

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI SECARA ONLINE DENGAN MENGUNAKAN APLIKASI INSTAGRAM

Subiakto Bintang¹, Wahyu Prawesthi², Siti Marwiyah³

subiantobintang@gmail.com¹, wahyu.prawesthi@unitomo.ac.id², siti.marwiyahsh@unitomo.ac.id³
Universitas Dr. Soetomo

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli secara online menggunakan aplikasi Instagram. Dengan berkembangnya teknologi digital, transaksi online semakin populer, namun juga meningkatkan risiko terhadap konsumen, seperti penipuan, barang tidak sesuai deskripsi, hingga penyalahgunaan data pribadi. Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan, studi kasus, serta analisis terhadap perlindungan konsumen berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan regulasi terkait lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun regulasi sudah ada, banyak konsumen yang belum mendapatkan perlindungan hukum yang memadai dalam transaksi online melalui Instagram. Oleh karena itu, perlu adanya upaya peningkatan sosialisasi hukum dan pengawasan yang lebih ketat dari pihak berwenang untuk melindungi konsumen.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum, Konsumen, Transaksi Online, Instagram, Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

ABSTRACT

This research aims to analyze the legal protection for consumers in online buying and selling transactions using the Instagram application. With the development of digital technology, online transactions are becoming increasingly popular, but they also pose risks to consumers, such as fraud, non-compliant goods, and misuse of personal data. This study uses a normative juridical method with a legislative approach, case studies, and an analysis of consumer protection based on Law No. 8 of 1999 concerning Consumer Protection and other related regulations. The findings reveal that although regulations exist, many consumers still lack adequate legal protection in online transactions through Instagram. Therefore, there is a need for increased legal awareness and stricter supervision by authorities to protect consumers.

Keywords: *Legal Protection, Consumers, Online Transactions, Instagram, Consumer Protection Law.*

PENDAHULUAN

Kegiatan manusia sebagai pencipta, pengembang dan pengguna teknologi dan komunikasi saat ini sedang mengarah kepada sesuatu yang memudahkan pengguna itu sendiri. Salah satunya dapat dilihat dari perkembangan media internet yang sangat pesat (Sumadi, 2015). Internet sebagai suatu media informasi dan komunikasi elektronik telah banyak dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan, antara lain untuk perdagangan. Perkembangan ini mempengaruhi kebiasaan masyarakat yang sebelumnya melakukan transaksi jual beli secara langsung atau bertatap muka kini perlahan mulai beralih melakukan transaksi jual beli secara online melalui media internet.

Transaksi jual beli secara online ini menjadi semakin praktis dan mudah. Dimana para konsumen dan pelaku usaha bisa melakukan transaksi jual beli dimanapun dan kapanpun. Pada awalnya perdagangan dilakukan dengan cara konvensional, yaitu dengan bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli. Seiring perkembangan teknologi, pasar sebagai tempat bertemunya permintaan dan penawaran mengalami perubahan.

Pembeli dan penjual tidak lagi harus bertatap muka untuk melakukan transaksi. Munculnya internet sebagai media baru, mendorong perubahan ini menjadi lebih maju. Kecepatan, kemudahan, serta murahnya biaya internet menjadi pertimbangan banyak orang untuk memakainya, termasuk untuk melakukan transaksi.

Dengan munculnya media internet, bentuk jarak dan waktu tidak lagi menjadi hambatan setiap orang untuk melakukan transaksi. Selain untuk berkomunikasi, internet di luar dugaan sebelumnya telah berkembang menjadi media untuk berbisnis. Transaksi jual beli yang dilakukan melalui media internet pada dasarnya sama dengan transaksi jual beli pada umumnya.

Dengan kemudahan yang ditawarkan internet, adalah suatu hal yang wajar ketika transaksi jual beli konvensional mulai ditinggalkan. Saat ini transaksi melalui media internet lebih dipilih karena kemudahan yang ditawarkan. Transaksi perdagangan melalui sistem elektronik, khususnya internet, menjanjikan sejumlah keuntungan, namun pada saat yang sama juga berpotensi terhadap sejumlah kerugian.

Salah satu media sosial yang dapat digunakan untuk melakukan jual beli secara online yaitu instagram. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengunggah foto dan video di akun masing-masing. Transaksi jual beli melalui media instagram ini menjadi alternatif yang menarik dan sangat diminati para konsumen, karena sangat mudah mencari barang yang diinginkan, dapat membandingkan harga, pembayaran cukup dilakukan dengan transfer, menunggu barang datang tanpa perlu keluar rumah, produk dapat dilihat 24 jam oleh siapapun dan kapanpun.

Transaksi jual beli secara umum diatur dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata selanjutnya disebut KUHPerdata, dalam Buku III tentang Perikatan khususnya Bab I sampai dengan Bab V, tetapi secara khusus transaksi jual beli elektronik ini diatur dalam Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Rajab, 2018). Dalam KUHPerdata Pasal 1457 jual beli adalah “suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan” (Hayati, 2016).

Berdasarkan rumusan tersebut dapat dilihat bahwa jual beli merupakan suatu bentuk penyerahan kebendaan yang dijual oleh pelaku usaha dan penyerahan uang oleh konsumen kepada pelaku usaha. Dalam Pasal 1 ayat (2) Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik, Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, jual beli adalah persetujuan saling mengikat antara pelaku usaha yakni orang yang menyerahkan barang dan konsumen sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual (Barkatullah, 2019). Online adalah keadaan terkoneksi dengan jaringan internet, dalam kondisi ini kita dapat berselancar di internet secara aktif.

Jadi, jual beli secara online adalah aktifitas jual beli berupa transaksi penawaran barang oleh pelaku usaha dan permintaan barang oleh konsumen secara online dengan memanfaatkan teknologi internet. Ketentuan pasal 1 ayat (2) Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan” (Tampubolon, 2016). Sedangkan dalam pasal 1 ayat (3) Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, “Pelaku Usaha adalah setiap perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang

didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi (Rizkia & Rahmawati, 2021).”

Murah, praktis, dan efisien merupakan beberapa keuntungan yang bisa didapat dari melakukan transaksi jual beli secara online. Tetapi dibalik manfaat dan kemudahan yang didapat dari jual beli online ini ada pula dampak negatif yang harus selalu diwaspadai terutama bagi para konsumen mengingat dalam transaksi jual beli online antara pelaku usaha dan konsumen tidak dapat saling bertatap muka. Hal ini memberikan peluang besar bagi pelaku usaha untuk melakukan perbuatan yang melanggar hak konsumen.

Peran pemerintah dibutuhkan untuk memberikan perlindungan bagi konsumen atas kerugian yang dilakukan pelaku usaha yang diatur dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Yang dimana Konsumen memiliki hak yang harus didapatkannya dan Pelaku Usaha memiliki kewajiban untuk memenuhi Hak Konsumen tersebut.

Berdasarkan hal-hal yang telah penulis paparkan di atas, maka penulis tertarik membuat sebuah penulisan hukum yang berbentuk skripsi yang berjudul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online Dengan Menggunakan Aplikasi Instagram”

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian menggunakan yuridis normatif, yuridis normatif adalah dengan mengkaji atau menganalisis data sekunder yang berupa bahan-bahan hukum terutama bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder dengan memahami hukum sebagai seperangkat peraturan atau norma-norma positif di dalam sistem Perundang-Undangan yang mengatur mengenai kehidupan manusia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Dengan Menggunakan Aplikasi Instagram.

Jual beli produk (barang/Jasa) yang dilakukan melalui media internet dimungkinkan untuk dilakukan karena memang sampai saat ini tidak ada larangan akan hal tersebut di Indonesia, pada prinsipnya dengan beberapa pengecualian seperti pada Pasal 5 ayat (4) Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 yang sekarang dirubah dengan Undang-Undang Nomor 19 tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, penggunaan media Instagram atau suatu media elektronik lainnya untuk transaksi jual beli produk diserahkan kepada kebebasan para pihak untuk menentukannya (tergantung dari kesepakatan antara penjual dan pembeli).

Berdasarkan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2011 yang sekarang dirubah dengan Undang-Undang Nomor 19 tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menyebutkan bahwa” Para pihak yang melakukan Transaksi Elektronik harus menggunakan Sistem Elektronik yang disepakati”.Sedangkan Pada Transaksi jual beli secara *elektronik* telah diatur didalam Pasal 1 ayat (2) UU No. 19 Tahun 2016 yakni “Transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.” Para pihak terkait di dalamnya melakukan hubungan hukum yang dituangkan melalui suatu bentuk perjanjian atau kontrak yang juga dilakukan secara elektronik dan sesuai dengan Pasal 1 ayat 17 UU No.19 Tahun 2006 yakni disebut sebagai “Kontrak elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik.”

Kecuali untuk surat yang menurut Undang-Undang harus dibuat dalam bentuk tertulis, dan surat beserta dokumennya yang menurut Undang-Undang harus dibuat dalam bentuk akta notaris atau akta yang dibuat oleh pejabat pembuat akta maka transaksinya tidak sah jika dilakukan secara elektronik. Sebagai contoh transaksi jual beli tanah yang perjanjiannya harus dibuat oleh Pejabat Pembuat Akta Tanah (PPAT).

Transaksi jual beli yang terjadi melalui Internet itu sah dan mengikat para pihak sepanjang kontrak elektroniknya (perjanjian jual beli yang dibuat/dilakukan dengan cara komunikasi melalui internet) memenuhi syarat sahnya suatu perjanjian (Akhmaddhian & Agustiwi, 2016). Hal ini sesuai dengan ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPperdata) yang berbunyi” Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai Undang- Undang bagi mereka yang membuatnya”.

Adapun Syarat sahnya Kontrak elektronik berdasarakan Pasal 1320 KUHPperdata jo. Pasal 47 Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (Mulyadi et al., 2024). yaitu:

- a. Syarat Subjektif yang mana jika tidak terpenuhi maka perjanjian dapat dibatalkan oleh salah satu pihak selama belum ada pembatalan maka perjanjian tetap sah), yaitu:
 1. Adanya kesepakatan para pihak mengenai harga dan produk, tanpa ada paksaan, kekhilafan maupun penipuan.
 2. Kecakapan para pihak yang membuat perjanjian. Pada dasarnya orang yang sudah dewasa, sehat akal pikiran dan tidak dilarang oleh Undang- Undang (seperti tidak dinyatakan pailit oleh pengadilan) adalah cakap menurut hukum. Sedangkan “Dewasa” berdasarkan Pasal 330 KUHPperdata adalah berusia sudah 21 tahun atau sudah/pernah menikah.rat objektif yang mana jika tidak terpenuhi maka perjanjian batal demi hukum, dianggap tidak pernah ada perjanjian sehingga tidak memiliki kekuatan mengikat secara hukum, yaitu:
- b. Syarat objektif yang mana jika tidak terpenuhi maka perjanjian batal demi hukum, dianggap tidak pernah ada perjanjian sehingga tidak memiliki kekuatan mengikat secara hukum, yaitu
 1. Produk yang merupakan objek perjanjian harus tertentu (definite dan dapat dilaksanakan.
 2. sebab yang halal, isi dan tujuan dari perjanjian jual beli tersebut tidak bertentangan dengan peraturan Perundang-Undangan, kesusilaan dan ketertiban umum. Sebagai contoh: jual beli dilakukan bukan untuk barang yang dilarang oleh peraturan perundang-undangan.

Informasi elektronik berupa isi percakapan/komunikasi melalui instagram antara penjual dengan pembeli dapat dijadikan salah satu alat untuk membuktikan dan menerangkan perjanjian yang terjadi antar para pihak. sebagaimana dijelaskan dalam Pasal 5 ayat (1) Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 yang di rubah dengan Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang ITE menyebutkan bahwa: “Informasi Elektronik dan/ atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah” Jadi, “suatu transaksi jual beli tidak akan disangkal keabsahannya karena bukti transaksi jual belinya semata-mata dalam bentuk elektronik”.

Namun dalam menghindari permasalahan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha maka konsumen Perlu perlindungan hukum. Menurut Pasal 1 ayat 2 Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen adalah : “setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan” (Tampubolon, 2016).

Konsumen dalam pembahasan ini yaitu konsumen yang membeli suatu produk

melalui online dimana produk tersebut dimanfaatkan secara langsung dan tidak untuk dijual kembali atau konsumen akhir.

Secara garis besar terdapat beberapa permasalahan yang terjadi pada proses transaksi jual beli online, yaitu :

- a. Konsumen tidak dapat langsung mengidentifikasi, melihat, atau menyentuh barang yang akan dipesan.
- b. tentang produk yang ditawarkan dan/atau tidak ada kepastian apakah konsumen telah memperoleh berbagai informasi yang layak diketahui, atau yang sepatutnya dibutuhkan untuk mengambil suatu keputusan dalam bertransaksi.
- c. Tidak jelasnya status subjek hukum, dari pelaku usaha.
- d. Tidak ada jaminan keamanan bertransaksi dan privasi serta penjelasan terhadap risiko-risiko yang berkenaan dengan sistem yang digunakan khususnya dalam hal pembayaran secara elektronik baik dengan *credit card* maupun *electronic cash*.
- e. Pembebanan risiko yang tidak berimbang, karena umumnya terhadap jual beli di internet, pembayaran telah lunas dilakukan di muka oleh konsumen, sedangkan barang belum tentu diterima atau akan menyusul kemudian, karena jaminan yang ada adalah jaminan pengiriman barang bukan penerimaan barang.
- f. Transaksi yang bersifat lintas batas negara *borderless*, menimbulkan pertanyaan mengenai yurisdiksi hukum negara mana yang sepatutnya diberlakukan.

Mengingat transaksi jual beli secara online dengan menggunakan aplikasi instagram dan dilakukan dengan tanpa tatap muka secara langsung dan antara konsumen dan pelaku usaha tidak saling mengenal, maka hak-hak konsumen pada transaksi online sangat rawan terlanggar sehingga menempatkan konsumen pada posisi tawar (*bargaining position*) yang lemah. Maka dari itu diperlukan adanya perlindungan hukum terhadap hak-hak konsumen dalam transaksi jual beli online.

Perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang merugikan konsumen itu sendiri. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas, meliputi perlindungan konsumen terhadap barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga sampai akibat-akibat dari pemakaian barang dan/atau jasa tersebut.

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

- 1) Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati.
- 2) Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.

Pentingnya perlindungan hukum bagi konsumen disebabkan posisi tawar konsumen yang lemah (Harahap, 2016). Perlindungan hukum terhadap konsumen mensyaratkan adanya pemihakan kepada posisi tawar yang lemah (konsumen). Perlindungan hukum bagi konsumen adalah suatu masalah yang besar, dengan persaingan global yang terus berkembang. Perlindungan hukum sangat dibutuhkan dalam persaingan dan banyaknya produk serta layanan yang menempatkan konsumen dalam posisi tawar yang lemah.

Istilah “perlindungan konsumen” berkaitan dengan perlindungan hukum (Sommaliagustina, 2018). Oleh karena itu, perlindungan konsumen mengandung aspek hukum. Adapun materi yang mendapatkan perlindungan itu bukan sekedar fisik, melainkan terlebih-lebih hak-haknya yang bersifat abstrak.

Dengan kata lain, perlindungan konsumen sesungguhnya identik dengan perlindungan yang diberikan hukum terhadap hak-hak konsumen.. Perlindungan

konsumen identik dengan perlindungan yang diberikan oleh hukum terhadap hak-hak konsumen. Secara umum dikenal 4 (empat) hak dasar konsumen, yaitu :

1) Hak untuk mendapatkan keamanan (*The Right to Safety*)

Konsumen berhak mendapatkan keamanan dan barang dan jasa yang ditawarkan kepadanya. Produk barang dan jasa itu tidak boleh membahayakan jika dikonsumsi sehingga konsumen tidak dirugikan baik secara jasmani atau rohani terlebih terhadap barang dan/ atau jasa yang dihasilkan dan dipasarkan oleh pelaku usaha yang berisiko sangat tinggi.

2) Hak untuk mendapatkan informasi (*The Right to be Informed*)

Setiap produk yang diperkenalkan kepada konsumen harus disertai informasi yang benar baik secara lisan, melalui iklan di berbagai media, atau mencantumkan dalam kemasan produk (barang). Hal ini bertujuan agar konsumen tidak mendapat pandangan dan gambaran yang keliru atas produk barang dan jasa.

3) Hak untuk memilih (*The Right to Choose*)

Konsumen berhak untuk menentukan pilihannya dalam mengkonsumsi suatu produk. Ia juga tidak boleh mendapat tekanan dan paksaan dari pihak luar sehingga ia tidak mempunyai kebebasan untuk membeli atau tidak membeli.

4) Hak untuk didengar (*The Right to be Heard*)

Hak ini berkaitan erat dengan hak untuk mendapatkan informasi. Ini disebabkan informasi yang diberikan oleh pihak yang berkepentingan sering tidak cukup memuaskan konsumen.

Menurut Mieke Komar Kantaatmadja perjanjian jual beli yang dilakukan melalui media elektronik internet tidak lain adalah merupakan perluasan dari konsep perjanjian jual beli yang ada dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Hardika & Ardianto, 2015).

Perjanjian jual beli melalui internet ini memiliki dasar hukum perdagangan konvensional atau jual beli dalam hukum perdata. Perbedaannya adalah bahwa perjanjian melalui internet ini bersifat khusus karena terdapat unsur peranan yang sangat dominan dari media dan alat-alat elektronik.

Proses transaksi secara *online* pada dasarnya tidak jauh berbeda dengan proses transaksi jual beli pada umumnya di dunia nyata. Sebagaimana dalam perdagangan konvensional, jual beli melalui elektronik atau transaksi *online* menimbulkan perikatan antara pihak untuk memberikan suatu prestasi. Implikasi dari perikatan itu adalah timbulnya hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh pihak yang terlibat, pihak-pihak dalam transaksi online tetap tunduk pada ketentuan Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-Undang ini bertujuan untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen serta mendorong pelaku usaha untuk bersikap jujur dan bertanggung jawab dalam menjalankan usahanya sehingga memberikan kepastian hukum baik bagi konsumen maupun pelaku usaha.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur mengenai hak-hak konsumen, dalam Pasal 4 ada delapan hak yang secara eksplisit diterangkan sedangkan satu hak terakhir dirumuskan secara terbuka. Hak-hak konsumen tersebut sebagai berikut :

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;

- e. Hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Sebagai konsekuensi dari adanya hak konsumen, maka pelaku usaha dibebankan oleh kewajiban-kewajiban sebagaimana diatur dalam Pasal 7 Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yakni:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
- e. Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.
- f. Memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- g. Memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Hubungan hukum antara konsumen dengan pelaku usaha membutuhkan kejelasan. Kejelasan aturan tersebut bertujuan untuk memberikan kepastian hukum ketika terjadi permasalahan Transaksi Jual beli Online melalui instagram, Perjanjian ataupun peristiwa tertentu dapat menimbulkan suatu hubungan hukum. Hubungan hukum adalah Hubungan yang memuat adanya “hak” pada 1 (satu) pihak dan melekatkan “kewajiban” pada pihak lainnya. Apabila salah satu pihak tidak memenuhi kewajibannya, maka hukum “memaksakan” agar kewajiban tadi dipenuhi.

Transaksi Konsumen adalah suatu proses terjadinya peralihan pemilihan atau penikmatan barang atau jasa dari pelaku usaha penyedia barang dan/atau jasa kepada konsumen (Perdana, 2021). adapun Tahap-tahap transaksi konsumen yang lazim terjadi yaitu:

- a. Tahap Pra-transaksi, konsumen pada tahap pra-transaksi konsumen, transaksi (pembelian, penyewaan, peminjaman, pemberian hadiah komersial dan sebagainya) belum terjadi. Konsumen masih mencari keterangan dimana barang atau jasa kebutuhannya dapat ia peroleh, berapa harga dan apa pula syarat-syarat yang ia harus penuhi, serta mempertimbangkan berbagai fasilitas atau kondisi dari transaksi ia inginkan. Berdasarkan hal ini pelaku usaha sebagai penyedia atau penjual, harus menyediakan informasi yang jujur dan tidak menyesatkan berkaitan dengan barang dan/atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena, informasi tersebut akan menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian. Pentingnya penyampaian informasi yang benar terhadap konsumen mengenai suatu produk, agar konsumen tidak salah terhadap gambaran mengenai suatu produk tertentu. Penyampaian informasi terhadap konsumen tersebut dapat berupa representasi, peringatan maupun berupa instruksi.

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

Permasalahan yang sering timbul dalam tahap transaksi konsumen adalah pada perjanjian yang telah disepakati oleh pelaku usaha dan konsumen. Terhadap perjanjian dengan syarat-syarat baku, terutama perjanjian dengan syarat-syarat baku yang ditentukan secara sepihak. mengenai keadaan tersebut, Pasal 18 UUPK memberikan pengaturan secara khusus atas batasan dalam pencantuman klausula baku suatu perjanjian yang dilarang oleh UUPK. dalam penjelasan tersebut, dikemukakan bahwa larangan ini dimaksudkan untuk menempatkan kedudukan konsumen setara dengan pelaku usaha berdasarkan prinsip kebebasan berkontrak.

c. Tahap Purna-Transaksi Konsumen

Tahap ini disebut juga tahap purna-jual. Pada tahap ini konsumen mulai memanfaatkan barang dan/atau jasa yang diperolehnya dari transaksi dengan pelaku usaha bersangkutan.

Kepuasan konsumen atau kekecewaannya berkenaan dengan transaksi yang diselenggarakan dapat menjadi kenyataan. Kepuasan konsumen akan menyebabkan konsumen untuk selanjutnya setia dan tidak beralih dari merek barang atau jasa tertentu, sehingga pelaku usaha yang bersangkutan akan dapat mempertahankan langganannya.

Demikian sebaliknya, keadaan dapat menjadi berbeda apabila konsumen merasa tidak puas terhadap kegunaan dan/atau pemakaian dari suatu barang atau penyelenggaraan jasa yang diperoleh dari pelaku usaha. Dalam hal ini konsumen merasakan kerugian dari penggunaan barang dan/atau jasa bersangkutan. Konsumen yang merasa mengalami suatu kerugian lazimnya mengajukan suatu keluhan kepada pelaku usaha tersebut. pelaku usaha tetap harus memberikan perlindungan dan pelayanan yang baik atas keluhan yang diajukan oleh konsumen dalam tahap purna- transaksi ini.

Berkaitan dengan hal tersebut, UUPK memberikan pengaturan atas tindakan yang harus dilakukan oleh pelaku usaha dalam tahap purna transaksi, antara lain:

1. Pasal 7

huruf f:

Pelaku usaha wajib memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

huruf g:

Pelaku usaha wajib memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

2. Pasal 19 ayat (1)

Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan pencemaran dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.

3. Pasal 25 ayat (1)

Pelaku usaha yang memproduksi barang yang pemanfaatannya berkelanjutan dalam batas waktu sekurang-kurangnya 1 (satu) tahun wajib menyediakan suku cadang dan/atau fasilitas purna jual dan wajib memenuhi jaminan atau garansi sesuai dengan yang diperjanjikan.

4. Pasal 26

Pelaku usaha yang memperdagangkan jasa wajib memenuhi jaminan dan/atau garansi yang disepakati dan/atau diperjanjikan.

Tahap-tahap diatas tidaklah secara tegas terpisah satu sama lain. Mungkin saja tahap pertama dan kedua langsung terjadi dalam satu kegiatan transaksi konsumen. Misalnya konsumen datang ke suatu toko kemudian melihat barangnya, mencari dan mendapat sekedar informasi mengenai barang tersebut. Ketika konsumsi merasa sudah cukup mengetahui atau mengenal produk tersebut, maka ia langsung membelinya. tahap-tahap transaksi konsumen tersebut diatas diperlukan agar dapat dengan mudah memahami akar permasalahan dan mencari jalan penyelesaian dalam penyelesaian sengketa transaksi konsumen.

Seperti diketahui bahwa Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menetapkan tujuan perlindungan konsumen antara lain adalah untuk mengangkat harkat kehidupan konsumen, maka untuk maksud tersebut berbagai hal yang membawa akibat negatif dari pemakaian barang dan atau jasa harus dihindarkan dari aktivitas perdagangan pelaku usaha. Sebagai upaya untuk menghindari akibat negatif pemakaian barang dan atau tersebut, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menentukan berbagai larangan bagi pelaku usaha yang terdiri dari 10 pasal, dimulai dari Pasal 8 sampai dengan Pasal 17. Dalam Pasal 8 yang termasuk perbuatan- perbuatan yang dilarang dilakukan pelaku usaha yaitu:

1. Pelaku usah dilarang memproduksi dan atau memperdagangkan barang dan atau jasa yang:
 - a. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan.
 - b. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut.
 - c. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya.
 - d. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan atau jasa tersebut.
 - e. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan atau jasa tersebut.
 - f. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan atau jasa tersebut.
 - g. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan atau jasa tersebut.
 - h. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tersebut.
 - i. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label.
 - j. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat,
 - k. Tidak mencantumkan informasi dan atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan peraturan perundangan-undangan yang berlaku.

2. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
3. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas atau tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
4. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Pelaksanaan bertransaksi jual beli *Internet* menimbulkan kondisi yang berbagai akibat hukum dengan segala konsekuensinya. Misalnya, antara lain apabila muncul suatu perbuatan *wansprestasi* dari salah satu pihak dalam sebuah transaksi jual beli secara *elektronik*, akan memunculkan kesulitan bagi para pihak yang dirugikan untuk menuntut segala kerugian (bertujuan untuk mendapat ganti rugi) yang telah timbul dan disebabkan oleh perbuatan melawan hukum dalam hal ini disebabkan dalam bertransaksi jual beli tidak dilakukan secara langsung bertatap muka antara penjual dan pembeli.

Pelaksanaan jual beli melalui media internet di dalam prakteknya banyak menimbulkan beberapa permasalahan hukum dalam melakukan perjanjian jual beli (*e – commerce*), misalnya Pembeli yang seharusnya bertanggung untuk membayar sejumlah harga yang telah ditentukan waktunya dari produk atau jasa yang dipesan oleh pembeli tapi bila tidak melakukan pembayaran maka hal ini dapat batal.

Apabila permasalahan ini timbul dari penjual (pelaku usaha / pemilik *toko online*) tidak melakukan pengiriman barang yang sudah dibeli dan telah dibayar ataupun barang yang dipesan memiliki cacat pada barang (benda) atau barang tidak asli seperti *merk* aslinya barang (*kwalitas* palsu), sementara pihak penjual berada di luar negara pembeli (penjual *asing* yang sangat jauh dari negara Indonesia) ataupun alamat pembeli tidak ditemukan sehingga sulit untuk melakukan tuntutan atas pengganti kerugian barang.

Bagi para pihak yang tidak melaksanakan tanggung jawab yang seharusnya bertanggung jawab sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati maka akan mendapatkan tindak dari para pihak yakni dapat batal dalam perjanjian ataupun dapat mengajukan gugatan oleh pihak yang merasa dirugikan. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan ganti rugi.

Konsumen harus mendapatkan perlindungan hukum dari pelaku usaha yang bersifat nakal atau wanprestasi, pelaku usaha harus bertanggungjawab atas kerugian yang dialami oleh konsumen, sebagaimana yang di jelaskan dalam Pasal 19 Undang-undang Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pelaku usaha mempunyai tanggung jawab. Tanggung jawab pelaku usaha adalah

- 1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- 2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-sundangan yang berlaku.
- 3) Pemberian gantirugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- 4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
- 5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Memperhatikan substansi Pasal 19 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dapat diketahui bahwa tanggung jawab pelaku usaha, meliputi

- a. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan;
- b. Tanggung jawab kerugian atas pencemaran;
- c. Tanggung jawab kerugian atas kerugian konsumen

B. Akibat Dari Pelanggaran Transaksi Jual Beli Secara Online dengan Menggunakan Aplikasi Instagram

Seseorang yang bernama Asta yang merupakan pemilik Online Shop di Instagram berencana untuk memulai bisnis jual beli snack import dan memilih ovomaltine sebagai fokus bisnisnya. Dalam memulai bisnisnya, atau mulai mencari supplier yang memberikan harga termurah dan terpercaya sehingga menemukan supplier untuk bisnis snack importnya dari instagram dengan akun @anekastuff_id sebagai supplier snack ovomaltine. Akun @anekastuff_id menjual dengan harga yang sangat murah dibawah harga pasaran, bebas ongkos kirim dan tidak ada minimum order yang menjadikan asta sangat antusias untuk membeli melalui akun@anekastuff_id sebagai supplier online shopnya di instagram tersebut.

Namun transaksi pembelian dari akun @anekastuff_in hanya melalui sms saja. Keanehan ditemukan oleh. Asta bahwa tetimonial dari supplier akun @anekastuff_id ini ada yang dari line. Karena sudah merasa menemukan supplier yang sangat murah dari harga pasaran, kemudian tersebut baru dia sadari setelah melakukan transfer uang pembayaran senilai Rp 210.000,00 ke rekening atas nama Johan Wijaya sebagai supplier dengan akun @anekastuff-id. Setelah melakukan transfer korban menanyakan melalui sms kapan barang pesanan sampai dan pelaku penipuan@anekastuff_id menjawab barang akan sampai dalam waktu 2 hari namun setelah lebih dari 2 hari bahkan 2 minggu korban tidak mendapat konfirmasi mengenai barang pesannya dan pelaku tidak dapat dihubungi.

Karena merasa tertipu @anekastuff_id korban pun melakukan pengecekan dan mendapatkan banyak informasi bahwa pelaku dengan instagram@anekastuff_id ini sangat cerdik dan telah lama melakukan penipuan dengan cara sering mengganti nomor rekening, nomor handphone dan akun instagram Aanekastuff_id juga sering berganti-ganti. Pelaku @anekastuff_id mengganti nama instagramnya, melakukan private pada akun instagramnya dan menghapus semua tesyimonial mengenai penipuannya.

Korban juga menyebarkan informasi penipuan tersebut di beberapa group dan ternyata juga banyak yang menjadi korban pelaku penipuan dengan akun Instagram@anekastuff_id Korban juga melakukan pencarian informasi di google dan mendapatkan berbagai kasus penipuan yang dilakukan oleh pelaku.

Kasus 2

Kasus selanjutnya cukup melegakan bagi konsumen. setelah deal transaksi, penjualan memberikan nomor resi (airwaybill number) untuk proses pengecekan di website layanan ekspedisi. Mungkin kita akan sedikit bernafas lega karena itu artinya penjual tidak menipu. namun barang tidak kunjung tibam setelah dicek di website ternyata resi incalid atau mungkin barang datang hanya saja sangat jauh berbeda atau tidak sesuai.

Sebagai contoh, sesorang wanita bernama intan yang berpotensi sebagai wedding singer jakarta melakukan pemberian baju dress yang akan digunakan ketika bekerja sebagai wedding singer. Mengingat instagram menjadi sosial media yang juga dimanfaatkan sebagai online shop dengan banyak pilihan Intan memilih baju dress yang terdapat di instagram dengan nama @rauffaApparet. Setelah menentukan pilihannya dan melakukan transaksi pembayaran dengan total nominal Rp 1.000.000 Rupiah.

Intan menunggu barang yang dia beli di instagram dan setelah barang sampai ternyata tidak sesuai harapan. Bahu dress yang dipilih intan di instagram tidak sesuai dengan kondisi

fisik baju dress yang dipilih intan di Instagram tidak sesuai dengan kondisi fisik baju dress yang dia dapatkan baik dari segi warna maupun bahan yang dijanjikan.

Hal ini salah satu kasus yang sering terjadi dalam transaksi e-commerce, produsen melakukan penipuan dengan menggunakan foto-foto palsu untuk menarik perhatian konsumen sedangkan barang yang dijanjikan tidak sesuai perjanjian baik dari segi bahan, ukuran maupun warna.

Berdasarkan kasus tersebut diatas mengenai pelaksanaan transaksi terutama faktor keamanan dalam e-commerce pada sosial media instagram ini tentu sangat merugikan konsumen. Padahal jaminan keamanan transaksi *e-commerce* sangat diperlukan untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen penggunaannya, pengabaian terhadap hal tersebut akan mengakibatkan pergeseran terhadap falsafah efisiensi yang terkandung dalam transaksi *e-commerce* menuju ke arah ketidakpastian yang nantinya akan menghambat upaya pengembangan *e-commerce*.

C. Upaya Penyelesaian Pelanggaran Transaksi Jual Beli Secara Online dengan Menggunakan Aplikasi Instagram

Beberapa kasus yang dijelaskan diatas memiliki keterkaitan yang sangat erat dengan hukum perlindungan konsumen dilihat dari pendekatan utama Undang- undang nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Transaksi jual beli online melalui instagram dilakukan melalui media internet sehingga dalam proses transaksi antara konsumen dan pelaku usaha tidak bertatap muka secara langsung.

Perjanjian dalam transaksi online dituangkan dalam kontrak elektronik, realisasi dari kontrak elektronik apabila sesuai dengan apa yang telah disepakati oleh konsumen dan pelaku usaha maka hubungan hukum antara keduanya sudah selesai, namun apabila dalam realisasi kontrak elektronik tersebut tidak sesuai maka menimbulkan permasalahan (Hardika & Ardianto, 2015). Permasalahan ini timbul akibat dari ketidakpuasan salah satu atau kedua belah pihak, permasalahan mengenai konsumen lazim disebut dengan sengketa konsumen.

Penyelesaian sengketa konsumen dalam transaksi online dapat menggunakan ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun Konsumen, Pasal 23 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa “apabila pelaku usaha menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen, maka konsumen diberikan hak untuk menggugat pelaku usaha dan menyelesaikan perselisihan yang timbul melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen atau dengan cara mengajukan gugatan kepada peradilan di tempat kedudukan konsumen tersebut.”

Hal tersebut senada dengan Pasal 45 Ayat 1 Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyebutkan “Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum”.

Berdasarkan ketentuan tersebut, konsumen dijamin oleh Undang-Undang untuk dapat mempertahankan hak-haknya terhadap pelaku usaha, selain itu konsumen juga diberikan pilihan untuk menentukan bentuk penyelesaian sengketa yang akan dipilih sebagaimana yang ditentukan pada Pasal 45 ayat 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu “penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa”.

Upaya penyelesaian sengketa konsumen menurut ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terdapat dua pilihan, yaitu:

- a. Melalui Litigasi lewat Peradilan, dan

b. Non Litigasi diluar pengadilan Adapun penjelasanya sebagai berikut:

1) Melalui Litigasi atau pengadilan yang berada di lingkungan pengadilan umum.

Ada beberapa cara yang dapat dipakai dalam proses beracara dalam penyelesaian sengketa konsumen di pengadilan, yaitu :

a. Gugatan perdata biasa/konvensional.

b. Gugatan perdata gugatan kelompok atau *class action*.

Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen gugatan kelompok atau *class action* telah tercantum pada pasal 46 ayat 1 huruf b yang menyatakan bahwa gugatan atas

pelanggaran pelaku usaha dapat dilakukan oleh sekelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama. Dalam hal ini gugatan kelompok harus diajukan oleh sekelompok konsumen yang benar-benar dirugikan dan dapat dibuktikan secara hukum.

c. *Legal Standing*

Legal standing merupakan proses beracara yang diajukan oleh suatu lembaga dalam hal ini Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) (Azizah, 2018). LPKSM adalah lembaga non-pemerintahan yang terdaftar dan diakui oleh pemerintah guna melakukan kegiatan mengenai perlindungan konsumen

2) Melalui Non Litigasi atau lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa konsumen dalam hal ini Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Sengketa melalui badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) untuk penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan yaitu dapat dilakukan dengan cepat, murah dan mudah karena Undang-Undang menentukan dalam tenggang waktu 21 hari kerja, BPSK wajib memberikan putusannya. Mudah disini maksudnya yaitu karena prosedur administratifnya dan proses pengambilan keputusan sangat sederhana, murah terletak pada biaya perkara yang terjangkau.³⁷ Penyelesaian sengketa diluar pengadilan melalui BPSK bukan merupakan suatu keharusan untuk ditempuh konsumen sebelum pada akhirnya memilih menyelesaikan sengketa melalui lembaga pengadilan. tetapi hasil putusan BPSK cukup memberikan efek jera bagi pelaku usaha yang tidak mempunyai itikad baik karena putusan tersebut dapat dijadikan bukti permulaan bagi penyidik, dan hal ini berarti tidak menghilangkan tanggung jawab pidana menurut ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Langkah pertama didalam penyelesaian sengketa melalui BPSK yaitu dengan mengajukan gugatan sesuai dengan rumusan pasal 46 ayat 1 Undang- Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu gugatan atas pelanggaran pelaku usaha dapat dilakukan oleh :

a. Seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan;

b. Sekelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama;

c. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu berbentuk badan hukum atau yayasan, yang dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah untuk kepentingan perlindungan konsumen dan telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya;

d. Pemerintah dan/atau instansi terkait apabila barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengakibatkan kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit.

Pengajuan pengaduan ini bisa secara tertulis maupun secara lisan melalui sekretariat BPSK yang menangani penerimaan pengaduan konsumen. permohonan pengaduan ini harus memuat data pengaduan antara lain :

a. Nama dan alamat lengkap konsumen, ahli waris atau kuasanya disertai bukti diri.

- b. Nama dan alamat lengkap pelaku usaha.
- c. Barang atau jasa yang diadukan.
- d. Bukti perolehan (bon, faktur, kwitansi, dan lain-lain).
- e. Keterangan tempat, waktu dan tanggal diperolehnya barang dan jasa.
- f. Saksi-saksi yang mengetahui barang dan jasa diperoleh.
- g. Foto-foto barang atau kegiatan pelayanan jasa.

Berdasarkan yang telah dijelaskan diatas, penyelesaian sengketa konsumen melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa konsumen dilakukan dengan 3 (tiga) cara, yaitu:

a. Konsiliasi

Konsiliasi ditempuh atas inisiatif salah satu pihak atau para pihak, sedangkan Majelis BPSK bersikap pasif sebagai konsiliator. Majelis BPSK bertugas sebagai pemerantara antara para pihak yang bersengketa. Di dalam konsiliasi, seorang konsiliator akan menklarifikasikan masalah-masalah yang terjadi dan bergabung di tengah-tengah para pihak, tetapi kurang aktif dibandingkan dengan seorang mediator dalam menawarkan pilihan-pilihan (*options*) penyelesaian suatu sengketa.

b. Mediasi

Sama halnya dengan konsiliasi, cara mediasi ditempuh atas inisiatif salah satu pihak atau para pihak. Bedanya dengan konsiliasi, pada mediasi Majelis BPSK bersikap aktif sebagai pemerantara dan penasihat

c. Arbitrase

Cara penyelesaian sengketa konsumen dengan cara arbitrase yaitu: para pihak menyerahkan sepenuhnya kepada majelis BPSK untuk memutuskan dan menyelesaikan sengketa konsumen yang terjadi.

Selain upaya penyelesaian sengketa konsumen melalui jalur pengadilan, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juga membuka peluang bagi para pihak yang bersengketa untuk mengupayakan penyelesaian sengketa secara damai. Pada penjelasan Pasal 45 ayat 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan pengertian penyelesaian secara damai adalah penyelesaian yang dilakukan oleh kedua belah pihak yang bersengketa (pelaku usaha dan konsumen) tanpa melalui pengadilan atau Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dan tidak bertentangan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Penyelesaian secara damai dapat berarti penyelesaian dengan cara musyawarah antara pelaku usaha dan konsumen untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi.

KESIMPULAN

- a. Proses transaksi jual beli online pada dasarnya tidak berbeda dengan transaksi jual beli pada umumnya, media utama dalam transaksi online adalah internet. Perlindungan hukum identik dengan perlindungan terhadap hak-hak konsumen, hak-hak konsumen diatur dalam pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Selain itu bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen adalah penyelesaian sengketa konsumen, proses penyelesaian sengketa konsumen dilakukan apabila dalam transaksi online terjadi pelanggaran terhadap hak-hak konsumen.
- b. Bagi para pihak yang tidak melaksanakan tanggung jawab yang seharusnya bertanggung jawab sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati maka akan mendapatkan tindak dari para pihak yakni dapat batal dalam perjanjian ataupun dapat mengajukan gugatan oleh pihak yang merasa dirugikan. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan ganti rugi. Konsumen harus mendapatkan perlindungan hukum dari pelaku usaha yang bersifat

nakal atau wanprestasi, pelaku usaha harus bertanggungjawab atas kerugian yang dialami oleh konsumen, sebagaimana yang di jelaskan dalam Pasal 19 Undang-undang Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

- c. penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan (Litigasi) atau diluar pengadilan (Non Litigasi) berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa”.
 - 1) Melalui Litigasi yang berada di lingkungan peradilan umum dengan cara Gugatan perdata biasa/konvensional dan Gugatan Perdata Gugatan kelompok atau class action
 - 2) Melalui Non Litigasi diselesaikan oleh lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa konsumen dalam hal ini Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Sengketa melalui badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) untuk penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan yaitu dapat dilakukan dengan cepat, murah dan mudah karena Undang-Undang menentukan dalam tenggang waktu 21 hari kerja, BPSK wajib memberikan putusannya. Mudah disini maksudnya yaitu karena prosedur administratifnya dan proses pengambilan keputusan sangat sederhana, murah terletak pada biaya perkara yang terjangkau. atau penyelesaian sengketa lewat cara Konsiliasi, Mediasi dan arbitrase.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan oleh penulis maka dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

- a. Bagi Konsumen agar lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi jualan beli Online melalui Instagram, mengingat antara konsumen dan pelaku usaha tidak saling bertatap muka dan tidak saling mengenal, maka tindak kecurangan dari pelaku usaha yang tidak beritikad baik akan lebih mudah muncul. oleh karena itu, perlu sikiap teliti serta waspada dari konsumen dalam melakukan kesepakatan dalam transaksi jual beli online melalui instagram.
- b. Bagi pelaku Usaha agar tidak melakukan tindakan wanprestasi guna memperoleh keuntungan yang berlebih. dasar dalam membuka usaha e commerce adalah “kepercayaan dari konsumen, oleh karena itu, pelayanan dengan kualitas yang tinggi serta etikad baik dalam melakukan usaha dalam e-commerce sangat dibutuhkan untuk menunjang keberhasilan usaha dari pelaku usaha e-commerce tersebut.
- c. Beberapa hal yang menjadi kelemahan dalam UUPK perihal pemberian ganti rugi, antara lain: tata cara atau mekanisme tentang penggantian atau pemberian ganti rugi tidak dijelaskan secara rinci, apa dan bagaimana langkahlangkah yang harus dilakukan konsumen apabila konsumen dirugikan oleh pelaku usaha. Kriteria kehilangan atau kerusakan yang mendapatkan ganti rugi sejenis atau setara nilainya, serta kriteria kesalahan konsumen sehingga tidak mendapatkan ganti rugi. Hal-hal yang telah disebutkan diatas, seharusnya dituangkan lebih detail dalam Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen) dan Dinas Perhubungan melalui Dinas Perparkiran sebaiknya lebih meningkatkan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku dalam hal jasa perparkiran. Pengawasan tersebut bertujuan agar pelaku usaha perparkiran tidak menggunakan klausula baku tentang pengalihan tanggungjawab yang merugikan pihak konsumen pengguna jasa parkir.

DAFTAR PUSTAKA

- ADILA, A. (2022). ASAS KEPERCAYAAN DALAM JUAL BELI ONLINE MELALUI PEMBAYARAN CASH ON DELIVERY PADA MARKETPLACE SHOPEE. Fakultas Hukum, Universitas Islam Sumatera Utara.
- Akhmaddhian, S., & Agustiwi, A. (2016). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Elektronik Di Indonesia. *UNIFIKASI: Jurnal Ilmu Hukum*, 3(2), 40–60.
- Azizah, S. (2018). Legal standing lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat (LPKSM) dalam perkara ekonomi syari'ah di pengadilan agama. *Muslim Heritage*, 3(1), 115–138.
- Barkatullah, A. H. (2019). Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia: sebagai pedoman dalam menghadapi era digital Bisnis e-commerce di Indonesia. Nusamedia.
- Febyani, I. (2021). Peran Praktisi Public Relations Divisi Promosi Dan Komunikasi Liga Mahasiswa Dalam Menarik Mahasiswa Menjadi Olahragawan Prestasi Di Media Sosial Instagram. *PANTAREI*, 5(02).
- Harahap, R. Z. (2016). Aspek Hukum Perlindungan terhadap Penumpang Bus dalam Mewujudkan Perlindungan Konsumen. *De Lega Lata: Jurnal Ilmu Hukum*, 1(1), 211–233.
- Hardika, R. A. N. J. M., & Ardianto, F. (2015). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online. *Serambi Hukum*, 8(02), 23092.
- Hayati, N. (2016). Peralihan Hak Dalam Jual Beli Hak Atas Tanah (suatu tinjauan terhadap perjanjian jual beli dalam konsep hukum barat dan hukum adat dalam kerangka hukum tanah nasional). *Lex Jurnalica*, 13(3), 147934.
- Karinda, R. A. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Bisnis Pembiayaan Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. *Lex Privatum*, 8(4).
- Kristiyanti, C. T. S. (2022). Hukum perlindungan konsumen. Sinar Grafika.
- Lubis, M. S. Y. (2022). Jual Beli Online Ditinjau Dari Hukum Islam. *Jurnal Notarius*, 1(1).
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan konten media sosial korporat pada instagram sebuah pusat perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9.
- Mardana, R. Y. (2024). TA: PENERAPAN FITUR INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PAKET WISATA JAWA TIMUR DI CV HUNI RAYA GROUP. Politeknik Negeri Lampung.
- Mulyadi, Y., Aziz, H., & Myranika, A. (2024). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP NASABAH PINJAMAN ONLINE DIKAITKAN DENGAN PASAL 1320 KUH PERDATA TENTANG KEABSAHAN PERJANJIAN KONTRAK. *JURNAL PEMANDHU*, 5(1), 69–85.
- Perdana, A. P. (2021). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Kerugian yang Ditimbulkan Oleh Pelaku Usaha Toko Online di Instagram. *Inovasi Pembangunan: Jurnal Kelitbangan*, 9(02), 177.
- Prastya, K. F. I., Adnyani, N. K. S., & Ardhya, S. N. (2021). Tinjauan Yuridis Tentang Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Online Melalui E-Commerce Menurut Pasal 1320 Kuhperdata Dan Undang-Undang Nomer 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik. *Jurnal Komunitas Yustisia*, 4(2), 617–625.
- Rajab, A. (2018). Urgensi undang-undang nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik sebagai solusi guna membangun etika bagi pengguna media. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 14(4), 463–471.
- Rizkia, A. A., & Rahmawati, S. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Anti Monopoli Dan Persaingan Bisnis Tidak Sehat: Globalisasi Ekonomi, Persaingan Usaha, Dan Pelaku Usaha. (Literature Review Etika). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 631–643.
- Sommaliagustina, D. (2018). Perlindungan Hukum terhadap Konsumen E-Commerce di Indonesia. *Journal Equitable ISSN*, 2541, 7037.
- Sumadi, H. (2015). Kendala dalam menanggulangi tindak pidana penipuan transaksi elektronik di Indonesia. *Jurnal Wawasan Yuridika*, 33(2), 175–203.
- Suwandono, A. (2016). Implikasi Pemberlakuan Undang-Undang Otoritas Jasa Keuangan Terhadap Perlindungan Konsumen Jasa Keuangan Dikaitkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

- Perspektif: Kajian Masalah Hukum Dan Pembangunan, 21(1), 1–10.
- Syafriana, R. (2016). Perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik. *De Lega Lata: Jurnal Ilmu Hukum*, 1(2), 430–447.
- Tampubolon, W. S. (2016). Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Advokasi*, 4(1), 53–61.
- Triasih, D., Muryati, D. T., & Nuswanto, A. H. (2021). Perlindungan hukum bagi konsumen dalam perjanjian pinjaman online: legal protection for consumers in online loan agreements. *Seminar Nasional Hukum Universitas Negeri Semarang*, 7(2), 591–608.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi pemasaran melalui media sosial instagram (studi deskriptif pada akun@ subur_batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271–278.
- Wibowo, E. A. (2014). Pemanfaatan Teknologi E-Commerce Dalam Proses Bisnis. *EQUILIBRIA: Jurnal Fakultas Ekonomi*, 1(1).
- Yaurwarin, W. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pembeli Makanan Berbuka Puasa yang Mengandung Bahan Pengawet dan Bahan Pemanis Buatan (Kajian UU No. 8 Tahun 1999). *Public Policy*, 1(1), 35–46.
- Yusri, M. (2011). Kajian Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam. *Ulumuddin Journal of Islamic Legal Studies*, 7(1).