

**PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS INFORMASI YANG
TIDAK SESUAI DALAM PENAWARAN BARANG DARI
PELAKU USAHA YANG TERCANTUM DALAM
MEDIA SOSIAL**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Suatu Syarat Untuk Memperoleh Gerlar Sarjana Hukum
Pada Program Studi Ilmu Hukum Bagian Hukum Perdata
Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya*

Oleh:

**ADVENATA TAMBUNAN
02011281823200**

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
INDRALAYA
2025**

**PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS INFORMASI YANG
TIDAK SESUAI DALAM PENAWARAN BARANG DARI
PELAKU USAHA YANG TERCANTUM DALAM
MEDIA SOSIAL**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Suatu Syarat Untuk Memperoleh Gerlar Sarjana Hukum
Pada Program Studi Ilmu Hukum Bagian Hukum Perdata
Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya*

Oleh:

**ADVENATA TAMBUNAN
02011281823200**

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
INDRALAYA
2025**

HALAMAN PENGESAHAN DAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : ADVENATA TAMBUNAN

NIM : 02011281823200

PROGRAM KEKHUSUSAN : HUKUM PERDATA

JUDUL SKRIPSI

**PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS INFORMASI YANG TIDAK
SESUAI DALAM PENAWARAN BARANG DARI PELAKU USAHA
YANG TERCANTUM DALAM MEDIA SOSIAL**

Secara Substansi Telah Diuji Dan Dinyatakan Lulus Dalam Ujian Komprehensif
Pada Tanggal 26 Juni 2025, Serta Dinyatakan Memenuhi Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Hukum Pada Program Studi Ilmu Hukum
Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya

Mengesahkan,

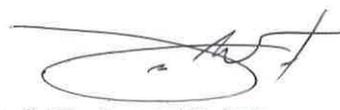
Pembimbing Utama,



Dr. Sri Turatmiyah, S.H., M. Hum.

NIP. 196511011992032001

Pembimbing Pembantu,



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

NIP. 197002071996032002



Mengetahui,

**Dekan Fakultas Hukum
Universitas Sriwijaya**



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

NIP. 196606171990011001

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Advenata Tambunan
Nomor Induk Mahasiswa : 02011281823200
Tempat, Tanggal Lahir : Lahat, 05 Desember 2000
Fakultas : Hukum
Strata Pendidikan : S-1
Program Studi : Ilmu Hukum
Program Kekhususan : Hukum Perdata

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini tidak memuat bahan-bahan yang sebelumnya telah diajukan untuk memperoleh gelar di perguruan tinggi manapun tanpa mencantumkan sumbernya, juga tidak memuat bahan-bahan yang sebelumnya telah dipublikasikan atau di tulis oleh siapapun tanpa mencantumkan sumbernya dalam teks.

Demikianlah Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dalam keadaan sadar. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya telah melakukan hal-hal yang bertentangan dengan pernyataan ini, saya bersedia menanggung segala akibat yang timbul sesuai dengan ketentuan yang berlaku

Indralaya, 30 Juni 2025



Advenata Tambunan
NIM. 02011281823200

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Tetaplah Berdoa”

1 Tesalonika 5: 17

"Bukankah telah Kuperintahkan kepadamu: kuatkan dan teguhkanlah hatimu? Janganlah takut dan jangan gentar, sebab TUHAN, Allahmu, menyertai engkau di mana saja engkau pergi."

Yosua 1:9

“Berikanlah yang terbaik, coba dan ulangi, terlambat bukan suatu alasan untuk berhenti.”

Advenata Tambunan

Persembahan:

1. Tuhan Yesus Kristus
2. Kedua orang tua saya dan keluarga tercinta
3. Bapak/Ibu Guru dan Dosen serta para tenada pendidik lainnya.
4. Teman-teman, Sahabat dan rekan-rekan seperjuangan.
5. Almamater, serta nusa, bangsa dan Negara

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis utarakan ke Hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan kasih-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“Perlindungan Konsumen atas Informasi yang Tidak Benar dalam Penawaran Barang oleh Pelaku Usaha yang Tercantum dalam Media Sosial”** dapat terselesaikan dengan baik meskipun dengan keterlambatan. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Hukum di Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya. terselesaikannya penulisan skripsi ini, tidak terlepas dari doa, bimbingan dan dukungan dari orang tua, keluarga, bapak/ibu dosen pembimbing, teman dan sahabat terdekat. Penulis menyampaikan terima kasih dan semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan kita semua, Amin.

Penulis juga menyadari dengan penuh kesadaran bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan kerendahan hati dan senang hati menerima berbagai kritik dan saran dari berbagai pihak guna menyempurnakan skripsi ini dan guna memperbaiki penulisan karya-karya tulis berikutnya di kemudian hari. Akhirnya, penulis berharap skripsi yang telah dibuat dapat berguna dan bermanfaat secara teoritis dan praktikal mengenai kesadaran para pembaca yang menjadi pihak konsumen maupun pelaku usaha dalam transaksi jual beli *online* atas Hak dan Kewajiban yang dimiliki. Terima kasih.

Indralaya, Juli 2025

Advenata Tambunan

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan penyertaannya dalam setiap langkah hidup penulis, sehingga penulis mampu dan dapat menyelesaikan proses perkuliahan dan penulisan skripsi dengan judul **“Perlindungan Konsumen atas Informasi yang Tidak Benar dalam Penawaran Barang oleh Pelaku Usaha di Media Sosial”** dengan baik dan lancar. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan ataupun kualifikasi dalam memperoleh gelar Sarjana Hukum di Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya. Adapun dalam proses menyusun dan menyelesaikan skripsi ini, tentunya tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan kepada semua pihak yang telah mendoakan, memberikan dukungan baik moral maupun materil, memberikan motivasi dan nasihat, membimbing, meluangkan waktu, tenaga dan pikiran, dalam membantu penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Sriwijaya;
2. Bapak Prof. Dr. Joni Emirzon, S.H., M.Hum., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya;
3. Bapak Dr. Muhammad Syaifuddin S.H., M.Hum., selaku Wakil Dekan I (Bidang Akademik) Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya;

4. Bapak Vegitya Ramadhani Putri, S.H., S.Ant., M.A., LL.M., selaku Wakil Dekan II (Bidang Umum, Keuangan dan Kepegawaian) Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya;
5. Bapak Dr. Zulhidayat., S.H., M.H., selaku Wakil Dekan III (Bidang Kemahasiswaan dan Alumni) Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya;
6. Ibu Sri Turatmiyah, S.H., M.Hum., selaku Pembimbing Akademik serta Pembimbing Utama yang telah membantu, membimbing dan mengarahkan penulis dalam proses penyelesaian skripsi.
7. Ibu Dr. Sri Handayani, S.H., M.Hum., selaku Pembimbing Pembantu Skripsi yang telah membantu, membimbing dan mengarahkan penulis dalam proses penyelesaian skripsi.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya, Dosen UPT Lembaga Bahasa Universitas Sriwijaya, Dosen UPT Matakuliah Pengembangan Kepribadian Universitas Sriwijaya, Mentor Pendidikan Latihan Kemahiran Hukum (PLKH Semester Genap 2021) yang telah memberikan waktu, pikiran dan tenaga untuk mendidik, membimbing dan melatih penulis melalui proses kegiatan belajar mengajar dan kegiatan praktik di Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya;
9. Kedua orang tuaku tercinta dan tersayang, Bapak Palti Mangapul Tambunan dan Mamak Purwanti Tampubolon, yang telah melahirkan, membesarkan, merawat, menyekolahkan dan mendukung segala impian penulis sejak kecil hingga beranjak dewasa, tidak pernah berhenti untuk terus mendoakan,

memberikan nasihat, motivasi, cinta dan kasih sayang kepada penulis, serta selalu sabar dalam mendengarkan keluh kesah dan menghadapi diri penulis;

10. Saudara kandung, abang dan kakak terkasih, Kakak Velia Mery Elizabeth Tambunan, Abang Daniel Andreas Tambunan dan Abang Joseph Tardas Tambunan, yang terus mendukung segala kegiatan yang penulis jalani, memberikan nasihat dan motivasi dalam menjalani segala kegiatan sampai pada penyelesaian skripsi ini.

11. Teman teman dan rekan seperjuangan calon Sarjana Hukum dan yang telah menjadi Sarjana Hukm Angkatan 2018;

12. Teman, sahabat bahkan yang telah penulis anggap sebagai keluarga, Gideon Sihombing, S.H., Nauli Putri, S.H., M.Kn. Ester Melina Simanjuntak, S.Si yang telah menjadi teman selama masa perkuliahan dan tetap mempedulikan penulis dalam segala kondisi, selalu mengingatkan, mengarahkan, memotivasi serta mendukung penulis dalam segala keterpurukan.

13. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu dalam skripsi ini, yang telah mem

14. berikan doa, semangat, motivasi dan mendukung baik secara materil dan moril kepada penulis dalam proses dan perjuangan perkuliahan dan penyelesaian penulisan skripsi ini. Nama dan jasa kalian tetap tertulis di dalam hati saya.; dan,

15. Terakhir, dan tidak kalah penting saya sendiri (Advenata Tambunan) selaku penulis skripsi ini telah berjuang dan mampu menuntaskan segala tanggungjawab yang telah di limpahkan, tetap bertahan meski dengan segala cobaan yang

diberikan yang tidak lain merupakan cobaan atas kelalaian dan kecerobohan saya sendiri. Meskipun tanpa pendirian yang kokoh, penulis merasa bersyukur dan bangga dapat menjalani kehidupan yang arah yang jelas dan tetap mencoba mencari jati diri sejati yang penulis rasa memenuhi ambisi terpendam selama ini.

Indralaya, Juli 2025

Penulis,

Advenata Tambunan

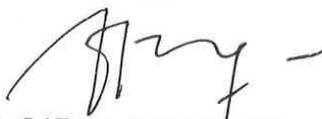
ABSTRAK

Perlindungan Konsumen atas Informasi yang Tidak Sesuai dalam Penawaran Barang oleh Pelaku Usaha yang Tercantum dalam Media Sosial

Salah satu perikatan yang timbul dari alih fungsi media sosial ini yakni perikatan berbentuk jual beli secara online yang dikenal dengan *e-commerce*. Konsep *e-commerce* menjadikan dasar timbulnya konsep pasar eletronik yang biasa dikenal sebagai *marketplace*. *Marketplace Facebook* merupakan salah satu platfrom yang mudah digunakan untuk transaksi jual beli online. Hanya dengan menuliskan produk yang diinginkan maka akan banyak jenis barang yang ditampilkan dengan harga yang paling murah hingga barang yang paling mahal serta terdapat barang bekas yang masih layak pakai dan barang yang masih baru. Dengan adanya banyak kemudahan yang didapat pada platfrom *Marketplace Facebook*, tidak menutup kemungkinan bahwa konsumen mengalami banyak kerugian. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui perlindungan hukum konsumen dan penyelesaian sengketa atas informasi yang tidak sesuai dalam penawaran barang dari pelaku usaha yang tercantum pada *Marketplace Facebook*. Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perlindungan hukum konsumen atas informasi yang tidak sesuai dalam penawaran barang dari pelaku usaha, maka pelaku usaha dikenakan sanksi sanksi perdata masing-masing berupa kompensasi, ganti rugi, atau sanksi pidana berupa denda dan penjara. Selanjutya untuk penyelesaian sengketa atas informasi yang tidak sesuai dalam penawaran barang dari pelaku usaha yang tercantum dalam media sosial dapat dilakukan dengan mengembalikan produk atau pengembalian uang jika ditemukan pada saat itu lalai dalam menyebabkan kerugian konsumen.

Kata Kunci : *Konsumen, Media Sosial, Penawaran, Perlindungan*

Pembimbing Utama



Dr. Sri Turatmiyah, S.H., M.Hum
NIP. 196511011992032001

Pembimbing Pembantu



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

Mengetahui,
Ketua Bagian Hukum Perdata



Dr. Sri Handayani, S.H., M.Hum
NIP. 197307281998021001

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusa Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	12
E. Ruang Lingkup Penelitan.....	13
F. Kerangka Teoritis.....	13
G. Metode Penelitian.....	20
1. Jenis Penelitian.....	20
2. Pendekatan Penelitian	20
3. Jenis Dan Sumber Bahan Hukum	22
4. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum.....	24
5. Teknik Analisa Bahan Hukum	24
6. Teknik Penarikan Kesimpulan	25
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	26
A. Teori Perjanjian.....	26
1. Pengertian Perjanjian.....	26
2. Syarat Sah Perjanjian.....	29
3. Asas-Asas Perjanjian.....	30
4. Jenis Perjanjian.....	34

B. Tinjauan Umum Perjanjian Jual Beli.....	36
1. Pengertian Perjanjian Jual Beli.....	36
2. Para Pihak Dalam Perjanjian Jual Beli.....	37
3. Hak dan Kewajiban Penjual dan Pembeli.....	38
C. Tinjauan Umum <i>E-Commerce</i>	41
1. Pengertian <i>E Commerce</i>	41
2. Jenis-Jenis <i>e-commerce</i>	43
3. Terjadinya <i>e-Commerce</i>	46
4. Para Pihak <i>e-Commerce</i>	47
5. Keterkaitan Perjanjian Jual Beli dan <i>e-Commerce</i>	48
BAB III PEMBAHASAN.....	50
A. Perlindungan Hukum Konsumen Atas Informasi Yang	50
Tidak Sesuai Dalam Penawaran Barag Dari Pelaku	
Usaha Yang Tercantum Dalam <i>Marketplace Facebook</i>	
B. Penyelesaian Sengketa Atas Informas yang Tidak Sesuai Dalam.....	68
Penawaran Barang Dari Pelaku Usaha yang Tercantm dalam.....	
<i>Marketplace Facebook</i>	
BAB IV PENUTUP.....	80
A. Kesimpulan.....	80
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN.....	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan serta pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi melalui internet telah membuat kegiatan masyarakat menjadi serba digital. Kegiatan jual beli yang awalnya mengharuskan masyarakat berinteraksi langsung sekarang sudah mengalami perubahan interaksi melalui dunia maya. Semakin dikenal dan semakin banyak digunakan oleh masyarakat, internet menjadi berkembang dengan sangat pesat. Internet sekarang ini sudah di manfaatkan dalam berbagai aspek kehidupan bermasyarakat seperti aspek sosial, aspek budaya, aspek ekonomi serta berbagai aspek lainnya. Hiburan menjadi salah satu hal yang menjadi kebutuhan manusia, salah satu hiburan yang ditawarkan di internet adalah media sosial. Berdasarkan riset oleh perusahaan media sosial di Amerika Serikat *We Are Social*. Indonesia terdapat sekitar 200 juta pengguna aktif internet dan 170 juta pengguna aktif media sosial yang semuanya ditotalkan dari berbagai platform yang ada di Indonesia.¹ Platform tersebut di antaranya yakni Twitter, Facebook, Youtube, Instagram, Tiktok, Whatsapp, Line, Pinterst, Telegram, Wechat, Snapchat, Skype, Tumblr, Reddit, Linkdin. Semua media sosial tersebut menjadi salah satu sarana untuk mendapatkan hiburan.

¹ Simon Kemp, *DIGITAL 2021: The Latest Insights Into The 'State Of Digital*, <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital/>, diakses 12 Desember 2021 pukul 21:48

Seiring berjalannya waktu, *platform* tersebut di alih fungsikan yang pada dasarnya menjadi sarana interaksi dua arah yang menghubungkan dua atau lebih orang melalui obrolan dalam jaringan internet, media berbagi video, media berbagi tulisan dan hal lain yang tidak menimbulkan suatu perikatan menjadi sebuah sarana yang memungkinkan dua atau lebih pihak yang dapat menimbulkan suatu perikatan.

Salah satu perikatan yang timbul dari alih fungsi media sosial ini yakni perikatan berbentuk jual beli. Menurut Subekti jual beli adalah kegiatan dimana para.pihak mengikatkan diri masing masing dimana satu pihak yang memilih untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang dan pihak lain memilih untuk.membayar harga yang telah diperjanjikan sebelumnya.² Perikatan yang biasanya mengharuskan kedua belah pihak untuk berinteraksi secara langsung ini mengalami perubahan dengan terciptanya kegiatan jual beli yang dapat dilakukan secara *online* atau daring. Kegiatan jual beli yang mengalami perubahan menjadi basis elektronik ini dikenal dengan istilah *e-commerce* (*electronic commerce*) yakni kegiatan jual beli yang memanfaatkan.media internet.³ Dalam transaksi *e-commerce* ini perlu diketahui bahwa untuk melakukan transaksi *e-commerce* para pihak terikat kedalam suatu perjanjian yakni perjanjian jual beli. Perjanjian jual beli ini dimaksudkan agar semua pihak yang membuat perjanjian memiliki hak dan kewajiban masing masing, satu pihak berkewajiban untuk menyerakan suatu kebendaan dan pihak yang lain berkewajiban membayar

² R Subekti, *Hukum Perjanjian*, (Jakarta: Intermasa, 2000), hlm.79.

³ Ahmad M. Ramli, *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia*, (Bandung:PT. Refika Aditama, 2004), hlm. 1.

harga yang telah diperjanjikan. Hak dan kewajiban para pihak tidak langsung melekat kepada para pihak melihat perjanjian sendiri memiliki syarat agar suatu perjanjian dapat dikatakan sah. Dalam Pasal 1320 KUH Perdata menyatakan jelas syarat kepada para pihak agar dapat membuat suatu perjanjian adalah adanya kata sepakat, kecakapan, hal tertentu yang diperjanjikan dan suatu sebab yang halal.

Kegiatan *e-commerce* mempermudah transaksi jual beli, baik dari pihak pelaku usaha maupun pihak konsumen. Kemudahan dalam hal penawaran barang, konsumen yang tidak hanya di suatu wilayah tertentu saja, tanpa modal besar karena tidak memerlukan lokasi yang strategis serta toko yang mewah untuk menarik pembeli, metode pembayaran yang beragam, dan masih banyak lainnya. Transaksi online melalui portal *e-commerce* semakin populer digunakan di masyarakat dan hal ini dapat dinilai sebagai perkembangan positif karena semakin mudah untuk menghubungkan pelaku usaha atau pemilik toko *online* dengan konsumen saat ini.⁴ Bagi konsumen itu sendiri, *e-commerce* memberikan banyak kemudahan dalam mendapatkan barang yang diinginkan dengan kemudahan akses serta tidak ada waktu tertentu yang membatasi konsumen untuk memilih barang yang diinginkan.

E-commerce ini secara umum diatur pada Kitab Undang-undang Hukum Perdata selanjutnya disebut KUH Perdata, dalam Buku III tentang Perikatan terkhusus pada Bab I sampai dengan Bab V, yang secara khusus

⁴ Liany Dewi Sanjoto, Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Pemakai Jasa Elektronik Dalam Transaksi Melalui Marketplace, *Jurnal Ilmiah Dunia Hukum*, Vol. 3, No. 2, April 2019, hlm. 98

terkait transaksi jual beli *online* ini diatur dalam Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik selanjutnya disebut UU ITE. Didalam KUH Perdata Pasal 1457 jual beli diartikan sebagai suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Dari pengertian tersebut dapat ditarik makna bahwa jual beli merupakan penyerahan kebendaan yang diperjanjikan oleh pelaku usaha kepada konsumen dan penyerahan uang yang telah disepakati konsumen kepada pelaku usaha. Lalu secara khusus UU ITE mengartikan *e-commerce* sebagai perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.

Pelaksanaan jual beli elektronik ini mengenal dua sistem penyerahan harga/ uang sebagai bentuk pembayaran dalam bentuk *Cash On Delivery* (COD). Sistem pembayaran COD adalah metode pembayaran yang dilakukan pembeli ketika barang diterima oleh pembeli⁵. Dapat dijelaskan bahwa ketika Pembeli menerima barang disaat itulah pembeli melaksanakan kewajiban membayar sesuai dengan harga yang telah disepakati. Lalu untuk sistem pembayaran kedua adalah pelaku usaha yang harus bertanggung memproses barang ke pihak selanjutnya atau melaksanakan tanggung jawab mengantarkan barang ke pihak pembeli setela pembeli melakukan pembayaran yang dikenal dengan sistem sistem *Cash Before Delivery*

⁵ Silviasari. "Penyelesaian Sengketa Konsumen dan Pelaku Usaha dalam Transaksi E-Commerce Melalui Sistem Cash On Delivery". *Media of law and sharia* (Agustus 2020), hlm. 152.

(*CBD*) adalah sistem yang mengharuskan konsumen membayar terlebih dahulu sebelum barang di proses. Bagi para pihak yang tidak melaksanakan tanggung jawabnya sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dapat digugat oleh pihak yang merasa dirugikan untuk mendapatkan ganti rugi.

Konsep *e-commerce* menjadikan dasar timbulnya konsep pasar elektronik yang biasa dikenal sebagai *marketplace*. *Marketplace* dapat diartikan sebagai suatu pasar tradisional pada umumnya. Untuk hal yang menjadi pembeda yakni, pasar ini memiliki bentuk secara *virtual* atau disebut dunia maya. Dengan kata lain *Marketplace* merupakan media sarana bagi kedua belah pihak yang melakukan perjanjian jual beli melalui sarana digital. Untuk para pelaku usaha menjual produknya di website tersebut, pelaku usaha hanya perlu memberikan informasi produk saja.⁶ Peran pemilik *marketplace* adalah mempertemukan penjual dan pembeli di platform digital yang di sediakan. *Marketplace* memanfaatkan berbagai media sebagai sarana dalam melakukan kegiatan *e-commerce* ini. Sebagai salah satu contoh dari media sarana ini adalah media sosial yang dijadikan para pihak untuk bertemu dan membuat perjanjian jual beli secara *online*. Terdapat berbagai media sosial yang sering diakses oleh pengguna media sosial di Indonesia sebagai berikut: Twitter, Tiktok, Facebook, Youtube,

⁶ Rini Yustiani, Dkk, “Peran Marketplace sebagai Alternatif Bisnis di Era Teknologi Informasi”, Jurnal Ilmiah dan Komputer (KOMPUTA), Vol.6, No. 2, Oktober 2017, hlm. 43

Instagram, Tiktok, Whatsapp, Line, Pinterst, Telegram, Wechat, Snapchat, Skype, Tumblr, Reddit, Linkdin.⁷

Pemanfaatan media sosial sebagai salah satu sarana *e-commerce* tidak luput dari dampak negatif. Mengingat transaksi jual beli ini dilakukan tanpa adanya kontak fisik atau pertemuan secara langsung dan pihak konsumen maupun pelaku usaha yang tidak saling mengenal sebelumnya, hak konsumen dalam transaksi *e-commerce* ini sangat rentan di langgar yang membuat pihak konsumen berada pada posisi tawar (*bargaining position*) yang lemah. Hukum positif Indonesia mengakui adanya perlindungan para pihak baik konsumen maupun pelaku usaha. Hal ini merupakan tujuan diciptakannya Undang-undang Nomor 8 Tahun 2009 Tentang Perlindungan Konsumen yang telah mengalami perubahan dalam beberapa pasalnya yang sekarang menjadi Undang-Undang Nomor merupakan suatu urgensi. Hak-hak konsumen ini telah diatur tersendiri didalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang telah mengalami perubahan menjadi Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 atas perubahan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut sebagai UUPK). Hak terhadap konsumen ini dijelaskan dalam Pasal 4 UUPK. Sebagai salah satu contoh adalah hak

⁷ Simon Kemp, *Digital 2021: The Latest Insights Into The 'State Of Digital*, <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital/>, diakses 12 Desember 2021

konsumen untuk mendapatkan informasi yang jelas mengenai kondisi dan jaminan barang yang ditawarkan oleh pelaku usaha.⁸

Dalam konteks transaksi *e-commerce*, pelaku usaha berkewajiban atas terpenuhinya hak-hak konsumen yang dituangkan dalam pasal 7 UUPK. Selain kewajiban pelaku usaha, UUPK juga menjelaskan aspek hukum perlindungan konsumen berupa perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dan tanggung jawab pelaku usaha. Perbuatan yang dilarang tersebut diatur dalam Pasal 8 s/d Pasal 17 UUPK. Aspek ini dapat diberlakukan apabila dapat dibuktikan bahwa barang dan/atau jasa yang ditawa melanggar ketentuan ini. Kemudian mengenai aspek tanggung jawab yang berlaku bagi pelaku usaha terjadi apabila konsumen menerima barang yang diperjanjikan dan nyatanya barang yang diterima tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan.

Pada penelitian ini penulis berfokus pada penggunaan Facebook sebagai media belanja online dikarenakan transaksi jual beli pada *marketplace Facebook* hanya dilakukan antara penjual dan pembeli tanpa ada pihak ketiga yang menjembatani kegiatan transaksi dan melindungi penjual dan pembeli dari berbagai kecurangan dalam transaksi.

Marketplace Facebook yakni salah satu media yang termasuk mudah diadaptasi oleh segala kalangan. Hanya dengan menuliskan produk yang diinginkan maka akan banyak jenis barang yang ditampilkan dengan harga yang paling murah hingga barang yang paling mahal serta terdapat barang

⁸ Indonesia, *Undang-Undang Perlindungan Konsumen*, UU No. 8 Tahun 1999 Pasal 4 butir (3)

bekas yang masih layak pakai dan barang yang masih baru. Dengan adanya banyak keuntungan yang dirasakan dalam pemanfaatan *Marketplace Facebook*, tidak menutup kemungkinan akan adanya kerugian yang dialami konsumen. Hal ini dikarenakan tidak adanya komunikasi secara langsung sehingga menimbulkan kekecewaan dan kerugian terhadap konsumen. Konsumen sering kali mendapatkan barang yang tidak sesuai dengan ekspektasi seperti cacatnya suatu barang yang tidak sesuai dengan deskripsi penjualan, kurangnya jumlah barang yang dikirimkan, dan barang yang hilang pada saat pengiriman. Akan tetapi penjual tidak mau bertanggung jawab dengan dalih alasan menyalahkan jasa pengiriman⁹.

Sebuah penelitian di Kota Magelang menemukan beberapa kasus kecurangan yang dialami konsumen yang berbelanja melalui *marketplace Facebook*. Ahmad Yusron membeli stroller bayi, namun produk yang diterima memiliki rangka bengkok dan patah, sehingga tidak dapat digunakan sebagaimana mestinya. Kasus lain menimpa Ivan Rahmad, yang memesan kemeja putih ukuran XL, tetapi menerima ukuran L. Karena kecewa dan merasa dirugikan, Ivan akhirnya memilih berpindah ke platform *e-commerce* lain, dikarenakan *platform Facebook* ini tidak mengatasi masalahnya yang dialaminya. Diakibatkan lemahnya posisi konsumen dibanding pelaku usaha menyebabkan sulitnya mendapatkan ganti rugi yang sesuai. Kasus ketiga yaitu terjadi pada Doni Hermawan yang membeli sepatu di *Marketplace Facebook*. Doni Hermawan membeli sepatu

⁹ Ni Putu Trisna Widyantari dan A.A Ngurah Wirasila, "Pelaksanaan Ganti Kerugian Konsumen Berkaitan Dengan Ketidaksetaraan Produk Pada Jual Beli Online", *Jurnal Kerta Semaya*, Vol 7, (2019) Hlm 7

bermerek Adidas Spezial dalam keadaan tidak ada cacat produk dalam informasi di *Marketplace Facebook*. Setelah barang diterima, sepatu tersebut dalam keadaan cacat produk yaitu pada outsole yang sudah robek. Kasus selanjutnya terjadi pada Guntur Satria Jati yang membeli bendera merah putih. Saudara Guntur membeli bendera dalam jumlah besar yaitu 86 bendera kecil berwarna merah putih. Ketika diterima saudara Guntur hanya sebanyak 82 bendera saja¹⁰.

Fenomena serupa juga terjadi di Jakarta. Seorang konsumen bernama Mita membeli sepatu dari penjual di Facebook yang mengklaim produknya asli, lengkap dengan foto meyakinkan dan harga lebih murah dari toko resmi. Namun, setelah barang sampai, ternyata produk tersebut palsu (KW). Saat Mita mengeluhkan hal ini di kolom komentar namun tidak mendapatkan respon yang baik dari pelaku usaha tersebut.¹¹

Didalam kasus-kasus tersebut dapat ditelaah bahwa yang menjadi akar permasalahan yakni pelaku usaha yang memberikan informasi tidak benar atas barang yang ditawarkan. Hal ini merupakan bentuk pelanggaran hak konsumen oleh pelaku usaha yakni tidak menepati janji atas barang yang telah ditawarkan dengan informasi yang telah diperjanjikan melalui media sosial tersebut. Dikarenakan informasi terhadap barang menjadi aspek penting bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce*. Dikaitkan dengan hak

¹⁰ Iqbal Galih, *Perlindungan Konsumen Terhadap Kerugian Konsumen Atas Transaksi Jual Beli Online Melalui Marketplace Facebook Di Kabupaten Magelang*. Universitas Negeri Sunan Kaljaga. Yogyakarta. 2023

¹¹ Oktaviyani. Herlina. Manik, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui Media Facebook*. *Journal of Civil and Bussiness Law* 4(1). 2023 : 72-90

konsumen yang diatur Pasal 4 huruf c UUPK bahwa konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang sebenarnya dan se jelasnya atas produk yang di tawarkan oleh pelaku usaha, UU ITE juga memberikan ketentuan mengenai hal tersebut melalui Pasal 9 UU ITE yaitu: “Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Ketentuan pada pasal tersebut juga memberikan jaminan atas hak konsumen untuk mendapatkan informasi serta kondisi barang yang ditawarkan oleh pelaku dalam transaksi melalui media elektronik. Meskipun demikian tetap diperlukan lagi peraturan yang lebih ketat dan tegas lagi untuk menciptakan rasa aman bagi konsumen.¹²

Berdasarkan penjelasan dari permasalahan diatas penulis beranggapan bahwa perlu adanya bentuk tulisan yang memberikan informasi bagaimana perlindungan konsumen diterapkan melalui hukum positif di Indonesia untuk menyelesaikan sengketa konsumen dalam ranah *e-commerce*. Maka dari itu, tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Perlindungan Hukum Konsumen Atas Informasi Yang Tidak Sesuai Dalam Penawaran Barang Dari Pelaku Usaha Yang Tercantum Dalam Media Sosial”**

¹²Ramadhan Wardhana, Dwi Desi Yayi Tarina, Perlindungan Konsumen Jual Beli Online Masker Di Marketplace Facebook, Jurnal Ilmu Hukum dan Humaniora(JUSTITIA), Vol. 8 No. 5 Tahun 2021, hlm. 1259.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang sebagaimana diuraikan di atas, adapun rumusan masalah yang akan dibahas adalah:

1. Bagaimana perlindungan hukum konsumen atas informasi yang tidak sesuai dalam penawaran barang dari pelaku usaha yang tercantum pada *Marketplace Facebook* ?
2. Bagaimana penyelesaian sengketa atas informasi yang tidak sesuai dalam penawaran barang dari pelaku usaha yang tercantum pada *Marketplace Facebook* ?

C. Tujuan Penelitian

Bahwa dalam suatu penelitian tentu memiliki tujuan yang jelas. Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis perlindungan hukum konsumen atas informasi yang tidak sesuai dalam penawaran barang dari pelaku usaha yang tercantum pada *Marketplace Facebook*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis penyelesaian sengketa atas informasi yang tidak sesuai dalam penawaran barang dari pelaku usaha yang tercantum pada *Marketplace Facebook*.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai dan diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber pengembangan ilmu bagi penulis untuk menambah pengetahuan, serta menjadi wadah pengembangan ilmu hukum khususnya hukum perdata mengenai kajian perlindungan hukum konsumen yang memanfaatkan media sosial sebagai salah satu bentuk perdagangan online (*e-commerce*). Memberikan sumbangan pemikiran bagi ilmu pengetahuan terutama mengenai perlindungan konsumen atas informasi yang tidak benar dalam penawaran barang oleh pelaku usaha di media sosial. Serta menjadi sumber kepustakaan dalam penelitian selanjutnya sesuai kajian penelitian yang terkait.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pelaku Usaha

Sumber informasi dan acuan dalam penawaran barang oleh pelaku usaha di media sosial, untuk mengurangi kerugian bagi kedua pihak dalam transaksi online.

b. Bagi Konsumen

Sarana edukasi mengenai mengenai perlindungan konsumen terhadap informasi yang tidak benar dalam penawaran barang oleh pelaku usaha di media sosial.

c. Bagi Pemerintah

Sebagai informasi bagi pemerintah untuk membuat kebijakan terkait perlindungan hukum bagi perlindungan konsumen terhadap informasi yang tidak benar dalam penawaran barang oleh pelaku usaha di media sosial

E. Ruang Lingkup

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka penulisan pada penelitian ini akan menitik beratkan kajian mengenai keabsahan jual beli *online* pada *Marketplace Facebook*. Keabsahan tersebut berdasarkan hukum positif di Indonesia serta Perlindungan Konsumen atas informasi yang tidak benar dalam penawaran oleh pelaku usaha di media sosial yang ditinjau berdasarkan UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan UU No. 19 Tahun 2016 Tentang perubahan atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Teknologi Elektronik.

F. Kerangka Teoritis

Adapun yang menjadi kerangka teori dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Teori Perlindungan Hukum

Philipus M. Hadjon, melalui buku "Perlindungan Hukum Bagi Rakyat", mencetuskan teori perlindungan hukum yang membedakan antara perlindungan hukum preventif dan represif. Perlindungan

hukum preventif bertujuan untuk mencegah sengketa dan pelanggaran hukum dengan tindakan pencegahan, sedangkan perlindungan hukum represif ditujukan untuk menyelesaikan sengketa yang telah terjadi melalui mekanisme hukum seperti peradilan¹³.

Teori perlindungan hukum bersumber dari teori hukum alam atau aliran hukum alam. Didalam aliran hukum alam menjelaskan bahwa hukum itu bersumber dari Tuhan yang berdasarkan asas universalitas dan bersifat abadi, dimana antara hukum dan moral tidak dapat dipisahkan. Aliran ini memandang hukum dan moral itu merupakan suatu perwujudan aturan dari berbagai aspek kehidupan manusia. Perlindungan hukum awalnya lahir karena adanya ketentuan hukum yang timbul karena adanya kesepakatan masyarakat untuk mengatur hidup bermasyarakat. Dapat dikatakan bahwa perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia (HAM) yang dirugikan orang lain dan perlindungan itu di berikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.¹⁴ Pendapat Sunaryati Hartono mengatakan bahwa hukum dibutuhkan untuk mereka yang lemah dan belum kuat secara sosial, ekonomi dan politik untuk memperoleh keadilan sosial.¹⁵

¹³ Tomi Suryo Utomo, *Hak Kekayaan Intelektual di Era Global*, (Yogyakarta, Graha Ilmu, 2010), h. 209

¹⁴ Satijipto Raharjo, *Ilmu Hukum*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000), hlm. 53.

¹⁵ Sunaryati Hartono, *Politik Hukum Menuju Satu Sistem Hukum Nasional*, (Bandung: Alumni, 1991), hlm. 55.

Perlindungan hukum merupakan suatu tindakan pemerintah yang bersifat preventif dan represif. Perlindungan hukum yang preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa, yang mengarahkan tindakan pemerintah berikap hati-hati dalam pengambilan keputusan berdasarkan diskresi, dan perlindungan yang represif bertujuan untuk menyelesaikan terjadinya sengketa, termasuk penanganannya di lembaga peradilan.¹⁶

Teori perlindungan hukum di Indonesia dilandaskan pada dasar Negara Indonesia yakni Pancasila. Terdapat dua bentuk perlindungan hukum, yaitu:¹⁷

a) Perlindungan Hukum Preventif

Perlindungan hukum preventif adalah perlindungan hukum yang diberikan pemerintah yang memiliki tujuan sebagai bentuk pencegahan terjadinya sengketa konsumen atau pelanggaran terhadap konsumen yang mengancam hak-hak konsumen oleh pelaku usaha.

b) Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan hukum represif adalah perlindungan hukum memiliki sifat menyelesaikan sengketa atau dapat dikatakan bahwa sengketa konsumen tersebut telah terjadi. Perlindungan hukum represif ini berbentuk sanksi, seperti denda, penjara dan

¹⁶ Maria Alfons, "Implementasi Perlindungan Indikasi Geografis Atas Produk-produk Masyarakat Lokal Dalam Perspektif Hak Kekayaan Intelektual", (Disertasi Doktor Universitas Brawijaya, Malang, 2010), hlm. 18.

¹⁷ Muchsin, "Perlindungan dan Kepastian Hukum Bagi Investor di Indonesia", (Tesis Magister Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2003), hlm. 14.

hukuman tambahan yang diberikan. Penyelesaian sengketa ini berada dalam ranah peradilan umum dan peradilan administrasi di Indonesia. Dengan adanya perlindungan hukum represif konsumen dapat dilindungi apabila telah terjadi pelanggaran. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran wajib mengganti kerugian kepada konsumen. Teori perlindungan hukum digunakan dalam penelitian ini sebagai acuan untuk membahas bentuk perlindungan hukum seperti apa yang diberikan kepada konsumen yang menjadi korban atas informasi yang tidak sesuai dalam penawaran barang dari pelaku usaha yang tercantum dalam media sosial.

2. Teori Perjanjian

Suatu masyarakat hukum menjadikan hubungan satu sama lain dengan membentuk suatu perjanjian dalam memenuhi kebutuhan sehari harinya. Perjanjian yang dibentuk dimanfaatkan oleh masyarakat untuk pertukaran barang dan jasa dalam pemenuhan kebutuhan dibidang ekonomi.

Kamus Besar Bahasa Indonesia memberikan pengertian tentang perjanjian berupa “persetujuan tertulis maupun lisan yang dibuat oleh dua pihak atau lebih masing-masing berjanji akan menaati apa yang tersebut didalam persetujuan”. Didalam Pasal 1313 KUH Perdata dijelaskan pengertian dari perjanjian adalah “suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikat dirinya terhadap satu orang atau

lebih”. Menurut R. Subekti, Perjanjian adalah suatu peristiwa hukum dimana seseorang berjanji kepada orang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal.¹⁸ Lalu menurut R Wirjono Prodjodikoro Perjanjian adalah suatu hubungan hukum mengenai harta benda antara dua pihak dimana satu pihak berjanji untuk melakukan suatu hal atau tidak melakukan suatu hal janji sedangkan pihak lain menuntut pelaksanaannya.¹⁹ M. Yahya Harahap berpendapat bahwa Suatu perjanjian merupakan hubungan hukum antara dua orang atau lebih, yang memberikan hak pada satu pihak untuk memperoleh prestasi dan sekaligus memberi kewajiban pada pihak lain untuk melaksanakan prestasi.²⁰ Dapat diartikan dari beberapa pendapat ahli tersebut perjanjian adalah suatu hubungan hukum antara dua pihak yang berjanji mengikatkan dirinya secara sadar untuk melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu.

Terlihat adanya kaitan hukum yang timbul akibat dari perjanjian yang dimana dilakukan untuk mengikatkan diri pada satu orang atau lebih dari satu orang untuk melakukan suatu perbuatan ataupun tidak melakukan perbuatan tersebut. Suatu perikatan tersebut benar dijelaskan dalam Pasal sedangkan perikatan lahir berdasarkan Pasal 1233 KUH Perdata: tiap-tiap perikatan dilahirkan baik karena persetujuan baik karena undang-undang. Dari ketentuan Pasal tersebut

¹⁸ R Subekti, *Hukum Perjanjian*, hlm. 1.

¹⁹ Wirjono Prodjodikoro, *Asas-Asas Hukum Perjanjian*, (Bandung: PT Sumur,1981), hlm.9

²⁰ Syahmin AK, *Hukum Kontrak Internasional*, (Jakarta, Rjagrafindo Persada, 2006), hlm.1.

terdapat dua sumber perikatan yang lahir dari adanya persetujuan atau perjanjian dan yang lahir dari undang undang yang berlaku.²¹ Namun, didalam KUH Perdata tersebut tidak memberikan pengertian tentang suatu perikatan. Menurut Mariam Darus Badruzaman didalam Ilmu Pengetahuan hukum dapat dijelaskan bahwa suatu perikatan adalah hubungan yang terjadi diantara dua orang atau lebih, yang terletak di dalam lapangan harta kekayaan, dimana pihak yang satu berhak atas prestasi dan pihak lainnya wajib memenuhi prestasi tersebut.²² Teori perjanjian digunakan dalam penelitian ini sebagai acuan untuk membahas bentuk perjanjian yang semestinya dicantumkan dalam setiap informasi penawaran barang dalam transaksi di media sosial.

3. Teori Penyelesaian Sengketa

Penyelesaian sengketa adalah suatu penyelesaian perkara yang dilakukan antara salah satu pihak dengan pihak yang lainnya. Penyelesaian sengketa terdiri dari dua cara yaitu melalui litigasi (pengadilan) dan non litigasi (luar pengadilan). Dalam proses penyelesaian sengketa melalui litigasi merupakan sarana terakhir (ultimum remidium) bagi para pihak yang bersengketa setelah proses penyelesaian melalui non litigasi tidak membuahkan hasil.²³

²¹ Ketut Oka Setiawan, "Sumber Hukum Perikatan", <https://bantuanhukum-sbm.com/artikel-sumber-hukum-perikatan#>, diakses pada 12 Maret 2022

²² Mariam Darus Badruzaman, *KUHPerdata Buku III, Hukum Perikatan dengan Penjelasan*, (Bandung:Alumni,1996),Cetakan I, hlm. 1.

²³ Ensiklopedia Dunia, https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Penyelesaian_sengketa, diakses pada tanggal 9 Januari 2025, Pukul 07.05 WIB

Menurut Pasal 1 angka 10 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, penyelesaian sengketa melalui non litigasi (luar pengadilan) terdiri dari 5 cara yaitu:

Konsultasi: suatu tindakan yang dilakukan antara satu pihak dengan pihak yang lain yang merupakan pihak konsultan

- a. Negosiasi: penyelesaian di luar pengadilan dengan tujuan untuk mencapai kesepakatan bersama atas dasar kerja sama yang lebih harmonis
- b. Mediasi: penyelesaian melalui perundingan untuk mencapai kesepakatan di antara para pihak dengan dibantu oleh mediator
- c. Konsiliasi: penyelesaian sengketa dibantu oleh konsiliator yang berfungsi menengahi para pihak untuk mencari solusi dan mencapai kesepakatan di antara para pihak.
- d. Penilaian Ahli: pendapat para ahli untuk suatu hal yang bersifat teknis dan sesuai dengan bidang keahliannya.

Akan tetapi dalam perkembangannya, ada juga bentuk penyelesaian di luar pengadilan yang ternyata menjadi salah satu proses dalam penyelesaian yang dilakukan di dalam pengadilan (litigasi). Contohnya mediasi. Dari pasal tersebut kita ketahui bahwa mediasi itu adalah penyelesaian di luar pengadilan, akan tetapi dalam perkembangannya, mediasi ada yang dilakukan di dalam pengadilan²⁴

²⁴ Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, Pasal 1 angka 10

G. Metode Penelitian

Adapun metode penelitian yang digunakan oleh penulis, sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan masalah berupa metode penelitian secara yuridis normatif. Jenis penelitian yuridis normatif dimana hukum mengacu pada peraturan perundang undangan tertulis yang berlaku di suatu wilayah hukum tertentu. Penelitian ini berpedoman pada kelompok masyarakat yang memberikan nilai pantas pada perilaku manusia dalam menjalankan kehidupan bermasyarakat²⁵. Jenis penelitian hukum normatif maksudnya penelitian ini didasarkan pada pendapat para ahli atau doktrin serta asas-asas yang berlaku didalam norma yang berlaku di masyarakat.²⁶

2. Pendekatan Penelitian

Dari jenis penelitian yuridis normatif yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dari itu penulis memanfaatkan pendekatan penelitian sebagai berikut :

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

Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) memanfaatkan bahan hukum yang berasal dari perundang-

²⁵ Amiruddin & Zainal asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), hlm. 118.

²⁶ Ali Zainuddin, *Metode Penelitian hukum*, Edisi 1, Cetakan 11, (Jakarta:Sinaf Grafika, 2019), Hlm. 24.

undangan yang dijadikan sumber utama dalam penelitian.²⁷ Pendekatan perundang-undangan memerlukan pemahaman mendalam terhadap asas-asas yang berada didalam peraturan perundang-undangan.

b) Pendekatan Analisis

Pendekatan analisis merupakan jenis pendekatan pada penelitian yang menggunakan sudut pandang terhadap analisa penyelesaian permasalahan penelitian yang dilihat berdasarkan asas-asas dalam suatu perundang-undangan dan nilai yang terkandung didalam norma-norma suatu aturan yang berkaitan dengan konsep yang digunakan. Pendekatan konseptual bersumber dari pandangan-pandangan (doktrin) para ahli terhadap asas dan nilai yang berkembang pada ilmu hukum.²⁸

c) Pendekatan Kasus (*Case Approach*)

Pendekatan kasus merupakan pendekatan yang dipilih oleh penulis untuk mendapatkan padangan terhadap masalah yang diteliti berdasarkan kasus atau kejadian yang terjadi dilapangan. Hal tersebut bertujuan untuk mengetahui gambaran terhadap norma dalam suatu aturan hukum.²⁹

²⁷ Soerjono Soekanto & Sri Mamuji, *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2001), hlm. 14.

²⁸ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, edisi Revisi, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), hlm. 135.

²⁹ Johnni Ibrahim, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, (Malang: Bayu Publishing, 2006), hlm. 321.

3. Jenis Dan Sumber Bahan Hukum

Dalam penelitian yang menggunakan pendekatan yuridis normatif ini, penulis memilih untuk menggunakan bahan hukum yang diperoleh melalui penelaahan terhadap bahan hukum yang diperoleh atau studi pustaka terhadap bahan hukum. Bahan hukum yang penulis gunakan berupa bahan hukum primer, sekunder dan tersier.

1) Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang mengikat dan bersifat autoritatif atau memiliki otoritas. Bahan hukum primer terdiri atas peraturan perundang-undangan, catatan-catatan resmi atau risalah dalam pembuatan peraturan perundang-undangan dan putusan-putusan hakim.³⁰ Pada penelitian ini, bahan hukum yang digunakan penulis adalah sebagai berikut:

- a. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Staatsblaad Nomor 23 Tahun 1847
- b. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 atas perubahan Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 251)

³⁰ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, hlm. 166.

- c. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 22)
- d. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan melalui Sistem Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 222)
- e. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 2020 tentang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 1039)
- f. Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, Pasal 1 angka 10.

2) Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder tulisan hukum yang telah dipublikasi dan tulisan tersebut bersifat tidak resmi. Tulisan yang telah dipublikasi tersebut terdiri atas buku-buku, karya tulis ilmiah, jurnal-jurnal dan publikasi ilmiah.³¹ Bahan hukum sekunder yang dipakai dalam penelitian ini berkaitan dengan buku-buku dan jurnal-jurnal hukum yang memiliki kaitan terkait perlindungan konsumen serta penelitian terdahulu yang mengulas mengenai masalah hukum terkait dengan penelitian.

3) Bahan Hukum Tersier

³¹ Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, Edisi 1, Cetakan 11 (Jakarta: Sinar Grafika, 2019), hlm. 48.

Bahan hukum tersier adalah bahan hukum yang berasal dari kamus-kamus, ensiklopedia, majalah, surat kabar dan masih banyak lagi. Bahan hukum itu memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder. Apabila dipandang perlu dalam suatu penelitian dapat menggunakan bahan non-hukum berupa buku-buku atau jurnal ilmu politik, ekonomi, sosial, filsafat dan sebagainya, yang memiliki relevansi dengan permasalahan hukum atau isu hukum yang dihadapi dan diteliti.

4. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Teknik pengumpulan bahan hukum dalam penelitian ini adalah studi Pustaka (*library research*) yang bersumber dari peraturan perundang-undangan, jurnal, buku-buku, artikel, dan sumber lainnya dibidang hukum yang berhubungan dengan objek penelitian.³²

5. Teknik Analisis Bahan Hukum

Pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis bahan hukum dengan menggunakan analisis kualitatif. Teknik analisis kualitatif dilakukan dengan cara melakukan pengumpulan data hukum primer, sekunder, dan tersier yang berhubungan dengan masalah dalam penelitian ini. Lalu bahan yang telah dikumpulkan dibahas dengan mengacu pada landasan teori.³³ Bahan tersebut selanjutnya diolah dan diinterpretasikan untuk mendapatkan kesimpulan dari

³² Widodo, *Metodologi Penelitian Populer dan Praktis*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2018), hlm. 75.

³³ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum (edisi Revisi)*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), hlm. 182.

kesimpulan tersebut dituangkan dalam bentuk pernyataan dan deskriptif.

6. Teknik Penarikan Kesimpulan

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik penarikan kesimpulan secara deduktif, yaitu memahami suatu permasalahan yang bersifat umum kemudian ditarik kesimpulan pada suatu fakta yang bersifat khusus.³⁴

³⁴ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, cetakan 3, (Jakarta: UI-Press,2006) hlm. 11.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku-Buku

- Abdul Halim Barkatullah. 2016. *Framework Sistem Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*. Bandung : Nusa Media.
- Agustina, Rosa. 2012. *Hukum Perikatan (Law of Obligations)*. Denpasar: Pustaka Larasan
- Ahmad M. Ramli. 2004. *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Ahmad M. Ramli. 2000. *Perlindungan Hukum Dalam Transaksi E-Commerce*. Jakarta : Jurnal Hukum Bisnis
- Ahmadi Miru. Sutarman Yodo. 2004. *Perlindungan Hukum Konsumen*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Akbar, M.A., Alam, N.A. 2020. *E-commerce teori dalam bisnis digital*. Yayasan Kita Menulis. Medan
- Ali Zainuddin. 2019. *Metode Penelitian hukum*. Edisi 1. Cetakan 11. Jakarta: Sinar Grafika.
- Amiruddin & Zainal Asikin. 2012. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Andi Hamzah. 2005. *Kamus Hukum*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Candra Ahmdi. Dadang Hermawan. 2017. *E-Business dan E-Commerce*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Celina Tri Siwi Kristiyanti. 2008. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Danrivanto Budhijanto. 2010. *Hukum Telekomunikasi, Penyiaran dan Teknologi Informasi Regulasi dan Konvergensi*. Bandung : Rafika Aditama
- Gunawan Widjaja. 2001. *Ahmad Yani, Jaminan Fidusia*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Hapsari, R., Ratnawati, K., dan Anggraeni, R.. 2020. *Entrepreneurial Marketing*. Malang : Universitas Brawijaya Press.
- Johnni Ibrahimim. 2006. *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*. Malang: Bayu Publishing.
- Jusuf, D.I. 2018. *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*. Andi. Bandung
- Karitini. Gunawan, W. 2016. *Perikatan Yang Lahir dari Perjanjian*. Jakarta : Raja Grafindo Perkasa

- Komar Andasmita. W010. *Notaris II Contoh Akta Otentik Dan Penjelasannya*, cet. 2. Bandung : Ikatan Notaris Indonesia Daerah Jawa Barat
- Mariam Darus Badruzaman. 1996. *KUHPerdata Buku III, Hukum Perikatan dengan Penjelasan*. Bandung: Alumni.
- Miru, Ahmadi.. 2011. *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Nasution, Az. 1995. *Konsumen dan Hukum*. Jakarta : Pustaka Sinar Harapan
- Peter Mahmud Marzuki. 2013. *Penelitian Hukum*. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Qirom Syamsudin Meliala. 2010. *Pokok-pokok Hukum Perjanjian Beserta Perkembangannya*. Yogyakarta : Liberty
- Ridwan. 2017. *Hukum Administrasi Negara*, Cetakan ke-13, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Salim H.S. 2016. *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*. Jakarta: Sinar Grafika
- Salim. 2018. *Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat di Indonesia*, Cet. III, Sinar Grafika, Jakarta
- Salim HS dan Erlies Septiana Nurbani. 2011. *Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian Disertasi dan Tesis*. Buku Kedua. Jakarta: Rajawali Press.
- Santoso. Achmad Ali. 2001. *Hukum Perjanjian Indonesia*, Yogyakarta: Perpustakaan Fak. Hukum Universitas Islam Indonesia
- Satijipto Raharjo. 2000. *Ilmu Hukum*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Satrio, Hukum perikatan. 2019. *Perikatan yang lahir dari Perjanjian Buku I*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Soerjono Soekanto. 2006. *Pengantar Penelitian Hukum*. Cetakan 3. Jakarta: UI-Press.
- Soetojo Prawirahomadijojo dan Marthalena Poham.1979. *Onrechtmamtige Daad*. Surabaya: Djumali.
- Sri Soesilowati Mahdi, Surini Ahlan Sjarif,. Akhmad Budi Cahyono. 2005. *Hukum Perdata (Suatu Pengantar)*. Jakarta : CV. Gitama Jaya
- Subekti.2000. *Hukum Perjanjian*. Jakarta: Intermasa.
- Sunaryati Hartono. 1991. *Politik Hukum Menuju Satu Sistem Hukum Nasional*. Bandung: Alumni.
- Syahmin AK. 2006. *Hukum Kontrak Internasional*. Jakarta: Raja grafindo Persada.
- Titik Triwulan dan Shinta Febrian. 2010. *Perlindungan Hukum bagi Pasien*. Jakarta: Prestasi Pustaka.

- Tomi Suryo Utomo, 2010. *Hak Kekayaan Intelektual di Era Global*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Widodo. 2018. *Metodologi Penelitian Populer dan Praktis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Wirjono Prodjodikoro. 1981. *Asas-Asas Hukum Perjanjian*. Bandung: PT Sumur
- Zulham, 2013. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup
- Yahya Haraha. 2002. *Segi-segi Hukum Perjanjian*. Bandung: Alumni

B. Peraturan Perundang-Undangan

- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Staatsblaad Nomor 23 Tahun 1847
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 atas perubahan Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 251)
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 22)
- Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, Pasal 1 angka 10
- Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan melalui Sistem Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 222)
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 2020 tentang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 1039)

C. Jurnal

- Arizal, A., Sukmana, R. A., Ulfah, Y., Shaddiq, S., & Zainul, M. 2021. Strategi Pemanfaatan Facebook Marketplace dalam Manajemen Periklanan. *Syntax Idea*. 3(6)

- Anggreni, Ida Ayu Made Aristya. 2018. Perlindungan Hukum Pada Konsumen Atas Kerugian Dalam Transaksi Perdagangan Produk Elektronik (E-Commerce) Di Instagram”, Kertha Semaya : *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol 6 (4)
- Herdiansyah, Dhian. 2023 Pemanfaatan Marketplace Facebook sebagai Media Promosi dan Pemasaran Tanaman Hidroponik. *Jurnal Abdimas PHB* Vol. 6 (1)
- I Gusti Made Karmawan. 2014. Dampak Peningkatan Kepuasan Pelanggan Dalam Proses Bisnis ECommerce Pada Perusahaan Amazon.com ComTech”, *Jurnal ComTech* Vol. 5 (2)
- Kasmi dan Adi Nurdian Candra. 2017. Penerapan E-Commerc Berbasis Business To Consumers untuk Meningkatkan Penjualan Produk Makanan Ringan Khas Pringsewu”, *Jurnal: Prodi Manajemen Informatika, Prodi Sistem Informasi, STMIK Pringsewu, Lampung, Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*. Vol.15 (2)
- Liany Dewi Sanjoto. 2019. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Pemakai Jasa Elektronik Dalam Transaksi Melalui Marketplace. *Jurnal Ilmiah Dunia Hukum*. Vol. 3. (2).
- Natih, Dita Dhaamya, and Ni Made Ari Yuliantini Griadhi. 2019. Perlindungan Konsumen terkait Transaksi Jual Beli Barang Bermerek Palsu Secara Online.". *Jurnal Kertha Negara*. Vol 7. (1)
- Ni Putu Trisna Widyantari dan A.A Ngurah Wirasila. 2019. Pelaksanaan Ganti Kerugian Konsumen Berkaitan Dengan Ketidaksetaraan Produk Pada Jual Beli Online”, *Jurnal Kerta Semaya*, Vol 7 (2)
- Oktaviyani. Herlina. Manik. 2023. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui Media Facebook. *Journal of Civil and Bussiness Law* Vol. 4(1)
- Perdana, Andre Pebrian. 2021. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Kerugian yang Ditimbulkan Oleh Pelaku Usaha Toko Online di Instagram." *Inovasi Pembangunan: Jurnal Kelitbangan* Vol. 9 (2)
- Polandos, Prisilia Monika, et. all. 2019. “Analisis Pengaruh Modal, Lama Usaha, dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kecamatan Langowan Timur”. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. Vol. 19 No. 4
- Ramadhan Wardhana. Dwi Desi Yayi Tarina. 2021. Perlindungan Konsumen Jual Beli Online Masker di Marketplace Facebook. *Jurnal Ilmu Hukum dan Humaniora (JUSTITIA)*.Vol. 8. (5)

- Rini Yustiani, 2017. Peran Marketplace sebagai Alternatif Bisnis di Era Teknologi Informasi, *Jurnal Ilmiah dan Komputer (KOMPUTA)*. Vol.6. (2)
- Simatupang, S., Efendi, E., & Putri, D. E 2021. Facebook Marketplace Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ekbis*. 22(1)
- Tarigan, Juwita Antasari. 2019. Tinjauan Yuridis Mengenai Pertanggungjawaban Terhadap Produk Elektronik Yang Cacat Pada Transaksi Jual Beli Online Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Pada UD TRG Computer Bandung)". *Jurnal Civil Law Usu*. Vol 2.(4)
- Yuswan Tio Arisandi. 2018. Efektivitas Penerapan E-commerce dalam Pengembangan Usaha Kecil Menengah di Sentra Industri Sandal dan Sepatu Wedoko Kabupaten Siduarjo. *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Airlangga*, Vol.8 (1)

D. Publikasi Ilmiah

- Iqbal Galih. 2004. Perlindungan Konsumen Terhadap Kerugian Konsumen Atas Transaksi Jual Beli Online Melalui Marketplace Facebook Di Kabupaten Magelang. Universitas Negeri Sunan Kaljaga. Yogyakarta
- Maria Alfons. 2010. Implementasi Perlindungan Indikasi Geografis Atas Produk-produk Masyarakat Lokal Dalam Perspektif Hak Kekayaan Intelektual. Disertasi Doktor Universitas Brawijaya. Malang.
- Monavia Ayu Rizaty. 2022. Pengguna Facebook Di Indonesia Capai 202,2 Juta Pada Juli 2022. Data Indonesia. id, Artikel, 9 Agustus 2022
- Muchsin. 2003. Perlindungan dan Kepastian Hukum Bagi Investor di Indonesia Tesis Magister Universitas Sebelas Maret. Surakarta.

E. Internet

- Ensiklopedia Dunia, https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Penyelesaian_sengketa, Ketut Oka Setiawan, "Sumber Hukum Perikatan", <https://bantuanhukum-sbm.com/artikel-sumber-hukum-perikatan#>, diakses pada 12 Maret 2022
- Simon Kemp. "Digital 2021: The Latest Insights Into The State Of Digital" <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital/>. diakses 12 Desember 2021