

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN YANG MELAKUKAN TRANSAKSI ONLINE MELALUI FITUR MARKETPLACE PADA APLIKASI FACEBOOK

Dewa Putu Ady Wiraz Peremana, Fakultas Hukum Universitas Udayana,
e-mail : balondewa@gmail.com

I Made Sarjana, Fakultas Hukum Universitas Udayana,
e-mail : made_sarjana@unud.ac.id

doi: <https://doi.org/10.24843/KS.2023.v12.i01.p13>

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini yaitu agar dapat mengetahui upaya perlindungan hukum yang diperoleh pembeli dalam melakukan suatu transaksi jual-beli *online* melalui fitur *Marketplace* yang terdapat dalam aplikasi *Facebook* yang ditinjau berdasarkan “Undang-Undang (UUPK)” serta “Undang-Undang (UU ITE)” beserta bagaimana penyelesaian sengketa konsumen apabila terjadi permasalahan hukum dalam melakukan transaksi jual-beli *online* melalui fitur *Marketplace* dalam aplikasi *Facebook*. Penelitian ini menggunakan penelitian hukum normatif dengan menganalisis suatu norma hukum dan menggunakan pendekatan perundang-undangan. Dari hasil penelitian adanya perlindungan hukum terhadap transaksi jual-beli *online* melalui fitur *Marketplace* dibatasi oleh UU ITE yang mengharuskan dalam penyebaran konten promosi ataupun perdagangan harus ada batasan jangan sampai konten tersebut mengganggu ketertiban umum, kesusilaan, dan UU, mengenai transaksi jual belinya yang memuat kewajiban, hak serta sanksi dari pihak pelaku usaha ataupun konsumen diatur dalam UUPK, serta mengenai penyelesaian sengketa konsumen bilamana terjadi permasalahan hukum pada saat melakukan transaksi jual-beli *online* melalui fitur *marketplace* yang terdapat pada aplikasi *facebook* dapat dilakukan dengan jalur litigasi ataupun non litigasi yang diatur dalam UUPK.

Kata Kunci : Transaksi Online, *Social Media*, *Marketpace*, Perlindungan Konsumen

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out the legal protection efforts obtained by buyers in carrying out a buying and selling transaction online through features Marketplace which is available in the application Facebook reviewed based on the "Law (UUPK)" and "Law (UU ITE)" along with how to resolve consumer disputes if there are legal problems in buying and selling transactions online through features Marketplace in application Facebook. This study uses normative legal research by analyzing a legal norm and using a statutory approach. From the results of the study, there is legal protection for online buying and selling transactions through features Marketplace limited by the ITE Law which requires that in the dissemination of promotional or trading content there must be limits not to let the content disturb public order, decency, and the law, regarding buying and selling transactions that contain obligations, rights and sanctions from the parties of business actors or consumers are regulated in UUPK, and regarding consumer dispute resolution in the event of legal issues when conducting buying and selling transactions online through features marketplace available in the application facebook can be carried out by litigation or non-litigation channels regulated in UUPK.

Keywords : Online Transactions, *Social Media*, *Marketpace*, Consumer protection

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan Internet saat ini menjadikan perekonomian dunia masuk ke dalam era baru yang dimana kini lebih terkenal dengan istilah ekonomi digital (*digital economic*). Hal tersebut dapat kita lihat dengan bertambah banyaknya kegiatan perekonomian menggunakan internet yang dijadikan sebagai media komunikasi. Salah satunya adalah perdagangan, yang dimana semakin banyak orang memanfaatkan perdagangan elektronik atau yang sering disebut dengan istilah *electronic commerce (e-commerce)* yang dijadikan sebagai media transaksi. *E-commerce* didefinisikan sebagai proses pembelian, penjualan, dan perdagangan barang serta penyediaan informasi dengan menggunakan jaringan komputer yang terhubung dengan internet. *E-commerce*, juga dikenal sebagai kependekan dari *electronic commerce* (perdagangan secara elektronik), adalah transaksi bisnis yang dilakukan melalui jaringan elektronik, seperti internet. Siapa saja yang dapat menggunakan komputer, memiliki koneksi internet, dan mengetahui cara membayar barang atau jasa yang mereka beli dapat berpartisipasi dalam *e-commerce*.¹

Perdagangan elektronik (*e-commerce*) kini sudah mereformasi perdagangan konvensional, dimana interaksi antara konsumen dengan pelaku usaha yang sebelumnya dilakukan secara langsung, yang dengan adanya perdagangan elektronik, kini menjadi interaksi yang tidak langsung. Pandangan bisnis klasik juga semakin berubah seiring dengan adanya interaksi antara produsen dan konsumen dalam dunia virtual. Perdagangan yang digunakan dalam *e-commerce* dibuat guna mendapatkan kesepakatan antara penjual dan pembeli secara daring atau *online*. Kesepakatan ini dibuat pada saat barang dibeli hingga sampai langsung ke tangan konsumen. Pengertian daripada *e-commerce* juga tertuang dalam Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang ITE (Informasi dan Transaksi Elektronik) No. 11 Tahun 2008 yang mengatur, "Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya".

Perdagangan yang dijalankan secara online pada umumnya dapat disamakan dengan perdagangan yang dilakukan secara langsung (konvensional) karena sama-sama mengandung asas konsensualisme yaitu sebagai perantara antara kedua belah pihak yang bertransaksi. Perbedaan utama antara transaksi yang dilakukan di sini yaitu media yang digunakan. Secara umum, transaksi tradisional dijalankan secara langsung serta dilakukan secara perlahan, sedangkan transaksi *online* dijalankan menggunakan internet sebagai medianya. Transaksi *online* disini juga dapat dilakukan kapan dan dimana saja apabila kita sudah terhubung dengan internet.

Siapa yang tak kenal dengan *Facebook* ? *Facebook* merupakan media sosial yang sangat banyak digunakan pada era yang serba digital seperti sekarang ini. Melihat banyaknya pengguna *Facebook* sekarang ini, amat sangat memungkinkan bagi para penggunanya untuk dapat melakukan interaksi antara sesama pengguna kapanpun dan dimanapun mereka berada. *Facebook* juga memiliki fitur di dalamnya yang bernama *Marketplace* pada aplikasinya. Fitur tersebut dapat

¹ Sarif Hidayat, Hari Suryantoro, dan Jansen Wiratama "Pengaruh Media Sosial *Facebook* Terhadap Perkembangan *E-Commerce* di Indonesia", Jurnal SIMETRIS, Vol. 8 No. 2 (2017) <https://jurnal.umk.ac.id/index.php/simet/article/view/1165/1082>.

dikatakan suatu pasar digital yang menjadi wadah dalam kegiatan transaksi bagi sesama pengguna *Facebook*. Aplikasi *Facebook* sendiri yang dimana di dalamnya terdapat fitur *Marketplace* tersebut, hanya menyediakan tempat atau sarana untuk melakukan suatu transaksi dan tidak menyediakan fasilitas pengiriman barang atau pembayaran. Sehingga apabila para pihak atau pengguna yang melakukan transaksi melalui fitur *Marketplace* dalam media sosial *Facebook* harus mengatur pembayaran serta proses pengiriman barang yang diperjual belikan sesuai dengan kesepakatan yang sudah disepakati antara kedua belah pihak atau pengguna, tanpa adanya suatu jaminan keamanan dari pihak perantara (*Facebook*).

Mungkin terdengar praktis dan simple, tetapi dalam pelaksanaan kegiatan perdagangan *online* dalam fitur *Marketplace* yang terdapat dalam aplikasi *Facebook* tentu juga memiliki kekurangan yang dimana kekurangan tersebut seringkali menimbulkan masalah ataupun permasalahan hukum bagi masing-masing penggunanya. Salah satu permasalahan hukum yang sering terjadi dalam transaksi jual-beli *online* pada *Marketplace* adalah maraknya penipuan yang dilakukan oleh pelaku usaha yang salah satunya seperti kurang terpenuhinya hak daripada konsumen pada transaksi yang dilakukan dalam media tersebut. Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan pihak *Facebook* tidak memiliki suatu fasilitas keamanan. Banyaknya kemudahan yang ditawarkan dalam melakukan transaksi jual-beli *online* ini tentu juga dibalikinya terdapat dampak negatif yang dimana para konsumen juga perlu waspada, mengingat transaksi jual-beli *online* ini tidak dapat bertemu dan bertatap muka secara langsung, yang dimana hal tersebut dapat memberikan kesempatan bagi para pelaku usaha untuk melakukan perbuatan yang dapat melanggar hak-hak konsumennya, terkecuali apabila sebelumnya masing-masing pihak sudah membuat perjanjian terlebih dahulu untuk bertemu secara langsung.

Dengan adanya permasalahan tersebut, tentu saja diperlukan suatu payung hukum yang bisa melindungi konsumen dalam melakukan transaksi jual-beli *online* menggunakan fitur *Marketplace* yang terdapat pada aplikasi *Facebook* ini yang memungkinkan para konsumen mendapatkan kerugian dikarenakan oleh pihak pelaku usaha pada aplikasi tersebut. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) serta UU ITE adalah Undang-Undang yang di dalamnya mengatur tentang perlindungan konsumen dan juga tentang transaksi *online*. Sebagai seorang pelaku usaha, sudah menjadi kewajibannya dalam memberi dan memenuhi hak daripada konsumennya. Dengan demikian, konsumen akan mendapatkan hak-haknya sebagai konsumen dan tidak dirugikan oleh pelaku usaha yang melakukan perbuatan tidak baik.²

Riset ini disusun penulis dengan orisinal untuk meminimalisir adanya plagiarisme dalam bentuk apapun, penelitian ini merupakan hasil gagasan dan pemikiran penulis dari unsur inovasi dan dikembangkan dari penelitian lainnya, Adapun sebagai berikut:

1. Jurnal ilmiah berjudul "Perlindungan Konsumen Atas Pembelian Produk Kamera Yang Mengandung Cacat Tersembunyi Pada Marketplace Online". Disusun oleh Putu Arya Wiguna, dan Anak Agung Sri Indrawati, pada tahun 2022 dipublikasikan di jurnal GARUDA GARBA RUJUKAN DIGITAL. Penelitian ini lebih menekankan upaya hukum ditempuh oleh konsumen atas pembelian

² Magfirah, Ester Dwi. "Perlindungan Konsumen Dalam E-Commerce." Jakarta: Grafikatama Jaya (2009), Hal. 41.

produk kamera yang mengandung cacat tersembunyi pada transaksi online melalui marketplace online.

2. Jurnal ilmiah berjudul "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Ketidaksesuaian Kualitas Barang Yang Dibeli Pada Aplikasi Belanja Tiktok Shop" Disusun oleh Gusti Ayu Sandrina, dan I Made Dedy Priyanto, pada tahun 2023 di publikasikan di jurnal Kerta Semaya. Penelitian ini menekankan pada perlindungan hukum terhadap konsumen apabila menerima barang berkualitas tidak sesuai dengan apa yang diberikan pada media tiktok.

Adapun focus dari penelitian jurnal ini perlindungan hukum apa yang didapatkan oleh konsumen yang melakukan transaksi jual-beli melalui fitur *Marketplace* dalam aplikasi *Facebook* berdasarkan UUPK serta UU ITE dan untuk menyelesaikan sengketa konsumen apabila terdapat permasalahan hukum dalam melakukan transaksi *online* pada fitur *Marketplace* dalam aplikasi *Facebook*.

1.2 Rumusan Masalah

Terdapat dua rumusan masalah yang dapat di tarik Berdasarkan uraian yang sudah dipaparkan di atas, yaitu :

1. Upaya perlindungan hukum apa yang didapatkan oleh konsumen yang melakukan transaksi jual-beli melalui fitur *Marketplace* dalam aplikasi *Facebook* berdasarkan UUPK serta UU ITE ?
2. Upaya apa yang dapat ditempuh untuk menyelesaikan sengketa konsumen apabila terdapat permasalahan hukum dalam melakukan transaksi *online* pada fitur *Marketplace* dalam aplikasi *Facebook* ?

1.3 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan daripada dibuatnya tulisan ini yaitu agar dapat mengetahui upaya perlindungan hukum yang diperoleh pembeli dalam melakukan suatu transaksi jual-beli *online* melalui fitur *Marketplace* yang terdapat dalam aplikasi *Facebook* yang ditinjau berdasarkan "Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 (UUPK)" serta "Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 jo Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 (UU ITE)" beserta Bagaimana penyelesaian sengketa konsumen apabila terjadi permasalahan hukum dalam melakukan transaksi jual-beli *online* melalui fitur *Marketplace* dalam aplikasi *Facebook*

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian hukum normatif merupakan metode penelitian yang diterapkan pada penulisan jurnal ini yang dimana metode normatif merupakan metode kajian hukum yang dikenal dengan analisis hukum normatif yang dimana mengedepankan pengertian hukum sebagai landasan suatu norma. Penelitian hukum doktrinal juga bisa disebut sebagai hukum normatif. Dalam kajian ini, hukum sering diartikan sebagai segala sesuatu yang tertulis dalam buku hukum dan sebagai aturan atau kaidah yang berfungsi sebagai perlindungan bagi masyarakat terhadap apa yang tidak adil dan tidak dapat dibenarkan. Selain itu, jurnal ini dibuat dengan menggunakan pendekatan undang-undang yang berkaitan dengan perlindungan konsumen.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Jual-Beli *Online* Melalui Fitur *Marketplace* Dalam Aplikasi *Facebook* Berdasarkan UUPK dan UU ITE

Setiap transaksi baik itu transaksi jual-beli secara langsung, ataupun transaksi jual-beli secara *online*, sudah pasti melibatkan dua belah pihak. Satu pihak merupakan seorang pelaku usaha dan satu pihak lagi merupakan seorang konsumen yang dimana mereka saling terhubung. Pasal 1 Angka 3 UUPK menjelaskan definisi daripada pelaku usaha yaitu "Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi." Kemudian, Adapun definisi Konsumen mengacu pada Pasal 1 angka 2 UUPK yaitu "Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan"

Akhir-akhir ini perdagangan *online* sudah banyak digunakan oleh masyarakat. Entah itu dalam bentuk barang ataupun jasa, yang dimana kegiatan transaksi ini sangat mudah dan praktis dilakukan. Transaksi tetap dapat dilakukan walau para pihak tidak dapat bertatap muka secara langsung. Kegiatan transaksi jual-beli *online* ini dapat memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi, maupun memudahkan pelaku usaha dalam pemasaran produknya sendiri.³ E-commerce adalah proses yang melibatkan pembelian, penjualan, dan pertukaran barang, jasa, dan informasi yang dapat diakses melalui internet, atau jaringan komputer.⁴ *Facebook* merupakan salah satu media sosial yang memungkinkan penggunaannya untuk melakukan percakapan dan berinteraksi yang berkelanjutan dengan sesama pengguna lainnya di seluruh dunia.⁵ Untuk memudahkan pengguna *Facebook* dalam melakukan penjualan dan pembelian, *Facebook* juga menyediakan fitur jual-beli di dalam aplikasinya yang bernama *Marketplace*. Fitur ini memiliki tiga pilihan menu utama yang dimana antara lain yaitu pencarian barang atau produk, membeli dan menjual barang, serta pencarian di kawasan terdekat.⁶ Saat pengguna dari *Facebook* membuka fitur *Marketplace* ini, para pengguna dapat melihat bermacam-macam foto entah itu barang ataupun jasa yang diperjual belikan dalam radius lokasi tertentu. Apabila konsumen tertarik dengan barang yang di jual, maka disematkan kolom obrolan agar dapat melakukan negosiasi atau tawar-menawar dengan pelaku usaha. Meskipun konsep transaksi tersebut terdengar praktis dan simple, tentunya *Marketplace* ini memiliki kekurangan yaitu pihak *Facebook* sendiri tidak memberikan suatu fasilitas yang dapat menjamin keamanan konsumen dalam melakukan transaksi jual-beli dalam fitur *Marketplace* tersebut. Pernyataan tersebut menyimpulkan bahwa aplikasi *Facebook* hanyalah

³ Devi, Komang Bulan Tri Laksmi, dan Ni Ketut Supasti Dharmawan. "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Terkait Cacat Tersembunyi Pada Barang Elektronik Dalam Transaksi *Online*." *Jurnal Kertha Samaya* 4, No.1 : 5.

⁴ Sarif Hidayat, Hari Suryantoro, dan Jansen Wiratama "Pengaruh Media Sosial *Facebook* Terhadap Perkembangan *E-Commerce* di Indonesia", *Jurnal SIMETRIS*, Vol. 8 No. 2 (2017)

⁵ Wijaya, I. Gede Krisna Wahyu, dan Nyoman Satyayudha Dananjaya. "Penerapan Asas Itikad Baik Dalam Perjanjian Jual Beli *Online*." *Kertha Semaya: Jurnal Ilmu Hukum* 6, No. 8 (2018). 6.

⁶ Rifaldi, Skripsi : *Transaksi E-Commerce Pada Facebook Marketplace Dalam Perspektif Ekonomi Islam* (Makassar: UIN Allaudin, 2019) Hal. 45

memberikan suatu wadah untuk melakukan kegiatan transaksi jual-beli tanpa adanya jaminan keamanan bagi konsumennya dan *Facebook* juga tidak memberikan fasilitas jasa berupa pengiriman kepada konsumen yang ingin melakukan transaksi. Oleh karena itu, para konsumen harus melakukan sebuah perjanjian dengan pelaku usaha terkait dengan pembayaran dan pengiriman barang yang ingin dibeli tanpa adanya jaminan keamanan dari pihak *Facebook*.⁷ Pada dasarnya, dalam melakukan sebuah transaksi jual-beli *online*, kedua belah pihak harus melakukan perjanjian terlebih dahulu, yang dimana perjanjian tersebut berupa kesepakatan antara kedua belah pihak melakukan satu hal yang sudah disepakati Bersama yang menimbulkan perikatan antara kedua belah pihak. Perjanjian yang sudah dibuat oleh kedua belah pihak harus didasarkan dengan itikad baik. Hal tersebut bertujuan agar kedua belah pihak tidak ada yang dirugikan. Itikad baik disini memiliki peran yang sangat penting, tentunya agar para konsumen yang ingin melakukan transaksi *online* mendapatkan informasi yang jelas atas barang yang ingin diperjual belikan serta mencegah terjadinya kesalahpahaman antara kedua belah pihak.

Apabila pelaku usaha tidak mempunyai itikad baik dan melakukan kegiatan yang bersifat merugikan konsumen, pelaku usaha dapat dikenakan pidana yang dimana berdasarkan Pasal 62 UUPK, yang mengatur "Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud 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)."

Perjanjian yang didasari dengan asas itikad baik dilakukan untuk mencegah kedua belah pihak agar tidak melakukan suatu hal yang sifatnya dapat merugikan salah satu pihak. Dalam perkembangan transaksi jual-beli *online* saat ini, masih banyak pelaku usaha yang sekiranya masih mengabaikan asas itikad baik pada kegiatan transaksi jual-beli yang dilakukannya, sehingga mengakibatkan ada salah satu pihak yang dirugikan. Adapun contoh yang marak terjadi yang mungkin sering kita jumpai di fitur *Marketplace* dalam aplikasi *Facebook* ini yaitu dimana harga yang dicantumkan pada iklan dalam *Marketplace* yang sangat murah, yang membuat konsumen atau pengguna fitur *Marketplace* ini tergiur untuk membelinya. Kemudian, setelah transaksi dilakukan, pelaku usaha tidak kunjung mengirim barang kepada konsumen dan konsumen tidak menerima barang yang sudah mereka beli. Undang-Undang Perlindungan konsumen dalam Pasal 16 huruf a mengatur bahwa "pelaku usaha dilarang untuk tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan".⁸

Banyaknya kemudahan dan kepraktisan yang ditawarkan dalam transaksi jual-beli *online* melalui aplikasi *Facebook* ini, tidak menutup kemungkinan bahwa dalam melakukan transaksi tidak ada dampak negatifnya. Salah satu dampak negatifnya yaitu tidak adanya fasilitas keamanan yang dijanjikan kepada konsumen dalam melakukan transaksi jual-beli *online* menggunakan aplikasi *Facebook* ini, mengingat penjual dan pembeli tidak bertatap muka secara langsung dalam menjalankan kesepakatan ini. Oleh karena itu, konsumen berada di posisi yang sedikit lebih rentan mengalami kerugian, karena tidak adanya pertemuan secara langsung yang dapat mengakibatkan

⁷ <https://Tekno.Kompas.Com/Read/2016/10/04/07360087/Facebook.Rilis.MarKetplace.Untuk.Jual.Beli.Online>, Diakses Pada Tanggal 6 Oktober 2022.

⁸ Pradnyaswari, Ida Ayu Eka, dan I. Ketut Westra. "Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Menggunakan Jasa E- Commerce." *Jurnal Kertha Semaya* 8, No. 5: 763.

pelaku usaha untuk dapat mengambil kesempatan untuk melakukan suatu penipuan yang tentunya dapat merugikan konsumen.⁹ Untuk menghindari terjadinya kerugian dalam melakukan transaksi, pihak konsumen disini harus lebih ekstra teliti mengingat pihak konsumen cenderung mendapat suatu kerugian dalam berlangsungnya transaksi jual-beli *online* ini.¹⁰

Agar keamanan konsumen dapat terjamin dalam transaksi jual-beli *online* menggunakan aplikasi *Facebook*, dapat kita lihat pada Undang-Undang perlindungan Konsumen yang mengatur hak-hak yang didapatkan oleh konsumen yang dimuat dalam Pasal 4 UUPK yaitu hak untuk mendapatkan informasi yang jelas terkait barang atau jasa yang ingin di beli. Hal tersebut bertujuan agar mengurangi terjadinya kesalahpahaman antara kedua belah pihak. Dalam pasal tersebut juga terdapat pengaturan mengenai pergantian atau ganti rugi terkait ketidaksesuaian produk yang dibeli.¹¹

Selain konsumen, pelaku usaha juga merupakan salah satu pihak dalam adanya suatu transaksi jual-beli *online* ini. Pihak pelaku usaha diharuskan untuk dapat memenuhi kewajiban dalam melakukan transaksi *online* ini agar transaksi dapat berjalan dengan lancar. Kewajiban daripada pelaku usaha terhadap konsumen diatur dan dapat kita lihat pada Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang dimana pelaku usaha dalam melakukan transaksi harus memegang asas itikad baik dan dalam memberi informasi kepada konsumennya, pelaku usaha harus memberikan informasi dengan jelas dan benar mengenai barang atau jasa yang ingin di beli oleh konsumen. Apabila hal tersebut sudah terpenuhi, kesalahpahaman antara konsumen dan pelaku usaha tidak akan terjadi. Kemudian, apabila pelaku usaha dalam melakukan transaksi tidak memberi barang atau jasa yang sudah dibeli dan disepakati, pelaku usaha disini wajib untuk mengganti kerugian atas barang ataupun jasa yang sudah dibeli tersebut sesuai dengan ketentuan Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.¹²

Seperti yang sudah dipaparkan diatas, dengan mengutamakan peraturan tentang hak serta kewajiban yang sudah dimuat dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, kedua belah pihak yang melakukan penjualan dan pembelian online melalui fitur *Marketplace* dalam aplikasi *Facebook* ini akan merasa terjamin serta terhindar dari kerugian. Adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen, diharapkan dapat memberikan perlindungan bagi hak-hak daripada konsumen serta agar dapat mencegah berbagai bentuk kecurangan yang dilakukan oleh pelaku usaha yang sekiranya tidak bertanggung jawab dalam melakukan transaksi jual-beli *online* pada fitur *Marketplace* dalam aplikasi *Facebook* ini. Adanya UUPK tersebut juga diharapkan dapat memberikan hukuman bagi pelaku usaha yang melakukan aksi kecurangan.¹³

Perlindungan hukum terhadap konsumen juga dimuat dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), mengingat karena ini suatu transaksi *online* yang berbasis elektronik. Perbuatan yang telah diatur didalam pasal 28 ayat (1) tersebut dapat diancam dengan suatu hukuman pidana penjara paling lama 6 tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00, ketentuan ini juga

⁹ Komang Bulan Tri Laksmi Devi, Op. Cit. Hal. 5.

¹⁰ Anas Fawzi, M. Rizqa. "Akibat Hukum Wanprestasi Dalam Perjanjian Jual Beli Online Berdasarkan Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik". Jurnal Kertha Semaya 8, No. 4: 649

¹¹ Anak Agung Hariyana dan Dewa Gde Rudy. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi *Online* Melalui Media *Facebook*" Jurnal Kertha Semaya 9, No. 2 : 88

¹² Anak Agung Hariyana Op. Cit. Hal. 88.

¹³ Indah Prawesti. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Penjualan Barang Bermerek Palsu Secara *Online*." Jurnal Ilmu Hukum Kerta Samaya

: 5.

terkandung pada Pasal 45 ayat (2) UU ITE. Berikut merupakan beberapa Pasal yang mengatur tentang perlindungan konsumen yang termuat dalam UU ITE yaitu :

- Pasal 5 ayat (1) : Pasal ini mengatur tentang alat bukti seperti informasi dan dokumen elektronik yang dinyatakan sebagai alat bukti yang legal.
- Pasal 18 ayat (1) : Pasal ini mengatur tentang terikatnya para pihak atas transaksi *online* yang dilakukan oleh para pihak.
- Pasal 28 ayat (1) : Pasal ini juga memberi perlindungan hukum yang didalamnya memuat suatu berita bohong yang dilakukan baik itu disengaja ataupun tidak disengaja yang berakibat kerugian terhadap konsumen.

3.2 Penyelesaian sengketa konsumen bilamana terjadi permasalahan hukum pada saat melakukan transaksi jual-beli *online* melalui fitur *Marketplace* yang terdapat pada aplikasi *Facebook*.

Facebook dapat kita katakan sebagai salah satu platform media sosial yang terpopuler di dunia karena terdapat 2,9 miliar pengguna aktif bulanan aplikasi ini sepanjang 2021 lalu. 129,85 juta penggunanya berasal dari Indonesia, yang dimana dimuat menurut laporan *Statista*. Dengan jumlah tersebut, Indonesia menempati peringkat ke-3 tertinggi sebagai pengguna *Facebook*.¹⁴ Dengan angka pengguna hampir 130 juta orang di Indonesia, sudah pasti banyak terjadi interaksi antara pengguna media sosial *Facebook* tersebut. Apalagi dalam aplikasi *facebook* tersebut terdapat fitur yang bernama *Marketplace* yang dimana dapat digunakan oleh penggunanya untuk melakukan transaksi jual-beli secara *online*. Tidak menutup kemungkinan bagi para penggunanya, terutama pelaku usaha yang mengiklankan produknya dalam fitur tersebut untuk menyalahgunakan *Marketplace* sebagai media untuk melakukan tindakan yang bersifat merugikan pihak konsumen yang ingin membeli suatu produk. Dari sekian banyak transaksi jual- beli *online* yang sudah berlangsung dalam aplikasi tersebut, sudah tentu banyak permasalahan-permasalahan yang timbul. Oleh karena itu, adanya payung hukum sangatlah penting bagi pembeli yang mendapatkan kerugian ketika melangsungkan transaksi dalam aplikasi tersebut.

Apabila terdapat konsumen yang dirugikan dalam transaksi jual-beli melalui fitur *Marketplace* ini, cara alternatif yang dapat ditempuh yaitu melihat 'Pasal 45 Ayat (1) UUPK. Pasal tersebut mengatur bahwasanya "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." Kemudian, Pasal 45 Ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga menjelaskan bahwasanya "Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen." Pasal-pasal tersebut mengacu bagaimana upaya penyelesaian sengketa dengan jalan pengadilan sebagai jalan menyelesaikan sengketa tersebut.

Penyelesaian permasalahan transaksi jual-beli *online* yang dilalui dengan jalur pengadilan dapat dikatakan tidak efisien atau kurang efisien. Penyelesaian sengketa konsumen melalui jalur ini dinilai tidak efisien karena memakan biaya

¹⁴ <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/indonesia-masuk-daftar-pengguna-facebook-terbanyak-urutan-berapa> Di akses pada tanggal 6 Oktober 2022 Pukul 16.18 Wita.

serta tenaga dan waktu yang ditempuh relatif lama. Oleh karena itu kebanyakan masyarakat yang sedang terlibat dalam sengketa konsumen memilih mengambil jalan penyelesaian melalui jalur di luar pengadilan. Sebaliknya, apabila ingin menyelesaikan sengketa dengan jalan diluar daripada pengadilan Pasal 47 UUPK (Undang-Undang Perlindungan Konsumen) yang berbunyi "Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen." Selanjutnya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan juga diatur dalam Pasal 47 UUPK yang mengatur sebagai berikut "penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen." Dengan Kedua cara yang bisa diterapkan konsumen yang mendapat kerugian atas pelaku usaha, konsumen dapat memilih salah satu cara tersebut untuk mendapat keadilan yang telah diatur dalam UUPK baik itu melalui peradilan maupun diluar peradilan.

BPSK atau Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen adalah badan yang sudah dibentuk oleh pemerintah, yang fokus dalam hal penanganan permasalahan-permasalahan ataupun sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha dalam ranah diluar pengadilan. Tugas serta wewenang daripada BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen) dimuat pada Pasal 52 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Dalam Pasal tersebut terdapat 13 poin yang dimana salah satunya adalah BPSK bertugas menangani suatu permasalahan konsumen dengan cara mediasi, arbitrase, maupun konsiliasi.

Ketidaksesuaian yang terdapat dalam isi dari transaksi konsumen, kewajiban, dan larangan yang terdapat pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen tentu dapat menyebabkan adanya suatu permasalahan antara pihak konsumen dengan pelaku usaha. Sengketa konsumen bisa terjadi dikarenakan oleh dua hal, yaitu yang pertama pelaku usaha tidak mentaati kewajiban hukum yang sudah diatur dalam Undang-Undang, dan yang kedua yaitu konsumen ataupun pelaku usaha tidak dapat mentaati isi daripada perjanjian yang sudah disepakati.¹⁵

Mengacu pada pernyataan diatas, ada dua cara penyelesaian sengketa konsumen dalam melakukan transaksi jual-beli *online* melalui fitur *Marketplace* dalam aplikasi *Facebook* ini, yaitu antara lain adalah sebagai berikut¹⁶ yaitu upaya penyelesaian melalui BPSK serta melalui proses pengadilan.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat ditarik berdasarkan uraian yang sudah dipaparkan diatas yaitu, Perlindungan hukum yang diperoleh konsumen dalam melakukan transaksi *online* melalui media sosial *facebook* sudah diatur dan terdapat pada UUPK, yang dimana, Undang-Undang tersebut mengatur tentang hak-hak yang selayaknya harus dipenuhi oleh pelaku usaha dalam menjalankan transaksi *online*

¹⁵ Sidabalok, Janus. "Hukum Perlindungan Konsumen", Bandung : PT Citra Aditya Bakti (2014), Hal. 127.

¹⁶ Aprinelita, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli *Online* Melalui *Facebook* Berdasarkan UU No. 8 Th. 1999 Tentang Perlindungan Konsumen" Jurnal Ilmu Hukum, Hal. 130.

agar dapat terhindar dari terjadinya penyimpangan dan kerugian. Kedua belah pihak juga diharuskan dapat menjalankan itikad baik. Hal tersebut dijalankan agar pihak-pihak yang melakukan perjanjian jual-beli memiliki kewajibannya masing-masing agar tidak melakukan satu hal yang dimana sifatnya dapat merugikan salah satu pihak.

Bilamana ada konsumen yang dirugikan dalam melakukan transaksi *online* menggunakan media sosial *facebook* disebabkan oleh penjual, pembeli (konsumen) disarankan agar melakukan satu upaya hukum agar menemukan titik terang dan mendapatkan keadilan. Undang-Undang Perlindungan Konsumen sendiri sudah menyediakan jalan atau alternatif untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Adapun penyelesaian permasalahan tersebut yaitu dengan cara pengadilan (litigasi) atau diluar pengadilan (non litigasi). Pengaturan tentang penyelesaian sengketa transaksi jual-beli tersebut sudah tertuang dalam Pasal 45 ayat (1) dan ayat (2) UUPK.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ester Dwi, Magrifah. *Perlindungan Konsumen Dalam E-Commerce*. Jakarta: Grafikatama Jaya. 2009.
- Efendi, Jonaedi & Johnny Ibrahim. *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*. Depok: Prenada Media Grup. 2016.
- Sibadolok, Janus. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung : PT Citra Aditya Bakti. 2014.

Jurnal

- Aprinelita. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Online Melalui Facebook Berdasarkan UU No. 8 Th. 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*. *Jurnal Ilmu Hukum*.
- Mahardika, Putu Surya, dan Dewa Gde Rudy. "Tanggung Jawab Pemilik Toko Online Dalam Jual-Beli Online (*E-Commerce*) Ditinjau Berdasarkan Hukum Perlindungan Konsumen" *Kertha Semaya : Jurnal Ilmu Hukum* 2018 : 4.
- Wijaya, I Gede Krisna Wahyu, dan Nyoman Satyayudha Dananjaya. "Penerapan Asas Itikad Baik Dalam Perjanjian Jual Beli Online." *Kertha Semaya : Jurnal Ilmu Hukum* 6, No. 8 (2018). 6.
- Devi, Komang Bulan Tri Laksmi, & Ni Ketut Supasti Dharmawan. *Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Terkait Cacat Tersembunyi Pada Barang Elektronik Dalam Transaksi Online*. *Jurnal Kertha Semaya*.
- Ferdiyanti Agustinah, Widayati. *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong di Kabupaten Sampang*. *Jurnal Dialektika*. 2019.
- Hidayat, Sarif; Hari Suryantoro & Jansen Wiratama. *Pengaruh Media Sosial Facebook Terhadap Perkembangan E-Commerce di Indonesia*. *Jurnal SIMETRIS*. 2017.
- Hariyana, Anak Agung, dan Dewa Gde Rudy. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online Melalui Media Facebook*. *Jurnal Kertha Semaya*.

- Anas Fawzi. "Akibat Hukum Wanprestasi Dalam Perjanjian Jual-Beli Online Berdasarkan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik". Jurnal Kertha Semaya 8, No. 4
- Prawesti, Indah. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Penjualan Barang Bermerek Palsu Secara Online." Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum: 5.
- Pradnyaswari, Ida Ayu Eka, dan I. Ketut Westra. Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Menggunakan Jasa E- Commerce. Jurnal Kertha Semaya.

Skripsi

- Rifaldi. *Transaksi E-Commerce Pada Facebook Marketplace Dalam Prespektif Ekonomi Islam*. Skripsi. 2019.

Website

- Tekno Kompas, Facebook Rilis Marketplace Untuk Jual Beli Online, <https://Tekno.Kompas.Com/Read,2016/10/04/07360087/Facebook.Rilis.Marketplace.Untuk.Jual.Beli.Online>
- Databoks, Indonesia masuk daftar pengguna *facebook* terbanyak urutan berapa. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/indonesia-masuk-daftar-pengguna-facebook-terbanyak-urutan-berapa>

Peraturan Perundang-Undangan

- Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 No. 22, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia No. 3821)
- Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 No. 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia No. 4843)
- Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No. 350/MPP/KEP/12/2001 Tahun 2001 Tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen