

ABSTRAK

Di masa sekarang ini internet adalah sesuatu yang sudah melekat di kehidupan manusia. Dengan adanya internet maka kegiatan perdagangan dapat dilakukan secara elektronik atau yang lebih dikenal dengan istilah *Electronic Commerce*. Pertumbuhan pengguna internet yang sangat pesat membuat internet menjadi media yang sangat efektif untuk mengembangkan dunia perdagangan. Berkembangnya dunia bisnis online ditandai dengan bermunculan toko online yang menawarkan berbagai ragam produk atau jasa. Dengan adanya undang-undang pertanggungjawaban pelaku usaha maka diharap agar para pelaku usaha tidak semena-mena dalam melakukan perjanjian jual beli dengan konsumen. Jika terjadi wanprestasi terhadap pelaku usaha maka peraturan-peraturan mengenai pertanggungjawaban pelaku usaha dapat digunakan. Oleh karena itu, sebagai pelaku usaha harus benar-benar tulus dan mempunyai iktikad baik dalam membuka usaha maupun melayani konsumen. Dibuatnya undang-undang perlindungan hukum terhadap konsumen karena konsumen adalah pihak yang lemah kedudukannya jika dibanding pelaku usaha. Dengan adanya undang-undang tersebut konsumen dapat membela diri dan mendapatkan haknya.

Tujuan penulisan ini adalah untuk mengetahui bagaimana pertanggungjawaban pelaku usaha online mengenai barang yang diiklankan/dipromosikan berbeda dengan barang yang telah diterima oleh konsumen dan untuk mengetahui bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam bertransaksi melalui media sosial Instagram.

Metode yang digunakan penulis adalah metode penelitian yuridis normatif, spesifikasi penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan yaitu dengan wawancara. Dalam penelitian ini metode analisa data yang digunakan yaitu metode kualitatif.

Hasil penelitian ini adalah dalam sengketa antara konsumen dan pelaku usaha selama ini peraturan yang digunakan untuk melindungi hak-hak konsumen adalah Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, namun undang-undang tersebut tidak secara khusus mengatur mengenai hak-hak konsumen dalam melakukan transaksi jual beli online. Artinya, jika konsumen ingin menggugat pelaku usaha online dengan undang-undang tersebut akan mengalami kesulitan karena pada dasarnya tidak melakukan pertemuan secara langsung untuk melakukan transaksi jual beli tersebut.

Kata Kunci : Perlindungan Konsumen, Transaksi Jual Beli.

ABSTRACT

Nowadays, the internet is something that is inherent in human life. With the internet, trading activities can be conducted electronically or better known as Electronic Commerce. The rapid growth of internet users has made the internet a very effective medium for developing the world of commerce. The development of the online business world is marked by the emergence of online shops that offer a variety of products or services. With the business liability law, it is hoped that business actors will not arbitrarily enter into a sale and purchase agreement with consumers. If there is a default on the business actor, regulations regarding the liability of the business actor can be used. Therefore, as a business actor must be truly sincere and have good faith in opening a business and serving consumers. The law on consumer protection was made because the consumer is a weak party when compared to business actors. With this law, consumers can defend themselves and get their rights.

This paper aims to find out how the responsibilities of online businesses regarding goods advertised/promoted are different from goods that have been received by consumers and to find out how the form of legal protection for consumers in transacting through social media Instagram.

The method used by the author is a normative juridical research method, the research specification used is descriptive analysis with data collection techniques through library research and field research that is by interview. In this study, the data analysis method used is a qualitative method.

The results of this study found that Law No. 8 of 1999 is often used to protect the rights of consumers in disputes between consumers and business actors, but the law does not specifically regulate the rights of consumers in buying and selling online. The meaning is if consumers want to sue online businesses with these laws, it will be difficult because basically they do not meet directly to conduct the sale and purchase transactions.

Keywords: Consumer Protection, Transactions, Buying and Selling.