partners* yang saling mengetahui dan selalu terjalin hubungan yang berlangsung lama. Karena itu pertukaran informasi terjadi diantara mereka dilakukan atas dasar kebutuhan dan kepercayaan yang mereka miliki.
 - 2) Pertukaran yang selalu dilakukan bersama secara berulang-ulang dan berkala sesuai dengan format bisnis yang mereka sepakati bersama.
 - 3) Pelaku bisnis tidak harus menunggu partners mereka lainnya untuk mengirimkan data yang sudah di kerjakan.
 - 4) Model yang bisa digunakan adalah peer to peer di mana processing intelegence dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis.
- b. *Busniness to Consumer*, yakni transaksi *e-commerce* dilakukan antara pedagang dengan konsumen secara langsung untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Pemasaran produk secara online melalui *e-commerce*, idealnya pedagang tetap memberikan kesempatan kepada konsumen untuk melakukan penawaran secara kemampuan yang dimiliki. Namun hingga saat ini, kontrak online pada umumnya masih berbentuk kontrak baku yang dikenal dengan istilah *take it or leave it contract*.
- 1) Terbuka untuk umum, di mana informasi disebarakan secara umum.
 - 2) *Service* yang diberikan bersifat umum melalui system web yang telah dikenali banyak orang.
 - 3) *Service* yang di berikan adalah berdasarkan permintaan, karena konsumen bersifat inisiatif, maka produsen harus siapp merespon permintaan.

- 4) Sering dilakukan pendekatan client-server di mana konsumen dipihak client menggunakan system yang minimal dan penyedia barang atau jasa berada pada pihak server.
- c. *Consumer to consumer*, merupakan transaksi bisnis secara elektronik yang dilakukan antar konsumen untuk saling memenuhi kebutuhan masing-masing. Internet, dijadikan sebagai sarana tukar menukar informasi tentang harta, kualitas dan pelayanan suatu produk barang dan jasa.
- d. *Customer to Bussines (C2B)*, merupakan transaksi jual beli yang terjadi antara individu sebagai penjual dengan sebuah perusahaan sebagai pembelinya.
- e. *Customer to Goverment*, merupakan transaksi jual beli yang dilakukan antara individu dengan pemerintah, misalnya dalam pembayaran pajak.¹⁰⁹

3. Mekanisme *E-commerce*

Kegiatan berbisnis, keberadaan *e-commerce* berfungsi sebagai media transaksi bagi penjual dan pembeli yang melakukan perdagangan. Sebagai media transaksi *e-commerce* memberikan berbagai fasilitas kemudahan yang dapat dirasakan para pengguna(user) setelah melalui beberapa tahapan, yakni:¹¹⁰

a. *InformationSharing*

Merupakan proses paling awal dalam transaksi *e-commerce*, pada tahapan ini, calon pembeli biasanya melalui browsing di internet untu mendapatkan informasi tentang produk tertentu yang akan di beli. Informasi tentang produk tertentu dapat di peroleh langsung baik melalui website langsung baik melalui website pedagang atau perusahaan yang

¹⁰⁹ Budi, *Ruang Lingkup E-commerce* di akses dari <http://www.cert.or.id/-budi/articles/1999-02.pdf>, di akses pada 8 September 2022 pukul 21:00 WIB

¹¹⁰ *Ibid.*, h.34.

memproduksi barang tersebut. Terkait informasi, ada dua hal utama yang dapat dilakukan user di dunia maya, yakni:

- 1) Iklan dapat dilihat di berbagai produk barang atau jasa yang diiklankan oleh perusahaan melalui website-nya dan,
- 2) Data dapat dicari melalui informasi tertentu yang dibutuhkan sehubungan dengan transaksi yang akan dilakukan.

b. Online Orders

Merupakan tahap pemesanan dari calon pembeli yang tertarik dengan produk (barang atau jasa) yang ditawarkan. Karena itu untuk memenuhi kebutuhan tersebut, perusahaan perlu memiliki pusat data yang menyediakan informasi memadai baik terkait dengan berbagai produk yang ditawarkan maupun tata cara pembeliannya. Untuk pemesanan melalui website, para pedagang biasanya menyediakan katalog yang berisi daftar barang yang akan dipasarkan. Setelah pengisian formulir pemesanan dilakukan, biasanya, dalam website disediakan pilihan tombol untuk konfirmasi melanjutkan atau membatalkan order.

c. Online Transaction

Yaitu proses perdagangan yang dilakukan secara online. Untuk melakukan transaksi online, banyak cara yang dapat dilakukan. Misalnya melalui media internet seorang dapat melakukan transaksi online dengan cara chatting atau secara audio visual. Pada tahap ini biasanya dimulai dengan proses tawar-menawar di dunia maya antara pihak yang terlibat *e-commerce*.

d. E-Payment

Merupakan suatu sistem pembayaran yang dilakukan secara elektronik. Biasanya agar dapat memberikan jasa pembayaran secara online, lembaga keuangan sebagai

perusahaan penerbit, sebelumnya perlu menjalin kerjasama dengan perusahaan penyedia jaringan. Sedangkan bagi para pelaku bisnis yang ingin memanfaatkan jasa pembayaran tersebut, dapat menghubungi perusahaan penerbit untuk mendapatkan pelayanan. Dalam *e-commerce*, e-payment dapat diwujudkan ke dalam berbagai bentuk.

e. Digital Cash

Merupakan sistem pembayaran yang menggunakan uang digital. Melalui sistem digital cash, uang dapat di presentasikan kedalam bentuk digit sesuai dengan jumlah dibutuhkan. Bank selanjutnya dapat mendebit sejumlah uang yang di transfer ke rekening nasabah sebagai alat pembayaran untuk belanja di internet.

4. Perkembangan Perjanjian Jual Beli menjadi *E-commerce*

Awal mula terjadinya perjanjian jual beli karena adanya suatu penawaran. Penawaran ini bisa dari penjual maupun pembeli. Misalnya penjual melakukan penawaran atas suatu barang dengan harga yang telah ditentukan. Penawaran tersebut disampaikan dapat secara lisan maupun tertulis kepada pembeli. Apabila penawaran tersebut diterima maka terjadilah kata sepakat yang dituangkan dalam bentuk pernyataan kehendak. Dengan adanya kata sepakat itulah maka lahir pula perjanjian jual beli.

Perjanjian jual beli pada zaman modern ini sudah sangat berkembang. Perkembangan ini salah satunya terlihat dari media yang dipakai dalam melaksanakan yaitu contohnya media elektronik. Perjanjian jual beli yang dilakukan dengan memanfaatkan *cyberspace* ini disebut dengan *e-commerce* yang kemudian muncul istilah jual beli *online*. Jual beli *online* itu sendiri adalah perdagangan atau proses jual beli yang menggunakan

internet sebagai medianya. Lainnya, jual beli *online* juga dapat diartikan sebagai transaksi jual beli antara pelaku usaha dengan konsumen di mana pembelian serta pemesanan barangnya dilakukan melalui *cyberspace*. Para pihak dalam kegiatan jual beli *online* tidak perlu lagi bertatap muka untuk melakukan suatu transaksi. Transaksi dilakukan secara elektronik menggunakan media internet dengan sarana media sosial seperti Facebook, Instagram, Website, maupun media sosial chat room seperti Line, Whatsapp, dan lain sebagainya.

Jual beli *online* ini basisnya adalah transaksi jual beli praktis yang tidak harus dilakukan secara langsung atau *face to face* maka tidak dapat dihindarinya banyak masalah hukum yang timbul. Masalah hukum tersebut sering kali perihal *advertisement* atau iklan. Tindakan-tindakan pelanggaran iklan yang pada umumnya dilakukan pelaku usaha berupa iklan yang tidak memenuhi syarat karena produk yang tidak terdaftar, iklan suatu produk yang belum mendapatkan persetujuan, iklan obat atau kosmetik yang tidak sesuai dengan rancangan yang telah disetujui, dan lain sebagainya.¹¹¹

Hal-hal seperti itu memperlihatkan bahwa pelaku usaha cenderung tidak memenuhi persyaratan dalam menyampaikan iklan. Sudah banyak pula pengaduan konsumen melalui rubrik advokasi konsumen atau kolom pembaca di beberapa surat harian terkemuka di Indonesia.¹¹² Berbagai alasan dikemukakan pelaku usaha salah satunya strategi advertising agar iklan mereka dapat membujuk konsumen untuk membeli produk atau jasa yang mereka tawarkan. Namun tidak hanya iklan yang menyesatkan saja, barang yang tidak sampai ataupun barang sampai tapi tidak tepat pada waktu yang diperjanjikan juga dapat digolongkan sebagai suatu

¹¹¹ Dedi Harianto, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen (Terhadap Periklanan yang Menyesatkan)*, (Bogor: Gahlia Indonesia, 2010), h.4.

¹¹² *Ibid.*, h.5.

perbuatan yang menggagalkan prestasi yang dilakukan oleh penjual.

5. Para Pihak yang Terlibat Dalam Transaksi *E-commerce*

Pihak-pihak dalam transaksi jual beli melalui *online* atau melalui internet *e-commerce* pada dasarnya sama halnya dengan transaksi jual beli biasa yang dilakukan di dunia nyata, namun karena tidak bertemunya secara langsung antara penjual dengan pembeli maka dalam jual beli secara elektronik ini pihak-pihaknya tidak hanya terjadi antara pengusaha dengan konsumen saja, namun yang terjadi dalam transaksi jual beli secara elektronik atau *e-commerce* melibatkan pihak-pihak lain tergantung dengan model kegiatan bisnis elektronik atau bisnis *e-commerce* apa yang dilakukan.

Dalam transaksi jual beli melalui internet, pihak-pihak yang terkait antara lain:¹¹³

- a. Penjual atau pengusaha yang menawarkan sebuah produk melalui internet sebagai pelaku usaha;
- b. Pembeli atau konsumen, yaitu setiap orang atau di larang oleh undang-undang, yang menerima penawaran dari penjual atau pelaku usaha dan berkeinginan untuk melakukan transaksi jual beli produk yang di tawarkan oleh penjual/pelaku usaha.
- c. Bank sebagai penyalur dana dari pembeli atau konsumen kepada penjual, karena pada transaksi jual beli secara elektronik, penjual dan pembeli tidak berhadapan langsung, sebab mereka pada lokasi yang berbeda sehingga pembayaran dapat dilakukan melalui perantara, dalam hal ini adalah bank;
- d. Kurir atau jasa pengiriman yang menjadi salah satu akses pengiriman barang;

¹¹³Edmon Makarim, *Pengantar Hukum Telematika*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada,2005), h. 65

- e. *Provider* sebagai penyedia jasa layanan akses internet.

E. Teori Perlindungan Hukum

Fitzgerald mengutip istilah teori perlindungan hukum dari Salmond bahwa hukum bertujuan menginteraksikan dan mengkoordinasikan berbagai kepentingan dalam masyarakat karena dalam suatu lalu lintas kepentingan, perlindungan terhadap kepentingan tertentu dapat dilakukan dengan cara membatasi berbagai kepentingan di lain pihak. Kepentingan hukum adalah mengurus hak dan kepentingan manusia, sehingga hukum memiliki otoritas tertinggi untuk menentukan kepentingan manusia yang perlu di atur dan di lindungi. Perlindungan hukum harus melihat tahapan yakni perlindungan hukum lahir dari suatu ketentuan hukum dan segala peraturan hukum yang diberikan oleh masyarakat yang pada dasarnya merupakan kesepakatan masyarakat tersebut untuk mengatur hubungan perilaku antara anggota-anggota masyarakat dan antara perseorangan dengan pemerintah yang di anggap mewakili kepentingan masyarakat.¹¹⁴

Menurut Satjipto Raharjo, perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia (HAM) yang dirugikan orang lain dan perlindungan itu diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.¹¹⁵ Menurut Philipus M. Hadjon bahwa perlindungan hukum bagi rakyat sebagai tindakan pemerintah yang bersifat preventif dan represif. Perlindungan hukum yang bersifat preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa, yang mengarahkan tindakan pemerintah bersikap hati-hati dalam pengambilan keputusan berdasarkan diskresi dan perlindungan yang represif bertujuan untuk mencegah terjadinya

¹¹⁴Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum*, (Bandung : PT Citra Aditya Bakti, 2000), h.53.

¹¹⁵*Ibid*, h.69.

sengketa, termasuk penanganannya di lembaga peradilan.¹¹⁶ Sedangkan menurut Lili Rasjidi dan LB Wsya Putra bahwa hukum dapat difungsikan untuk mewujudkan perlindungan yang sifatnya tidak sekedar adaptif dan fleksibel, melainkan juga predektif dan antipatif.¹¹⁷

Berdasarkan uraian para ahli di atas memberikan pemahaman bahwa perlindungan hukum merupakan gambaran dari bekerjanya fungsi hukum untuk mewujudkan tujuan-tujuan hukum, yakni keadilan, kemanfaatan dan kepastian hukum. Perlindungan hukum adalah suatu perlindungan yang diberikan kepada subyek hukum sesuai dengan aturan hukum, baik itu yang bersifat preventif maupun dalam bentuk yang bersifat represif, baik yang secara tertulis maupun tidak tertulis dalam rangka menegakkan peraturan hukum.

F. Teori Perlindungan Konsumen

Prinsip-prinsip mengenai kedudukan konsumen dalam hubungan dengan pelaku usaha berdasarkan doktrin atau teori yang dikenal dalam perkembangan sejarah hukum perlindungan konsumen, antara lain :¹¹⁸

1. *Let the Buyer Beware (Caveat Emtor)*

Doktrin *let the buyer beware* atau *caveat emtor* merupakan dasar dari lahirnya sengketa di bidang transaksi konsumen. Asas ini berasumsi bahwa pelaku usaha dan konsumen adalah dua pihak yang sangat seimbang, sehingga konsumen tidak memerlukan perlindungan. Prinsip ini mengandung kelemahan, bahwa dalam perkembangan konsumen tidak mendapat informasi yang memadai untuk menentukan pilihan barang dan/atau jasa yang dikonsumsinya. Hal tersebut bisa disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan konsumen atau ketidak terbaan pelaku usaha terhadap

¹¹⁶*Ibid*, h.54.

¹¹⁷Lili Rasjidi dan I.B Wsya Putra, *Hukum Sebagai Suatu Sistem*, (Bandung: Remaja Rusdakarya, 1993), h. 118.

¹¹⁸Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta: PT Grasindo, 2006), h.61.

produk yang ditawarkannya. Dengan demikian ketika konsumen mengalami kerugian, maka pelaku usaha dapat berdalih bahwa kerugian tersebut akibat kelalaian dari konsumen sendiri.

2. *The Due Care Theory*

Doktrin ini menyatakan bahwa pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk berhati-hati dalam memasarkan produk, baik barang maupun jasa. Selama pelaku usaha berhati-hati dengan produknya, maka ia tidak dapat dipersalahkan. Pada prinsip ini berlaku pembuktian siapa mendalihkan maka dialah yang membuktikan. Hal ini sesuai dengan jiwa pembuktian pada hukum privat di Indonesia yaitu pembuktian pada penggugat, sesuai dengan pasal 1865 BW yang secara tegas menyatakan bahwa barang siapa yang mendalihkan mempunyai suatu hak atau untuk meneguhkan haknya atau membantah hak orang lain, atau menunjuk suatu peristiwa, maka diwajibkan membuktikan adanya hak atau peristiwa tersebut.

3. *The Privity of Contract*

Doktrin ini menyatakan pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk melindungi konsumen, tetapi hal itu baru dapat dilakukan jika diantaramereka telah terjalin suatu hubungan kontraktual. Pelaku usaha tidak dapat disalahkan diluar hal-hal yang di perjanjikan. Dengan demikian konsumen dapat menggugat berdasarkan wanprestasi. Hal ini sesuai ketentuan dalam Pasal 1340 BW yang menyatakan tentang ruang lingkup berlakunya perjanjian hanyalah antara para pihak-pihak yang membuat perjanjian saja.

BAB III

PRAKTEK JUAL BELI *ONLINE* PADA INSTAGRAM

A. Platform Media Sosial Instagram

1. Sejarah Instagram

Instagram adalah kata yang berasal dari ‘insta’ atau juga ‘instan’ hal ini di karenakan instagram ialah cara untuk berfoto dan membagikan foto kepada teman-teman terdekat secara mudah dan instan. Karena di Instagram ada fitur kamera polaroid yang berfungsi untuk foto dan membagikan foto kepada teman-teman beserta pengikut Instagram. Kata ‘gram’ mempunyai arti yaitu kata yang berasal dari kata telegram. Di karenakan telegram sangat cepat didalam mengirimkan informasi kepada seseorang. Begitu pula dengan Instagram, di Instagram kita dapat informasi berupa foto kepada seseorang.¹¹⁹

Instagram ialah suatu jejaring sosial yang mempunyai tujuan untuk membantu penggunanya untuk membagikan foto kepada pengguna lainnya, Instagram sendiri masih berkhusus kepada pengguna androin, iphone, ipad, dan gadget yang mempunyai OS 3.2 untuk pengguna komputer masih beum sempurna. Karena Instagram hanya di buat untuk gadget saja. Instagram di betuk oleh perusahaan Burb INC, perusahaan INC adalah perusahaan yang mempunyai visi dan misi dalam membuat aplikasi untuk gadget.¹²⁰

Instagram juga berawal dari progammer dan sekaligus CEO nya yaitu Mike Krieger dan Kevin Systrom, mereka berdua merupakan dua orang yang terpenting dalam berdirinya Instagram. Instagram di dirikan bersama Burn INC, di awal tahun 2010 sekitar ulan Januari. Setelah melewati masa 10 bulan Instagram mempunyai lebih dari 7 juta pengguna aktif. Instagram juga mempunyai kommuntas pengguna

¹¹⁹ *Sejarah Instagram* di akses dari <https://repository.uin-suska.ac.id/20667/9/9.%BAB%20IV.pdf>. Pada Minggu 8 Agustus 2022 pukul 21:00 WIB

¹²⁰ *Ibid.*, h.34

Instagram di Indonesia, mereka menamai diri mereka sebagai Iphonesia, Iphonesia merupakan singkatan dari I Device Photographer Indonesia.¹²¹

2. Perkembangan Instagram

Dimulai dengan satu juta pengguna bulanan, aplikasi berbagi foto dengan 100 juta yang di unggah pada bulan 2011 dan 10 juta pengguna pada bulan september tahun yang sama. Pada bulan April 2012, perusahaan mengumumkan partisipasi 30 juta pengguna. Pada bulan yang sama facebook mencatat pertumbuhan instagram dan membeli aplikasi sebesar satu milyar dolar. Akuisisi terbesar ketiga sampai saat ini. Dari awal, pengguna instagram meroket. Ini mencapai 80 juta pengguna bulanan setelah akuisisi dan hampir dua kali lipat bahwa untuk 150 juta pengguna bulanan pada akhir 2013. Sebelum facebook, twitter juga sempat menyatakan minatnya untuk membeli insstagram pada tahun 2011.¹²²

Pada bulan Mei tahun 2013, Instagram memperkenalkan penandaan foto dan “foto anda” tab baru pada profil pengguna dengan koleksi gambar atau foto yang di tandai ke akun pengguna tersebut. Foto tagging juga di perluas ke merek, langkah yang ramah bisnis yang di laporkan menyebabkan peningkatan penjualan. Instagram membuat lebih mudah untuk berbagi posting dengan menambahkan link untuk menambahkan foto dan vidio. Pengguna dapat menunjukkan konten instagram seperti yang di maksudkan untuk terlihat, dengan hanya menyalin dan menyisipkan link embed ke sebuah artikel atau website dengan fungsi baru ini.¹²³

Kemudian, facebook mulai menggabungkan ‘kealamian iklan’ dalam aplikasi pada oktober 2013. Karena pengguna tidak di dimanfaatkan untuk menjaring iklan, facebook memutuskan untuk memulai dengan hanya segelintir foto dan vidio yang menarik. Dan pada akhir 2013

¹²¹*Ibid.*, h.36.

¹²²*Ibid.*, h.36.

¹²³*Ibid.*, h.36.

instagram juga meluncurkan sebuah fitur yang terinspirasi dari fitur snapchat bersama instagram stories pada tahun yang sama.¹²⁴

3. Fitur yang ada dalam Instagram

Beberapa fitur dalam media sosial Instagram dalam memudahkan penggunaannya:¹²⁵

- a. Fitur followers atau pengikut, sistem sosial didalam instagram adalah dengan mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut instagram. Dengan demikian komunikasi antara semua pengguna instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah di unggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting, dan jumlah tanda suka dari pengikut sangat memengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak.
- b. Fitur bagikan foto, fitur ini berfungsi membagikan foto-foto kepada pengikut di Instagram, ini merupakan fitur yang sangat utama di instagram.
- c. Kamera, foto yang telah di ambil melalui aplikasi Instagram dapat di simpan melalui device tersebut. Pengguna kamera melalui instagram juga dapat langsung menggunakan efek-efek yang ada, untuk mengaturpewarnaan dari foto yang di kehendaki oleh sang pengguna. Ada juga fek kamera tilt-sift yang fungsinya adalah ntuk memfokuskan sebuah foto pada suatu titik tertentu . setelah foto di ambil melalui kamera di dalam Instagram, foto tersebut juga dapat di putar sesuai dengan keinginan para pengguna. Foto-foto yang akan di unggah melalui instagram tidak terbatas, namun instagram memiliki keterbatasan ukuran pada foto yaitu dengan rasio 3:2.
- d. Efek foto, pada versi awalnya Instagram memiliki 15 efek foto yang dapat di gunakan oleh para pengguna pada saat menyunting foto.

¹²⁴*Ibid.*, h.36.

¹²⁵*Ibid.*, h.37.

Efek tersebut terdiri dari X-Pro II, Lomo-fi, Earlybird, Sutro, Toaster, Brannan dll.

- e. Judul foto, setelah foto tersebut di sunting, maka foto akan di bawa ke halaman selanjutnya, dan foto tersebut akan di unggah ke dalam Instagram ataupun ke jejaring sosial lainnya. Didalamnya tidak hanya ada pilihan untuk mengunggah pada jejaring sosial atau tidak, tetapi juga memastikan judul foto, dan menambahkan lokasi foto tersebut. Sebelum mengunggah sebuah foto, para pengguna dapat memasukkan judul untuk menamai foto tersebut sesuai dengan apa yang ada dipikiran para pengguna. Judul-judul tersebut dapat digunakan pengguna untuk menyinggung pengguna Instagram lainnya dengan mencantumkan nama akun dari orang tersebut. Pengguna juga dapat memberikan label pada judul foto tersebut di dalam sebuah kategori.
- f. *Arroba*, seperti twitter dan facebook, instagram juga memiliki fitur yang dapat di gunakan penggunanya untuk menyinggung pengguna lainnya dengan menggunakan tanda arroba (@) dan memasukkan nama akun Instagram dari pengguna tersebut. Para pengguna tidak hanya dapat menyinggung pengguna lainnya di dalam judul foto, melainkan juga pada bagian komentar foto. Pada dasarnya penyinggungan pengguna yang lainnya di maksudkan untuk berkomunikasi dengan pengguna yang telah di singgung tersebut.
- g. Label foto, sebuah label dalam instagram adalah sebuah kode yang memudahkan para pengguna untuk mencari foto tersebut dengan menggunakan “kata kunci”. Bila para pengguna memberikan label pada sebuah foto, maka foto tersebut lebih mudah untuk di temukan. Label itu sendiri dapat di gunakan di dalam segala bentuk komunikasi yang bersangkutan dengan foto itu sendiri. Para pengguna dapat memasukkan namanya sendiri, tempat pengambilan foto tersebut, untuk memberikan sebuah acara, untuk menandakan bahwa foto tersebut mengikuti sebuah lomba, atau untuk menandakan

bahwa foto tersebut di hasilkan oleh pengguna komunitas instagram. Foto yang telah di hasilkan dapat di cantumkan label yang sesuai dengan informasi yang bersangkutan dengan foto. Pada saat ini, label adalah cara yang yang terbaik jika pengguna hendak mempromosikan foto di dalam instagram.

- h. Tanda Suka, Instagram juga memiliki sebuah fitur tanda suka yang fungsinya memiliki kesamaan dengan yang di sediakan facebook, yaitu sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah. Berdasarkan dengan durasi waktu dan jumlah suka pada sebuah foto di dalam Instagram, hal itulah yang menjadi faktor khusus yang mempengaruhi foto tersebut terkenal atau tidak. Namun jumlah pengikut juga menjadi salah satu unsur yang paling penting membuat foto menjadi terkenal,. Bila sebuah foto menjadi terkenal, maka secara langsung foto tersebut akan masuk ke dalam halama populer tersendiri.
- i. Populer, Bila sebuah foto masuk ke dalam halaman populer, yang merupakan tempat kumpulan dari foto-foto populer dari seluruh dunia pada saat itu. Secara tidak langsung foto tersebut akan menjadi suatu hal yang dikenal oleh masyarakat mancanegara, sehingga jumlah pengikut juga dapat bertambah lebih banyak. Foto-foto yang berada di halaman populer tersebut tidak akan seterusnya berada di halaman tersebut, melainkan dengan berjalannya waktu akan ada foto-foto populer baru lain yang masuk ke dalam daftar halaman dan menggeser posisi kepopuleran foto tersebut.
- j. Peraturan Instagram, sebagai tempat untuk mengunggah foto-foto dari masyarakat umum, ada beberapa peraturan tersendiri dari instagram, agar para pengguna tidak mengunggah foto-foto yang tidak sesuai dengan peraturan. Peraturan yang paling penting di dalam Instagram adalah pelarangan keras untuk foto-foto pornografi, dan juga mengunggah foto pengguna lain tanpa meminta izin terlebih dahulu. Bila ada salah satu foto dar akun yang terlihat sama oleh pengguna

lainnya, maka pengguna tersebut memiliki hak untuk menandai foto tersebut dengan bendera atau melaporkannya langsung kepada instagram.

B. Sistem Transaksi Bisnis yang Digunakan Instagram

Berkaitan dengan sistem transaksi yang digunakan media sosial instagram, media sosial instagram menggunakan model transaksi bisnis yakni *Business to Consumer*, (B2C). *Business to Consumer*, yakni transaksi *e-commerce* dilakukan antara pedagang dengan konsumen secara langsung untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Pemasaran produk secara *online* melalui *e-commerce*, idealnya pedagang tetap memberikan kesempatan kepada konsumen untuk melakukan penawaran secara kemampuan yang dimiliki.¹²⁶

Dalam transaksi bisnis model ini marketplace instagram berperan sebagai pihak ke-3 yang mempertemukan antara penjual dan pembeli, di mana marketplace instagram menyediakan sarana penjualan dari pengguna ke pengguna lain, di manapun dan siapapun dalam hal ini bisa membuka toko daring (marketplace *online*) untuk kemudian melayani calon pembeli dari seluruh dunia baik satuan maupun dalam jumlah banyak. Pengguna perorangan ataupun perusahaan dapat membeli dan menjual produk, seperti baju, ponsel, alat-alat rumah tangga, kosmetik, gadget, aksesoris gadget, elektronik dan lain-lain.

1. Mekanisme Berbelanja *Online* di Instagram

Sama halnya dengan marketplace atau toko *online* pada umumnya, Instagram memberikan fitur jual beli online yang begitu mudah. Di mana untuk kita yang hendak melakukan transaksi di Instagram, hal pertama tentu kita harus mengunjungi situs Instagram di <https://instagram.co.id> atau kita juga bisa mengunduh atau mendownload secara langsung fitur tersebut di Apps Store bagi pengguna IOS dan play store bagi pengguna android.

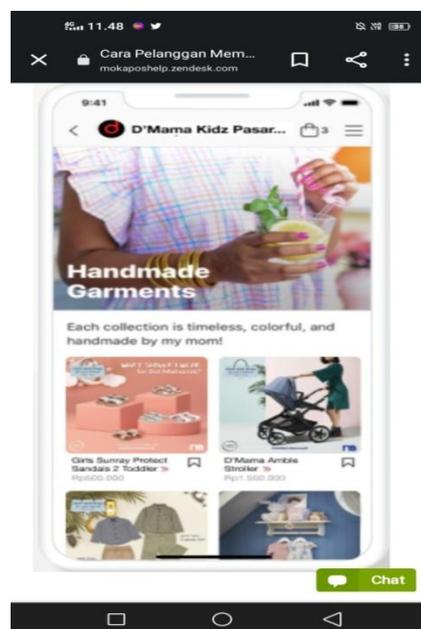
¹²⁶Widi Nugrahaningsih dan Mira Erlinawati, *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Online*, (Surakarta: CV Pustaka Bengawan, 2017), h.34.

Setelah kita sudah mendownload dan memasangnya, kita harus mendaftar terlebih dahulu sebelum kita menggunakan aplikasi tersebut. Secara umum, tampilan dari aplikasi Instagram akan dilambangkan dengan logo kotak dengan gambar lingkaran di dalamnya dengan warna merah ungu. Logo inilah yang akan terlihat di aplikasi apabila kita sudah selesai mendownload dan memasangnya.¹²⁷

Setelah mendownload atau mengunjungi aplikasi Instagram halaman awal yang akan Instagram tampilkan ialah homepage dengan fitur-fitur yang tersedia yang bisa pengguna manfaatkan dan mempunyai fungsinya masing-masing. Contoh halaman awal atau home page dari Instagram yang terdiri dari 8 kategori yang mewakili dari barang-barang kebutuhan sehari-hari dan perlengkapan lainnya.¹²⁸

Langkah selanjutnya kita bisa memilih atau membuka halaman marketplace yang ada di dalam instagram. Berikut cara pelanggan dapat memesan melalui situs Instagram Shop

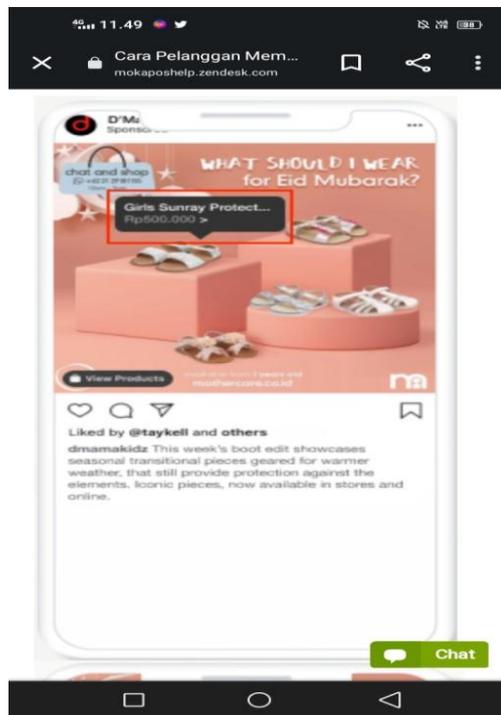
a. Buka profil bisnis online di Instagram shop



¹²⁷Observasi, berselancar masuk ke platform media sosial Instagram, pada Minggu 8 Agustus 2022 Pukul 18: 30

¹²⁸Observasi melalui media soasial google chrome, mengakses “Cara Pelanggan Memesan Produk Melalui Instagram Shop” di akses dari <https://mokaposhelp.zendesk.com> pada Minggu 8 Agustus 2022Pukul 19: 30.

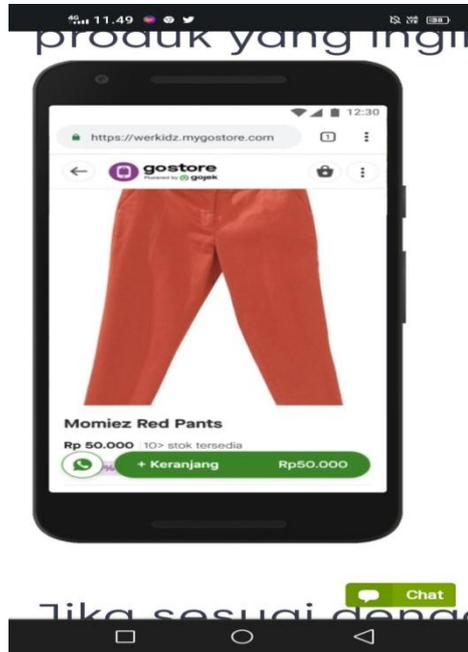
b. Klik foto atau nama produk yang ingin di beli



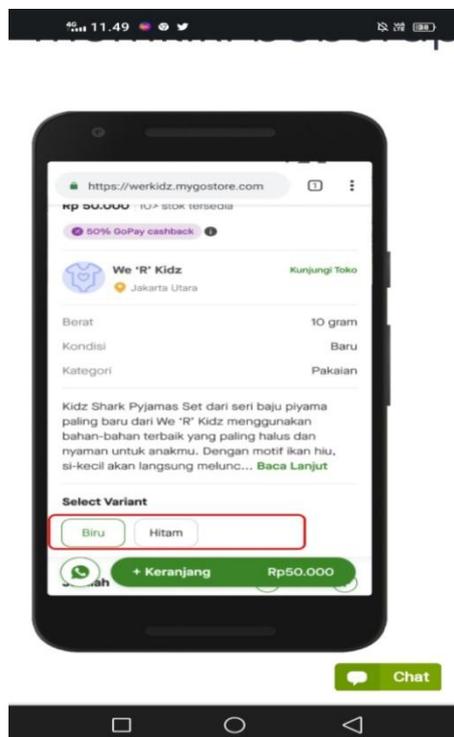
c. Tekan view on website



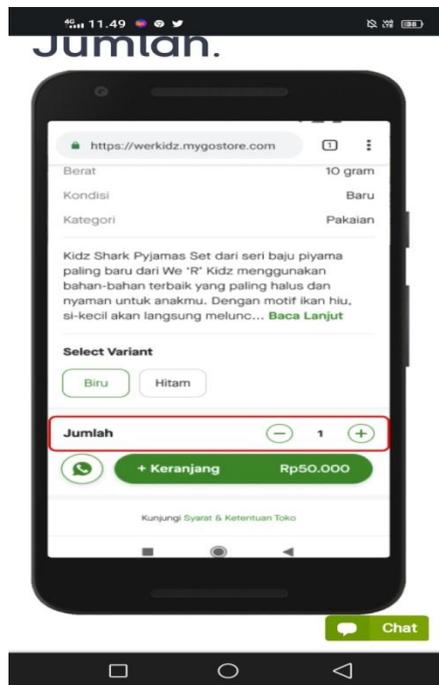
- d. Pelanggan akan di alihkan ke situs GoStore halaman untuk melihat deskripsi produk yang ingin di beli



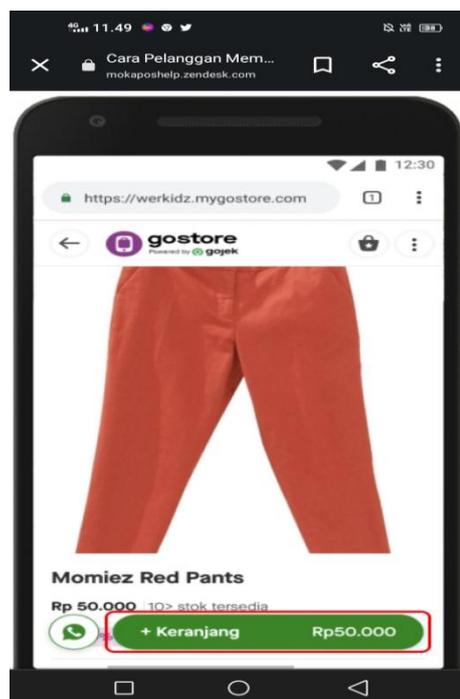
- e. Jika sesuai dengan apa yang ingin di beli, pilih varian produk pada olom pilih varian(jika produk memiliki beberapa variasi).



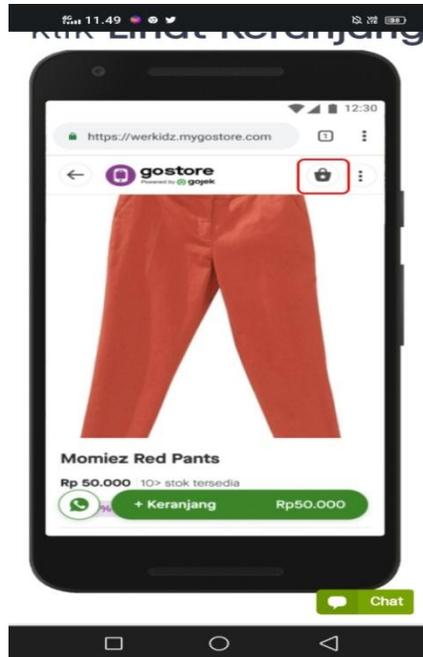
f. Tentukan jumlah yang ingin di beli pada kolom jumlah.



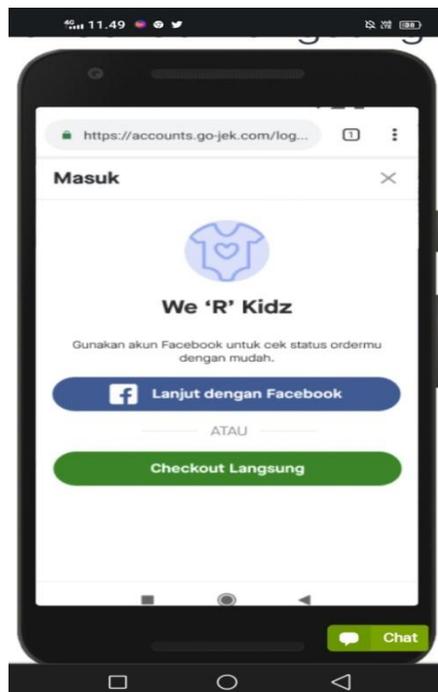
g. Jika ingin membeli produknya, klik tambah ke keranjang.



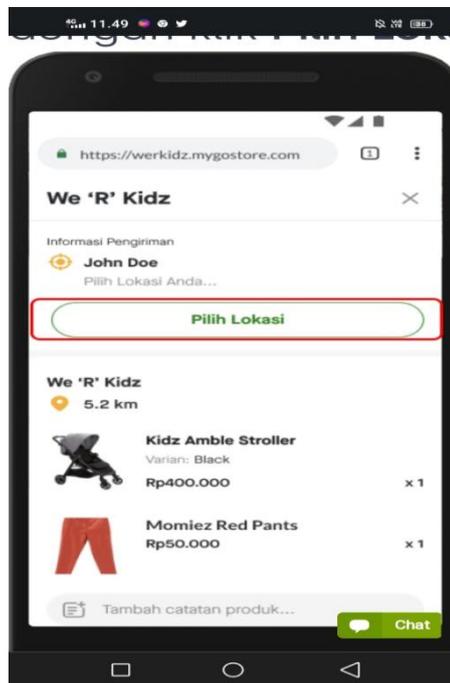
- h. Produk pesanan akan berhasil di tambahkan ke keranjang. Untuk melakukan pembayaran, klik lihat keranjang.



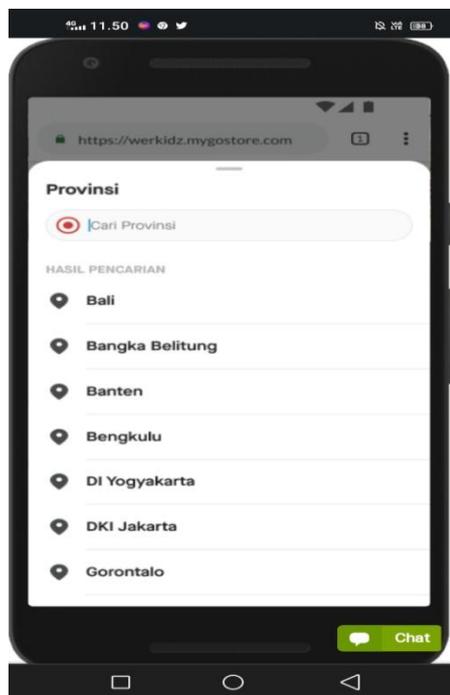
- i. Klik checkout untuk melanjutkan proses pembayaran. Dapat melakukan checkout dengan login melewati facebook ataupun tanpa login dengan metode checkout langsung.



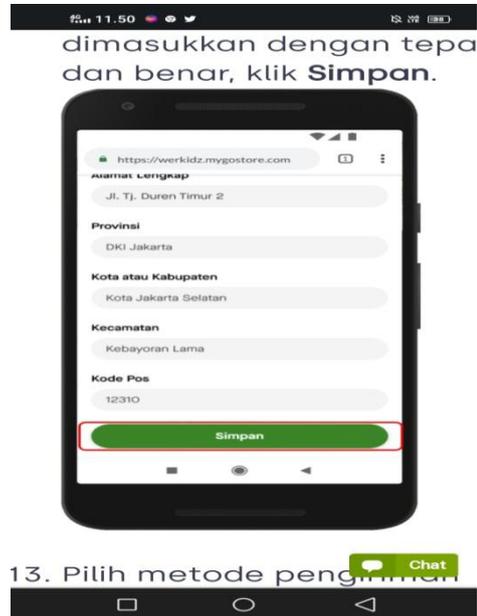
j. Input informasi pengiriman dengan klik pilih lokasi.



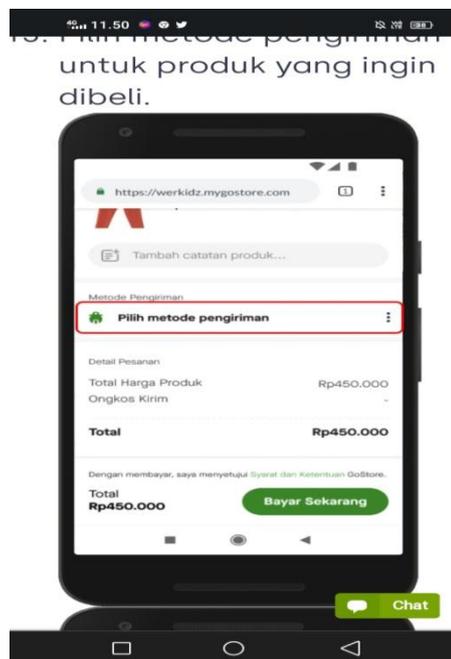
k. Pada halaman informasi pengiriman, masukkan nama lengkap, nomor handphone, dan alamat penerima.



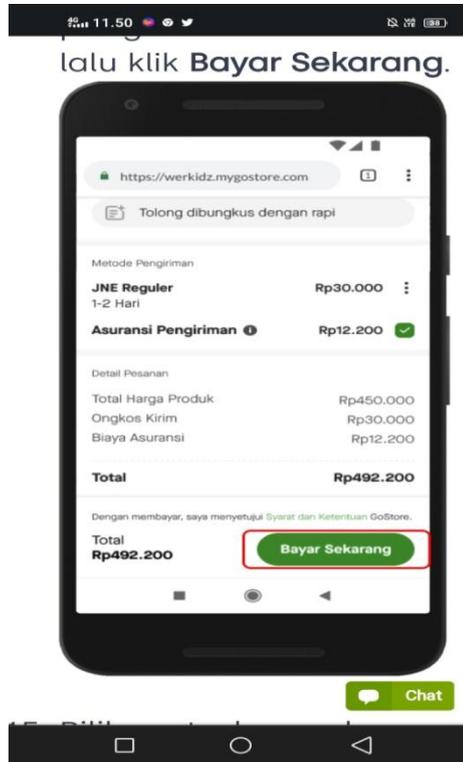
1. Jika semua informasi pengiriman sudah di masukkan dengan tepat dan benar, klik simpan.



- m. Pilih metode pengiriman untuk produk yang ingin di beli.



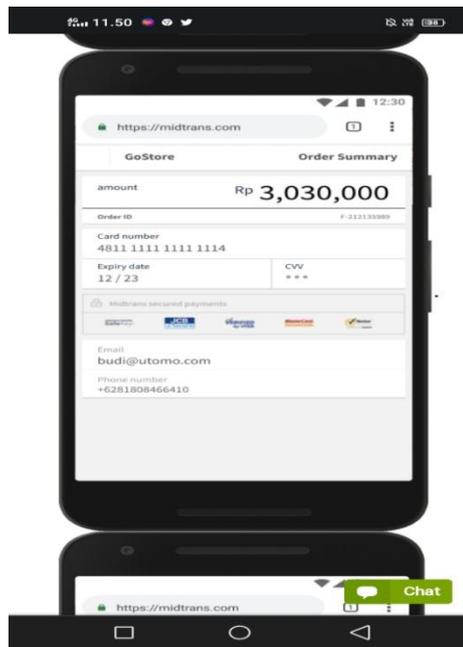
- n. Pastikan total harga produk dan harga pengiriman sudah sesuai, lalu klik bayar sekarang.



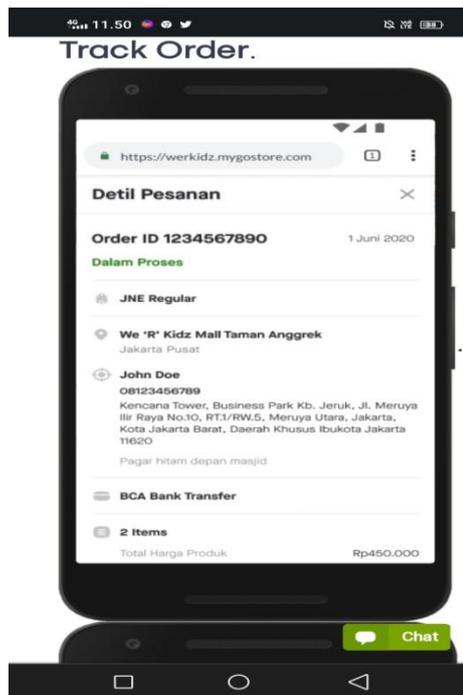
- o. Pilih metode pembayaran yang ingin di gunakan.



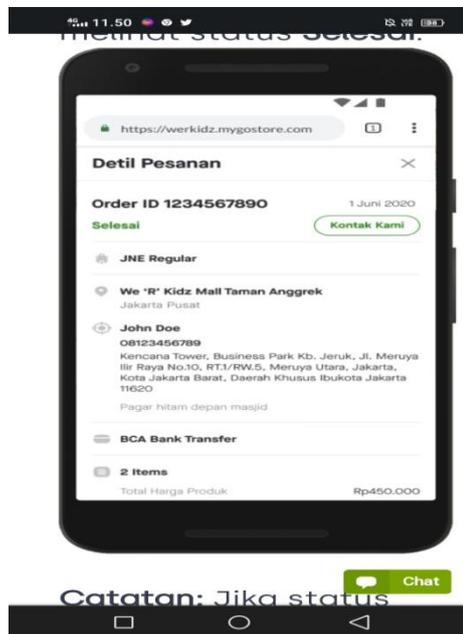
- p. Setelah melakukan pembayaran, pelanggan akan di alihkan ke situs GoStore. Setelah pesanan telah terkonfirmasi, tampilan akan sebagai berikut.



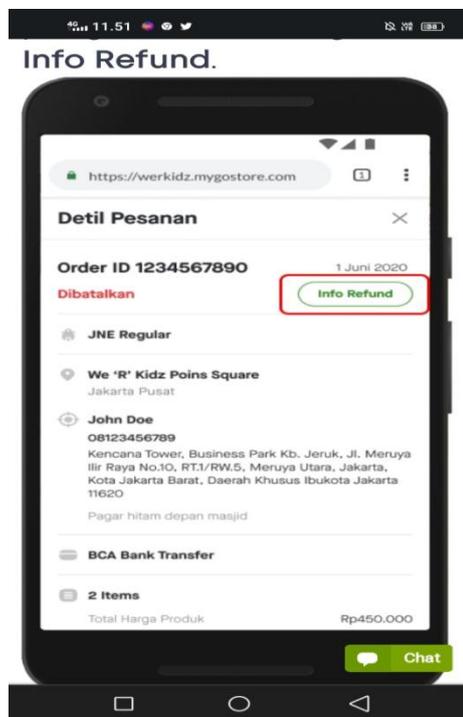
- q. Setelah pesanan sudah dikonfirmasi, pelanggan dapat melacak pesanan di tombol Track Order.



- r. Setelah pesanan sudah sampai, pelanggan dapat melihat status selesai.



- s. Jika pesanan pelanggan tolak, pelanggan dapat melihat status di batalkan. Untuk mendapatkan pengembalian uang, klik Info Refund.



2. Terjadinya Wanprestasi dalam Transaksi Jual Beli di Instagram

Wanprestasi adalah tidak memenuhi atau lalai melaksanakan kewajiban sebagaimana yang ditentukan dalam perjanjian yang di buat antara kreditur dengan debitur.¹²⁹ Wanprestasi atau tidak dipenuhinya janji dapat terjadi baik karena disengaja maupun tidak disengaja.¹³⁰ Seorang debitur dikatakan lalai, apabila ia tidak memenuhi kewajibannya atau terlambat memenuhinya tetapi tidak seperti yang telah di perjanjikan.¹³¹

Wanprestasi terdapat dalam Pasal 1243 KUHPerdara, yang menyatakan bahwa:

*“penggantian biaya, rugi dan bunga karena tidak dipenuhinya suatu perikatan, barulah mulai diwajibkan, apabila si berutang, setelah dinyatakan lalai memenuhi perikatannya, tetap melalaikannya, atau jika sesuatu yang harus diberikan atau dibuatnya, hanya dapat diberikan atau dibuatnya, hanya dapat diberikan atau dibuat dalam tenggang waktu yang telah dilampaukannya”.*¹³²

Kata lain wanprestasi juga dapat diartikan suatu perbuatan ingkar janji yang dilakukan oleh salah satu pihak yang tidak melaksanakan isi perjanjian, isi ataupun melaksanakan tetapi terlambat atau melakukan apa yang sesungguhnya tidak boeh dilakukannya. Mengenai pengertian dari wanprestasi, menurut Ahmadi Miru wanprestasi itu dapat berupa perbuatan :¹³³

- a. Sama sekali tidak memenuhi prestasi.
- b. Prestasi yang dilakukan tidak sempurna.
- c. Terlambat memenuhi prestasi.
- d. Melakukan apa yang dalam perjanjian dilarang untuk dilakukan.

¹²⁹Salim HS, *Pengantar Hukum Perdata Tertulis (BW)*, (Jakarta: 2008) h. 180.

¹³⁰Ahmadi Miru, *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2007), h.74.

¹³¹Subekti, *Kitan Undang-Undang Hukum Perdata*, (Jakarta: PT Arga Printing, 2007), h. 146.

¹³²Ahmadi Miru, Sakka Pati, *Hukum Perikatan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 12.

¹³³Ahmadi Miru, *Op, Cit*, h. 74.

Sedangkan menurut A. Qirom Syamsudin Meliala wanprestasi itu dapat berupa:¹³⁴

- a. Tidak memenuhi prestasi sama sekali
Sehubungan dengan debitur yang tidak memenuhi prestasi maka dikatakan debitur tidak memenuhi prestasi sama sekali.
- b. Memenuhi prestasi tetapi tidak tepat waktunya.
Apabila prestasi debitur masih bisa diharapkan pemenuhannya, maka debitur dianggap memenuhi prestasi tetapi tidak tepat waktu, sehingga dapat dikatakan wanprestasi.
- c. Memenuhi prestasi tetapi tidak sesuai atau keliru.
Debitur yang memenuhi prestasi atau keliru, apabila prestasi yang keliru tersebut tidak dapat diperbaiki lagi maka debitur dikatakan tidak memenuhi prestasi sama sekali.

Abdul Kadir Muhammad, wanprestasi terjadi dikarenakan adanya 2(dua) kemungkinan yaitu:

- a. Keadaan memaksa (*overmarct/force majeure*).
Overmarct adalah suatu keadaan atau kejadian yang tidak dapat diduga-duga terjadinya, sehingga menghalangi seorang debitur untuk melakukan prestasinya sebelum ia lalai untuk apa dan keadaan mana tidak dapat dipersalahkan kepadanya. *Overmarcht* dibagi menjadi dua yaitu:
 - 1) *Overmarcht* mutlak adalah apabila prestasi sama sekali tidak bisa dilaksanakan oleh siapapun.
 - 2) *Overmarcht* yang tidak mutlak adalah pelaksanaan prestasi masih diungkinkan, hanya memerlukan pengorbanan dari debitur.

¹³⁴A. Qirom Samsuddin Meliala, *Pokok-pokok Huku Perjanjian*, (Yogyakarta: Liberty, 1985), h.26.

- b. Karena kesalahan debitur, baik karena kesengajaan maupun lalai.

Kesengajaan maupun lalai, kedua hal tersebut menimbulkan akibat yang berbeda, dimana akibat adanya kesengajaan, debitur harus lebih banyak mengganti kerugian daripada akibat adanya kelalaian.

Surat peringatan yang menyatakan debitur telah melakukan wanprestasi disebut dengan somasi. Somasi adalah pemberitahuan atau pernyataan dari kreditur kepada debitur yang berisi ketentuan bahwa kreditur menghendaki pemenuhan prestasi seketika atau dalam jangka waktu seperti yang ditentukan dalam pemberitahuan itu. Menurut ketentuan Pasal 1238 KUHPerdara dapat dikatakan bahwa debitur dinyatakan apabila sudah ada somasi (*in grebeke stelling*).

Somasi itu bermacam bentuk, seperti menurut Pasal 1238 KUHPerdara adalah:

- a. Surat perintah

Surat perintah tersebut berasal dari hakim yang biasanya berbentuk penetapan. Dengan surat penetapan ini juru sita memberitahukan secara lisan kepada debitur kapan selambat-lambatnya dia harus berprestasi. Hal ini biasa disebut “exploit juru sita”.

- b. Akta sejenis

Akta ini dapat berupa akta dibawah tangan maupun akta notaris.

- c. Tersimpul dalam perikatan itu sendiri.

Maksudnya sejak pembuatan perjanjian, kreditur sudah menentukan saat adanya wanprestasi.

Menurut Sri Soedewi Mashehoen Sofwan, debitur dinyatakan wanprestasi apabila memenuhi 3 (tiga) unsur, yaitu:

- a. Perbuatan yang dilakukan debitur tersebut dalam disesalkan.
- b. Akibatnya dapat diduga lebih dahulu baik dalam arti yang objektif yaitu orang yang normal dapat menduga bahwa keadaan itu akan timbul. Maupun dalam arti subjektif, yaitu sebagai orang yang normal dapat menduga bahwa keadaan itu akan timbul. Maupun dalam arti

yang subjektif, yaitu sebagai orang yang ahli dapat menduga keadaan demikian akan timbul.

- c. Dapat diminta untuk mempertanggungjawabkan perbuatannya, artinya bukan orang gila atau lemah ingatan.¹³⁵

Apabila seorang dalam keadaan-keadaan tertentu beranggapan bahwa perbuatan debiturnya akan merugikan, maka ia dapat minta pembatalan perikatan.¹³⁶ Menurut pendapat yang paling banyak dianut, bukanlah kelalaian debitur yang menyebabkan batal, tetapi putusan hakim yang membatalkan perjanjian, sehingga putusan itu bersifat “*constitutief*” dan tidak “*declaratoir*”. Malahan hakim itu mempunyai suatu kekuasaan “*discretionair*” artinya ia berwenang menilai wanprestasi debitur. Apabila kelalaian itu dianggapnya terlalu kecil, hakim berwenang untuk menolak pembatalan perjanjian, meskipun ganti rugi yang dilakukan harus diluluskan.¹³⁷

Secara umum wanprestasi adalah pelaksanaan kewajiban yang tidak tepat pada waktunya atau tidak dilakukan menurut selayaknya, wanprestasi tidak dapat dilepaskan dari masalah pernyataan lalai dan kelalaian.¹³⁸ Wanprestasi adalah tidak di penuhi perjanjian yang dibuat oleh kedua belah pihak dan salah satu pihak berbuat lalai tidak melaksanakan kewajiban atau hak yang telah disepakati sebelumnya.¹³⁹ Terjadinya wanprestasi dalam transaksi jual beli melalui media sosial Instagram sangat rentan dikarenakan kita tidak tahu apakah penjual menggunakan identitas dan informasi kontak yang asli, barang yang dijual oleh penjual benar-benar ada atau tidak, barang tersebut dalam kondisi baik atau tidak, kemudian apakah gambar barang yang dijual di

¹³⁵Sri Soedewi Masyohen Sofwan, *Hukum Acara Perdata dalam Teori dan Praktek*, (Yogyakarta:Liberty, 1981), h.15.

¹³⁶C.S.T. Kansil, *Pengantar Ilmu Hukum*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1986), h. 246-247.

¹³⁷Subekti, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, (Jakarta: PT. Intermasa, 1982), h. 148.

¹³⁸Dwi Arianti Ramadani, *Wanprestasi dan Akibat Hukumnya*, (Jakarta: Perputakaan UPN Veteran Jakarta), h.36.

¹³⁹Salim HS, *Hukum Kontrak: Teori dan Penyusunan Kontrak*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2003), H. 98.

media sosial Instagram tersebut sudah sesuai atau tidak dengan barang aslinya, dan apabila tidak sesuai tentu saja hal ini dapat mengakibatkan kerugian bagi pembeli terutama kerugian materiil. Begitupun sebaliknya dengan pembeli, kita tidak tahu apakah dia benar-benar mau membeli barang tersebut atau hanya main-main saja. Apakah pembeli tersebut menggunakan identitas dan informasi kontak yang asli atau buatan, hanya untuk keuntungan pribadi yang merugikan penjual.¹⁴⁰

Berikut adalah beberapa kasus yang peneliti temukan setelah melakukan wawancara terhadap beberapa korban wanprestasi jual beli melalui media sosial Insagram.

- a. Kasus yang pertama di alami oleh Lenina. Lenina merupakan salah satu santriwati di sebuah pondok pesantren di Tugurejo Kota Semarang, pada tanggal 21 Desember 2021 korban melakukan pembelian baju gamis di salah satu akun di media sosial Instagram, karena akun Instagram ini menawarkan baju yang kualitasnya bagus dan dengan harga yang lebih murah dari pada akun lain, korban tertarik, kemudian korban membeli baju gamis tersebut dengan transaksi nominal Rp150.000, korban melakukan pembayaran melalui transfer kepada rekening yang bernama Efendi sebagai penjual baju gamis, setelah melakukan transfer kemudian korban bertanya kepada penjual melalui media sosial whatsApp kapan barang yang dibelinya akan datang, pelaku wanresasi menjawab barang akan sampai setelah 2 hari, tetapi setelah beberapa hari, barang yang di pesan tidak kunjung datang, kemudian dari pihak korban mencoba menghubungi akun Instagram dan whatsApp dari penjual dari akun Instagram tersebut, tetapi akun whatsApp sudah di blokir dan Instagram sudah menghilang, korbanpun kemudian melaporkan hal tersebut ke pihak Instagram, tetapi dari pihak Instagram memberikan respon yang cukup lama dan tidak bisa memberikan refund, korban mencoba mencari

¹⁴⁰Hasil wawancara bersama Abdun Mufid, Ketua LP2K Jawa Tengah pada 21 April 2022

tahu ke beberapa teman dan di google, ternyata sudah banyak korban wanprestasi dari akun tersebut.¹⁴¹

- b. Kasus yang kedua Zohan Dian Nur seorang karyawan di bank BCA dan memiliki usaha jual beli handphone dan kamera bekas. Pada Januari tahun 2021 korban mencari penjual kamera, kemudian korban menemukan penjual yang memberikan harga yang paling murah jadi menemukan penjual kamera bekas untuk di jual kembali, korban menemukan akun Insagram sebagai penjual membeli sebuah kamera di salah satu akun di media sosial Instagram, pada pembelian pertama dan kedua transaksi berjalan lancar sebagaimana mestinya, barang yang di pesan pasti datang dan sesuai dengan yang di inginkan, tetapi pada pembelian yang ketiga barang yang dibeli tidak kunjung datang, korban kemudian menghubungi penjual kamera tersebut, tetapi nomor wa di blokir, dan akun Instagram sudah berganti nama.¹⁴²
- c. Kasus yang ketiga dialami oleh Aprela Catur seorang karyawan rumah makan, Aprela adalah salah seorang yang hobi memancing, untuk memenuhi kebutuhan akan alat-alat untuk memancing, pada tanggal 19 Februari 2022, korban tertarik dengan barang yang di jual oleh akun Dedipancing_11, barang yang di jual di akun tersebut, barangnya memiliki kualitas yang bagus dan harganya sedikit lebih murah daripada barang yang dijual di akun yang lain, korban kemudian tanya-tanya mengenai barang yang di jual melalui Dm Instagram, setelah melakukan Dm, korban merasa cocok, korbanpun melakukan pembelian alat pancing di akun di media sosial Instagram dengan akun Dedipancing_11 dengan harga Rp.145 000, Aprela mengirim uang lewat tranfer bank kepada penjual dengan rekening atas nama Dedi Firmansyah, penjual mengatakan bahwa barang yang dipesan korban akan datang setelah 3 hari, paket yang di beli korban setelah tiga hari telah datang, kemudian paket di buka, tetapi di dalam paket bukan alat

¹⁴¹Hasil wawancara bersama Lenina, korban wanprestasi pada 22 April 2022

¹⁴²Hasil wawancara bersama Zohan Dian Nur, korban wanprestasi pada 22 April 2022

pancing yang dipesan korban melainkan tali sepatu, korban berfikir paket yang datang salah kirim yang dilakukan oleh penjual, kemudian Aprela menghubungi penjual, tetapi nomor whatsAPP dan akun Instagram sudah di blokir oleh penjual.¹⁴³

- d. Kasus yang ke 4 dialami oleh seorang karyawan di restoran di kota Semarang yang bernama Lia Safitri, pada April 2021 korban ingin membeli celana untuk di pakai untuk keperluan bekerja sehari-hari, korban kemudian mencari akun onlineshop dengan harga yang terjangkau dan kualitas yang bagus di beberapa media onlineshop, korban menemukan penjual di media sosial Instagram dengan akun @daripadakelupaan_30 yang menjual celana kulot dengan menawarkan bebas ongkos kirim dan diskon 25%, kemudian korban menghubungi akun Instagram melalui direct message(DM), setelah bertanya-tanya kemudian korban membeli celana kulot tersebut, korban melakukan transfer uang melalui bank dengan pembayaran senilai Rp. 200.000 ke rekening atas nama Elva Elviana sebagai penjual di media sosial Instagram akun @daripadakelupaan_30. Setelah melakukan transfer korban bertanya melalui DM Instagram kapan barang akan sampai dan pelaku penipuan @daripadakelupaan_30 menjawab barang yang dipesa akan sampai dalam waktu 2-3 hari, barang yang dipesan oleh korban telah sampai setelah 5 hari, korban kemudian membuka paket yang di pesan, ternyata barang yang di pesan jauh dari perkiraan korban, bahan yang di pakai tidak sesuai dengan deskripsi di media sosial Instagram, korban kemudian menghubungi pelaku untuk melakukan komplain dan refund tetapi akun Instagram sudah di offkan..¹⁴⁴

Berdasarkan berbagai kerugian dari kasus-kasus wanprestasi yang dilakukan dialami oleh para konsumen pengguna Instagram, peneliti mencoba meminta konfirmasi dengan melakukan wawancara kepada Abdun

¹⁴³Hasil wawancara bersama Aprela Catur, korban wanprestasi pada 22 April 2022

¹⁴⁴Hasil wawancara bersama Lia Safitri, korban wanprestasi pada 22 April 2022

Mufid selaku ketua dari LP2K Semarang, Abdun Mufid menyampaikan bahwa dari tahun 2021 sampai April 2022 untuk pengaduan yang berkaitan dengan kasus wanprestasi yang terjadi di media sosial Instagram tergolong sedikit yakni hanya ada 5 laporan, Permasalahan yang di laporkan oleh konsumen ialah mengenai penipuan baik penipuan oleh penjual maupun pembeli, kemudian mengenai ketidak sesuaian antara gambar dengan barang yang datang(wanprestasi), entah itu barangnya rusak, warna tidak sesuai, jenis ukurannya berbeda atau kualitas buruk, selain itu ada pula harga yang tidak cocok, serta estimasi waktu yang molor atau tidak seperti yang dijanjikan.¹⁴⁵ Dan yang terakhir ada juga purna jual yaitu jasa yang di tawarkan oleh produsen kepada konsumen setelah transaksi penjualan dilakukan sebagai jaminan mutu untuk produk yang ditawarkan.

Dari beberapa permasalahan tersebut ada beberapa faktor yang melatar belakangi hal-hal tersebut bisa terjadi yaitu karena ketidak hati-hatian dari konsumen dalam berbelanja, yang kemudian mengakibatkan kerugian bagi konsumen itu sendiri. Contohnya di dalam jual beli online konsumen tidak tahu bagaimana kondisi barang yang dijual bagaimana, konsumen hanya bisa melihat gambar tidak bisa melakukan pengecekan secara langsung, konsumen biasanya tahu produk itu dari deskripsi yang ada dalam produk, namun jarang atau sering diemukan bahwa konsumen tidak membaca terlebih dahulu deskripsi yang ada dalam produk tersebut, sehingga dalam hal ini kemudian kerugian yang bisa saja nantinya alami. Namun terkadang ada juga ada penjual yang nakal yang sengaja tidak mendeskripsikan secara jelas, misalnya produk yang produsen jual dan konsumen hanya percaya dengan gambar yang ada, dan ketika barang yang di pesan konsumen sudah datang tetapi tidak sesuai dengan gambar konsumen merasa di rugikan. Selain itu, masalah eksternal seperti regulasi yang berkaitan dengan transaksi online yang belum jelas, misalnya bagaimana regulasi terkait pertanggung jawaban penjual dalam transaksi

¹⁴⁵Hasil wawancara bersama Abdun Mufid, selaku ketua LP2K Jawa Tengah, Semarang 21 April 2022

online, apabila konsumen mengalami kerugian itu seperti apa, lalu apabila penjual ini mendapatkan atau menjual lewat *marketplace* itu pertanggung jawabannya seperti apa, apakah *marketplace* ikut terlibat atau tidak, hal tersebut masih belum bisa dijawab dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen ataupun Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Platform Instagram merupakan aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke layanan jejaring sosial, termasuk milik platform Instagram itu sendiri, dengan layanan tersebut Instagram juga menyediakan layanan marketplace yang memungkinkan penggunanya untuk melakukan transaksi jual beli secara online.

Jual beli yang dilakukan di media sosial Instagram menggunakan transaksi *Business to Customer* dan *Customer to Customer*, dengan layanan tersebut memberikan penggunanya keleluasaan lebih untuk melakukan transaksi melalui media sosial Instagram. Tetapi dengan menggunakan layanan tersebut juga lebih memungkinkan untuk penjual melakukan wanprestasi.

Ada beberapa faktor sehingga tertarik untuk melakukan jual beli secara online melalui media sosial Instagram, penyajian gambar dengan visual yang menarik dan berbeda dengan platform media sosial yang lain menjadikan platform Instagram sebagai salah satu platform yang digemari penggunanya untuk melakukan transaksi online. Tetapi karena faktor ketidakhatian oleh pengguna ada beberapa kasus wanprestasi yang terjadi ketika pengguna melakukan transaksi jual beli melalui media sosial Instagram.

Wanprestasi yang terjadi di Instagram kebanyakan dilakukan oleh penjual, karena penjual lebih tau bagaimana sistem transaksi dan pelayanan yang dilakukan oleh Instagram, bagaimana celah-celah yang ada pada sistem jual beli online melalui media sosial Instagram, termasuk celah-celah

yang ada dalam Peraturan Perundang-Undangan, rata-rata penjual yang melakukan wanprestasi melalui media sosial Instagram adalah penjual yang telah berulang kali melakukan wanprestasi.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi Transaksi Elektronik belum mencakup peraturan-peraturan secara khusus mengenai bagaimana sistem platform jual beli elektronik, sehingga membuat lebih banyak celah untuk terjadinya wanprestasi, di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi Transaksi Elektronik belum mencakup regulasi yang berkaitan dengan transaksi online yang belum jelas, misalnya bagaimana regulasi terkait pertanggung jawaban penjual dalam transaksi online, apabila konsumen mengalami kerugian itu seperti apa, lalu apabila penjual ini mendapatkan atau menjual lewat *marketplace* itu pertanggung jawabannya seperti apa, apakah *marketplace* ikut terlibat atau tidak. Apabila regulasi tersebut sudah di atur memungkinkan untuk meminimalisir terjadi wanprestasi dalam jual beli online khususnya di platform media sosial Instagram.

BAB IV
PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN
AKIBAT ADANYA WANPRESTASI
YANG DI SEBABKAN OLEH PELAKU USAHA

A. Perkembangan *E-Commerce* di Indonesia

Perkembangan di dunia digital saat ini sangatlah pesat, bahkan kemajuan di setiap tahunnya tidak bisa di hindarkan dari dunia *online*. Hal ini sangat mempengaruhi semua sektor, termasuk dunia usahadan sektor ekonomi. Salah satunya sektor usaha yang berbasis digital adalah *e-commerce*. Bisnis *e-commerce* di Indonesia pun semakin meningkat tajam dengan adanya pandemi sejak awal tahun 2020. Bisnis dagang berbasis *online* ini tumbuh sekitar 33 persen di tahun 2020 dengan nilai yang fantastis, dari yang kisaran Rp 253 triliun menanjak pesat menjadi kisaran Rp 337 triliun. Laporan khusus yang pernah di rilis Google, Temasek, dan Bain Company pada Oktober 2020 menyatakan waktu yang di sediakan orang untuk masuk ke *platform e-commerce* meningkat, dari yang mulanya hanya 3,7 jam/hari naik menjadi 4,7 jam/hari saat terjadi *lockdown* dan menurun menjadi 4,2 jam/hari setelah *lockdown* berakhir. Dari pernyataan Google dan lainnya, Bank Indonesia berani memproyeksikan transaksi *e-commerce* akan mengalami kenaikan setiap tahunnya selama masa-masa pandemi belum berakhir.¹⁴⁶

Meningkatnya jumlah transaksi digital lewat *e-commerce* juga tidak lepas dari peran pemerintah yang ikut mendorong dunia digital ke masyarakat, dan terus mengakselerasi perkembangan digital *banking*. Perkembangan dunia *e-commerce* di Indonesia dilatarbelakangi oleh beberapa faktor yang mendasari perkembangannya secara signifikan, seperti pesatnya pertumbuhan penduduk, sampai berkembangnya dunia teknologi di era

¹⁴⁶Atome, *Menengok Perkembangan E-commerce di Indonesia* di akses dari <https://www.atome.id/blog/menengok-perkembangan-e-commerce-di-indonesia#:~:text=Bisnis%20e%2Dcommerce%20di%20Indonesia,di%20kisaran%20Rp%20337%20triliun>. Pada Selasa 6 September 2022 pukul 20:13 WIB.

digital. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia, yaitu:¹⁴⁷

1. Meningkatnya pertumbuhan penduduk

Meningkatnya pertumbuhan penduduk menjadi faktor terbesar pengguna *e-commerce* di Indonesia pada saat ini. Hal ini tentunya sangat mempengaruhi perubahan aktifitas belanja *offline* menjadi *online* di *e-commerce*

2. Meningkatnya pengguna Smartphone

Majunya industri ponsel pintar di Indonesia juga membuat semua orang bisa mendapatkan *smartphone* dengan mudah dan mengakses dengan menggunakan layanan internet yang tersedia. Hal ini dibuktikan dengan data 89% dari total penduduk Indonesia telah menggunakan ponsel pintar sejalan tahun 2020 lalu. Meningkatnya pengguna *smartphone* di Indonesia di dasari karena kebutuhan saat pandemi yang mengharuskan anak untuk sekolah *online* dan memiliki perangkat pendukung belajar *online*, seperti *smartphone* dan laptop.

3. Meningkatnya pengguna internet

Berkembangnya pengguna *smartphone* yang meningkat membuat jumlah pengguna internet juga meningkat dengan pesat. Secara data ada 70% pengguna internet di Indonesia yang menggunakan *smartphone* untuk menjelajah internet. Hal ini berpengaruh juga dalam melakukan transaksi *online* di *marketplace*, karena pengguna *smartphone* lebih mendominasi sekitar 75% di banding pengguna laptop atau PC.

4. Meningkatnya pengguna sosial media

Transaksi barang di *e-commerce* di pengaruhi oleh strategi marketing di media sosial. Oleh sebab itu, peningkatan pengguna media sosial di Indonesia sangat berpengaruh besar dalam laju perkembangan *e-commerce* di Indonesia.

¹⁴⁷*Ibid.*, h. 2.

5. Berkembangnya perusahaan teknologi finansial

Faktor yang mempengaruhi pesatnya angka pertumbuhan di e-commerce Indonesia adalah teknologi finansial. Tercatat pada tahun 2018 sekitar 66% masyarakat Indonesia belum memiliki rekening bank. Seiring banyaknya *e-commerce* bermuculan pengguna rekening bank dan *cashless* meningkat dari Rp 47,19 triliun menjadi Rp 125,95 triliun.

Selain membawa dampak positif bagi perkembangan dan pertumbuhan perekonomian Indonesia, tentunya ada dampak negatif dari perkembangan dan pertumbuhan teknologi informasi dan komunikasi ini yang menimbulkan permasalahan-permasalahan baru dalam dunia ekonomi dan bisnis yang kemudian harus ditemukan cara penyelesaiannya menggunakan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia, mengingat Negara Indonesia adalah Negara hukum.

B. Instrumen Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen

Pada dasarnya instrumen perlindungan hukum terhadap konsumen dalam satu transaksi perdagangan diwujudkan dalam 2 (dua) bentuk pengaturan, yaitu perlindungan hukum melalui suatu bentuk perundang-undangan tertentu (Undang-Undang, Peraturan Pemerintah, dan sebagainya) yang sifatnya umum untuk setiap orang yang melakukan transaksi dan perlindungan hukum berdasarkan perjanjian yang khusus dibuat oleh para pihak, wujudnya dalam bentuk substansi/isi perjanjian antara konsumen dan produsen, seperti ketentuan tentang ganti rugi, jangka waktu pengajuan klaim, penyelesaian sengketa, dan sebagainya.¹⁴⁸

Diantara kedua bentuk perlindungan hukum di atas, maka perlindungan hukum melalui ketentuan perundang-undangan (regulasi) merupakan instrumen/sarana yang paling efektif digunakan mengingat ketentuan perundang-undangan dapat dijadikan dasar bagi kedua

¹⁴⁸ Elisatris Gultom, *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Perdagangan melalui media electronic commerce*, Jakarta: Ellips Media, 2009, h.61.

belah pihak dalam membuat perjanjian serta pemerintah melalui perangkatnya dapat memaksakan pemberlakuan undang-undang tersebut.

Pemberlakuan hukum bidang *e-commerce* dalam memberikan perlindungan terhadap para pihak yang melakukan transaksi melalui internet, sebenarnya sudah ada sejak tahun 2008 dengan dikeluarkannya peraturan perundang-undangan khusus yang mengatur transaksi melalui internet yaitu, Undang-Undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UUITE), dengan dasar pertimbangan bahwa pembangunan nasional adalah suatu proses yang berkelanjutan yang harus senantiasa tanggap terhadap berbagai dinamika yang terjadi di masyarakat.¹⁴⁹

Dalam Pasal 1 butir 2, Undang-Undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, disebutkan bahwa “*Transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer atau media elektronik lainnya.*” Transaksi jual beli secara elektronik (*e-commerce*) merupakan salah satu perwujudan ketentuan tersebut. Kontrak elektronik dalam transaksi elektronik, harus memiliki kekuatan hukum yang sama dengan kontrak konvensional.

Transaksi elektronik yang melibatkan para pihak dari dalam negeri atau terjadi di wilayah yuridiksi Negara Indonesia, tidaklah sulit untuk menetapkan aturan hukum yang berlaku apabila terjadi suatu permasalahan. Secara otomatis *the applicable law* (ketentuan hukum yang dapat digunakan) adalah hukum Indonesia, sehingga baik *Burgelijk Wetboek* (BW), Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik serta turunannya dapat diterapkan untuk menyelesaikan sengketa yang nantinya akan timbul. Namun bagi transaksi perdagangan lintas negara bukan menjadi yuridiksi Negara Indonesia, penyelesaian sengketa akan dilakukan oleh forum yang dipilih oleh para pihak dengan menggunakan hukum yang telah dipilih pula oleh para pihak dalam kontrak elektronik.

¹⁴⁹ Abdun Mufid, selaku ketua LP2K Jawa Tengah, *Wawancara*, Semarang, 21 April 2022.

Dasar penyelesaian sengketa yang timbul di Negara yang mana bukan menjadi yurisdiksi Negara Indonesia, dalam Pasal 38 Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sendiri memberikan ketentuan bahwa *“Setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau menggunakan Teknologi Informasi yang menimbulkan kerugian”*.

Menurut pasal ini masyarakat dapat mengajukan gugatan secara perwakilan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau menggunakan Teknologi Informasi yang berakibat merugikan masyarakat, sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan. Lebih lanjut Pasal 39 Undang-Undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menjelaskan bahwa :

“Gugatan perdata dilakukan sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan. Selain penyelesaian secara gugatan perdata, para pihak juga dapat menyelesaikan sengketa melalui arbitrase, atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan”.

Hal ini sesuai dengan ketentuan dalam Pasal 23 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang memberikan kepada lembaga yang memiliki kewenangan untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi.

“Pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen”.

Menurut instrumen hukum yang berlaku di Indonesia, gugatan terhadap suatu perkara perdata dapat di dasarkan atas dua alasan, yaitu wanprestasi dan perbuatan melanggar hukum (*onrechtmatiggeddaad*). Adapun landasan hukumnya didasarkan pada ketentuan buku ke III pasal 1243 BW

untuk wanprestasi dan pasal 1365 BW untuk wanprestasi dan pasal 1365 BW untuk perbuatan melanggar hukum.

Terjadinya gugatan wanprestasi tentu saja berangkat dari adanya suatu hukum kontraktual (perjanjian) antara para pihak, sehingga melahirkan hak dan kewajiban hukum bagi para pihak yang melakukan perjanjian. Dimana hak dan kewajiban disini di wujudkan dengan apa yang di sebut sebagai prestasi (*performance*). Pada saat prestasi tidak di penuhi/tidak dilaksanakan sebagaimana mestinya menurut perjanjian yang di sepakati oleh para pihak, maka lahir apa yang di namakan wanprestasi (cidera janji).

Sedangkan gugatan pada perbuatan melanggar hukum, yang menjadi dasar gugatannya adalah kepentingan pihak tertentu yang di rugikan oleh perbuatan pihak lainnya, meskipun diantara para pihak tidak terdapat suatu hubungan hukum keperdataan yang bersifat atau berawal dari kontraktual(perjanjian).

Untuk kasus kerugian terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* yang di sebabkan oleh penjual, apabila timbul sebuah permasalahan dan ada tujuan untuk melakukan sebuah gugatan, akan lebih tepat bila di dasarkan atas gugatan wanprestasi dan bukan perbuatan melanggar hukum. Karen berangkat dari sebuah perjanjian jual beli antara penjual dan pembeli, sehingga dengan merujuk pada kewajiban-kewajiban pelaku usaha dalam kontrak elektronik yang telah di langgar dan karenanya menimbulkan kerugian terhadap konsumen.

Selain dapat di selesaikan dengan menggunakan penyelesaian secara perdata, pelanggaran dalam transaksi elektronik yang mengandung unsur pidana seperti penipuan, penggelapan atau pembobolan akun. Juga dapat di roses secara pidana, sebagaimana yang di sebutkan dalam pasal 19 Ayat (4) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa "Pemberian ganti rugi tidak

menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan”.¹⁵⁰

Dimana dalam hukum pidana, kesalahan merupakan dasar pertanggung jawaban. Dan kesalahan dalam hukum pidana dapat ditentukan bahwa subjek hukum dalam hal ini harus memiliki: 1) Kemampuan untuk bertanggung jawab, 2) Perbuatan tersebut merupakan kesengajaan (*dolus*) atau kealpaan (*culpa*), 3) Tidak adanya alasan penghapusan kesalahan atau tidak adanya kesalahan pemaaf. Jika kejahatan *e-commerce* yang terjadi dalam jual beli *online* sudah pada ranah pidana, dengan adanya unsur kesalahan maka ketentuan dalam instrumen dalam Peraturan Perundang-undangan Indonesia telah mengaturnya, yakni dalam , Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, antara lain dalam Pasal 30 sebagai berikut :

1. Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum mengakses Komputer dan/atau Sistem Elektronik milik Orang lain dengan cara apapun.
2. Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum mengakses Komputer dan/atau Sistem Elektronik dengan cara apapun dengan tujuan untuk memperoleh Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik
3. Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum mengakses Komputer dan/atau Sistem Elektronik dengan cara apapun dengan melanggar, menerobos, melampaui, atau menjebol sistem pengamanan.

Selanjutnya ketentuan hukuman yang tercantum dalam Pasal 46 Undang-Undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik adalah sebagai berikut :

1. Setiap Orang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun

¹⁵⁰Rosalinda Elsim Latumahina, “Aspek-Aspek Hukum Dalam Transaksi Perdagangan Secara Elektronik”, *Jurnal GEMA AKTUALITA*, Vol. 4. 1, Juni 2015; Fakultas Hukum Universitas Pelita Harapan Surabaya, h. 50-51.

dan/atau denda paling banyak Rp.600.000.000,00 (enam ratus juta rupiah).

2. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana di maksud dalam Pasal 30 ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.700.000.000,00 (tujuh ratus juta rupiah).
3. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30 ayat (3) dipidana dengan pidana penjara paling lama 8 (delapan) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.800.000.000,00 (delapan ratus juta rupiah).

Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen di atur mengenai hak konsumen, di mana Pasal 4 menyebutkan bahwa hak konsumen adalah :

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang di janjikan;
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang di gunakan;
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk di perlakukan dan di layani secara benar dan jujur serta diskriminatif;
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang di terima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;

9. Hak-hak yang di atr dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Selain adanya hak yang harus diperoleh oleh konsumen, di sisi lain, tentu akan ada kewajiban bagi pelaku usaha, di mana sesuai dengan Pasal 7 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan:

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
2. Memberikan informassi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku
5. Memberi kesempatan kepada konsumen unruk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
6. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang di perdagangkan
7. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila brang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Lebih tegas lagi Pasal 8 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen melarang pelaku usaha untuk memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan janji yang di nyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut. Berdasarkan pasal tersebut, ketidakseuaian spesifikasi barang yang di terima dengan barang yang tertera dalam iklan/foto

penawaran barang merupakan bentuk pelanggaran/larangan bagi pelaku usaha dalam memperdagangkan barang.

Apabila dalam hal ini terjadi sebuah pelanggaran yang di maksud dia atas maka selaku konsumen sesuai Pasal 4 Huruf h Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang di terima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.Sedangkan, pelaku usaha sesuai Pasal 7 huruf g Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen berkewajiban memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yan di terima atau di dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Seringkalinya kitidaktahuan masyarakat akan peraturan yang ada di kedua pasal tersebut yang mengakibatkan kejadian semacam ini terulang dalam kasus jual beli *online*. Meskipun mereka sadar haknya telah diciderai, namun kesadaran masyarakat untuk meminta ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang di teriama tidak sesuai dengan perjanjian masih bisa di bilang kurang begitu berani. Di sisi lain, bagi mereka pelaku usaha tidak melaksanakan kewajibannya, sesuai dengan apa yang sudah di gariskan di dalam peraturan tersebut, karena mereka menganggap bahwa posisi tawar mereka pada di posisi yang menguntungkan.

Ancaman lain bagi pelaku usaha dalam hal melakukan sebuah kerugian bagi konsumen sebenarnya sudah di ancam dengan pidana, dimana berdasarkan Pasal 62 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang berbunyi:

“pelaku yang sudah melanggar ketentuan sebagaimana di maksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2) dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp.2.000.000.000.00 (dua milyar rupiah).

Ketentuan kontrak elektronik dan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli yang di lakukan secara *online*, berdasarkan , Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Peraturan pemerintah No. 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggara Sistem Transaksi Elektronik.tetap di akui sebagai transaksi elektronik yang dapat dipertanggungjawabkan. Persetujuan untuk memberi barang secara *online* yang dapat dikatakan juga sebagai salah satu bentuk Kontrak Elektronik ketika kita meng*klik* atau menyetujui semua ketentuan yang ada. Di mana kontrak elektronik menurut Pasal 47 ayat (2) Peraturan pemerintah No. 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggara Sistem Transaksi Elektronik.di anggap sah apabila:

1. Terdapat kesepakatan para pihak;
2. Dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau yang berwenang mewakili sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
3. Terdapat hal tertentu; dan
4. Objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, dan ketertiban umum.

Kontrak elektronik menurut Pasal 48 Ayat (3) PeraturanPemerintah No. 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggara Sistem Transaksi Elektronik setidaknya harus memuat hal-hal sebagai berikut:

1. Data identitas para pihak;
2. Objek dan spesifikasi;
3. Persyaratan Transaksi Elektronik;
4. Harga dan biaya;
5. Prosedur dalam hal terdapat pembatalan oleh para pihak;
6. Ketentuan yang memberikan hak kepada pihak yang dirugikan untuk dapat mengembalikan dan/atau meminta penggantian produk jika terdapat cacat tersembunyi; dan
7. Pilihan hukum penyelesaian Transaksi Elektronik.

Dengan demikian, pada transaksi elektronik yang kita lakukan, kita dapat menggunakan instrumen , Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan/atau Peraturan pemerintah No. 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggara Sistem Transaksi Elektronik sebagai dasar hukum dalam menyelesaikan permasalahan yang sebenarnya bisa terjadi.

Terkait dengan perlindungan konsumen, Pasal 49 Ayat (1) Peraturan pemerintah No. 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggara Sistem Transaksi Elektronik menegaskan bahwa Pelaku Usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Pada ayat berikutnya lebih ditegaskan lagi bahwa Pelaku Usaha wajib memberikan kejelasan informasi tentang penawaran kontrak atau iklan.

Berdasarkan Pasal 49 Ayat (3) Peraturan pemerintah No. 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggara Sistem Transaksi Elektronik mengatur khusus tentang hal tersebut, yakni Pelaku Usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang di kirim apabila tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi. Selain kedua ketentuan tersebut di atas, apabila barang yang di terima tidak sesuai dengan foto pada iklan toko *online* tersebut (sebagai bentuk penawaran), kita juga dapat menggugat Pelaku Usaha (dalam hal ini adalah penjual) secara perdata dengan dalih terjadinya wanprestasi atas transaksi jual beli yang kita lakukan dengan penjual.

Menurut R. Subekti, dalam bukunya tentang “Hukum Perjanjian”, wanprestasi adalah kelalaian atau kealpaan yang dapat berupa 4 macam kondisi yaitu:¹⁵¹

1. Tidak melakukan apa yang di sanggupi akan dilakukannya;
2. Melaksanakan apa yang di janjikannya tetapi tidak sebagaimana di janjikan;

¹⁵¹I ketut Okta Setiawan,.....*Op.Cit.*, h. 22.

3. Melakukan apa yang di janjikan tetapi terlambat;
4. Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh di lakukannya.

Jika salah satu dari 4 macam kondisi tersebut terjadi, maka secara perdata kita dapat menggugat penjual *online* dengan dalih wanprestasi (misalnya, barang yang di terima tidak sesuai dengan spesifikasi barang yang di muat dalam *display home page/website*). Pidana penipuan dalam transaksi jual beli secara *online* pada prinsipnya adalah sama dengan jual beli secara faktual pada umumnya.

Hukum perlindungan konsumen terkait transaksi jual beli *online* atau dalam hukum Islam biasa di sebut Jual beli Salam atau jual beli pesanan (*inden*) yakni jual beli dimana harga barang dibayar secara tunai. Sedangkan barang yang di belikan belum ada, hanya sifat-sifat, jenis, dan ukurannya sudah di sebutkan pada waktu perjanjian dibuat sebenarnya tidak berbeda dengan hukum yang berlaku dalam transaksi jual beli secara nyata atau secara langsung. Perbedaan diantara keduanya hanya pada penggunaan sarana internet atau sarana telekomunikasi lainnya. Akibatnya adalah dalam transaksi jual beli secara *online* sulit di lakukan eksekusi atau tindakan nyata apabila terjadi sengketa maupun tindak pidana penipuan. Sifat siber dalam transaksi secara elektronik memungkinkan setiap orang baik penjual maupun pembeli menyamarkan atau memalsukan identitas dalam setiap transaksi maupun perjanjian jual beli.

Dalam hal pelaku usaha atau penjual ternyata menggunakan identitas palsu atau melakukan tipu muslihat dalam jual beli *online* tersebut, maka pelaku usaha dapat juga di pidana berdasarkan Pasal 378 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (“KUHP”) tentang penipuan dan Pasal 28 Ayat (1) , Undang-Undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik tentang menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik. Pasal 378 KUHP menyatakan:

“Barang siapa dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum, dengan memakai nama palsu atau martabat palsu, dengan tipu muslihat, ataupun rangkaian kebohongan,

menggerakkan orang lain untuk menyerahkan barang sesuatu kepadanya , atau supaya memberi hutang maupun menghapuskan piutang, diancam karena penipuan dengan pidana penjara paling lama empat tahun.”

Pasal 28 Ayat (1) , Undang-Undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik adalah sebagai berikut:

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

Perbuatan sebagaimana dijelaskan di dalam Pasal 28 Ayat (1) , Undang-Undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik di ancam dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1 miliar (Pasal 45 Ayat (2), Undang-Undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik). Berdasarkan hal-hal tersebut di atas, penyelesaian sengketa dalam transaksi perdagangan secara elektronik dapat dilakukan secara perdata maupun pidana, sehingga memberikan payung hukum kepada masyarakat di Indonesia.

Selanjutnya, Pasal 4 Huruf e Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur mengenai hak konsumen yaitu hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Pasal 45 Ayat (1) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juga menyebutkan bahwa:

“setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum”. Bahwa secara jelas telah di atur dalam Undang-Undang mengenai hak konsumen yang melekat.¹⁵²

C. Praktik Wanprestasi yang Terjadi di Instagram

Transaksi jual beli melalui media elektronik, sama halnya transaksi jual beli biasa yang dilakukan di dunia nyata, dilakukan oleh para pihak

¹⁵²Abdun Mufid, selaku ketua LP2K Jawa Tengah, wawancara, Semarang 21 April 2022

yang terkait. Para pihak terkait tersebut melakukan proses transaksi jual beli melalui media elektronik. Proses atau pelaksana kontrak jual beli secara elektronik dilakukan berdasarkan langkah-langkah di bawah ini:¹⁵³

1. Penawaran

Penawaran sama saja dengan iklan atas suatu barang, namun dalam hal ini memanfaatkan media internet. Penawaran dalam transaksi jual beli media elektronik dilakukan oleh pelaku usaha dengan cara mengiklankan suatu produk yang ingin dijual melalui website atau situs jual beli online yang tersedia. Penawaraan melalui media internet hanya dapat terjadi apabila seseorang membuka sebuah situs yang menampilkan sebuah tawaran melalui internet.

2. Penerimaan

Penerimaan dilakukan oleh pembeli dengan mengkonfirmasi terhadap pihak penjual bahwa pembeli tertarik terhadap barang yang ditawarkan dan akan memesan barang tersebut, maka secara tidak langsung setelah adanya penerimaan dari pihak pembeli terjadilah kesepakatan antara kedua belah pihak.

3. Pembayaran

Pada tahap ini akan disepakati bersama mengenai bentuk pembayaran yang akan dilakukan. Dalam transaksi melalui media elektronik ada tiga bentuk pembayaran yang bisa dipakai oleh para pihak bertransaksi. Biasanya untuk pembayaran yang sering digunakan dalam transaksi melalui media elektronik adalah sebagai berikut:

- a) Tranfer antar Bank
- b) *Cash on delivery*/COD.
- c) Rekening Bersama (Rekber)

¹⁵³Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), h. 229.

4. Pengiriman

Setelah pembeli melakukan pembayaran terhadap barang yang dibeli, maka pembeli tersebut berhak atas penerimaan barang tersebut yakni dengan cara melakukan pengiriman barang kepada pembeli dengan alamat yang ditentukan dalam pesanan, atau ke alamat lain yang berbeda kecuali disepakati lain.

Suatu perjanjian jual beli dapat terlaksana dengan baik apabila para pihak telah memenuhi hak-hak maupun kewajiban serta prestasinya masing-masing seperti yang telah di perjanjikan tanpa ada pihak yang dirugikan. Namun walaupun sudah diatur jelas mengenai hak dan kewajiban para pihak dalam peraturan perundang-undangan, tidak menutup kemungkinan dalam pelaksanaannya, jual beli melalui media elektronik ini tidak selamanya mampu berjalan dengan lancar, hal ini bisa terjadi dikarenakan adanya perbuatan salah satu pihak yang tidak mematuhi yang berlaku sehingga menyebabkan terjadinya hal-hal seperti penipuan maupun wanprestasi.

Berikut merupakan bentuk-bentuk wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha atau penjual dalam transaksi melalui *e-commerce* antara lain:¹⁵⁴

1. Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukan

Dalam transaksi *e-commerce*, penjual mempunyai kewajiban untuk menyerahkan barang yang dijual kepada pembeli dan kewajiban untuk menanggung kenikmatan tenteram dan menanggung cacat-cacat tersembunyi, jika penjual tidak melaksanakan kewajibannya tersebut, maka penjual dapat dikatakan wanprestasi.

2. Melakukan apa yang di janjikan, tetapi tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan.

Pada bentuk ini penjual benar telah menyerahkan barang yang dijual belikan tetapi tidak sebagaimana yang dijanjikan.

3. Melaksanakan apa yang dijanjikan tetapi terlambat.

¹⁵⁴*Ibid.*, h. 238.

Maksudnya jika barang pesanan datang terlambat tapi tetap dapat dipergunakan maka dalam ini dapat digolongkan sebagai prestasi yang terlambat, jika prestasinya tidak dapat dipergunakan lagi maka digolongkan sebagai tidak melaksanakan apa yang telah diperjanjikan, yakni seperti pada bentuk pertama.

4. Malaksanakan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya.

Untuk wanprestasi yang terakhir ini, contohnya penjual yang berkewajiban untuk tidak menyebarkan kepada umum identitas dan data diri dari pembeli, tetapi ternyata penjual melakukannya.

Masalah wanprestasi tidak dapat kita hindari apabila melakukan transaksi melalui media elektronik. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, yakni dengan cara melakukan wawancara terhadap beberapa responden yang menjadi korban wanprestasi jual beli melalui media sosial Instagram di wilayah kota Semarang dan dari LP2K Jawa Tengah, bahwa wanprestasi melalui jual beli di media sosial Instagram di sebabkan oleh beberapa hal yaitu:

1. Ketidak hati-hatian dari konsumen dalam berbelanja, yang kemudian mengakibatkan kerugian bagi konsumen itu sendiri.
2. Karena banyak keterbatasan informasi mengenai produk yang didapatkan oleh konsumen.
3. Penjual yang nakal yang sengaja tidak mendeskripsikan secara jelas, misalnya produk yang produsen jual dan konsumen hanya percaya dengan gambar yang ada, dan ketika barang yang di pesan konsumen sudah datang tetapi tidak sesuai dengan gambar.
4. Pengaduan cukup sulit serta membutuhkan waktu yang cukup lama di platform Instagram, konsumen yang memiliki masalah dengan akun, pengiriman, pengembalian barang (*refund*) dan/atau dana, mendapat ketidak jelasan dari pihak Instagram sebagai penyedia jasa layanan jika melakukan pelaporan atas pengaduan yang di lakukan.

Berikut bentuk-bentuk dari wanprestasi yang terjadi dalam transaksi jual beli *online* melalui media sosial Instagram yang dilakukan oleh penjual tidak jauh berbeda dengan bentuk wanprestasi dalam transaksi jual beli pada umumnya. Dalam wanprestasi jual beli melalui media sosial Instagram banyak bentuknya, antara lain adalah seperti yang dipaparkan berikut ini:

1. Tidak melakukan apa yang telah diperjanjikan.
2. Terlambat dalam melakukan pengiriman barang.
3. Barang yang diterima tidak sesuai dengan barang yang dipesan.
4. Salah dalam mengirim produk barang.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, kebanyakan kasus wanprestasi yang terjadi di dalam jual beli online melalui media sosial Instagram terjadi pelanggaran hak-hak konsumen. Pelaku usaha yang tidak dapat memenuhi prestasi menyebabkan pembeli selaku konsumen mengalami kerugian, kerugian itu berupa:

1. Biaya

Biaya ini merupakan segala biaya yang sudah dikeluarkan oleh pihak debitur selaku pembeli di dalam transaksi *e-commerce*. Biaya yang dikeluarkan pembeli untuk dapat memesan barang atau jasa dalam jual beli melalui media Instagram, mereka membutuhkan pulsa (berupa paket data), karena pemesanan dilakukan melalui *cyberspace* sehingga butuh biaya pulsa untuk dapat mengakses internet. Selain itu, di dalam transaksi *e-commerce* terdapat biaya kirim atau biasa yang disebut “ongkir”. Ketiga, apabila pembayaran suatu barang atau jasa disepakati melalui transfer rekening bank, apabila rekening yang dimiliki pembeli dengan penjual berbeda maka terdapat tambahan biaya transfer beda bank. Di dalam Pasal 4 Huruf b UUPK diatur hak konsumen berupa hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang

dijanjikan. Mengenai hal tersebut, meskipun secara umum hal-hal tersebut bagi sebagian orang tidak mempermasalahkannya tetapi tidak sedikit pula orang yang keberatan apabila tidak diberikan ganti rugi terkait hal tersebut karena Undang-Undang terkait belum ada yang mengatur mengenai hal-hal tersebut, untuk itu realitanya ketika muncul permasalahan seperti diatas penyelesaiannya menggunakan jalan musyawarah.

2. Waktu Guna Barang

Didalam transaksi *e-commerce* hak konsumen mengenai ketepatan waktu sampainya barang sering kali lalai diperhatikan oleh penjual. Seperti misalnya seeri kass yang dialami oleh Lenina yang membeli baju gamis untuk keperluan wisuda pada salah satu akun di Instagram, setelah memilih barang dan melakukan transaksi sampai ada membeyarkan sejumlah uang, sepakat sepatu akan sampai kepada pembeli pada estimasi waktu 3 sampai 4 hari, namn barang yang di pesan tidak daang. Pembeli merasa dirugikan karena seharusnya pada hari ke 5 pembeli sudah dapat memakai sepatu yang ia pesan ke sebuah acara wisuda karena itu memang alasan pembeli membeli baju tersebut. Di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen belum di atur secara tegas mengenai pelanggaran tentang estimasi waktu, namun menurut Prof R. Subekti dalam bukunya mengenai hukum perjanjian, wanprestasi merupakan kelalaian atau kealpaan berupa 4 macam kondisi, yaitu:¹⁵⁵

- 1) Tidak melakukan apa yang disanggupinya untuk dilakukan.
- 2) Melaksanakan apa yang dijanjikan, tetapi tidak sebagaimana yang dijanjikannya.
- 3) Melakukan apa yang dijanjikannya tetapi terlambat.
- 4) Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya.

¹⁵⁵¹⁵⁵I ketut Okta Setiawan,.....*Op.Cit.*, h. 22.

3. Kegunaan barang

Barang tidak dapat digunakan atau dimanfaatkan secara maksimal karena barang tersebut sampai ke tangan pembeli dengan keadaan cacat atau tidak sempurna. Seperti misalnya kasus yang dialami oleh Lia Safitri yang memesan celana kulot berbahan bagus tetapi yang datang bahan celananya berbeda. Hal tersebut terjadi karena penjual tidak melakukan pengecekan ulang kepada barang sebelum akhirnya dikirim kepada pembeli. Hal ini berkaitan dengan kewajiban pelaku usaha pada Pasal 7 Huruf d Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu menjamin mutu barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan dan pelanggaran atas hak konsumen pada Pasal 4 Huruf b Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Berdasarkan kedua pasal tersebut, barang cacat yang diterima pembeli merupakan akibat pelanggaran yang dilakukan penjual yang tidak menjamin mutu serta jaminan kondisi barang. Selain itu juga terdapat pelanggaran dalam Pasal 8 Ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.

D. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen yang Dirugikan dalam Transaksi Jual Beli Pada media sosial Instagram

Pada dasarnya perlindungan hukum terhadap konsumen dalam suatu transaksi perdagangan diwujudkan dalam 2(dua) bentuk pengaturan, yaitu perlindungan hukum melalui suatu bentuk perundang-undangan

tertentu (Undang-Undang, Peraturan pemerintah, dan sebagainya) yang sifatnya umum untuk setiap orang yang melakukan transaksi dan perlindungan hukum berdasarkan perjanjian yang khusus di buat oleh para pihak, wujudnya dalam bentuk substansi/isi perjanjian antara konsumen dan produsen, seperti ketentuan tentang ganti rugi, jangka waktu pengajuan klaim, penyelesaian sengketa, dan sebagainya.¹⁵⁶

Di antara kedua bentuk perlindungan hukum di atas, maka perlindungan hukum melalui ketentuan perundang-undangan (regulasi) merupakan instrumen/sarana yang paling efektif di gunakan, mengingat ketentuan peraturan perundang-undangan dapat di jadikan dasar bagi kedua belah pihak dan membuat sebuah perjanjian, meskipun perjanjian tersebut nantinya dapat menjadi undang-undang bagi keduanya.

Melihat beberapa kerugian- kerugian yang di alami konsumen dalam transaksi yang mereka lakukan di Instagram yang di kemukakan di atas, jika kita kaitkan dengan perlindungan hukum terhadap konsumen yang terdapat di dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengenai hak yang harus diperoleh oleh konsumen mencakup beberapa hal, yaitu:¹⁵⁷

1. Hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

Terjadinya wanprestasi, salah satunya karena hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur atas suatu barang seringkali di lalaikan oleh pelaku usaha dalam deskripsi barang yang mereka jual. Sangat penting kiranya bagi pelaku usaha untuk mencantumkan data deskripsi penjualan yang mereka lakukan mengenai informasi dan kejelasan dalam suatu barang. Karena, tidak memadainya informasi yang di sampaikan konsumen ini dapat menjadi salah satu

¹⁵⁶ Elisatris Gultom, perlindungan konsumen dalam transaksi perdagangan melalui media *electronic commerce*, (Jakarta: Ellips Media, 2009), h. 61.

¹⁵⁷ Hasil wawancara bersama Abdun Mufid, selaku ketua LP2K Jawa Tengah, Semarang 21 April 2022

bentuk cacat produk, yaitu yang di kenal dengan cacat informasi yang tidak memadai.

Hak informasi yang jelas dan benar dimaksudkan agar konsumen dapat memperoleh gambaran yang benar tentang suatu produk, karena dengan informasi tersebut konsumen dapat memilih produk yang diinginkan serta terhindar dari kerugian akibat kesalahan dalam penggunaan produk.

Sebagai pengguna dan pemakai barang dan jasa, konsumen memiliki sejumlah hak dan kewajiban. Salah satunya yakni pengetahuan tentang hak-hak dari konsumen, dimana hal ini bertujuan agar konsumen menjadi kritis dan mandiri serta mampu memilih dengan bijak dan benar atas apa yang menjadi pilihannya.

2. Hak konsumen untuk Menuntut Penggantian Kerugian

Penggantian kerugian atas barang dan jasa, kaitannya dalam perlindungan kepada konsumen, yang dalam hal ini mengalami kerugian akibat barang dan jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya, maka pihak penjual ataupun market place wajib untuk memberikan penggantian atau pengembalian atas produk, dan bertanggung jawab memberikan ganti rugi atau kerusakan sesuai dengan yang telah diatur dalam pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Hak atas kerugian yang dalam hal ini dimaksudkan untuk memulihkan keadaan yang telah menjadi rusak (tidak seimbang) akibat adanya penggunaan barang atau jasa yang tidak memenuhi harapan konsumen. Hak ini sangat terkait dengan penggunaan produk yang telah merugikan konsumen, baik yang berupa kerugian materiil, maupun kerugian yang menyangkut diri konsumen. Untuk merealisasikan hak ini tentu saja harus melalui prosedur tertentu, baik yang diselesaikan secara damai (di luar pengadilan) maupun yang di selesaikan melalui pengadilan.

3. Hak Konsumen untuk Mengadukan Permasalahan

Pengaduan permasalahan yang berkaitan dengan kerugian yang dialami oleh konsumen sebenarnya berada di dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang mengatur mengenai hak-hak dari konsumen, salah satunya hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa secara patut. Hak ini tentu saja dimaksudkan untuk memulihkan keadaan konsumen yang telah dirugikan akibat penggunaan produk, dengan melalui jalur litigasi maupun nonlitigasi.

Apabila dalam hal transaksi, konsumen yang merasa hak-haknya, telah dilanggar perlu sebenarnya untuk mengadukan kepada lembaga yang berwenang. Selain itu, konsumen juga bisa meminta bantuan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) terlebih dahulu untuk meminta bantuan hukum dan advokasi atau bisa langsung menyelesaikan ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dan adapula Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) yang merupakan salah satu LPKSM untuk membantu konsumen agar hak-haknya dapat terlindungi.

4. Menyelesaikan Sengketa Konsumen

Penyelesaian sengketa konsumen yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen maupun UU ITE sebenarnya sudah mengatur akan hal itu, pemilihan penyelesaian sengketa baik di pengadilan maupun di luar pengadilan merupakan hak dari konsumen untuk memilihnya, dasar adanya pemilihan dalam penyelesaian sengketa konsumen ialah Pasal 45 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, di mana disebutkan bahwa: “Setiap konsumen yang dirugikan bisa menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum”.

Pemberian kebebasan dalam upaya penyelesaian sengketa konsumen baik menggunakan jalur litigasi maupun non litigasi merupakan pilihan dari konsumen agar tercapainya hak mereka. Tentunya pemilihan lembaga mana yang akan menjadi pilihan konsumen adalah yang mereka anggap menguntungkan bagi dirinya.

5. Hak untuk memperoleh pendidikan konsumen

Hak untuk memperoleh pendidikan konsumen ini dimaksudkan agar konsumen memperoleh pengetahuan maupun keterampilan yang diperlukan agar dapat terhindar dari kerugian-kerugian akibat dari penggunaan produk, dan lebih kritis serta teliti dalam memilih produk yang akan ia beli.

Selain itu bentuk perlindungan yang diberikan kepada konsumen dalam transaksi *e-commerce* jual beli *online* dengan lahirnya Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dapat dibagi menjadi 4 (empat), yaitu:

1. Adanya pengawasan terhadap pelaku usaha, meliputi kejelasan identitas, serta harus meliputi izin resmi dari pejabat yang berwenang. Pasal 9 Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008.
2. Perlindungan terhadap data pribadi konsumen agar tidak disalahgunakan, karena pihak konsumen sringkali sebelum mulai melakukan transaksi diharuskan untuk memberikan informasi mengenai identitas diri secara lengkap. Pasal 26 Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008.
3. Pemberian informasi yang jelas dan benar mengenai produk (barang dan/atau jasa), hal ini merupakan hak konsumen yang diakomodasi oleh Pasal 9 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008.
4. Pemberian informasi yang jelas dan lengkap mengenai mekanisme transaksi serta hal-hal yang berkenaan dengan transaksi.

E. Bentuk Pertanggung Jawaban Platform Media Sosial Instagram sebagai penyedia layanan *Marketplace* Apabila Konsumen Mengalami Kerugian

Pertanggung jawaban media sosial Instagram kaitannya dengan transaksi yang dilakukan oleh konsumen yang mengalami kerugian tidak berupa penggantian barang secara fisik atau penggantian secara langsung barang yang konsumen beli, namun pertanggung jawaban dalam hal ini mencakup :¹⁵⁸

1. Sarana atau media pelaporan. Jaminan dan perlindungan yang di berikan kepada pelaku usaha ataupun pembeli untuk memblokir akun-akun yang melakukan penipuan tentu berangkat dari adanya laporan-laporan yang di sampaikan oleh para pihak melalui fitur yang ada pada instagram dengan cara membuka profil akun penipu klik menu lainnya (:) di bagian pojok kanan atas kemudian pilih menu laporkan, klik laporkan akun lalu pilih konten postingan yang ingin di laporkan, klik penipuan atau penggelapan, dan laporan sudah masuk dan akan segera di proses.
2. Melakukan pemblokiran terhadap akun yang terbukti melakukan tindakan yang merugikan konsumen. Sebagai bentuk tanggung jawab Instagram pemblokiran terhadap akun memungkinkan akan di lakukan oleh Instagram. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa barang ang mereka ajukan mematuhi semua Undang-Undang dan di izinkan untuk di daftarkan untuk di jual sesuai dengan ketentuan dan kebijakan.
3. Perlindungan terhadap penyalahgunaan data yang digunakan oleh pihak lain.
4. Dalam hal ini Instagram sebagai penyedia layanan *marketplace* memberikan perlindungan baik terhadap data pribadi kepada

¹⁵⁸Hasil wawancara bersama Abdun Mufid, selaku ketua LP2K Jawa Tengah, Semarang 21 April 2022

penggunanya sejak saat mendaftarkan diri sebagai pengguna instagram.

5. Instagram menghendaki setiap konsumennya untuk mengisi data-data diri yang selengkap-lengkapnya dan valid.

Atas dasar hal tersebut, maka pihak Instagram memiliki tanggung jawab untuk melindungi data-data konsumen dari pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab yang ingin melakukan pencurian akan data-data tersebut melalui peretasan akun.

Pertanggung jawaban Instagram sebagai penyedia layanan *marketplace* kaitannya dalam hal pemberian perlindungan terhadap konsumen, menurut penulis belum bisa di katakan mampu untuk memenuhi hak yang patut di berikan kepada konsumen yang mengalami kerugian, karena pertanggung jawaban Instagram kepada konsumen belum memenuhi dasar pertanggung jawaban yang di atur dalam Bab VI Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 19 sampai dengan Pasal 28 yang seharusnya di jadikan acuan Instagram untuk mengikat bagi mereka yang dikatakan sebagai pelaku usaha, dan di pertegas lagi dengan Pasal 26 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan:

“Pelaku usaha yang memperdagangkan jasa wajib memenuhi jaminan dan/atau garansi yang di sepakati dan/atau yang diperjanjikan”.

Tanggung jawab *marketplace* terhadap konsumen maupun pelaku usaha dalam jual beli melalui internet atau *e-commerce* belum diatur secara spesifik baik dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) maupun Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Misalnya dalam Undang-Undang perlindungan konsumen kita hanya akan menemukan aturan yang mengatur jual beli secara konvensional tradisional, dimana transaksi yang menemukan antara penjual dan pembeli secara langsung, sedangkan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik mengatur tentang transaksi elektronik

pada umumnya yang tidak ada penyebutan secara khusus untuk jual beli *online* atau *e-commerce* maupun *marketplace*. Contohnya pasal 28 Ayat (1) UU ITE yang berbunyi bahwa setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik.

Bagi para pelaku penyebar berita bohong bakal dipidana penjara paling lama 6 tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah). Kelemahan inilah yang menjadi salah satu faktor yang mempersulit seberapa jauh kemudian *marketplace* harus ikut serta menjamin kerugian terhadap konsumen dalam menuntut pertanggungjawaban pelaku usaha dalam jual beli *online* jika terjadi kerugian bagi konsumen yang disebabkan oleh pelaku usaha.

Jika kita mengacu kepada prinsip perjanjian secara umum, perusahaan penyedia layanan, pelaku usaha tidak bisa lari dan mengabaikan tanggung jawabnya sebagai orang yang menjual atau menyediakan barang/jasa. Sesuai dengan kajian dari penulis, tanggung jawab perusahaan dan pelaku usaha terhadap konsumen dalam transaksi jual beli *online* secara spesifik melingkupi pertanggung jawaban kontraktual dan pertanggung jawaban produk.

Pertanggung jawaban kontraktual *contractual liability* adalah tanggung jawab perdata atas dasar perjanjian/kontrak dari perusahaan dan pelaku usaha (baik barang/jasa) terhadap kerugian yang dialami konsumen. Dimana dalam *contractual liability* terdapat suatu perjanjian atau kontrak (hubungan langsung) antara perusahaan dengan pelaku usaha, dan pelaku usaha dengan konsumen¹⁵⁹.

Pasal 1320 KUHPerdata menyebutkan ada 4(empat) syarat sahnya suatu perjanjian yaitu: Kata sepakat antara para pihak yang membuat perjanjian; kecakapan untuk melakukan tindakan hukum; hal tertentu;

¹⁵⁹Tami Rusli, “ Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen”, *Jurnal PRANATA HUKUM*, Vol. 7. 12 Januari 2012

sebab yang halal(legal).Syarat ke-1 dan ke-2 disebut sebagai syarat subjektif yang apabila tidak memenuhi maka satu pihak dapat meminta pembatalan perjanjian yang telah di buat. Syarat ke-3 dan ke-4 disebut syarat objektif yang apabila tidak terpenuhi berakibat perjanjian tersebut batal demi hukum.

Selain itu, identifikasi penjual dan juga pembeli adalah faktor esensial dalam menentukan tanggung jawab kontraktual (*contractual liability*) yang muncul akibat perjanjian *online*. Karena dalam transaksi jual beli *online* baik penjual maupun pembeli tidak saling bertemu dan melakukan kontrak perjanjian secara langsung, melainkan mereka hanya depertemukan lewat media internet.

Keuntungan dari adanya hal ini bagi konsumen adalah adanya kewajiban yang bersifat mutlak (*strict obligation*), yaitu kewajiban yang tidak di dasarkan pada upaya yang telah dilakukan produsen untuk memenuhi janjinya. Artinya, walaupun produsen telah berupaya memenuhi kewajiban dan janjinya, tetapi konsumen tetap mengalami kerugian, maka produsen tetap dibebani tanggung jawab untuk mengganti kerugian.

Dengan demikian bukanlah Undang-Undang yang menentukan pembayaran ganti rugi dan berapa besarnya ganti rugi apabila dalam transaksi yang mereka lakukan mengalami sebuah kerugian diantara pihak, melainkan kedua belah pihak yang menentukan semuanya dalam perjanjian. Karena apa yang di perjanjikan tersebut, mengikat sebagai Undang-Undang bagi mereka yang membuatnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis pembahasan mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* melalui media sosial Instagram, maka kesimpulan yang dapat di ambil ialah:

1. Praktik jual beli *online* yang ada di Instagram hampir sama dengan marketplace pada umumnya yaitu menggunakan transaksi bisnis C2C (*customer to customer*) dan B2C (*Bussiness to Consumer*), yang membedakan adalah dalam penyajian gambar yang visualnya lebih menarik sehingga menumbuhkan minat konsumen untuk membeli barang yang ada di media sosial Instagram.
2. Perlindungan hukum yang diberikan Instagram sebagai penyedia *marketplace* berkaitan perlindungan terhadap konsumen yang mengalami kerugian yang di sebabkan oleh penjual, baik karena wanprestasi, perbuatan melawan hukum, penipuan pembobolan atau jenis perbuatan lainnya yang di sebabkan oleh pelaku usaha, beban pertanggung jawabannya di bebaskan kepada pelaku usaha atau pihak lainnya yang menyebabkan kerugian tersebut. Adapun perlindungan yang di berikan Instagram adalah hanya sebatas pengawasan sebagai *regulator* yang menyediakan tempat untuk bertransaksi dengan baik, *regulator* yang mengimplementasikan variasi tindakan kemanan untuk menjaga keselamatan data pribadi para pihak yang ada di Instagram atau dibawah kendali Instagram.

B. Saran

Rekomendasi penulis berkaitan dengan penelitian yang penulis lakukan ialah:

1. Pemerintah sebagai lembaga yang memiliki fungsi pembentukan, penerbitan atau pembuatan Undang-Undang yang berkaitan dengan

transaksi *e-commerce* harus lebih menegaskan secara spesifik seberapa jauh tanggung jawab pelaku usaha ataupun *marketplace* agar bisa terlibat dalam hal pemberian ganti kerugian yang dialami konsumen. Perlunya peraturan khusus dalam hal penanganan yang berkaitan dengan transaksi *e-commerce* tentu akan memberikan payung hukum baru sebagai suatu upaya dalam penanganan masalah *e-commerce*.

2. Konsumen sebagai pihak yang sering di rugikan dalam transaksi elektronik seharusnya bisa lebih selektif, teliti dan hati-hati dalam setiap transaksi yang akan dilakukan.
3. LP2K sebagai lembaga yang turut serta dalam penanganan perlindungan hukum terhadap konsumen yang mengalami kerugian seharusnya bisa lebih aktif lagi untuk mensosialisasikan keberadaannya, agar eksistensinya dikenal dan di ketahui masyarakat luas.
4. Adanya sosialisasi dan pembinaan terhadap konsumen, baik yang dilakukan oleh pemerintah ataupun dari lembaga-lembaga perlindungan konsumen, agar konsumen lebih selektif dan kritis dalam memilih produk kebutuhan yang mereka inginkan guna meminimalisir terjadinya kerugian terhadap konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Achmad Yulianto dan Mukti Fajar ND, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010).

Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015).

Al-jaziri, Abdurrahman, *al-Fiqh 'Ala Madzhab al-arba'ah*, juz II, (Beirut: Daar al-kutb al-Ilmiyah, t.th).

Arikunto, Suharsimi, *Prosedur penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002).

ash Shiddiqy, M. Hasbi, *Hukum-Hukum Fiqh Islam*, cet 1, (Semarang: Pustaka Rizki Putra, 1997).

Bahauddin Nur Salim Bakar al-Husaini, Taqiyyudin Abi, *Kifayat al-Akhyar*, jus 1, (Semarang: Toha Putra t.th).

Barakatullah, Abdul Halim, *Hukum Transaksi Elektronik*, (Bandung: Nusa Media, 2017).

Barkatullah, Abdul Halim, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi E-commerce Lintas Negara di Indonesia* (Yogyakarta: FH UII Press 2009).

Dewi, Eli Wuria, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu 2015).

Erlinawati, Mira dan Widi Nugrahaningsih, *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Online*, (Surakarta: CV Pustaka Bengawan, 2017).

Gultom Elisatris, *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Perdagangan melalui media electronic commerce*, (Jakarta: Ellips Media, 2009).

Hariato, Dedi, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen (Terhadap Periklanan yang Menyesatkan)*, (Bogor: Gahlia Indonesia, 2010).

Hartono, Sri Redjeki, *Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Pada Era Perdagangan Bebas, Dalam Perlindungan Konsumen* (Bandung : Mandar Maju, 2000).

Hasan, M. Ali, *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam (Fih Muamalah)*, (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2003).

Herdiansyah, Haris, *Metodologi penelitian kualitatif untuk ilmu-ilmu sosial* (Jakarta: Salemba Humanika, 2012).

Hoeve, Van, *Ensiklopedia Indonesia*, Jilid 7, (Jakarta: Ichtiar Baru, 1984).

Khairandy, Ridwan, *Hukum Kontrak Indonesia : Dalam Perspektif Perbandingan* (Bagian Pertama), (Yogyakarta: FH UII Press, 2013)

Khairandy, Ridwan, *Perjanjian Jual Beli*, Ctk. 1, (Yogyakarta: FH UII Press 2016)

Khairandy, Ridwan, *Perjanjian Jual Beli*, Ctk. 1, (Yogyakarta: FH UII Press).

Makarim, Edmon, *Pengantar Hukum Telematika Suatu Kompilasi Kajian*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005).

Makarim, Edmon, *Pengantar Hukum Telematika*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada,2005).

Moleong, Lexy, J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya,2005).

Muhammad, Abdulkadir, *Hukum dan Penelitian Hukum*, (Bandung:PT. Citra Aditya Bakti).

Nadzir, Muhammad, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003).

Patrik, Purwahid, *Dasar-Dasar Hukum Perikatan (Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian Dan Dari Undang-Undang)*, (Bandung:Mandar Maju, 1994).

Prodjodikoro, Wirjono, *Asas-Asas Hukum Perjanjian*, (Bandung:Sumur,1999),

Putra I.B Wisa dan Lili Rasjidi , *Hukum Sebagai Suatu Sistem*,(Bandung: Remaja Rusdakarya, 1993).

Raharjo, Satjipto, *Ilmu Hukum*, (Bandung : PT Citra Aditya Bakti, 2000).

Riswandi, Budi Agus, *Hukum Dan Internet Indonesia* (Yogyakarta: UI press, 2003)

Sabiq, Sayyid, *Fiqh al-sunnah*, Terj. Kamaluddin dan Marzuki, (Bandung: Al-Maarif, 1987).

Setiawan Okta, I Ketut, *Hukum Perikatan*, (Jakarta:Sinar Grafika, 2016).

Siwi Kristiyanti, Celina Tri, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2010)

Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta:PT Grasindo, 2004).

_____, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*,(PT Grasindo, Jakarta, 2006).

Sjahputa, Imam, *problematika hukum internet Indonesia* (Jakarta: prehalindo,2002).

Subekti, R., *Hukum Perjanjian*, (Jakarta:Pembimbing Masa, 1997), Ctk. 4.

Suryati, *Hukum Perdata*, (Yogyakarta:Suluh Media,2017)

Taufani, Galang & Suteki, *Metodologi Penelitian Hukum (Filsafat Teori dan Praktik)*, (Depok: PT Grafindo Persada, 2018).

Tim Penyelenggara Penerjemah al-Qur'an, al-Qur'an dan Terjemahan. Medinah: Muamma' al-Malik Fahd li Thiba'at al-Mushaf al_Syarif, 1418 H.,

Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, edisi kedua, Ctk. I, (Jakarta:Balai Pustaka 1991).

Winami,Ending Widi, *Teori dan praktik penelitian kuantitatif kualitatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2018).

Yodo Sutarman Ahmadi Miru dan, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2004).

Zainuddin, Ali, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta :Sinar Grafika, 2014).

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

JURNAL DAN PENELITIAN

Crisan Chairunnisa, Jeumpa dan Cindy Aulia Khotimah, dalam jurnal BLR, volume one, Nomor: *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online (E-commerce)*, Yogyakarta: Bussines law community UII, tt.

Nur masyithah ziauddin, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Pada Transaksi Jual Beli Online*, di akses dari <http://jurnal.ar.raniry.ac.id/index.php/petita/index> ISSN.P:2502-8006 ISSN-E: 2549-8274. Minggu 29 Mei 2022

Aprista Ristyawati, “Efektifitas Kebijakan Pembatasan Sosial Bersekala Besar dalam Masa Pandemi Corona Virus 2019 oleh Pemerintah Sesuai Amanat UUD NRI Tahun 1945” dalam *Administrative Law & Govenance Journal*. (Semarang : Universitas Diponegoro).

Khadfi, Muhammad”*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-commerce*”Skripsi- Universitas Islam Negri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2019.

Serenia, Ruth, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Dirugikan Dalam Transaksi Jual Beli Pada Situs Belanja Online Shoope*, Skripsi: Universitas Sumatra Utara, Fakultas Hukum, 2019.

Elma Naf'an, Wahyu, *Aspek hukum transaksi jual beli secara online dengan media facebook*, Skripsi: Universitas Jember Fakultas Hukum, 2014

Sholikin, *Perlindungan Hak-Hak Konsumen Transaksi Jual Beli Online Perspektif Hukum Islam dan Hukum positif Indonesia*, Skripsi, Fakkultas Syariah dan Hukum Sunan Kalijaga Yogyakarta

Nurpadzila, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perjanjian Jual Beli Online*, Skripsi: Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Muhammadiyah Mataram, 2020.

Prabandari, Retno, *Jenis-jenis Perjanjian Sebagai Dasar Hukum dalam Pengalihan Hak Guna Bangunan Objek Hak Tanggungan*, terdapat dalam [http://eprints.undip.ac.id/18808/1/RETNO PRABANDARI](http://eprints.undip.ac.id/18808/1/RETNO_PRABANDARI). September 2022

Rosalinda Elsim Latumahina, "Aspek-Aspek Hukum Dalam Transaksi Perdagangan Secara Elektronik", *Jurnal GEMA AKTUALITA*, Vol. 4. 1, Juni

Rusli, Tami, "Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen", *Jurnal PRANATA HUKUM*, Vol. 7. 12 Januari

Ulumuddin, "kajian Undang-Undang Perlindungan Konsmen dalam Perspekif Hukum Islam", *ornal PRANATA HUKUM*, VOL. 3. Juli-Desember 2009.

PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Undang-Undang Dasar Negara Reublik Indonesia Tahun 1945

Peraturan Pemerintah Nomor. 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggara Sistem Transaksi Elektronik.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

LAIN-LAIN

Atome, *Menengok Perkembangan E-commerce di Indonesia* di akses dari <https://www.atome.id/blog/menengok-perkembangan-e-commerce-di-indonesia#:~:text=Bisnis%20e%2Dcommerce%20di%20Indonesia,di%20kisaran%20Rp%20337%20triliun>. September 2022.

Ayu Rizaty, Monavia, 10 Negara dengan pengguna terbanyak (juta hingga Juli 2021) diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/03/inilah-negara-negara-pengguna-instagram-terbanyak-indonesia-urutan-berapa>. September 2021

Budi, *Ruang Lingkup E-commerce* di akses dari <http://www.cert.or.id/-budi/articles/1999-02.pdf>, September 2022.

Cara Pelanggan Memesan Produk Melalui Instagram *Shop* di akses dari <https://mokaoshelp.zendesk.com>. Agustus 2022.

Hukum Online,” Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Belanja Online” diakses dari <http://www.hukumonline.com/klinik/detail/It50bf69280b-lee/perlindungan-hukum-bagi-konsumen-belanja-online> pada Mei 2021

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) online, di akses dari <https://kbbi.web.id/pandemi>, September 2021.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) online, <https://kbbi.web.id/pertanggung>. September 2022.

Sejarah Instagram diakses dari <https://repository.uin-suska.ac.id/20667/9/9.%BAB%20IV.pdf>. Agustus 2022

Wikipedia “Instagram” di akses dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram> September 2021.

Suwandono, Agus, *Ruang Lingkup Hukum Perlindungan Konsumen*, Di akses dari repository.ut.ac.id September 2022

NARASUMBER WAWANCARA

1. AbdunMufid, S.H (Ketua Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen Jawa Tengah)
2. Novia Dewi Leni Nasari (korban wanprestasi jual beli *online* melalui media sosial Instagram)
3. Zohan Dian Nur (korban wanprestasi jual beli *online* melalui media sosial Instagram)
4. AprelaCatur (korban wanprestasi jual beli *online* melalui media sosial Instagram)
5. Lia Safitri (korban wanprestasi jual beli *online* melalui media sosial Instagram)

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Surat Keterangan melakukan wawancara di Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Kosumen Jawa Tengah



YAYASAN LP2K JAWA TENGAH

Yayasan Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen Jawa Tengah
Institute For Consumer Development and Protection Central Java

Jl. Taman Borobudur Utara XII / 11, Manyaran - Semarang, Telp. (024) 761 4875
Fax (024) 7600490 Email : konsumen_lp2k@yahoo.com

SURAT KETERANGAN

Nomor : 51/PH.Yay.LP2K
Jtg/IV/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ABDUN MUFID, S.H.
Jabatan : Ketua Pengurus
Harian

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : M. KHOIRIL ANAM
NIM : 1602056008
Fakultas : Syarifah dan Hukum Jurusan Ilmu Hukum
Universitas : Universitas Islam Negeri Walisongo
Semarang

Telah melaksanakan kegiatan penelitian/riset pada Yayasan Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) Jawa Tengah, dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul : *"Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Melalui Media Sosial Instagram"*.

Demikian surat keterangan ini dibuat sebenar benarnya, untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Semarang
Pada Tanggal : 22 April
2022

Pengurus Harian Yayasan Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen
(LP2K) Jawa Tengah

ABDUN MUFID, S.H.
Ketua

Yayasan LP2K Jawa Tengah adalah Lembaga Swadaya Masyarakat yang bergerak dalam bidang pembinaan dan perlindungan konsumen dengan motto membantu konsumen agar dapat melindungi dirinya sendiri, menjaga martabat produsen, dan membentuk pemerintah. Pengesahan Akte Pendirian berdasarkan akte notaris Sasmito Raharjo, SH No. 03 tanggal 05 April 2012 dan Keputusan Menteri Hukum Dan HAM RI No. AHU-5804.AH-01-04 tahun 2012, serta Tanda Daftar Lembaga Perlindungan Konsumen (TDLPK) No. 05/DPP/TDLPK/XI/2007. Yayasan LP2K Jawa Tengah adalah anggota Consumers International (CI) sejak tahun 1998

2. Daftar Pertanyaan Wawancara

2.1 Kepada Abdun Mufid, S.H. (Ketua LP2K)

- a) Apa LP2K itu, dan apa bedanya dengan YLKI?
- a) Apa saja yang menjadi atau dapat dijadikan (di lindungi) oleh LP2K sebagai lembaga perlindungan?
- b) Berkaitan dengan jual-beli online (*e-commerce*) berapa besar pelaporan yang mengadukan terkait perlindungan terhadap konsumen?
- c) Melihat permasalahan tersebut, sebenarnya apa saja permasalahan atau problem yang sering terjadi atau sering dilaporkan konsumen ke LP2K terkait dengan jual beli online?
- d) Melihat permasalahan tersebut apa yang melatar belakangnya?
- e) Berapa besaran pelaporan yang dilaporkan konsumen ke LP2K?
- f) Langkah apa yang harus dilakukan konsumen agar terhindar dari hal-hal yang bisa merugikan saat melakukan transaksi online?

2.2 Kepada Korban Wanprestasi Jual Beli *Online* Melalui Media Sosial Instagram

- a) Bagaimana kronologi wanprestasi yang dialami melalui jual beli online melalui media sosial Instagram?
- b) Kapan peristiwa itu terjadi?
- c) Upaya apa yang dilakukan setelah mengetahui telah terjadi wanprestasi tersebut?
- d) Setelah melakukan upaya-upaya tersebut apakah barang yang menjadi objek wanprestasi tersebut bisa kembali atau tidak?
- e) Kenapa tidak melaporkan ke Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen?

3. Foto Wawancara Dengan Narasumber

3.1 Foto Bersama Abdun Mufid, S.H (ketua LP2K)



3.2 Foto Screenshot Wawancara Bersama Novia Dewi Leni Nasari (korban wanprestasi jual beli *online* melalui media sosial Instagram)



3.3 Foto Bersama Zohan Dian Nur (korban wanprestasi jual beli *online* melalui media sosial Instagram)



3.4 Foto Bersama AprelaCatur (korban wanprestasi jual beli *online* melalui media sosial Instagram)



3.5 Foto Bersama Lia Safitri (korban wanprestasi jual beli *online* melalui media sosial Instagram)



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Biodata Pribadi

Nama : M. Khoiril Anam
Tempat, tanggal lahir : Jepara, 26 Mei, 1998
Jenis kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Alamat : Tanjung Rt 18 Rw 03, Pakis Aji, Jepara
Email : abdipurnama26@gmail.com
No whatsapp : 083843424783
Motto :

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal

- a. Program studi Ilmu Hukum Fakultas Syariah dan Hukum
UIN Walisongo Semarang
- b. SMA Islam Sultan Agung 02 Jepara (2013-2016)
- c. MTS Miftahul Ulum Tanjung (2010-2013)
- d. MI Miftahul Ulum Tanjung (2004-2010)
- e. RA Siti Fatimah Tanjung (2003-2004)

2. Pendidikan Non Formal :

- a. Pondok Pesantren Al-Falah Bakalan Jepara

C. Pengalaman Organisasi

1. Lembaga Riset dan Debat Fakultas Syariah dan Hukum
2. Perhimpunan Mahasiswa Hukum Indonesia

Semarang, 12 September 2022

M. Khoiril Anam

NIM. 1602056008