

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN
ATAS KETIDAKSESUAIAN BARANG DALAM
JUAL BELI *ONLINE* MELALUI
*PLATFORM FACEBOOK***



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Hukum Pada Bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya**

Oleh:

AMIRAH SYIFA LUTHFIAH

02011382126367

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS HUKUM

PALEMBANG

2025

UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS HUKUM PALEMBANG
HALAMAN PENGESAHAN DAN PERSETUJUAN

NAMA : AMIRAH SYIFA LUTHFIAH
NIM : 02011382126367
PROGRAM KEKHUSUSAN : HUKUM PERDATA

JUDUL SKRIPSI

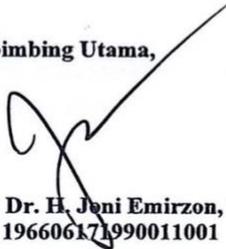
**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN
ATAS KETIDAKSESUAIAN BARANG DALAM
JUAL BELI *ONLINE* MELALUI *PLATFORM FACEBOOK***

Telah diuji dan lulus dalam Sidang Ujian Komprehensif pada tanggal 17 Juli 2025 dan dinyatakan lulus memenuhi syarat memperoleh Gelar Sarjana Hukum pada Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya

Palembang, 18 Juli 2025

Mengesahkan:

Pembimbing Utama,



Prof. Dr. H. Joni Emirzon, S.H., M.Hum.
NIP. 196606171990011001

Pembimbing Pembantu



Dr. Sri Handayani, S.H., M.Hum.
NIP. 197002071996032002



**Mengetahui,
Dekan Fakultas Hukum
Universitas Sriwijaya**



Prof. Dr. H. Joni Emirzon, S.H., M.Hum.
NIP. 196606171990011001

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Amirah Syifa Luthfiah
Nomor Induk Mahasiswa : 02011382126367
Tempat/Tanggal Lahir : Palembang, 09 Juni 2003
Fakultas : Hukum
Strata Pendidikan : S1
Program Studi : Ilmu Hukum
Program Kekhususan/Bagian : Hukum Perdata

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini tidak memuat bahan-bahan yang sebelumnya telah diajukan untuk memperoleh gelar di Perguruan Tinggi maupun tanpa mencantumkan sumbernya. Skripsi ini tidak memuat bahan-bahan yang sebelumnya dipublikasikan atau ditulis oleh siapapun tanpa mencantumkan sumber dalam teks.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya. Apabila terbukti telah melakukan hal-hal yang bertentangan dengan pernyataan ini, saya bersedia menanggung segala akibat yang ditimbulkan dikemudian hari sesuai dengan yang berlaku.

Palembang, 18 Juli 2025

Yang Menyatakan



Amirah Syifa Luthfiah

02011382126367

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Jangan Bilang Kamu Tidak Layak, Sebelum Kamu Mencoba”

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan bingkisan sederhana ini untuk

- Allah SWT
- Ayahku, Bobby
- Bundaku, Titien
- Seluruh Keluarga Besarku
- Dosen-Dosenku
- Sahabat-Sahabatku
- Serta Almamaterku

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul "*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Ketidaksesuaian Barang dalam Jual Beli Online Melalui Platform Facebook*". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Sriwijaya.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, dukungan, serta bantuan berbagai pihak, penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga kritik dan saran yang bersifat mendukung sangat diharapkan. Penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi semua pihak.

Palembang, 18 Juli 2025

Penulis



Amirah Syifa Luthfiah

UCAPAN TERIMA KASIH

Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak lupa dari berbagai kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak:

1. Allah SWT terimakasih atas segala Rahmat, Hidayah, serta Karunia-Mu hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu.
2. Ayahku **Andi Bobby W, S.H., M.Si** dan Bundaku **Martini, S.H** yang telah berjuang dengan gigih membesarkan dan mendidik dengan penuh kasih sayang dan segala pengorbanan serta perjuangan yang luar biasa.
3. Yth, Bapak **Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si** selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
4. Yth, Bapak **Prof. Dr. H. Joni Emirzon, S.H., M.Hum** selaku Dekan Fakultas Hukum. Sekaligus selaku Dosen Pembimbing Utama, yang telah membimbing penulis, memberikan waktu, masukan, dan saran kepada penulis dalam menulis skripsi ini.
5. Yth. Bapak **Dr. Muhammad Syaifuddin, S.H., M.Hum** selaku Wakil Dekan Bidang Akademik.
6. Yth. Ibu **Vegitya Ramadhani Putri, S.H., S.Ant., M.A., LL.M** selaku Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan.
7. Yth. Bapak **Dr. Zulhidayat, S.H., M.H** selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni.

8. Yth. Ibu **Dr. Sri Handayani, S.H., M.Hum** selaku Pembimbing Pembantu yang telah membimbing penulisan, memberikan waktu, masukan dan saran, kepada penulis.
9. Yth. Bapak **Muhammad Syahri Ramadhan, S.H., M.H.** selaku dosen penguji proposal skripsi, Ibu **Dr. Sri Turatmiyah, S.H., M.Hum.**, dan Bapak **Dr. Akhmad Idris, S.H., M.H.** selaku dosen penguji komprehensif yang telah memberikan masukan, saran, serta arahan yang membangun dalam penyusunan skripsi ini.
10. Yth. Bapak **Dr. Artha Febriansyah, S.H., M.H.** selaku Dosen pembimbing akademik yang selalu memberikan arahan dan bimbingan.
11. Terimakasih diriku sendiri, **Amirah Syifa Luthfiah** karena sudah berjuang sejauh ini, sanggup menyelesaikan semua ini dengan penuh keceriaan, dan tidak pernah lelah untuk percaya bahwa usahamu tidak akan mengkhianati hasil.
12. Kakakku **Jihan Balqist Harosa, S.E**, Ombaiku almh **Hj. Rosyidah**, dan Seluruh Keluarga Besar Bakas Alm **AKBP (Purn) H. Hasan Daud Smhk** yang selalu memberikan doa serta dukungan.
13. Sahabatku **SyaraMahayu** yang sudah menjadi sahabat sejak awal perjuangan ini, yang selalu setia mendampingi, mendukung, dan memberi semangat hingga skripsi ini selesai.
14. Teman-teman KKL dan Seluruh Pegawai Kanwil Kementerian Hukum Sumsel terutama Bidang Humas yang telah memberikan pengetahuan dan pembelajaran secara langsung yang sangat bermanfaat bagi Penulis.

15. Teman-teman Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya Angkatan 2021,
khususnya teman-teman Program Kekhususan Perdata.

16. Semua pihak yang telah hadir dan mendukung dalam penulisan skripsi ini
yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh
karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi
penulisan yang lebih baik dimasa akan datang. Penulis juga berharap agar
laporan akhir ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan
Aamiin.

Palembang, 18 Juli 2025

Penulis



Amirah Syifa Luthfiah

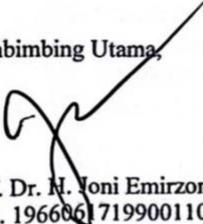
Nama : Amirah Syifa Luthfiah
NIM : 02011382126367
Judul Skripsi : Perlindungan Hukum terhadap Konsumen atas Ketidaksesuaian
Barang dalam Jual Beli *Online* melalui *Platform Facebook*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi mendorong meningkatnya transaksi jual beli *online*, termasuk melalui media sosial seperti *Facebook*. Namun, fenomena ini turut menimbulkan persoalan hukum yaitu wanprestasi, khususnya ketidaksesuaian barang yang diterima konsumen dengan yang dijanjikan pelaku usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen serta upaya penyelesaian yang dapat ditempuh dalam jual beli *online* melalui *Facebook*. Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan, konseptual, dan kasus. Bahan hukum yang digunakan terdiri dari bahan primer, sekunder, tersier, serta bahan non hukum, yang dikumpulkan melalui studi kepustakaan dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun perlindungan hukum tersedia, praktik pelaksanaannya masih menghadapi kendala seperti identitas penjual yang tidak jelas, kurangnya bukti transaksi, dan lemahnya pengawasan *platform*. Penyelesaian sengketa dapat dilakukan secara non litigasi maupun litigasi. Oleh karena itu, dibutuhkan sinergi antara konsumen, pelaku usaha, pemerintah, dan *platform* untuk menciptakan ekosistem transaksi *online* yang aman dan terpercaya.

Kata Kunci: *Perlindungan Konsumen, Jual Beli Online, Wanprestasi*

Pembimbing Utama,


Prof. Dr. H. Yoni Emirzon, S.H., M.Hum.
NIP. 196606171990011001

Pembimbing Pembantu


Dr. Sri Handayani, S.H., M.Hum.
NIP. 197002071996032002

Mengetahui,
Ketua Bagian Hukum Perdata,


Dr. Sri Handayani, S.H., M.Hum.
NIP. 197002071996032002

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Ruang Lingkup	10
F. Landasan Teori.....	10
1. Teori Perlindungan Konsumen.....	11
2. Teori Wanprestasi.....	12
3. Teori Penyelesaian Sengketa	14
G. Metode Penelitian	15
1. Jenis Penelitian	15
2. Metode Pendekatan	16
3. Bahan Penelitian.....	18
4. Teknik Pengumpulan Bahan Penelitian	19
5. Teknik Analisis Bahan Penelitian	20
6. Teknik Penarikan Kesimpulan	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	22
A. Tinjaun Umum Tentang Perlindungan Konsumen.....	22
1. Pengertian Perlindungan Konsumen	22
2. Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha	24
B. Tinjaun Umum Tentang Wanprestasi.....	27
1. Pengertian Wanprestasi	27
2. Bentuk – Bentuk Wanprestasi	29
C. Tinjaun Umum Tentang Jual Beli <i>Online</i>	30
1. Pengertian Jual Beli <i>Online</i>	30
2. Manfaat Jual Beli <i>Online</i>	31
3. Tantangan Jual Beli <i>Online</i>	32
D. Tinjaun Umum Tentang Media Sosial	33

1. Pengertian Media Sosial	33
2. Fungsi Media Sosial	34
3. Jenis-Jenis Media Sosial.....	34
BAB III PEMBAHASAN	38
A. Perlindungan Hukum Konsumen atas Ketidaksesuain Barang Dalam Jual Beli <i>Online</i> melalui <i>Facebook</i>	38
1. Konsep Perlindungan Hukum Konsumen	38
2. Dasar Hukum Perlindungan Konsumen terhadap Ketidaksesuaian Barang	40
3. Ketidaksesuaian Barang dalam Jual Beli <i>Online</i>	45
4. Tantangan dalam Perlindungan Konsumen di <i>Facebook</i>	49
B. Upaya yang Dapat Dilakukan Konsumen Atas Ketidaksesuaian Barang Dalam Jual Beli <i>Online</i> melalui <i>Facebook</i>	51
1. Non Litigasi (Penyelesaian diluar Pengadilan)	52
2. Litigasi (Penyelesaian di Pengadilan)	61
BAB IV PENUTUP	65
A. KESIMPULAN	65
B. SARAN	66
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN	71

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan yang terjadi terhadap berbagai hal yaitu salah satunya bidang aspek yang ada terus mengalami peningkatan dengan sangat pesat atas peningkatan tersebut, salah satu perkembangan dan kemajuan tersebut dirasakan oleh Indonesia. Salah satu daripada contoh atas peningkatan sangat pesat dalam hal perkembangan dan kemajuan tersebut yang terjadi terhadap bidang teknologi informasi dan komunikasi. Perkembangan serta kemajuan yang telah terjadi membawa berbagai hal yang dapat berdampak dengan sangat besar yang dirasakan oleh berbagai hal yang merupakan bagian daripada aspek kehidupan yang dimiliki oleh masyarakat, termasuk dalam hal interaksi dengan transaksi sehari-hari. Berbagai fenomena yang terjadi dan sangat menjadi pengaruh dalam perkembangan dan kemajuan tersebut adalah maraknya aktivitas jual beli secara daring atau *online*, yang kini telah menjadi suatu pilihan bagi banyak konsumen di Indonesia. Jual beli *online* sendiri merupakan proses transaksi barang maupun jasa yang dilakukan melalui *platform* berbasis internet, di mana konsumen dapat berinteraksi dengan penjual tanpa harus melakukan pertemuan secara langsung untuk transaksi tersebut. Umumnya, kegiatan ini dilakukan melalui situs *e-commerce*, media sosial, aplikasi, *website*, maupun berbagai pasar digital lainnya yang mendukung transaksi secara virtual.¹

¹ Yuliana,E.,&Ramadhani,M.(2023). Perkembangan dan Transfromasi E-Commerce di Indonesia. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia, hlm 3.

Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia pada tahun 2024 telah merilis data yang menyatakan bahwa Indonesia merupakan negara dengan estimasi populasi pada tahun 2024 diperkirakan mencapai sekitar 282 juta jiwa.² Tingkat penetrasi internet di Indonesia pun terus mengalami peningkatan, peningkatan tersebut tentunya menjadi suatu pasar yang sangat potensial bagi transaksi jual beli *online*. Berdasarkan data sumber yang ditetapkan dari Asosiasi Penyedia Jasa Internet (APJII) tahun 2024, Indonesia telah memiliki akses internet sebanyak 221 jiwa atau sekitar 78% dari populasi.³ Berdasarkan data yang didapatkan dari We Are Social & Hootsuite tahun 2024, diperkirakan sekitar 167 juta orang di Indonesia telah menggunakan media sosial, sehingga angka ini mencerminkan hampir seluruh pengguna internet di Indonesia dengan sebagian besar pengguna mengakses *platform* media sosial.⁴

Fungsi yang ada pada media sosial bukan hanya sebagai suatu sarana untuk berkomunikasi, namun juga telah berkembang menjadi *platform* penting dalam dunia transaksi jual beli *online* dan promosi produk. Lonjakan signifikan dalam jumlah pengguna internet di Indonesia turut mendorong peningkatan pengguna media sosial, yang pada akhirnya memberikan pengaruh besar terhadap semakin populernya aktivitas perdagangan digital. Media sosial sendiri merupakan layanan berbasis internet dan memberikan kesempatan untuk penggunaannya agar dapat

² Badan Pusat Statistik (BPS). (2024). *Proyeksi jumlah penduduk Indonesia 2024*. Badan Pusat Statistik. Diakses dari <https://www.bps.go.id>. Diakses pada 9 Mei 2025, Pukul 11.00 WIB.

³ APJII (Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia). (2024). *Laporan Survei Pengguna Internet Indonesia 2024*. Diakses dari <https://www.apjii.or.id>. Diakses pada 9 Mei 2025, Pukul 11.30 WIB.

⁴ We Are Social & Hootsuite. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. Diakses dari <https://wearesocial.com>. Diakses pada 9 Mei 2025 pukul 12.00 WIB.

melakukan suatu interaksi, berbagi konten, serta membentuk hubungan sosial dengan individu atau kelompok lainnya, bahkan saat ini media sosial juga telah mengalami transformasi menjadi *platform* yang efektif untuk jual beli *online*. Media sosial juga memfasilitasi berbagai aktivitas komunikasi dalam berbagai format seperti dapat dilakukan untuk berbagi suatu teks, gambar, video, dan informasi lainnya yang dapat dilakukan di media sosial.⁵ Selain itu, media sosial juga kerap dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk melakukan kegiatannya dalam melakukan pemasaran kepada konsumen secara *online*. *Facebook* merupakan salah satu daripada *platform* yang dikenal sebagai salah satu daripada bentuk media sosial yang memiliki kegunaan salah satunya dalam hal melakukan transaksi jual beli secara *online*. Di Indonesia, media sosial jenis *Facebook* ini termasuk sebagai media sosial dengan jumlah pengguna yang dikategorikan sangat banyak, hal tersebut sesuai dengan informasi data yang didapatkan yaitu, lebih dari 120 juta pengguna. *Facebook* digunakan oleh berbagai kalangan dari semua umur mulai dari kategori remaja, dewasa bahkan juga oleh lansia. *Facebook* pun bukan hanya memiliki fungsi untuk digunakan sebagai media komunikasi, namun dapat digunakan untuk sarana berbagi informasi, hiburan, dan aktivitas sosial lainnya. Dengan adanya fitur yang terus berkembang, *Facebook* kini menyediakan berbagai fasilitas menarik, seperti grup komunitas, halaman penggemar, serta fitur jual beli *online* melalui Facebook Lokapasar, serta kemampuan untuk membuat halaman bisnis dan memungkinkan interaksi langsung antar penjual dan pembeli. *Facebook*

⁵ We Are Social & Hootsuite. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. Diakses dari <https://wearesocial.com>. Diakses pada 9 Mei 2025 pukul 12.00 WIB.

dikarenakan memiliki pengguna yang sangat besar memungkinkan pelaku usaha untuk memasarkan barang atau jasa secara langsung ke audiens yang luas, serta melakukan promosi yang lebih efektif.

Transaksi jual beli *online* melalui *Facebook* tentunya memberikan kemudahan bagi para konsumen, namun seiring dengan pesatnya pertumbuhan dan kemudahan yang terjadi, tentunya juga memunculkan masalah baru yaitu terdapat wanprestasi yang akan memberikan kerugian. Wanprestasi adalah istilah dalam hukum perdata yang merujuk pada suatu keadaan yang dimana salah satu perjanjian (kontrak) yang telah dilakukan kesepakatan namun tidak dilakukan pemenuhan atas perjanjian (kontrak) tersebut. Beberapa bentuk tindakan yang dapat dikategorikan sebagai wanprestasi meliputi: tidak menjalankan kewajiban sama sekali, melaksanakan kewajiban tidak sesuai, melaksanakan kewajiban tidak sesuai kesepakatan, terlambat memenuhi kewajiban, atau melaksanakan sesuatu yang seharusnya tidak dilakukan menurut isi perjanjian.⁶ Dalam konteks jual beli *online* melalui *Facebook*, suatu tindakan yang merupakan salah satu contoh daripada perilaku wanprestasi akan terjadi apabila salah satu daripada pihak baik pelaku usaha maupun konsumen gagal menunaikan kewajiban sebagaimana telah disepakati dalam transaksi yang berlangsung di *platform* tersebut.⁷ Media sosial yang dikenal dengan nama *Facebook* ini merupakan salah satu media sosial yang memiliki banyak sekali manfaat, sehingga dimanfaatkan untuk salah satunya adalah jual beli, namun demikian terdapat sejumlah potensi permasalahan yang dapat menimbulkan

⁶ Hukumonline. (2023). "Pengertian dan Akibat Hukum Wanprestasi. Diakses dari <https://www.hukumonline.com>. Diakses pada 5 Desember 2024, Pukul 14.30 WIB.

⁷ Sutan, R. (2020). "Wanprestasi dalam Perspektif Hukum Perdata." *Jurnal Hukum dan Keadilan*, hal.52.

wanprestasi, seperti ketidaksesuaian barang yang diterima oleh konsumen, yang pada akhirnya merugikan pihak pembeli transaksi *online* tersebut.

Berikut merupakan contoh kasus yang dikirimkan oleh konsumen di *Facebook* lokapasar, sebagai berikut:

- a. Berdasarkan informasi dari Ntvnews.id, Depok- Pada 12 Juli 2024, seorang wanita insial SH warga Cilangkap Tapos, Depok mengalami kejadian yang sangat mengecewakan saat berbelanja *online* di *Facebook* lokapasar. Korban membeli kosmetik dengan harga miring melalui Facebook lokapasar kemudian mengalami kerugian senilai Rp. 3.893.000 akibat kejadian tersebut. Namun, saat barang tiba isinya hanya berupa satu toples dan satu pack biskuit untuk ibu hamil.⁸
- b. Hal tersebut juga dirasakan oleh insial IN Pada 19 Desember 2024, yang melakukan pembelian celana pendek pria pada *Facebook* lokapasar, namun yang diterima adalah celana jeans panjang.
- c. Selain itu berdasarkan dari informasi yang didapatkan dari TEMPO.CO, Jakarta terkait berbagai kasus wanprestasi yang terjadi dalam belanja *online platform e-commerce* salah satu *Facebook* terdapat suatu kejadian yaitu kejadian wanprestasi yang dialami seorang pelanggan berinisial CM, dalam kasus ini seorang korban telah membeli telepon seluler atau ponsel dengan harga Rp.3.600.000. Dalam peristiwa yang telah terjadi ini saat pembeli inisial CM bermula membeli ponsel lewat *Facebook* lokapasar. Kejadian

⁸ Nvtnews.id, Depok (2024) diakses dari <https://www.ntvnews.id/news/017238/menyedihkan-wanita-ini-beli-kosmetik-rp3-juta-yang-datang-malah-biskuit>. Diakses pada 10 Mei 2025, Diakses Pukul 09.00 WIB.

terjadi ketika salah satu *merchant* yang ada di *Facebook* lokapasar melakukan penawaran ponsel POCO C3 NFC kepada CM dengan harga murah, sehingga CM merasakan ketertarikan dan menghubungi *merchant* yang melakukan penawaran tersebut melalui pesan, setelah transaksi tersebut telah dilakukan oleh CM, CM tak lama menerima pesanan tersebut, namun ketika CM menerima barang tersebut yang datang hanyalah sebuah kardus kosong.⁹

- d. Berdasarkan informasi yang didapatkan dari TRIBUN-MEDAN.COM, terdapat video yang diunggah oleh seseorang dengan inisial IJ, dimana korban tersebut mendapatkan pengalaman buruk yaitu wanprestasi saat melakukan pembelian *online* berupa *handphone* melalui *Facebook* lokapasar. Korban bukannya mendapatkan *handphone*, namun yang diterima hanya sebungkus biskuit dalam pakatnya.¹⁰

Berdasarkan data yang bersumber dari Kementerian Perdagangan (Kemendag) yang didapatkan daripada data yang dikeluarkan oleh Direktorat Jendral Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga atau sering disingkat dengan Ditjen PKTN pada tahun 2024, yang mencatat bahwa terdapat 4.114 layanan konsumen, serta sebanyak 3.682 di antaranya merupakan pengaduan konsumen di Indonesia. Menariknya, sekitar 97% dari total pengaduan tersebut berkaitan dengan transaksi melalui sistem perdagangan elektronik.¹¹ Walaupun Indonesia telah memiliki

⁹ TEMPO.CO, Jakarta (2021), diakses dari <https://www.tempo.co/ekonomi/4-penipuan-belanja-online-barang-tak-sampai-hingga-beli-hp-yang-datang-kardus-485307>. Diakses pada 8 Februari 2025, Diakses Pukul 12.00 WIB.

¹⁰ TRIBUN-MEDAN.COM. diakses dari <https://medan.tribunnews.com/2023/07/11/pria-ini-ditipu-penjual-beli-handphone-dari-marketplace-facebook-tapi-yang-datang-malah-biskuit>.

¹¹ Kementerian Perdagangan Indonesia (Kemendag). (2024). *Kemendag Catat 4.114 Layanan Konsumen Sepanjang 2024*. Diakses dari <https://www.kemendag.go.id>. Diakses pada 10 Mei 2025. Diakses Pukul 13.00 WIB.

berbagai regulasi berupa Undang-Undang seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang mana UU ini memberikan jaminan terhadap hak-hak yang dimiliki oleh konsumen dalam berbagai bentuk transaksi, baik secara langsung maupun digital, serta Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik atau yang dikenal dengan UU ITE, tentunya UU ini akan dijadikan sebagai suatu dasar bagi transaksi *online*, termasuk yang dilakukan melalui *Facebook*, namun perlu dilakukan analisis lebih lanjut.

Eksplorasi terhadap berbagai daripada bentuk-bentuk yang menjadi dasar dalam memberikan perlindungan hukum bagi para konsumen, terkait masalah ketidaksesuaian atas barang yang diterima oleh nasabah pada saat melakukan transaksi jual beli secara *online*, khususnya yang dilakukan melalui *platform Facebook* merupakan tujuan dari penelitian ini. Sehingga, bersumber dan berlandaskan daripada uraian yang telah penulis uraikan dalam latar belakang yang ada di atas sebelumnya, dengan ini penulis memiliki beberapa maksud salah satunya adalah bermaksud dalam melakukan suatu analisa atas permasalahan tersebut dengan lebih mendalam agar dapat menjawab dari semua perumusan masalah yang telah penulis buat. Oleh karena itu, penulis mengusulkan untuk mengajukan judul skripsi yang berjudul yaitu “Perlindungan Hukum terhadap Konsumen atas Ketidakesuain Barang dalam Jual Beli *Online* melalui *Platform Facebook*”.

B. Rumusan Masalah

Bersumber daripada uraian yang telah dipaparkan di latar belakang, sehingga penulis membuat perumusan masalah yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana perlindungan hukum konsumen atas ketidaksesuaian barang dalam jual beli *online* melalui *Facebook*?
2. Upaya apa yang dapat dilakukan konsumen atas ketidaksesuaian barang dalam jual beli *online* melalui *Facebook*?

C. Tujuan Penelitian

Bersumber daripada latar belakang dan rumusan masalah, penelitian ini memiliki tujuan dan kegunaan, yaitu:

1. Menganalisis perlindungan hukum konsumen atas ketidaksesuai barang dalam jual beli *online* melalui *Facebook*.
2. Menganalisis upaya yang dapat dilakukan konsumen atas ketidaksesuaian barang dalam jual beli *online* melalui *Facebook*.

D. Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan penelitian yang akan dicapai atas permasalahan yang telah dirumuskan, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan bahwa dalam penelitian yang akan penulis lakukan ini mampu menghasilkan suatu kontribusi dalam memberikan manfaat

dalam menjelaskan aspek hukum yang memiliki aturan terkait transaksi jual beli *online*. Selain itu, dalam penelitian ini memiliki suatu tujuan untuk dapat memberikan pemahaman yang luas dalam hal mengenai perlindungan yang terjadi pada hukum yang tentunya akan memberikan konsumen dalam menghadapi permasalahan ketidaksesuaian atas barang pada transaksi jual beli *online* melalui *Facebook*.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Penulis

Penulis berharap penelitian ini akan memberikan manfaat langsung bagi penulis, baik dalam pengembangan pengetahuan maupun keterampilan. Penulis juga berharap akan mendapatkan suatu yang akan semakin meningkat dan mendalam terkait perlindungan hukum terhadap konsumen, sehingga terkhusus untuk pemahaman di dalam aspek yaitu aspek yang berhubungan dengan perlindungan hukum dalam hal terhadap konsumen atas segala kegiatan yaitu kegiatan jual beli *online* melalui *Facebook*.

b) Bagi Masyarakat

Penulis berharap dalam penelitian ini akan memberikan manfaat secara langsung, khususnya dalam meningkatkan pengetahuan serta kemampuan analisis hukum. Selain itu, melalui penelitian ini penulis juga berharap masyarakat dapat memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.

c) Bagi Penyedia Layanan *Platform* Digital Jual Beli *Online*

Penelitian layanan *platform* digital khususnya media sosial dapat memperoleh manfaat praktis dari penelitian ini dengan mendapatkan wawasan tentang tantangan dan risiko yang dihadapi oleh para masyarakat yang menjadi konsumen pada suatu kegiatan yang terjadi dalam transaksi jual beli *online* melalui *Facebook*. Temuan yang diperoleh bisa dijadikan acuan dalam merancang serta melakukan penyempurnaan kebijakan maupun prosedur yang lebih efektif untuk menjamin perlindungan konsumen. Melalui hasil penelitian ini, penyedia *platform* dapat mengembangkan sistem keamanan yang lebih kuat, memperbaiki fitur laporan, serta menyusun mekanisme penyelesaian sengketa yang lebih responsive, sehingga transaksi ini menciptakan suatu lingkup yang akan memberikan keamanan serta dapat dipercaya oleh para pengguna daripada *platform* tersebut.

d) Bagi Pemerintah serta Pembuat Kebijakan

Pemerintah beserta pembuat kebijakan diharapkan dapat memperbaiki dan memberikan rumusan regulasi yang mengatur suatu kegiatan dalam hal jual beli secara *online* yang dilakukan melalui *Facebook*. Penelitian yang dilakukan dalam hal ini menjadikan temuan yang ada sebagai bentuk suatu bahan pertimbangan yang digunakan untuk memperkuat agar terdapat perlindungan konsumen dalam transaksi digital serta meningkatkan

penegakan hukum terhadap wanprestasi khususnya atas ketidaksesuaian barang.

E. Ruang Lingkup

Kajian mengenai perlindungan hukum serta bagaimana upaya yang dapat ditempuh oleh konsumen pada saat menghadapi atau mengalami suatu permasalahan yang terjadi pada saat melakukan transaksi jual beli *online* melalui *platform Facebook* tersebut dijadikan sebagai suatu fokus kajian dalam skripsi ini.

F. Landasan Teori

Kerangka pemikiran yang digunakan dalam penulis skripsi ini yang digunakan sebagai landasan teori dalam suatu penelitian, landasan teori tersebut terdiri menjadi:

1. Teori Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen merupakan suatu prinsip fundamental yang menjadi dasar pengaturan hak-hak konsumen ketika melakukan transaksi, baik dalam bentuk jual beli secara konvensional maupun melalui media elektronik. Menurut Fakhruddin, peraturan perlindungan konsumen memiliki suatu tujuan yang digunakan untuk dapat memastikan bahwa konsumen telah menerima segala informasi dengan kejelasan, transparansi, dan akurat terhadap barang maupun jasa yang telah konsumen lakukan pembeli kepada pelaku usaha melalui media

elektronik untuk transaksi pembelian tersebut. Lebih atau tidak hanya itu, perlindungan konsumen juga mencakup suatu upaya yang apat digunakan dalam melakukan pencegahan perbuatan penipuan dan eksploitasi yang tentunya akan membuat konsumen menjadi rugi.¹² Di dalam suatu konteks transaksi jual beli, perlindungan konsumen ini bertujuan untuk memastikan, hal tersebut yang merupakan tindakan pemastian memiliki tujuan bahwa agar membuat konsumen tidak mengalami kerugian oleh praktik wanprestasi yang membuat konsumen merasa tidak diberikan keadilan, termasuk dalam hal kualitas barang, harga, serta transparansi informasi yang diberikan oleh penjual. Teori perlindungan konsumen juga telah dilakukan penjelasan oleh seorang ahli bernama Philipus M.Hadjo, dimana beliau memberikan suatu pernyataan bahwa, suatu perlindungan yang telah diberikan kepada masyarakat yang merupakan contoh daripada perlindungan hukum merupakan suatu tindakan yang telah diberikan oleh pemerintah dengan memiliki sifat yaitu *prevetif* dan *revresif*. Sifat *preventif* memiliki suatu tujuan yaitu sebagai pencegah dalam terjadinya sengketa hingga memberikan arahan bahwa pemerintah untuk bersikap hati hati ketika melakukan pengembalian Keputusan, hal tersebut agar konsumen tidak dirugikan misalnya melalui regulasi yang lebih ketat, standar produk, edukasi konsumen, pengawasan pemerintah, dan kebijakan *platform*

¹² Fakhrudin, S. (2021). *E-Commerce dan Perlindungan Konsumen: Perspektif Hukum Indonesia*. Jurnal Hukum dan Pembangunan, hal. 231

digital untuk meningkatkan keamanan transaksi. Sedangkan sifat *repressif* memiliki tujuan upaya penyelesaian ketika konsumen sudah mengalami kerugian (jika sengketa sudah terjadi). Teori ini menjelaskan bagaimana hak konsumen dapat dipulihkan melalui gugagatan perdata, pengaduan ke otoritas berwenang, atau penyelesaian langsung dengan pelaku usaha. Selain itu, Satjipto Raharjo menyatakan bahwa perlindungan konsumen berkaitan erat dengan upaya melindungi Hak Asasi Manusia (HAM), khususnya dalam pemulihan hak-hak yang dirugikan akibat tindakan pihak lain. Teori yang ada ini memiliki salah satu tujuan yaitu membuat masyarakat yang ada di Indonesia, dapat menikmati atas hak-hak yang ada secara utuh berdasarkan apa yang harusnya dimiliki oleh masyarakat, yang mana telah tertuang daripada berbagai ketentuan yang berlaku.¹³ Teori perlindungan konsumen ini digunakan untuk menjadi suatu landasan yang berguna bagi penulis, dikarenakan teori ini memiliki relevansi terhadap regulasi yang timbul dalam aktivitas yang dilakukan melalui transaksi jual beli secara *online* melalui *Facebook* yang dilakukan oleh pelaku usaha dan konsumen pada *platform* tersebut.

2. Teori Wanprestasi

Teori wanprestasi merupakan suatu teori yang dikembangkan oleh Prof Subekti dan Ridwan Syahrani, dalam teori ini dinyatakan bahwa wanprestasi merupakan suatu kondisi yang terjadi dikarenakan terdapat

¹³ Jannus Sibadolok, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, (Bandung: PT Citra Aditya Bhakti, 2010), hal 7.

suatu perjanjian yang mengalami kegagalan dalam pelaksanaan kewajibannya sebagaimana perjanjian tersebut sebenarnya telah dilakukan kesepakatan secara bersama oleh kedua belah pihak yang bersangkutan. Wanprestasi terdiri dari berbagai bentuk seperti, ketika tidak melaksanakan kewajiban sama sekali, melaksanakan kewajiban namun tidak sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan, terlambat dalam melaksanakan kewajiban, dan melakukan sesuatu tindakan yang seharusnya tidak dilakukan menurut perjanjian.¹⁴

Ketentuan mengenai salah satu kejadian tersebut diatas dalam hal ini disebut sebagai bentuk daripada wanprestasi telah terdapat aturan yang tertuan pada Pasal 1238 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yang dimana dalam pengaturan tersebut dijelaskan bahwa apabila terjadi suatu tindakan yang dapat disebut sebagai wanprestasi karena merupakan bentuk dari salah satu wanprestasi tersebut diatas, yang mana dalam hal ini salah satu pihak mengalami suatu kerugian atas wanprestasi, sehingga dimana apabila terjadi keadaan dalam salah satu wanprestasi yang terjadi maka salah satu daripada pihak dapat melakukan pembatalan atas suatu kontrak yang sebelumnya telah dilakukaj kesepakatan bersama, atau bahkan meminta ganti rugi atas perjanjian tersebut. Dalam konteks, transaksi ini yang merupakan konteks transaksi yang dilakukan secara *online*, khususnya transaksi

¹⁴ Hukumonline. (2023). "Pengertian dan Akibat Hukum Wanprestasi. Diakses dari <https://www.hukumonline.com>. Diakses pada 5 Desember 2024, Pukul 14.30 WIB.

tersebut menggunakan fitur yang ada pada media sosial, wanprestasi umumnya terjadi ketika terdapat salah satu daripada pihak yang telah melakukan kesepakatan sebelumnya baik pelaku usaha maupun konsumen melakukan tindakan yang disebut pelanggaran dikarenakan telah melakukan tindakan yang diluar daripada kesepakatan.¹⁵ Pada saat ini yang menjadi sarana penting dalam melakukan jual beli adalah media sosial, namun ada beberapa potensi masalah yang dapat terjadi dan menyebabkan wanprestasi dalam transaksi tersebut. Teori wanprestasi digunakan dalam penulisan skripsi ini dikarenakan adanya kasus bahwa penjual tidak mengirimkan barang sesuai kesepakatan, yang diiklankan, dan lain-lain sehingga membuat konsumen rugi dikarenakan menerima barang yang tidak sesuai.

3. Teori Penyelesaian Sengketa

Teori ini merupakan suatu teori yang akan memberikan pembahasan terkait tata cara yang dapat dipergunakan dalam melakukan suatu penyelesaian yang timbul akibat adanya pertentangan kepentingan. Beberapa metode dapat diterapkan dalam upaya penyelesaian sengketa tersebut, yaitu dengan metode secara litigasi (melalui pengadilan) yang mana metode ini dapat dilakukan penyelesaian sengketa dengan membuat gugatan kepada pengadilan negeri yang bersifat mengikat, dan metode secara non litigasi (melalui diluar pengadilan) yang mana

¹⁵ Sutan, R. (2020). "Wanprestasi dalam Perspektif Hukum Perdata." *Jurnal Hukum dan Keadilan*, hal 60.

metode ini dapat dilakukan penyelesaian sengketa dengan metode negosiasi, mediasi, dan penyelesaian yang dilakukan dengan bantuan salah satu Badan Penyelesaian yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam hal ini lebih dikenal atau disingkat dengan BPSK yang mana dalam hal ini BPSK akan berperan sebagai suatu lembaga yang memberikan perlindungan kepada konsumen. Menurut Yahya Harahap (2006), penyelesaian sengketa adalah proses di mana pihak -pihak yang bersengketa mencari solusi terhadap perbedaan atau konflik yang telah ditentukan, baik melalui jalur hukum maupun jalur musyawarah dan negosiasi.¹⁶ Teori ini digunakan dalam penelitian skripsi ini, dikarenakan berguna untuk mengetahui apa saja yang menjadi upaya ketika terjadi suatu hal yang dalam hal ini merupakan salah satu daripada bentuk wanprestasi yang muncul dalam transaksi jual beli *online* yang dilakukan melalui *Facebook*.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penulis dalam penelitian skripsi ini menggunakan salah satu jenis penelitian yang berupa hukum normative. Jenis penelitian ini digunakan karena merupakan suatu jenis penelitian hukum yang nantinya akan dapat digunakan agar dapat memiliki fokus pada analisis norma-norma,

¹⁶ Harahap, M. Y. (2006). *Hukum Acara Perdata: Tentang Gugatan, Persidangan, Penyitaan, Pembuktian, dan Putusan Pengadilan*. Sinar Grafik, hal 25.

aturan-aturan secara tertulis, tidak tertulis, ataupun perundang-undangan yang masih berlaku. Dalam penelitian ini memiliki fokus terhadap peraturan perundang-undangan, doktrin - doktrin hukum keputusan-keputusan pengadilan, makalah, dan jurnal. Jenis penelitian ini lebih menekankan pada analisis teks hukum dan norma yang ada tanpa memerlukan data atau observasi lapangan secara langsung.¹⁷

2. Metode Penelitian

Pendekatan penelitian digunakan untuk menggali informasi dari berbagai sudut pandang guna menemukan solusi atas permasalahan yang dikaji. Penulis pada penelitian yang penulis lakukan ini menggunakan berbagai macam pendekatan, yaitu:

a) Pendekatan Perundang-Undangan (*Statue Approach*)

Sebagai salah satu daripada pendekatan yang penulis gunakan, pendekatan ini memiliki pengertian sebagai salah satu metode dalam penelitian hukum yang menekankan pada pengguna suatu analisis terhadap peraturan perundang-undangan yang tentunya saat ini masih berlaku. Pendekatan yang dilakukan ini dalam hal pendekatan perundang-undangan biasanya sering digunakan untuk memberikan pemahaman terkait bagaimana suatu permasalahan hukum akan dilakukan pengaturan yang tertuang dalam Undang-Undang, peraturan serta regulasi-regulasi yang ada, serta dalam menafsirkan

¹⁷ Haris, H., & Sugiono, R. (2022). "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia: Studi Kasus Penipuan *Online*." *Jurnal Hukum dan Bisnis*, hal 15.

serta menganalisis ketentuan hukum tersebut, dalam konteks spesifik. Dalam pendekatan perundang-undangan ini, penelitian akan mengidentifikasi, meneliti, dan mengevaluasi berbagai peraturan yang relevan dan menjawab suatu masalah hukum. Pendekatan ini berguna untuk mengetahui apakah suatu tindakan atau fenomena sudah diatur oleh hukum atau bagaimana hukum memberikan solusi terhadap suatu masalah hukum.¹⁸ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 terkait Perlindungan Konsumen beserta Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi Teknologi dan Elektronik merupakan suatu peraturan yang menjadi salah satu contoh pendekatan peraturan perundang-undangan yang penulis gunakan untuk membantu dalam menelaah terhadap peraturan-peraturan perundang-undangan yang ada.

b) Pendekatan Konseptual (*Conceptual Approach*)

Pendekatan ini merupakan suatu metode yang digunakan dalam mengembangkan kerangka berpikir, konsep, atau teori yang menjadi dasar analisis suatu fenomena. Pendekatan ini tidak berfokus pada pengumpulan data empiris, tetap lebih menekankan pada eksplorasi ide, konsep, atau literatur yang ada guna memberikan pemahaman teoritis terhadap masalah penelitian.¹⁹ Pendekatan ini menggunakan teori-teori hukum terkait perlindungan konsumen dan wanprestasi.

¹⁸ Sukarmi, R. (2013). *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, hal 1-10.

¹⁹ Creswell, J.W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks: Sage Publications, Hal 18.

Pendekatan konseptual ini memberikan pemahaman yang mendalam mengenai prinsip-prinsip hukum yang relevan.

c) Pendekatan Kasus (*Case Approach*)

Salah satu daripada pendekatan yang digunakan ialah pendekatan terhadap kasus yang mana pendekatan atas kasus ini memiliki suatu metode penelitian yang memberikan titik berat pada analisis secara mendalam kepada satu atau lebih kasus nyata dalam konteks yang relevan.²⁰ Penulisan skripsi ini menggunakan pendekatan kasus bertujuan untuk memahami penerapan hukum, guna pemberian suatu perlindungan yang dirasakan oleh konsumen, sehingga dengan adanya hal tersebut menjadi suatu dasar bahwa penggunaan pendekatan kasus dalam penelitian serta guna melakukan kajian peristiwa terkait wanprestasi yang terjadi dalam jual beli *online* melalui *Facebook*.

3. Bahan Penelitian

Bahan hukum terdiri menjadi empat kategori sebagaimana hal tersebut merupakan pernyataan yang dikemukakan oleh Romy Hanitijo Soemitro terkait bahan penelitian, yang mana kategori tersebut terbagi menjadi yaitu bahan penelitian dengan bahan hukum primer, bahan hukum

²⁰ Yin, R.K (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.) Thousand Oaks: Sage Publications, hal. 30.

sekunder, bahan hukum tersier, dan bahan non hukum yang dijadikan sebagai bahan penelitian dalam penelitian ini.²¹

a) Bahan Hukum Primer

Bahan ini merupakan bentuk peraturan yang dijadikan sebagai bahan hukum dikarenakan memiliki suatu kekuatan yang bersifat mengikat, karena merupakan bagian daripada sistem perundang-undangan nasional, bahan hukum primer yang digunakan antara lain yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2004 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dan Kitab Undang- Undang Hukum Perdata, yang mana ketiga bahan hukum primer tersebut dijadikan sebagai suatu bahan hukum utama yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis.

b) Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder merupakan suatu bahan hukum yang memiliki fungsi sebagai pendukung dan penjelas atas bahan hukum primer, yang mana bahan hukum sekunder berupa beberapa literatur. Bahan hukum sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah berbagai literatur dengan contoh seperti menggunakan buku, makalah, dan artikel yang mana literatur tersebut akan membahas isu-isu relevan dengan topik skripsi yang penulis lakukan. Bahan hukum sekunder juga tentunya dapat dikatakan sebagai suatu bahan

²¹ Soemitro, Romy Hanitijo. (1988). *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Ghalia Indonesia, hal 22.

pendukung yang dapat memberikan suatu penjelasan kepada bahan hukum primer yang ada, dikarenakan bahan hukum sekunder memuat pandangan yang diberikan oleh para ahli hukum yang ada dan relevan serta analisis teoritis yang mempunyai keterkaitan tentunya terhadap peraturan UU yang penulis gunakan dalam skripsi ini.

c) Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier yang digunakan dalam skripsi ini dapat dicontohkan dengan menggunakan seperti Kamus Besar Bahasa Indonesia, artikel, majalah, media massa, dan kamus hukum yang memiliki fungsi dalam memberikan pedoman serta kejelasan tambahan atas apa saja bahan penelitian lainnya, seperti bahan yang berbentuk bahan hukum primer dan sekunder, hal tersebut dilakukan karena dalam hal ini bahan hukum ini merupakan sebagai bahan pelengkap daripada bahan hukum lainnya.

d) Bahan Non Hukum

Bahan non hukum merupakan suatu bahan yang tentunya bersumber bukan dari hukum melainkan bersumber dari data statistic dan laporan penelitian yang dikeluarkan oleh beberap lembaga yang melakukan riset atau merupakan organisasi internasional yang relevan merupakan dari bagian bahan penelitian yang merupakan bahan non hukum.

4. Teknik Pengumpulan Bahan Penelitian

Agar pengumpulan data dianggap objektif dan akurat, maka proses pengumpulan data akan dilakukan sebagai berikut:

a) Metode Kepustakaan (*Library Research*)

Metode kepustakaan ini digunakan agar berfungsi untuk mendapatkan data sekunder, dalam hal ini data sekunder yang dimaksud dalam bentuk studi kepustakaan guna mendapatkan landasan yang mempelajari bahan-bahan teoritis dengan baca, berupa Peraturan-Undang yang berlaku, buku-buku, referensi, laporan-laporan penelitian, makalah hasil seminar, tesis, disertasi, majalah, artikel, atau tulisan-tulisan.²²

b) Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi diterapkan dalam penelitian ini menghimpun data melalui penelusuran serta analisis terhadap berbagai jenis dokumen, baik tertulis, visual, audio, maupun digital yang berkaitan dengan topik kajian. Dokumen ya dijadikan sumber dapat berupa arsip, laporan, artikel, catatan pribadi, rekaman dari media sosial, serta materi lain yang relevan dan mendukung fokus penelitian.²³

²² Marzuki, Peter Mahmud. (2005). *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.hal 80.

²³ Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, hal 15

5. Teknis Analisis Bahan Penelitian

Guna melakukan proses analisis yang akan dilakukan melalui langkah-langkah seperti pengenalan isu, penelaahan secara sistematis, serta penafsiran terhadap ketentuan hukum, teori-teori yang relevan, dan studi kasus. Teknik ini dimaksudkan untuk memperoleh pemahaman yang menyeluruh dalam menjawab apa saja yang telah penulis rumuskan dalam perumusan masalah yang ada, sehingga dapat dijadikan sebagai suatu fokus kajian, sehingga dalam penelitian skripsi ini menggunakan teknik analisis bahan hukum yaitu teknik analisis kualitatif deskriptif.

6. Teknik Penarikan Kesimpulan

Bagian teknik penarikan kesimpulan ini dilakukan penyusunan dengan memiliki kegunaan untuk memberikan jawaban terhadap apa yang telah penulis rumuskan pada skripsi ini, sekaligus merangkum inti dari analisis yang telah dilakukan. Kesimpulan akan memberikan gambaran umum mengenai apa yang telah dipelajari dan diperoleh dalam penelitian, serta menggambarkan implikasi dari temuan-temuan tersebut. Kesimpulan berfungsi untuk merangkum hasil-hasil analisis dan memberikan pemahaman yang jelas dan terfokus mengenai masalah yang diteliti. Kesimpulan tidak hanya sekedar rangkuman, tetapi juga memberikan penilaian terhadap hasil penelitian dan memberikan arah

untuk penelitian selanjutnya.²⁴ Penelitian ini menerapkan teknik penerapan Kesimpulan secara deduktif, yakni dengan memulai dari prinsip atau konsep yang mana wajib memiliki sifat umum, sehingga kemudian diturunkan menjadi persyaratan yang lebih spesifik. Proses ini dilakukan melalui penalaran logis guna menghasilkan kesimpulan yang sesuai dengan fokus permasalahan yang dikaji.

²⁴ Amalia, S. (2022). "Tantangan Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli *Online* di Indonesia", *Jurnal Hukum dan Ekonomi*, hal 137.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Dirdjosisworo, Soedjono (2000). *Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum dan Sosial*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Harahap, M. Y. (2006). *Hukum Acara Perdata: Tentang Gugatan, Persidangan, Penyitaan, Pembuktian, dan Putusan Pengadilan*. Sinar Grafika.
- Hasbullah, M. (2017). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hernoko, Agus Yudha. (2020) *Hukum Perjanjian: Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*. Jakarta: Kencana.
- Igbal, T.H (2005). *Kebijakan Hukum Perlindungan Konsumen*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Marzuki, Peter Mahmud. (2005). *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Salim HS (2004). *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Press.
- Sibadolok, Jannus. (2010). *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: PT Citra Aditya Hakti.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Subekti. (2001). *Hukum Perjanjian*. Jakarta: PT Intermedia.
- Sukarmi, R. (2013). *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Soponyono, Eko. (2018). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Trisnawati, Y. S. (2016). *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Yogyakarta: Liberty
- Tuten, Tracy L., dan Michael R. Solomon. (2017). *Social Media Marketing*. London: SAGE Publications.

Yuliana, E., & Ramadhani, M. (2023). *Perkembangan dan Transformasi E-Commerce di Indonesia*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.

B. Jurnal

Amalia, S. (2022). "Tantangan Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online di Indonesia", *Jurnal Hukum dan Ekonomi*.

Creswell, J.W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks: Sage Publications.

Daryanto. (2013). *E-Commerce: Konsep dan Implementasi*. Bandung: Yrama Widya.

Fakhrudin, S. (2021). E-Commerce dan Perlindungan Konsumen: Perspektif Hukum Indonesia. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, 54(2), 231-250.

Haris, H., & Sugiono, R. (2022). Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia: Studi Kasus Penipuan Online. *Jurnal Hukum dan Bisnis*,

Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*.

Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2016). *E-Commerce 2016: Business, Technology, Society* (12th ed.). Boston: Pearson.

Melati, Sri Gambir. (2019) "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce." *Jurnal Hukum & Pembangunan*.

Sutan, R. (2020). Wanprestasi dalam Perspektif Hukum Perdata. *Jurnal Hukum dan Keadilan*.

Susanti, R. (2020). "Tantangan Keamanan Transaksi Online di Indonesia." *Jurnal Teknologi Informasi*,.

Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). Thousand Oaks: Sage Publications.

A. Peraturan/Undang-Undang

Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.

Undang- Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

B. Website

APJII (Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia). (2024). *Laporan Survei Pengguna Internet Indonesia 2024*. Diakses dari <https://www.apjii.or.id> pada 9 Mei 2025, Pukul 11.30 WIB.

Badan Pusat Statistik (BPS). (2024). *Proyeksi jumlah penduduk Indonesia 2024*. Badan Pusat Statistik. Diakses dari <https://www.bps.go.id>. Diakses pada 9 Mei 2025, Pukul 11.00 WIB.

Hukumonline. (2023). *Pengertian dan Akibat Hukum Wanprestasi*. *Hukumonline* Diakses dari <https://www.hukumonline.com> pada 5 Desember 2024, Pukul 14.30 WIB.

Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. (2021). *Laporan Tahunan Literasi Digital Nasional 2021*.

Kementerian Perdagangan Indonesia (Kemendag). (2024). *Kemendag Catat 4.114 Layanan Konsumen Sepanjang 2024*. Diakses dari <https://www.kemendag.go.id>. Diakses pada 10 Mei 2025. Diakses Pukul 13.00 WIB.

TEMPO.CO, Jakarta (2021), Diakses dari <https://www.tempo.co/ekonomi/4-penipuan-belanja-online-barang-tak-sampai-hingga-beli-hp-yang-datang-kardus-485307> pada 8 Februari 2025, Pukul 12.00 WIB.

TRIBUN-MEDAN.COM (2023). Diakses dari <https://medan.tribunnews.com/2023/07/11/pria-ini-ditipu-penjual-beli-handphone-dari-marketplace-facebook-tapi-yang-datang-malah-biskuit>. Diakses pada 10 Mei 2025. Diakses Pukul 09.00 WIB.

Nvtnews.id, Depok (2024), Diakses dari <https://www.nvtnews.id/new/017238/Menyedihkan-wanita-ini-beli-kosmetik-rp3-juta-yang-datang-malah-biscuit>. Di akses pada 10 Mei 2025, Diakses pukul 09.00 WIB.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

We Are Social & Hootsuite. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. Diakses dari <https://wearesocial.com>. Diakses pada 9 Mei 2025 pukul 12.00 WIB.