

ABSTRAK

Jual Beli *online* memiliki fungsi integrasi dari pemasaran, penerapan strategi *e-commerce* selain bertujuan untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggan, tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan jumlah penjualan. *online* meluncurkan fitur baru bernama *Marketplace* di aplikasi *mobile*-nya. Sesuai nama tersebut, ini merupakan sebuah pasar *online* yang mewadahi berbagai kegiatan jual beli penggunanya.

Rumusan masalah dalam penelitian tesis ini adalah: 1) Bagaimana keabsahan transaksi jual beli melalui social media instagram menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik?, 2) Bagaimana perlindungan hukum bagi para pihak dalam transaksi jual beli melalui sosial media instagram menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik ?.

Metode pendekatan yang akan digunakan penulis adalah pendekatan *Yuridis Normatif*. Spesifikasi penelitian yang digunakan adalah *Deskriptif Analitis* yaitu menggambarkan peraturan perundangan yang berlaku dikaitkan dengan teori-teori hukum dan praktek pelaksanaannya. Menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer yang diperoleh dari peraturan perundang-undangan, sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh dari beberapa informan yang terpercaya.

Dari hasil penelitian ini, diketahui bahwa 1) Keabsahan transaksi jual beli melalui social media instagram menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dapat dinyatakan sah dan menjadi dasar dilaksanakannya sebuah kontrak bagi kedua belah pihak. Bahwa akibat hukum yang timbul dari perjanjian kontrak jual beli yang dibuat secara elektronik (*e-commerce*) menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi Transaksi Elektronik adalah timbulnya hak dan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh kedua belah pihak, jika tidak dilaksanakan dengan baik tentu akan menimbulkan konflik bagi kedua belah pihak. 2) Perlindungan hukum bagi para pihak dalam transaksi jual beli melalui sosial media instagram menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik bahwa terhadap pembeli yang dirugikan dalam sengketa jual beli terdiri atas litigasi dan non litigasi. Upaya hukum secara litigasi adalah mengajukan gugatan ke Pengadilan Negeri, banding ke Pengadilan Tinggi, kasasi ke Mahkamah Agung dan Upaya hukum peninjauan kembali ke Mahkamah Agung (Pasal 38 UU ITE)). Upaya hukum non litigasi terdiri atas Mediasi, Konsiliasi, dan Arbitrase (Pasal 39 UU ITE).

Kata Kunci : Perlindungan Hukum, Transaksi Jual Beli *Online*, *Online*

ABSTRACT

Buying and selling online has an integration function of marketing, implementation of e-commerce strategies in addition to aiming to retain and increase the number of customers, the main goal is to increase the number of sales. Online launches a new feature called Marketplace in its mobile application. As the name implies, this is an online market that accommodates various buying and selling activities of its users.

The formulation of the problem in this thesis research are: 1) How is the validity of buying and selling transactions through Instagram social media according to Act Number 19 of 2016 concerning Information and Electronic Transactions?, 2) How is the legal protection for parties in buying and selling transactions through Instagram social media according to Act Number 19 of 2016 concerning Information and Electronic Transactions?

The method of approach that will be used by the writer is Normative Juridical approach. The research specification used is Analytical Descriptive which describes the applicable laws and regulations associated with legal theories and their implementation practices. Using primary data and secondary data. Primary data obtained from statutory regulations, while secondary data is data obtained from several trusted informants.

From the results of this study, it is known that 1) The validity of buying and selling transactions through Instagram social media according to Act Number 19 of 2016 concerning Information and Electronic Transactions can be declared valid and becomes the basis of a contract for both parties. That the legal consequences arising from an electronic sale and purchase contract (e-commerce) pursuant to Act Number 19 of 2016 concerning Information on Electronic Transactions is the emergence of rights and obligations that must be carried out by both parties, if not implemented properly, of course will cause conflict for both parties. 2) Legal protection for parties in buying and selling transactions through Instagram social media according to Act Number 19 of 2016 concerning Information and Electronic Transactions that against buyers who are injured in a sale and purchase dispute consists of litigation and non-litigation. Litigation legal efforts are filing a lawsuit to the District Court, appeal to the High Court, cassation to the Supreme Court and legal remedies to the Supreme Court (Article 38 of the ITE Law). Non-litigation legal remedies consist of Mediation, Conciliation, and Arbitration (Article 39 of the ITE Law).

Keywords: Legal Protection, Online Buying and Selling Transactions