

**PENYELESAIAN SENGKETA TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE
MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP BARANG YANG TIDAK
SESUAI KESEPAKATAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Ilmu Hukum
Program Kekhususan Hukum Perdata



Diajukan Oleh:

KHOLISH NUR SHOIROFI

NIM. 30301900185

**PROGRAM STUDI (S.1) ILMU HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG (UNISSULA)
SEMARANG
2024**

**PENYELESAIAN SENGKETA TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE
MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP BARANG YANG TIDAK
SESUAI KESEPAKATAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Ilmu Hukum
Program Kekhususan Hukum Perdata



Diajukan Oleh:

KHOLISH NUR SHOIROFI

NIM. 30301900185

**PROGRAM STUDI (S.1) ILMU HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG (UNISSULA)
SEMARANG
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN
PENYELESAIAN SENGKETA TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE
MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP BARANG YANG TIDAK
SESUAI KESEPAKATAN



Dr. Lathifah Hanim, S.H., M.Hum., M.Kn.

NIDN. 06-2102-7401

HALAMAN PENGESAHAN
PENYELESAIAN SENGKETA TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE
MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP BARANG YANG TIDAK
SESUAI KESEPAKATAN


Dipersiapkan dan disusun oleh:

Kholish Nur Shoirofi
NIM. 30301900185


Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal, 22 Februari 2024
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat dan lulus

Tim Penguji


Ketua,


Dr. Hj. Arvani Witasari, S.H., M.Hum.
NIDN. 06-1510-6602

Anggota


Rizki Adi Pinandito, S.H., M.H.
NIDN. 06-1910-9001

Anggota


Dr. Lathifah Hanim, SH., M.Hum., M.Kn.
NIDN. 06-2102-7401

Mengetahui

Dekan Fakultas Hukum Unissula




Dr. H. Jawade Hafidz, SH., MH.
NIDN. 06-2004-6701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“Tidak ada mimpi yang gagal, yang ada hanyalah mimpi yang tertunda. Cuma sekiranya kalau kita merasa gagal dalam mencapai mimpi. Jangan khawatir, banyak mimpi-mimpi lain bisa diciptakan.”

Skripsi ini Penulis persembahkan untuk:

- . Kedua orangtua Penulis tercinta, yang telah memberikan dukungan dan doa serta kasih sayang dan cinta yang senantiasa mendorong Penulis menyelesaikan skripsi ini.
- Dosen pembimbing yang terhormat, Dr. Lathifah Hanim, SH., M.Hum., M.Kn. dengan dedikasinya membimbing Penulis menyusun skripsi ini hingga selesai.
- Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta staff pengajar Fakultas Hukum Universitas Sultan Agung.
- Sahabat dan teman yang mendukung dan mendorong Penulis menyelesaikan skripsi ini.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kholish Nur Shoirofi

NIM : 30301900185

Program Studi : S-1 Ilmu Hukum

Fakultas : Fakultas Hukum

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi saya dengan judul **“PENYELESAIAN SENGKETA TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP BARANG YANG TIDAK SESUAI KESEPAKATAN”** benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bebas dari peniruan hasil karya orang lain. Kutipan pendapat dan tulisan orang lain ditunjuk sesuai dengan cara-cara penulisan karya ilmiah yang berlaku.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan dalam skripsi ini mengandung ciri-ciri plagiat dan bentuk-bentuk peniruan lain yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Semarang, 15 Agustus 2024

Yang menyatakan,

UNISSULA
جامعة سلطان أبوبنوح الإسلامية



Kholish Nur Shoirofi

NIM. 30301900185

PERTANYAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kholish Nur Shoirofi

NIM : 30301900185

Program Studi : S-1 Ilmu Hukum

Fakultas : Fakultas Hukum

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Skripsi dengan judul:

“PENYELESAIAN SENGKETA TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP BARANG YANG TIDAK SESUAI KESEPAKATAN” Dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan publikasinya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama Penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 15 Agustus 2024

Yang menyatakan,



Kholish Nur Shoirofi

NIM. 30301900185

KATA PENGANTAR

Puji syukur Penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat Rahmat serta nikmat-Nya Penulis dapat menyelesaikan penulisan karya ilmiah yang berjudul **“PENYELESAIAN SENGKETA TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP BARANG YANG TIDAK SESUAI KESEPAKATAN”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Penulis menyadari banyak sekali bantuan dari berbagai pihak dalam menghadapi kendala dan hambatan yang Penulis alami dalam proses penyusunan karya ilmiah ini, yang tanpa bantuan dan dorongan tersebut Penulis tidak mampu menyelesaikan karya ilmiah ini. Oleh karena itu, Penulis ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada pihak-pihak sebagai berikut:

1. Prof. Dr. H. Gunarto, S.H., S.E., Akt., M.Hum., selaku Rektor Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Dr. H. Jawade Hafidz, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Dr. Hj. Widayati, S.H., M.H. selaku Wakil Dekan I Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Dr. Denny Suwondo, SH, MH.. selaku Wakil Dekan II Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
5. Dr. Muhammad Ngazis, SH., MH. selaku Ketua Program Studi Sarjana Ilmu Hukum (S1) Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
6. Dr. Ida Musofiana,S.H., M.H. dan Dini Amalia Fitri, S.H., M.H. selaku Sekretaris Program Studi Sarjana Ilmu hukum (S1) Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
7. Dr. Lathifah Hanim, S.H., M.Hum., M.Kn., selaku Dosen Wali sekaligus Dosen Pembimbing Penulis yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan

pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, dan saran sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

8. Kedua orang tua penulis, Bapak Jaelani dan Ibu Siti Nuriya Wafir Kholisoh atas sumbangsuhnya yang tidak terhingga. Juga segenap keluarga atas kasih sayang, doa, dan dukungannya.
9. Saudara Bronto yang telah bersedia menjadi narasumber dalam penelitian ini.
10. Segenap civitas akademika Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan pelayanan bagi penulis selama menempuh pendidikan tinggi.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Besar harapan Penulis adanya skripsi ini dapat membantu setiap pihak termasuk dalam memberikan pengetahuan yang lebih dengan adanya skripsi ini. Atas segala perhatian, dukungan, dan kerjasamanya Penulis ucapkan terima kasih.

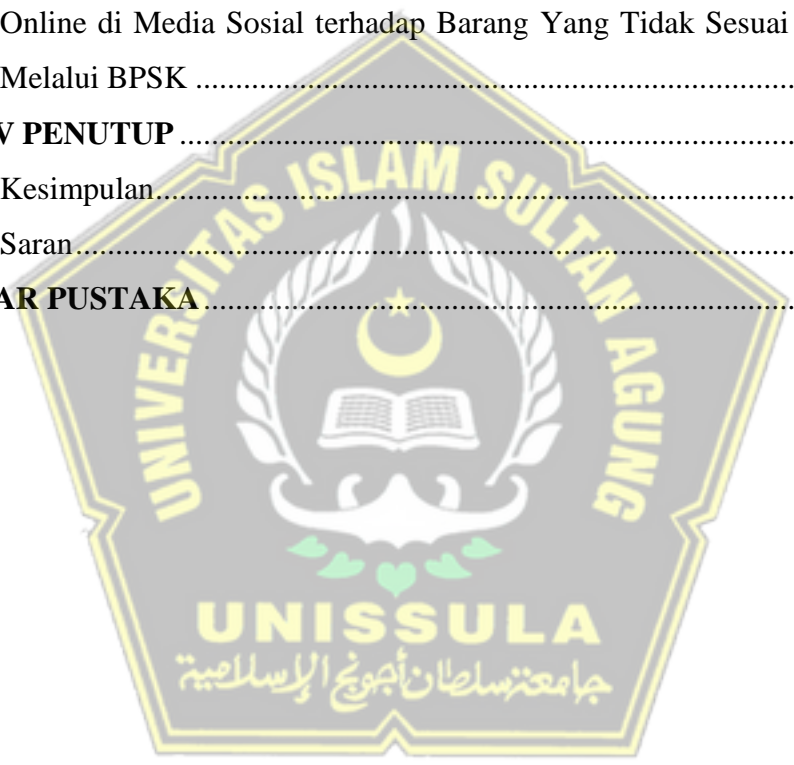
Semarang, Agustus 2024

Penulis

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	vi
PERTANYAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	7
E. Terminologi.....	8
F. Metode Penelitian.....	10
G. Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
A. Tinjauan tentang Penyelesaian Sengketa	16
1. Pengertian Sengketa	16
2. Penyelesaian Sengketa melalui Litigasi	17
3. Penyelesaian Sengketa melalui Non-Litigasi.....	18
B. Tinjauan tentang Jual Beli <i>Online</i>	22
1. Jual Beli <i>Online</i>	22
2. Dasar Hukum Jual Beli <i>Online</i>	25

3. Mekanisme Transaksi Jual Beli <i>Online</i>	26
C. Jual Beli <i>Online</i> dalam Perspektif Islam	28
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
A. Penyelesaian Sengketa Konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen	33
B. Penyelesaian Sengketa Transaksi Jual Beli Online melalui Media Sosial Terhadap Barang yang Tidak Sesuai Kesepakatan	39
C. Kendala dan Solusi dalam Penyelesaian Sengketa Transaksi Jual Beli Online di Media Sosial terhadap Barang Yang Tidak Sesuai Kesepakatan Melalui BPSK	59
BAB IV PENUTUP	67
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	70



ABSTRAK

Di era digitalisasi, transaksi *online* semakin berkembang. Indonesia memiliki beberapa undang-undang yang mengatur mengenai perlindungan konsumen dan transaksi elektronik, seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Perkembangan ini berdampak kepada sengketa *online* yang meningkat, termasuk pula permasalahan transaksi melalui media sosial, harus diselesaikan sebagaimana sengketa transaksi yang terjadi pada jual beli konvensional.

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif yaitu penelitian hukum yang menggunakan pendekatan perundang-undangan. Penelitian deskriptif analisis yaitu menggambarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku dengan teori-teori hukum dan praktek pelaksanaan hukum positif yang menyangkut permasalahan

Hasil penelitian penyelesaian sengketa konsumen menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen yaitu dengan cara melalui atau di pengadilan (litigasi) atau melalui di luar pengadilan (non litigasi). Penyelesaian litigasi melalui lembaga peradilan umum dan non litigasi dapat melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Penyelesaian sengketa transaksi jual beli online melalui media sosial terhadap barang yang tidak sesuai kesepakatan yaitu Pasal 45 Ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, melalui pertama, cara damai; kedua, lewat pengadilan; dan ketiga lewat Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Dalam hal sengketa seperti pada kasus pengiriman yang tidak sesuai sebagaimana kesepakatan, proses negosiasi dapat dilakukan dengan secara langsung antara penjual dan pembeli, baik melalui pertemuan secara fisik, maupun melalui chatting seperti saat proses pemesanan. Kendala dan solusi dalam penyelesaian sengketa transaksi jual beli online di media sosial terhadap barang yang tidak sesuai kesepakatan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen yaitu pihak konsumen yang dirugikan belum memperoleh kekuatan eksekusi tetap, harus adanya penetapan (*fiat of execution*) kepada Pengadilan Negeri. Solusi terhadap masalah tersebut di atas yakni dimana perlu dihilangkannya penetapan eksekusi oleh Kepala Pengadilan Negeri sehingga Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen menjadi sebuah lembaga peradilan yang kredibel. Selain solusi seperti tersebut di atas, solusi lainnya adalah perlunya dipikirkan adanya lembaga penyelesaian konsumen yang bersifat tunggal.

Kata Kunci: *penyelesaian, sengketa, transaksi, e-commerce, media sosial.*

ABSTRACT

In the digital era, online transactions are increasingly developing. Indonesia has several laws that regulate consumer protection and electronic transactions, such as the Consumer Protection Law and the Electronic Information and Transactions Law. This development has an impact on increasing online disputes, including problems with transactions via social media, which must be resolved as transaction disputes that occur in conventional buying and selling.

This study uses a normative legal approach, namely legal research that uses a statutory approach. Descriptive analytical research, namely describing applicable laws and regulations with legal theories and practices of implementing positive law concerning problems

The results of the study on resolving consumer disputes according to the Consumer Protection Law are through or in court (litigation) or outside the court (non-litigation). Settlement of litigation through general and non-litigation judicial institutions can be through the Consumer Dispute Resolution Agency. Settlement of online buying and selling transaction disputes via social media against goods that do not comply with the agreement, namely Article 45 Paragraph (2) of the Consumer Protection Law, through first, peaceful means; second, through the courts; and third through the Consumer Dispute Resolution Agency. In the case of disputes such as in cases of delivery that does not match the agreement, the negotiation process can be carried out directly between the seller and the buyer, either through physical meetings, or through chatting such as during the ordering process. Obstacles and solutions in resolving online sales transaction disputes on social media for goods that do not match the agreement through the Consumer Dispute Resolution Agency, namely the aggrieved consumer has not obtained permanent execution power, there must be a determination (fiat of execution) to the District Court. The solution to the above problem is where the execution determination by the Head of the District Court needs to be eliminated so that the Consumer Dispute Resolution Agency becomes a credible judicial institution. In addition to the solutions as mentioned above, another solution is the need to consider the existence of a single consumer resolution institution.

Keywords: *resolution, dispute, transaction, e-commerce, social media*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era digital yang semakin berkembang, transaksi *online* semakin marak terjadi di Indonesia. Namun, keamanan dan perlindungan konsumen dalam transaksi *online* seringkali menjadi permasalahan yang muncul, seperti adanya penipuan *online*, penggunaan data pribadi tanpa izin, serta perselisihan antara konsumen dan penjual.

Konsumen merupakan seluruh masyarakat Indonesia, ini berarti memberikan perlindungan terhadap konsumen merupakan bagian dari bentuk perlindungan terhadap seluruh masyarakat Indonesia. Hal ini sejalan dengan tujuan negara yang tertuang dalam Alenia IV Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia (UUD NRI) Tahun 1945 yakni melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia. Melindungi konsumen sangat diperlukan untuk melahirkan manusia Indonesia yang sehat rohani dan jasmani sebagai pelaku pembangunan untuk menjaga kesinambungan pembangunan nasional yang sekaligus juga sumber pemupukan modal bagi pembangunan maka untuk kelangsungan pembangunan nasional mutlak diperlukan perlindungan kepada konsumen.¹

Oleh karena itu, penyelesaian sengketa transaksi *online* menjadi hal yang penting untuk diperhatikan. Dalam hal ini, Indonesia memiliki beberapa

¹ Francis Fukuyama dalam Arfian Setiantoro dkk, 2018, “Urgensi Perlindungan Hukum Konsumen Dan Penyelesaian Sengketa E-Commerce Di Era Masyarakat Ekonomi Asean”, *Jurnal Rechtsvinding*, Vol 7, No. 1, hlm. 2

undang-undang yang mengatur mengenai perlindungan konsumen dan transaksi elektronik, seperti UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta UU No. 19 Tahun 2016 tentang Perdagangan Elektronik.²

Namun, terdapat beberapa kendala dalam penyelesaian sengketa transaksi online di Indonesia, seperti kurangnya kesadaran konsumen akan hak-haknya, lemahnya penegakan hukum terhadap pelanggaran yang terjadi, serta keterbatasan regulasi yang masih belum lengkap. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan analisis yang lebih mendalam mengenai regulasi dan penyelesaian sengketa transaksi *online* di Indonesia.³

Bank Indonesia (BI) mencatat nilai transaksi e-commerce atau perdagangan elektronik di tahun 2023 mencapai Rp453,75 triliun. Namun, realisasi tersebut lebih rendah dari target BI yang ditetapkan sebesar Rp474 triliun dan lebih rendah dari realisasi 2022 Rp476,3 triliun.⁴

Saat ini, penyelesaian sengketa transaksi online di Indonesia masih mengacu pada regulasi umum yang terdapat dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dan Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelesaian Sengketa Konsumen. Namun, masih terdapat kekurangan dalam penyelesaian sengketa

² J. A. Tjakraatmadja, 2020. "Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Online. *Jurnal Dinamika Hukum*, Vol. 20 No. 1, hlm. 1-8.

³ A. Sholikin, 2019. "Analisis Yuridis Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Online di Indonesia". *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM*, Vol. 26, No. 1, hlm. 57-74.

⁴ Infobanknews.com, 2024, "Top! Transaksi E-Commerce Sepanjang 2023 Tembus Rp453,75 Triliun", <https://infobanknews.com/top-transaksi-e-commerce-sepanjang-2023-tembus-rp45375-triliun/> diakses tanggal 10 Mei 2024

tersebut, seperti minimnya akses informasi dan pendampingan hukum untuk konsumen, serta minimnya ketersediaan lembaga penyelesaian sengketa yang memadai.⁵

Dalam upaya meningkatkan penyelesaian sengketa transaksi online, beberapa pihak seperti pemerintah, asosiasi e-commerce, dan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) telah melakukan berbagai upaya, seperti kampanye edukasi bagi konsumen dan pengembangan platform penyelesaian sengketa online. Namun, masih perlu dilakukan analisis lebih lanjut mengenai efektivitas dari upaya-upaya tersebut dan bagaimana meningkatkan akses keadilan bagi konsumen dalam penyelesaian sengketa transaksi online di Indonesia.⁶

Pada tahun 2020, Kementerian Komunikasi dan Informatika merilis Laporan Survei Nasional Penggunaan Internet di Indonesia. Dalam laporan tersebut, terdapat data yang menunjukkan bahwa semakin banyak masyarakat Indonesia yang menggunakan internet untuk berbelanja secara online. Namun, masih terdapat banyak kendala dalam transaksi online, terutama terkait dengan penyelesaian sengketa antara penjual dan konsumen. Menurut laporan tersebut, hanya sekitar 18% konsumen yang mengalami sengketa transaksi online yang melaporkannya ke pihak penyelesaian sengketa. Kendala utama yang dihadapi konsumen dalam melaporkan sengketa tersebut adalah kurangnya informasi mengenai cara melaporkan sengketa, serta

⁵ Harsono, I. 2020. "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia." *Jurnal Legislasi Indonesia*, Vol. 17, No.2, hlm. 187-196.

⁶ Prabowo, M. R., & Wibowo, A. E. 2021. "Penyelesaian Sengketa Konsumen pada Transaksi Online di Indonesia." *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, Vol. 5, No. 1, hlm. 80-92.

kurangnya kepercayaan pada lembaga penyelesaian sengketa yang ada.⁷

Menurut survei yang dilakukan oleh idEA, sekitar 77% penjual menganggap bahwa penyelesaian sengketa harus dilakukan melalui penyelesaian di luar pengadilan, sementara sekitar 50% konsumen memilih penyelesaian melalui pengadilan. Dalam hal ini, perlu dilakukan analisis yuridis mengenai efektivitas dari lembaga penyelesaian sengketa yang ada, serta perlunya pengembangan lembaga penyelesaian sengketa yang lebih mudah diakses oleh masyarakat. Selain itu, perlu juga dilakukan kampanye edukasi yang lebih intensif bagi konsumen, serta pengawasan yang lebih ketat terhadap praktik-praktik penipuan dan pelanggaran hak-hak konsumen dalam transaksi online.⁸

Perlu dipahami bahwa dalam penggunaan sistem elektronik ada dua hal mendasar yang harus diperhatikan. Pertama, teknologi merupakan hasil temuan manusia yang tentunya akan mempunyai kelemahan-kelemahan dalam sistem teknisnya. Kedua, teknologi selain memiliki kelemahan dalam sistem teknisnya juga mempunyai ketidakpastian dalam segi jaminan kepastian hukum.⁹ Beberapa masalah yang muncul dalam perjanjian jual beli melalui media elektronik adalah masalah perjanjian, tata cara pembayaran, peradilan, perlindungan hukum, tanda tangan elektronik, penyelesaian apabila terjadi wanprestasi. Upaya yang dilakukan pemerintah dalam menyikapi

⁷ Kementerian Komunikasi dan Informatika. 2020. Laporan Survei Nasional Penggunaan Internet di Indonesia 2019-2020

⁸ Asosiasi E-commerce Indonesia. 2020. Survey Konsumen 2020: Konsumen E-Commerce Lebih Percaya Penyelesaian Sengketa di Luar Pengadilan.

⁹ Editorial Jurnal Hukum Bisnis. 2019. "E-commerce Meningkatkan Efisiensi." *Jurnal Hukum Bisnis*. Vol. 18. hlm. 4.

perkembangan hukum terkait dengan jual beli melalui internet adalah dengan mengeluarkan Undang- Undang No 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.

Permasalahan hukum yang timbul antara lain adalah aspek hukum perjanjian, dimana tentang perjanjian itu sendiri diatur dalam KUHPerdara Untuk memastikan sebuah perjanjian itu sah atau tidak harus dipenuhi syarat sah perjanjian yaitu adanya kesepakatan para pihak, kecakapan para pihak, adanya suatu hal tertentu dan suatu sebab yang halal.¹⁰ Pemaparan paragraf diatas telah menjelaskan bahwa transaksi perdagangan secara elektronik lebih rentan akan terjadinya wanprestasi, Sehingga menimbulkan rasa ketertarikan bagi peneliti untuk menganalisis lebih lanjut mengenai transaksi e-commerce apakah telah sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia atau tidak.

Penelitian yang dilakukan oleh penulis merupakan penelitian yang belum pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya Adapun yang membedakan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah penulis menggunakan metode penelitian normatif, kasus yang digunakan dalam penelitian juga berbeda penulis menggunakan kasus penipuan amplifier yang mana pada saat kedatangan barang pesanan tidak sesuai kesepakatan dan juga kasus Nusantara Mart dan RS, dengan objek yaitu lampu dengan merek internasional. Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Penyelesaian Sengketa Transaksi Jual Beli Online Melalui Media Sosial Terhadap Barang Yang**

¹⁰ Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Tidak Sesuai Kesepakatan”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas penulis tertarik merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana penyelesaian sengketa konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?
2. Bagaimana penyelesaian sengketa transaksi jual beli online melalui media sosial terhadap barang yang tidak sesuai kesepakatan?
3. Bagaimana kendala dan solusi dalam penyelesaian sengketa transaksi jual beli online di media sosial terhadap barang yang tidak sesuai kesepakatan melalui BPSK?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penyelesaian sengketa konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
2. Untuk mengetahui penyelesaian sengketa transaksi jual beli online melalui media sosial terhadap barang yang tidak sesuai kesepakatan.
3. Untuk mengetahui kendala dan solusi dalam penyelesaian sengketa transaksi jual beli online di media sosial terhadap barang yang tidak sesuai kesepakatan melalui BPSK.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat penelitian dalam penulisan ilmiah ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih dalam pengembangan ilmu hukum di Indonesia, khususnya dalam bidang penyelesaian sengketa transaksi online yang semakin penting dan berkembang dengan pesat. Penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam dan komprehensif mengenai isu-isu hukum yang terkait dengan penyelesaian sengketa transaksi online di Indonesia.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat langsung bagi masyarakat, khususnya bagi pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi online. Hasil penelitian dapat menjadi referensi bagi pihak-pihak tersebut dalam hal penyelesaian sengketa yang mungkin terjadi di masa depan. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat memberikan masukan bagi lembaga-lembaga penyelesaian sengketa dan pemerintah dalam meningkatkan efektivitas penyelesaian sengketa transaksi online di Indonesia. Sehingga diharapkan dapat membantu menciptakan lingkungan bisnis online yang lebih baik dan memperkuat perlindungan konsumen di Indonesia.

E. Terminologi

1. Transaksi adalah kejadian ekonomi/keuangan yang melibatkan paling tidak 2 pihak (seseorang dengan seseorang atau beberapa orang lainnya) yang saling melakukan pertukaran, melibatkan diri dalam perserikatan usaha, pinjam meminjam atas dasar sama-sama suka ataupun atas dasar suatu ketetapan hukum atau syariah yang berlaku.¹¹
2. Jual beli *online* adalah jual beli barang dan jasa yang dilakukan melalui media elektronik, khususnya melalui internet atau secara *online* yang disepakati dengan menentukan ciri-ciri tertentu, membayar harganya terlebih dahulu sedangkan barangnya diserahkan kemudian.¹²
3. Sengketa adalah perselisihan atau pertentangan yang terjadi antara dua pihak.¹³
4. Penyelesaian sengketa yaitu proses penyelesaian perselisihan atau konflik yang terjadi antara dua pihak atau lebih yang tidak dapat dipecahkan secara damai, baik melalui proses mediasi, negosiasi, atau proses hukum.¹⁴
5. Media sosial merupakan sebuah media *online* yang beroperasi dengan bantuan teknologi berbasis web yang sebagai tempat, layanan, dan alat bantu yang memungkinkan setiap orang terhubung sehingga dapat

¹¹ Sunarto Zulkifli, 2003, *Dasar-dasar Akuntansi Perbankan Syariah*. Zikrul Hakim, Jakarta, hlm. 10

¹² Achmad Zurohman dan Eka Rahayu. 2019. "Jual Beli Online dalam Perspektif Islam." *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol. 5, No. 1, hlm. 21–32. <https://doi.org/10.36835/iqtishodiyah.v5i1.87>

¹³ Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan

¹⁴ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)

mengekspresikan dan berbagi dengan individu lainnya dengan bantuan internet.¹⁵

6. Perlindungan konsumen adalah upaya untuk melindungi hak-hak konsumen dari tindakan yang merugikan dan memberikan jaminan terhadap kualitas barang atau jasa yang dibeli.¹⁶
7. Arbitrase yaitu proses penyelesaian sengketa di luar pengadilan melalui pengambilan keputusan oleh seorang atau beberapa orang yang dipercayakan sebagai arbiter atau hakim arbitrase.
8. Mediasi adalah proses penyelesaian sengketa melalui pendekatan damai dan musyawarah antara pihak-pihak yang bersengketa dengan bantuan seorang mediator atau juru mediasi.
9. Konsumen adalah orang atau badan yang membeli atau menggunakan produk atau jasa untuk kepentingan pribadi, keluarga, atau rumah tangga.
10. ODR (*Online Dispute Resolution*) yaitu metode penyelesaian sengketa yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk memfasilitasi penyelesaian sengketa secara online, termasuk melalui platform *online*.
11. BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen) adalah lembaga yang dibentuk oleh pemerintah untuk menyelesaikan sengketa konsumen di Indonesia.

¹⁵ Dhifa Nabila., et al. 2020. *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*. Intrans Publishing Group, Malang.

¹⁶ Glosarium Hukum Online

F. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian analisis yuridis penyelesaian sengketa jual beli online melalui media sosial terhadap barang yang tidak sesuai kesepakatan berupa metode penelitian hukum normatif. Metode ini merupakan suatu metode penelitian yang berfokus pada studi dokumen dan undang-undang serta peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

1. Metode Pendekatan

Metode pendekatan penelitian hukum ini adalah pendekatan yuridis normatif. Pendekatan Yuridis Normatif yaitu penelitian hukum mengenai asas-asas, kaidah-kaidah, doktrin, atau dokumen hukum. Penelitian Yuridis Normatif adalah metode penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau bahan sekunder belaka.¹⁷

2. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis. Penelitian deskriptif analisis yaitu menggambarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku dengan teori-teori hukum dan praktek pelaksanaan hukum positif yang menyangkut permasalahan.¹⁸ Penelitian ini deskriptif karena menggunakan data dari pustaka atau data sekunder yang diperoleh untuk melakukan penelitian ini tentang

¹⁷ Soerdjono Soekanto dan Sri Mamudji, 2009, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Raja Grafindo Persada, Jakarta

¹⁸ Ronny Haniatjo Soemitro, 1990, *Metode Penelitian Hukum dan Jurimetri*, PT Ghalia Indonesia, Jakarta.

bagaimana tinjauan yuridis terhadap penyelesaian sengketa jual beli online melalui media sosial terhadap barang yang tidak sesuai kesepakatan.

3. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan sumber data utama yaitu data primer yang didukung data sekunder. Oleh karena itu, sumber data penelitian ini menggunakan jenis sumber data primer dan data sekunder dengan menggunakan bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Adapun yang menjadi bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

a. Bahan hukum primer:

Merupakan bahan hukum yang utama, yakni bahan hukum yang mempunyai sifat otoritas atau disebut sebagai autoratif. Bahan hukum primer meliputi peraturan perundang-undangan yang dibentuk oleh pemerintah atau otoritas yang berwenang, dan segala dokumen resmi yang memuat ketentuan hukum. Dalam penulisan skripsi ini penulis menggunakan bahan hukum primer yang terdiri dari:

- 1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
- 2) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata);
- 3) Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE);

- 4) Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik;
- 5) Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

b. Bahan hukum sekunder

Bahan hukum sekunder merupakan hukum yang memberikan penjelasan atas keterangan atau mendukung bahan hukum primer yang berupa buku-buku, jurnal atau majalah yang ditulis oleh para sarjana hukum, teori-teori dan pendapat ahli, situs internet yang berhubungan dengan permasalahan dan sebagainya.

c. Bahan hukum tersier

Bahan hukum tersier adalah bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan Hukum tersier yang meliputi Kamus Hukum, *Black's Law Dictionary* dan Kamus Besar Bahasa Indonesia, Majalah serta bahan-bahan di luar bidang hukum yang relevan dan dapat dipergunakan untuk melengkapi data yang diperlukan dalam penelitian.

4. Metode Pengumpulan Data

Bahan hukum tersier sebagai bahan hukum yang memberikan petunjuk dan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, seperti kamus hukum, kamus besar bahasa indonesia (KBBI) dan ensiklopedia. Data bagi penelitian adalah bahan yang berguna untuk

menjadi sebuah jawaban dari suatu permasalahan. Dalam penelitian ini terdiri dari data yang bersifat sekunder. Sumber sekunder adalah data yang diperoleh dari hasil penelaahan kepustakaan atau penelaahan terhadap berbagai literatur kepustakaan yang sering disebut sebagai bahan hukum.¹⁹ Dimana data sekunder didapatkan dari meninjau buku-buku dan jurnal-jurnal. Tinjauan Pustaka dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data dari bahan pustaka yang bersumber dari buku dan jurnal yang terkait dengan penelitian ini.

5. Metode Analisis Data

Dari data yang telah diperoleh penulis kemudian melakukan analisis data dengan cara analisis data kualitatif. Maksud utama analisis adalah mengetahui makna yang dikandung oleh istilah yang digunakan dalam aturan perundang-undangan secara konsepsional pada penerapan praktik dan putusan-putusan hukum.²⁰ Kualitatif artinya menguraikan data secara sistematis dalam bentuk teratur, runtun, logis, tidak tumpang tindih dan efektif, sehingga memudahkan pemahaman dan interpretasi data.²¹ Proses analisis tersebut dilakukan guna mengetahui bagaimana penyelesaian sengketa jual beli online melalui media sosial terhadap barang yang tidak sesuai kesepakatan.

¹⁹ Djulaeka dan Devi Rahayu, 2019, *Buku Ajar Metode Penelitian Hukum*, Media Pustaka, Surabaya

²⁰ Jhonny Ibrahim, 2008, *Teori Dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, Bayumedia Publishing, Malang.

²¹ Abdulkadir Muhammad, 2004, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung.

G. Sistematika Penulisan

Adapun gambaran yang jelas mengenai penulisan hukum ini akan diuraikan dalam sistematika sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan berisi mengenai alasan atau latar belakang diadakannya penelitian ini. Bab ini juga memuat tentang perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, terminologi dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tinjauan pustaka mengenai penyelesaian sengketa meliputi: pengertian sengketa, penyelesaian sengketa melalui litigasi, penyelesaian sengketa melalui non-litigasi. Tinjauan tentang jual beli online meliputi: jual beli online, dasar hukum jual beli online, mekanisme transaksi jual beli online. Serta jual beli online dalam perspektif islam.

BAB III : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian Bab III ini penulis menyajikan uraian hasil penelitian dan pembahasan tentang penyelesaian sengketa konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, penyelesaian sengketa transaksi jual beli online melalui media sosial terhadap barang yang tidak sesuai kesepakatan, dan kendala dan solusi dalam penyelesaian sengketa transaksi jual beli online di media sosial terhadap

barang yang tidak sesuai kesepakatan melalui BPSK.

BAB IV : PENUTUP

Bagian Bab IV ini penulis menyajikan kesimpulan yang merupakan jawaban dari rumusan masalah yang telah dibahas dan saran-saran.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan tentang Penyelesaian Sengketa

1. Pengertian Sengketa

Persengketaan adalah fenomena yang ada dimana-mana dan dapat muncul dalam keadaan apa pun dan berdampak pada individu dari semua latar belakang. Perselisihan dapat terjadi antar individu, antar individu dengan kelompok, di dalam kelompok, antar organisasi, antar perusahaan dengan negara, dan antar negara, dan masih banyak lagi kemungkinan-kemungkinan lainnya. Intinya, konflik dapat bermanifestasi sebagai isu publik atau sipil dan dapat muncul dalam berbagai skala, mencakup tingkat lokal, nasional, dan global. Perselisihan muncul ketika salah satu pihak yakin bahwa mereka berada dalam posisi yang dirugikan akibat tindakan pihak lain, dan menyampaikan ketidakpuasan mereka kepada pihak lain. Konflik terjadi ketika terjadi perbedaan pendapat atau perbedaan pendapat dalam suatu situasi tertentu.

Dalam hukum perjanjian/kontrak, persengketaan adalah perselisihan yang terjadi antara para pihak karena adanya pelanggaran terhadap syarat-syarat yang ditentukan dalam suatu kontrak, baik sebagian maupun seluruhnya. Singkatnya, pihak-pihak yang terlibat atau salah satu pihak telah melanggar ketentuan kontrak.²² Nurnaningsih

²² Frans Hendra Winarta. 2011. *Hukum Penyelesaian Sengketa : Arbitrase Nasional Indonesia dan Internasional*. Sinar Grafika, Jakarta, hlm. 5

mengartikan sengketa sebagai suatu pertentangan yang timbul antara pihak-pihak yang terlibat dalam suatu perjanjian sebagai akibat dari pelanggaran syarat-syarat kontrak oleh salah satu pihak. Takdir Rahmadi juga mengutarakan pendapat yang sama, dengan menegaskan bahwa konflik atau perselisihan muncul ketika individu terlibat dalam disparitas faktual atau konflik yang bersumber dari sudut pandangnya saja. Perselisihan muncul ketika dua pihak atau lebih yang berbeda pendapat bertabrakan dalam suatu pertengkaran. Konflik ini mungkin timbul akibat salah satu pihak atau lebih yang terlibat melanggar perjanjian.²³

2. Penyelesaian Sengketa melalui Litigasi

Proses penyelesaian sengketa yang dilaksanakan melalui pengadilan atau yang sering disebut dengan istilah “litigasi”, yaitu suatu penyelesaian sengketa yang dilaksanakan dengan proses beracara di pengadilan di mana kewenangan untuk mengatur dan memutuskannya dilaksanakan oleh hakim.

Litigasi merupakan proses penyelesaian sengketa di pengadilan, di mana semua pihak yang bersengketa saling berhadapan satu sama lain untuk mempertahankan hak-haknya di muka pengadilan. Hasil akhir dari suatu penyelesaian sengketa melalui litigasi adalah putusan yang menyatakan *win-lose solution*.²⁴

Prosedur dalam jalur litigasi ini sifatnya lebih formal dan teknis, menghasilkan kesepakatan yang bersifat menang kalah, cenderung

²³ Nurnaningsih Amriani. 2012. *Mediasi Alternatif Penyelesaian Sengketa*. Rajawali Pers, Jakarta, hlm. 22

²⁴ *Ibid.* hlm. 76

menimbulkan masalah baru, lambat dalam penyelesaiannya, membutuhkan biaya yang mahal, tidak responsif dan menimbulkan permusuhan diantara para pihak yang bersengketa. Kondisi ini menyebabkan masyarakat mencari alternatif lain yaitu penyelesaian sengketa di luar proses peradilan formal. Penyelesaian sengketa di luar proses peradilan formal ini lah yang disebut dengan “*Alternative Dispute Resolution*” atau ADR.²⁵

3. Penyelesaian Sengketa melalui Non-Litigasi

Penyelesaian sengketa melalui non-litigasi, kita telah mengenal adanya penyelesaian sengketa alternatif atau *Alternative Dispute Resolution* (ADR), yang dalam perspektif Undang-Undang Nomor 30 tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, *Alternative Dispute Resolution* adalah suatu pranata penyelesaian sengketa di luar pengadilan berdasarkan kesepakatan para pihak dengan mengesampingkan penyelesaian sengketa secara litigasi di pengadilan.

Akhir-akhir ini pembahasan mengenai alternatif dalam penyelesaian sengketa semakin ramai dibicarakan, bahkan perlu dikembangkan untuk mengatasi kemacetan dan penumpukan perkara di pengadilan maupun di Mahkamah Agung.²⁶

Penyelesaian sengketa melalui BPSK merupakan salah satu penyelesaian sengketa di luar pengadilan. Badan Penyelesaian Sengketa

²⁵ M. Yahya Harahap. 2008. *Hukum Acara Perdata Tentang Gugatan, Persidangan, Penyitaan, Pembuktian dan Putusan Pengadilan*. Sinar Grafika, Jakarta, hlm. 234

²⁶ Buku Tanya Jawab Perma RI No. 1 tahun 2008 tentang Prosedur Mediasi di Pengadilan, Kerjasama atas Mahkamah Agung RI, JICA, IICT 2008, hlm. 10

Konsumen (BPSK) didirikan sebagai jalan keluar untuk menghindari penyelesaian sengketa konsumen melalui peradilan umum. Beracara di Peradilan umum memakan waktu yang lama dan biaya yang tidak sedikit, sedangkan dalam penyelesaian sengketa konsumen dibutuhkan hukum acara yang cepat dan murah.²⁷

Pasal 1 butir 11 UUPK jo. Pasal 1 angka 5 Permendagri nomor 06/M-DAG/PER/2/2017 tentang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. memberikan pengertian bahwa Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen. BPSK sebenarnya dibentuk untuk menyelesaikan kasus-kasus sengketa konsumen yang berskala kecil dan bersifat sederhana.

Tugas dan wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) diatur pada Pasal 52 UUPK jo. SK. Menperindag Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 tanggal 10 Desember 2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, yaitu:

- 1) Melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen dengan cara konsiliasi, mediasi, dan arbitrase;
- 2) Memberikan konsultasi perlindungan konsumen;
- 3) Melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku;

²⁷ Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2018, "Kewenangan BPSK Memeriksa Keberatan Lelang Eksekusi Pasal 6 Undang-Undang Hak Tanggungan", <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/12643/Kewenangan-BPSK-Memeriksa-Keberatan-Lelang-Eksekusi-Pasal-6-Undang-Undang-Hak-Tanggungan.html> diakses tanggal 18 Mei 2024

- 4) Melaporkan kepada penyidik umum jika terjadi pelanggaran Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK);
- 5) Menerima pengaduan tertulis maupun tidak dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- 6) Melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen;
- 7) Memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- 8) Memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang diduga mengetahui pelanggaran Undang-Undang Perlindungan Konsumen;
- 9) Meminta bantuan kepada penyidik untuk menghadirkan saksi, saksi ahli, atau setiap orang pada butir g dan butir h yang tidak bersedia memenuhi panggilan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK);
- 10) Mendapatkan, meneliti dan/atau menilai surat, dokumen, atau bukti lain guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan;
- 11) Memutuskan dan menetapkan ada tidaknya kerugian di pihak konsumen;
- 12) Memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;

13) Menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK)

Alternatif dalam penyelesaian sengketa oleh BPSK diantaranya :

a. Arbitrase

Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 30 tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa menjelaskan bahwa arbitrase (wasit) adalah cara penyelesaian suatu sengketa perdata di luar pengadilan umum yang didasarkan pada perjanjian arbitrase yang dibuat secara tertulis oleh para pihak yang bersengketa. Arbitrase digunakan untuk mengantisipasi perselisihan yang mungkin terjadi maupun yang sedang mengalami perselisihan yang tidak dapat diselesaikan secara negosiasi/konsultasi maupun melalui pihak ketiga serta untuk menghindari penyelesaian sengketa melalui Badan Peradilan yang selama ini dirasakan memerlukan waktu yang lama.

b. Mediasi

Mediasi pada dasarnya adalah negosiasi yang melibatkan pihak ketiga yang memiliki keahlian mengenai prosedur mediasi yang efektif, dapat membantu dalam situasi konflik untuk mengkoordinasikan aktivitas mereka sehingga dapat lebih efektif dalam proses tawar menawar.²⁸ Mediasi juga dapat diartikan sebagai

²⁸ Numaningsih Amriani, *Loc. Cit.*, hlm. 28

upaya penyelesaian sengketa para pihak dengan kesepakatan bersama melalui mediator yang bersikap netral, dan tidak membuat keputusan atau kesimpulan bagi para pihak tetapi menunjang fasilitator untuk terlaksananya dialog antar pihak dengan suasana keterbukaan, kejujuran, dan tukar pendapat untuk tercapainya mufakat.²⁹

c. **Konsiliasi**

Konsiliasi merupakan lanjutan dari mediasi. Mediator berubah fungsi menjadi konsiliator. Dalam hal ini konsiliator menjalankan fungsi yang lebih aktif dalam mencari bentuk-bentuk penyelesaian sengketa dan menawarkannya kepada para pihak. Jika para pihak dapat menyetujui, solusi yang dibuat konsiliator akan menjadi resolution. Kesepakatan yang terjadi bersifat final dan mengikat para pihak. Apabila pihak yang bersengketa tidak mampu merumuskan suatu kesepakatan dan pihak ketiga mengajukan usulan jalan keluar dari sengketa, proses ini disebut konsiliasi.³⁰

B. Tinjauan tentang Jual Beli *Online*

1. Jual Beli *Online*

Kegiatan jual beli mengalami transformasi besar dalam bentuk penyebaran produk secara massal dan pembentukan toko-toko fisik. Kedatangan teknologi informasi kemudian membawa perubahan

²⁹ Susanti Adi Nugroho, *Loc. Cit.*

³⁰ Numaningsih Amriani, *Op.Cit.*, hlm. 34

signifikan melalui konsep jual beli elektronik.³¹ Internet menjadi medium utama, memungkinkan transaksi terjadi tanpa batasan geografis. Fenomena *e-commerce*/jual beli melalui *online* dan *platform online* telah merubah cara orang berbelanja, membuka peluang baru dan tantangan yang harus dihadapi. *E-commerce* seperti telah menjadi suatu kegunaan yang penting dalam kehidupan sehari-hari. Alimin menggambarkan transaksi jual beli *online* sebagai serangkaian proses bisnis, teknologi, dan aplikasi yang menghubungkan antara perusahaan bisnis, pelanggan atau konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik untuk menjual barang, layanan, dan informasi.³²

Kata *Online* terdiri dari dua kata, yaitu *On* (Inggris) yang berarti hidup atau didalam, dan *Line* (Inggris) yang berarti garis, lintasan, saluran atau jaringan. Secara bahasa online bisa diartikan “didalam jaringan” atau dalam koneksi.³³ *Online* adalah keadaan terkoneksi dengan jaringan internet. Dalam keadaan *online*, kita dapat melakukan kegiatan secara aktif sehingga dapat menjalin komunikasi, baik komunikasi satu arah seperti membaca berita dan artikel dalam *website* maupun komunikasi dua arah seperti *chatting* dan saling berkiriman email. *Online* bisa diartikan sebagai keadaan dimana sedang menggunakan jaringan,

³¹ Aditya Ayu Hakiki, Asri Wijayanti, Rizania Kharismasari, 2017, “Perlindungan Hukum Bagi Pembeli Dalam Sengketa Jual Beli Online,” *Justitia Jurnal Hukum*, Vol. 1, no. 1.

³² Muhammad Alimin, 2004, *Etika & Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, BPF, Yogyakarta, hlm. 47

³³ Temukan Pengertian, “Pengertian Online Secara Umum dan Menurut Para Ahli”, <https://www.temukanpengertian.com/2013/06/pengertian-online-online-adalah-online.html> diakses tanggal 16 Mei 2024

satu perangkat dengan perangkat lainnya saling terhubung sehingga dapat saling berkomunikasi.

Dari pengertian-pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa jual beli *online* adalah persetujuan saling mengikat melalui internet antara penjual sebagai pihak yang menjual barang dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual. Jual beli secara *online* menerapkan sistem jual beli di internet. Tidak ada kontak secara langsung antara penjual dan pembeli. Jual beli dilakukan melalui suatu jaringan yang terkoneksi dengan menggunakan *handphone*, komputer, tablet, dan lain-lain.

Perdagangan elektronik atau yang biasa disebut sebagai *e-commerce* merupakan proses transaksi jual beli yang umumnya terjadi secara *online* melalui suatu platform elektronik seperti internet. *E-commerce* melibatkan transaksi jual beli secara elektronik melalui media internet, dan melibatkan transfer dana, pemasaran *online*, jual beli, dan lain sebagainya.³⁴ Dalam konteks jual beli elektronik, konsep transaksi tidak lagi terbatas pada pertukaran fisik, melainkan mencakup dimensi virtual. Sistem pembayaran digital, seperti *e-wallet* dan *cryptocurrency*. Dalam konteks *e-commerce*, subjek dan objek merujuk pada pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli secara *online*. Subjek dalam *e-commerce* adalah pihak yang melakukan transaksi atau pembelian, sedangkan objeknya adalah barang atau jasa yang ditawarkan untuk

³⁴ Silvia Dwi Yanti, et.all. 2023, "Pengaruh Pengalaman Belanja Online Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Di Tiktok Shop." *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi (EMT)*, Vol. 7, No.1, hlm. 48 DOI:<https://doi.org/10.35870/emt.v7i1.728>

dijual. Dalam transaksi *e-commerce*, subjek dan objek dapat berupa individu, perusahaan, atau organisasi yang terlibat dalam transaksi jual beli secara online.³⁵ Persyaratan sahnya suatu perjanjian jual beli dengan sistem elektronik antara lain meliputi kesepakatan antara pihak-pihak yang terlibat dan memenuhi syarat-syarat sahnya suatu perjanjian menurut hukum yang berlaku.

2. Dasar Hukum Jual Beli *Online*

Transaksi jual beli elektronik diatur pada beberapa perundangan hukum, seperti Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) serta Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2023 Tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Berikut ini beberapa poin penting yang terkait dengan dasar hukum jual beli elektronik:

a. Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik :

Menurut Pasal 1 ayat 2 UU ITE yaitu: *“Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.”*

b. Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik :

Menurut Pasal 3 UU ITE yaitu: *“Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dilaksanakan berdasarkan asas kepastian*

³⁵ Reza Hermiati, et. all. 2021. “Pembuatan E-Commerce Pada Raja Komputer Menggunakan Bahasa,” *Jurnal Media Infotama*, Vol. 17, No. 1, hlm. 54–66.

hukum, manfaat, kehati-hatian, iktikad baik, dan kebebasan memilih teknologi atau netral teknologi.”

c. Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik :

Menurut Pasal 4 UU ITE yaitu: *“Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dilaksanakan dengan tujuan untuk:*

- a) Mencerdaskan kehidupan bangsa sebagai bagian dari masyarakat informasi dunia;*
- b) Mengembangkan perdagangan dan perekonomian nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat;*
- c) Meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan publik;*
- d) Membuka kesempatan seluas-luasnya kepada setiap Orang untuk memajukan pemikiran dan kemampuan di bidang penggunaan dan pemanfaatan Teknologi Informasi seoptimal mungkin dan bertanggung jawab; dan*
- e) Memberikan rasa aman, keadilan, dan kepastian hukum bagi pengguna dan penyelenggara Teknologi Informasi.”*

d. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPperdata): Dalam KUHPperdata, perjanjian jual beli melalui sistem elektronik dapat dikatakan telah sah bilamana telah memenuhi syarat-syarat sahnya suatu perjanjian. Dalam pasal 1457 dan 1458 KUHPperdata.

3. Mekanisme Transaksi Jual Beli *Online*

Dalam mekanisme jual beli online hal pertama yang dilakukan oleh konsumen, yaitu mengakses aplikasi tertentu dengan cara masuk ke aplikasi e-commerce atau media sosial yang menawarkan penjualan barang. Setelah masuk dalam aplikasi tersebut, konsumen bisa mencari barang yang diinginkan di aplikasi e-commerce. Konsumen dapat melihat dan memilih barang yang ingin dibeli dengan deskripsi produk yang ditawarkan. Misalnya, konsumen menginginkan jam tangan, konsumen dapat memilih produk jam tangan yang ditawarkan dan merek apa yang

disukai, klik dan pilih harga yang cocok, lalu konsumen dapat men-*checkout* produk di *e-commerce* atau melakukan transaksi dengan menyetujui perjanjian yang telah ditetapkan oleh kedua belah pihak melalui chat pada aplikasi sosial media. Apabila sudah terjadi kesepakatan secara digital, pelaku usaha akan mengirimkan nomor rekening dan alamatnya pada konsumen dan setelah itu konsumen menunggu barangnya datang ke alamat yang dituju.³⁶

Adapun saat ini dengan berbagai macamnya aplikasi sosial media seperti Facebook, Instagram, Whatsapp, X dan lainnya. Konsumen tinggal melihat postingan pelaku usaha berupa gambar-gambar produk yang ditawarkan kepada konsumen, lalu kemudian konsumen tinggal mengkonfirmasi lewat pesan chat jika ingin memesan barang yang diinginkan. Biasanya digambar itu telah tertera nomor rekening pelaku usaha, sehingga setelah mengkonfirmasi pelaku usaha, maka konsumen bisa langsung mentransfer uangnya lewat bank, lalu mengirimkan bukti transfERNYA ke pelaku usaha, setelah itu konsumen menunggu barang yang dibelinya paling cepat biasanya dalam waktu seminggu.

Transaksi jual beli online melalui sosial media sama seperti halnya transaksi jual beli pada umumnya yaitu adanya perjanjian yang dilakukan oleh konsumen kepada pelaku usaha dan penyerahan barang oleh pelaku usaha kepada konsumen. Sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdara yaitu adanya kesepakatan antara para pihak yang

³⁶ Misbahuddin, 2012, *E-Commerce dan Hukum Islam*, Cet. 1, Alauddin University Press, Makassar, hlm. 242.

melakukan perjanjian. Maka berlaku Pasal 1338 ayat (1) dimana semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi para pembuatnya. Hal tersebut disimpulkan bahwa baik pelaku usaha maupun konsumen wajib untuk saling menaati kewajiban dan memenuhi hak masing masing.

C. Jual Beli *Online* dalam Perspektif Islam

Jual beli menurut bahasa artinya menukar kepemilikan barang dengan barang atau saling tukar menukar. Kata *al-bai'* (jual) dan *al-syira'* (beli) digunakan dalam pengertian yang sama. Perdagangan atau jual beli menurut bahasa berarti *al-bai'*, *al-tijarah* dan *al-mubadalah*, sebagaimana Allah SWT. Berfirman:

إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً يَرْجُونَ تِجَارَةً لَّن تَبُورًا

Artinya: “*Sesungguhnya orang-orang yang selalu membaca Kitab Allah (Al-Qur’an), menegakkan salat, dan menginfakkan sebagian rezeki yang Kami anugerahkan kepadanya secara sembunyi-sembunyi dan terang-terangan, mereka itu mengharapkan perdagangan yang tidak akan pernah rugi.*” (QS. Fathir ayat 29)

Menurut Istilah (terminologi), yang dimaksud jual beli adalah sebagai berikut

- 1) Menukar barang dengan barang atau barang dengan uang yang dilakukan dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.
- 2) Pemilik harta benda dengan jalan tukar menukar yang sesuai dengan aturan syara’.

- 3) Saling tukar harta, saling menerima, dapat dikelola (*tasharruf*) dengan ijab kabul, dengan cara yang sesuai dengan syarat.
- 4) Tukar-menukar benda dengan benda lain dengan cara yang khusus (dibolehkan)
- 5) Penukaran benda dengan benda lain dengan jalan saling merelakan atau memindahkan hak milik dengan ada penggatiannya dengan cara yang dibolchkan
- 6) Akad yang tegak atas dasar menukarkan harta dengan harta, maka jadilah penukaran hak milik secara tetap.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa transaksi jual beli ada dua pihak yang terlibat; transaksi terjadi pada benda atau harta yang membawa kemaslahatan bagi belah pihak: harta yang diperjualbelikan itu halal; dan kedua belah pihak mempunyai hak kepemilikannya untuk selamanya.

Jual beli merupakan suatu akad, dan dipandang sah apabila telah memenuhi rukun dan syarat jual beli. Akad ialah ikatan antara penjual dan pembeli. Jual beli belum dikatakan sah sebelum ijab dan kabul dilakukan. sebab ijab kabul menunjukkan kerelaan (keridhaan). Pada dasarnya, ijab kabul dilakukan dengan lisan, tetapi jika tidak mungkin, misalnya bisa atau yang lainnya, ijab kabul boleh dengan surat-menyurat yang mengandung arti ijab dan kabul. Adanya kerelaan tidak dapat dilihat, kerelaan berhubungan dengan hati. Kerelaan dapat diketahui melalui tanda lahirnya, adapun tanda yang jelas menunjukkan kerelaan adalah ijab dan Kabul.

Ditinjau dari segi benda yang dijadikan objek jual beli, maka dapat kemukakan pendapat Imam Taqiyuddin³⁷, bahwa jual beli itu ada tiga macam:

- 1) jual beli benda yang kelihatannya,
- 2) jual beli yang disebutkan sifat- sifatnya dalam janji, dan
- 3) jual beli benda yang tidak ada

Jual beli dalam Islam terdapat rukun dan syarat untuk terciptanya akad yang sah antar keduanya (penjual dan pembeli). Rukun adalah unsur-unsur yang membentuk sesuatu itu terwujud karena adanya unsur-unsur tersebut yang membentuknya. Akad juga terbentuk karena adanya unsur-unsur atau rukun-rukun yang membentuknya

Akad dalam jual beli online secara bahasa transaksi (akad) digunakan sebagai arti, yang hanya keseluruhan kembali pada bentuk ikatan atau hubungan terhadap dua hal yaitu as-Salam atau disebut juga as-Salaf merupakan istilah dalam bahasa Arab yang mengandung makna "penyerahan". Arti dari secara umum sesuatu yang didahulukan. Dalam konteks ini, jual beli salam/salaf dimana harga/uangnya didahulukan, sedangkan barangnya diserahkan kemudian dapat dinyatakan pula pembiayaan dimana pembeli diharuskan untuk membayar sejumlah uang tertentu untuk pengiriman barang. Atau dalam kata lain pembayaran dalam transaksi salam dilakukan dimuka

³⁷ Ghufroon A. Masadi, 2002, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm. 143.

Menurut Mardani (2013.113) dikatakan salam karena menyerahkan uangnya terlebih dalil sebelum menerima barang dagangannya.³⁸ Seperti dalam firman Allah QS. Al-Baqarah:282

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا بِيخْسٍ مِنْهُ شَيْئًا فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رَجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُنَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتْنِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَصِلَ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكَّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ وَلَا يَأْبَ الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا وَلَا تَسْمَعُوا أَنْ تَكْتُمُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلِهِ ذَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلَا يُضَارَ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ وَإِنْ تَفَلَّحُوا فَإِنَّهُ فُسُوقٌ بِكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَيَعْلَمَكُمُ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, apabila kamu berutang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu mencatatnya. Hendaklah seorang pencatat di antara kamu menuliskannya dengan benar. Janganlah pencatat menolak untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajar-kan kepadanya. Hendaklah dia mencatat(-nya) dan orang yang berutang itu mendiktekan(-nya). Hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya, dan janganlah dia menguranginya sedikit pun. Jika yang berutang itu orang yang kurang akalnya, lemah (keadaannya), atau tidak mampu mendiktekan sendiri, hendaklah walinya mendiktekannya dengan benar. Mintalah kesaksian dua orang saksi laki-laki di antara kamu. Jika tidak ada (saksi) dua orang laki-laki, (boleh) seorang laki-laki dan dua orang perempuan di antara orang-orang yang kamu sukai dari para saksi (yang ada) sehingga jika salah seorang (saksi perempuan) lupa, yang lain mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu menolak apabila dipanggil. Janganlah kamu bosan mencatatnya sampai batas waktunya, baik (utang itu) kecil maupun besar. Yang demikian itu lebih adil di sisi Allah, lebih dapat menguatkan kesaksian, dan lebih mendekatkan kamu pada ketidakraguan, kecuali jika hal itu merupakan perniagaan tunai yang kamu jalankan di antara kamu. Maka, tidak ada dosa bagi kamu jika kamu tidak mencatatnya. Ambillah saksi apabila kamu berjual beli dan janganlah pencatat mempersulit (atau dipersulit), begitu juga saksi. Jika kamu melakukan (yang demikian), sesungguhnya hal itu suatu kefasikan padamu. Bertakwalah kepada Allah, Allah memberikan pengajaran kepadamu dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.” (QS. al-Baqarah ayat 282)

³⁸ Mardani, 2013, *Ushul fiqh*, Rajawali Pers, Jakarta, hlm. 113

Menurut kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES), salam adalah jasa pembiayaan yang berkaitan jual beli dengan pembiayaannya dilakukan bersamaan bersamaan pemesanan barang. Transaksi salam merupakan salah satu bentuk yang telah terjadi dalam transaksi online.³⁹



³⁹ Desy Safira, 2020, "Bisnis Jual Beli Online dalam Perspektif Islam". *AL YASINI: Jurnal Hasil Kajian dan Penelitian dalam Bidang Keislaman dan Pendidikan*, Vol. 5, No. 1, hlm. 61

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Penyelesaian Sengketa Konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Menurut keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan (Menperindag) RI nomor 350/MPP/Kep/12/2001 tentang pelaksanaan tugas dan wewenang dari Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) pengertian dari sengketa konsumen yaitu sengketa yang terjadi antara masyarakat selaku konsumen dan pihak pelaku usaha dengan munculnya tuntutan ganti rugi berdasarkan kerusakan, adanya pencemaran dan atau adanya kerugian yang terjadi akibat dari menggunakan barang dan atau memanfaatkan dari jasa bagi konsumen terhadap pelaku usaha yang dimaksud.

Pada pasal 1233 jo 1234 dari Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) pengertian sengketa konsumen adalah semua perselisihan yang timbul atau terjadi antara kedua belah pihak antara masyarakat selaku konsumen dengan menyediakan produk bagi konsumen atau pelaku usaha yang memproduksi barang-barang dan atau jasa-jasa bagi masyarakat selaku konsumen. Didalam hubungan hukum antara satu dengan yang lain terhadap produk dan atau barang bagi konsumen. Dalam sengketa tersebut dapat keterkaitan mengenai beberapa hal seperti dalam pemberian sesuatu, adanya perbuatan sesuatu atau tidak adanya perbuatan sesuatu.

Pengertian lain dari sengketa konsumen yaitu segala sengketa yang selalu berkenaan terhadap semua pelanggaran yang dialami dan dilanggar dari hak-hak masyarakat selaku konsumen. Adapun ruang lingkup yang melingkupi dari semua baik dari segi-segi hukum dari keperdataan dan segi pidana serta dari segi tata negara. Maka dalam hal ini tidak dicantumkan pengertian dari sengketa mengenai Perdagangan oleh konsumen dikarenakan memiliki makna yang tidak luas sehingga hanya melingkupi dari pandangan hukum bidang keperdataan saja.⁴⁰

Maka, dari pengertian-pengertian tersebut diatas dapat dipahami bahwa sengketa konsumen yaitu perselisihan yang terjadi oleh dua pihak antara pelaku usaha yang dalam hal ini yang menyediakan barang-barang atau jasa-jasa dan masyarakat sebagai konsumen dalam hal ini yang menggunakan barang-barang atau jasa-jasa tersebut akibat dari kerugian yang sudah diderita oleh masyarakat selaku konsumen dari penggunaan barang-barang atau jasa-jasa dari pelaku usaha atau perusahaan.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik maka pengertian dari perdagangan elektronik yaitu suatu tindakan hukum yang telah dilakukan dengan memanfaatkan atau menggunakan sarana elektronik seperti menggunakan komputer, menggunakan jaringan komputer, dan atau menggunakan media elektronik lainnya seperti handphone dan sebagainya. Sedangkan pengertian dari *electronic commerce* atau *e-commerce* yaitu kegiatan-kegiatan yang

⁴⁰ Sidharta. 2006. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Grasindo, Jakarta, hlm. 165

bersifat bisnis yang melingkupi seluruh bagian konsumen, seluruh manufaktur, seluruh services providers dan seluruh dari pedagang sebagai perantara (*intermediateries*) dengan memanfaatkan jaringan-jaringan dari komputer dalam hal ini adalah internet.⁴¹

Berdasarkan aturan dari Pasal 45 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dalam proses penyelesaian hal sengketa konsumen ada cara yang dapat ditempuh adalah dengan menggunakan cara melalui atau di pengadilan (litigasi) atau melalui di luar pengadilan (non litigasi) ini didasarkan pada pilihan yang dipilih dari kedua pihak dalam hal ini yang bersengketa secara sukarela. Dari proses penyelesaian sengketa konsumen tersebut juga dapat dilaksanakan melalui di luar pengadilan (non litigasi) seperti yang terdapat pada ayat (2) ini tidak bersifat menghilangkan segala tanggung jawab pidana seperti yang ada didalam peraturan tersebut.

Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, sengketa konsumen dalam hal ini dapat diproses atau di selesaikan dengan melalui dua penyelesaian yaitu yang pertama melalui pengadilan (litigasi) dalam hal ini setiap konsumen dalam hal ini yang merasa dirugikan atau yang terlibat didalam suatu sengketa konsumen tersebut maka dapat menyelesaikan sengketa tersebut melalui lembaga peradilan umum di wilayah Indonesia. Yang kedua di luar Pengadilan (non litigasi) dapat melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Lembaga ini memiliki peran

⁴¹ Abdul Halim Barkatullah. 2017. *Hukum Transaksi Elektronik Sebagai Panduan Menghadapi Era Digital Bisnis E-Commerce di Indonesia*, Nusa Media, Bandung, hlm. 11.

untuk memproses dan untuk dapat menyelesaikan sengketa konsumen yang mengalami kerugian dari hak-haknya dengan cara permohonan langsung ke lembaga tersebut.

Dalam mekanisme melalui pengadilan (litigasi) tidak terlalu efektif dalam menyelesaikan sengketa dari perdagangan elektronik atau *e-commerce* di Indonesia. Hal ini terlihat karena gugatan sengketa yang sering dan biasanya memiliki berjumlah nominal yang kecil dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Meskipun jumlah nominal gugatan yang terkadang kecil disengketakan tersebut tidak banyak namun dalam proses melalui pengadilan (litigasi) sering kali membutuhkan biaya-biaya tambahan seperti biaya dari administrasi, biaya untuk membayar seorang pengacara dan biaya-biaya lain untuk eksekusi yang jika di totalkan dapat melebihi dari nilai yang disengketakan konsumen dan pelaku usaha. Oleh sebab itu mekanisme melalui pengadilan (litigasi) tersebut sangat susah untuk dijalankan oleh konsumen di Indonesia.⁴²

Proses penyelesaian lain yang dapat ditempuh berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yaitu mekanisme penyelesaian dari sengketa konsumen melalui di luar pengadilan (non litigasi) seperti melalui konsiliasi, melalui mediasi dan melalui arbitrase oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dengan sesuai dari kesepakatan kedua belah pihak dalam hal ini yang bersengketa.

⁴² Susanti Adi Nugroho. 2017. *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, Kencana Prenada Media Grup, Jakarta, hlm. 12-14

Berdasarkan dari keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan (Menperindag) RI Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 tentang cara pelaksanaan tugas dan wewenang dari Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dalam menyelesaikan sengketa konsumen dapat melalui tiga cara yaitu:

1. Melalui Konsiliasi

Konsiliasi adalah proses dalam menyelesaikan sengketa antara pihak konsumen dan pihak pelaku usaha melalui di luar pengadilan (non litigasi) dengan perantaraan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) agar dapat mempertemukan kedua belah pihak dalam hal ini yang bersengketa dan penyelesaian tersebut diserahkan kepada para kedua belah pihak. Dalam konsiliasi ini adalah pilihan alternatif untuk menyelesaikan sengketa konsumen yang berada atau melalui di luar pengadilan (non litigasi).

2. Melalui Mediasi

Mediasi adalah suatu proses dalam menyelesaikan sengketa konsumen yang melalui atau berada di luar pengadilan (non litigasi) dengan penghubung adalah dari Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dalam hal ini hanya untuk sebagai penasehat dan dalam penyelesaian sengketa konsumen tersebut diserahkan kembali kepada kedua belah pihak dalam hal ini yang bersengketa. Dalam proses penyelesaian sengketa konsumen ini harus adanya inisiatif yang datang dari satu pihak atau dari kedua belah pihak yang didampingi oleh majelis

dari Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sebagai mediator atau sebagai penghubung/ perantara yang sifatnya aktif.

3. Melalui Arbitrase

Arbitrase yaitu cara penyelesaian dari sengketa konsumen yang dimana kedua belah pihak memberikan penyelesaian sengketa tersebut sepenuhnya untuk Majelis Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dapat menyelesaikan serta memutuskan sengketa konsumen yang terjadi tersebut.

Sama halnya dengan penyelesaian dari sengketa konsumen melalui jalur di dalam pengadilan (litigasi) maka mekanisme penyelesaian dari sengketa konsumen yang di luar pengadilan (non litigasi) ini juga dapat menimbulkan beberapa persoalan. Salah satunya dalam tahap permulaan dimana masyarakat dari pihak konsumen dan pihak pelaku usaha atau perusahaan biasanya sulit menyepakati penyelesaian dari sengketa tersebut melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) bahkan ketika persetujuan tersebut telah tercapai maka peraturan tersebut dalam hal ini menetapkan ketentuan-ketentuan yang dapat membingungkan bagi kedua belah pihak tentang kekuatan mengikat dari keputusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sebab dalam aturan tersebut menyatakan keputusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang sifatnya final dan mengikat. Akan tetapi masih dapat memungkinkan dan memiliki peluang untuk kedua belah pihak yang bersengketa untuk dapat menggugat

kembali keputusan tersebut ke pengadilan negeri sampai dengan ke Mahkamah Agung (MA).⁴³

Terkait dengan sengketa perdagangan elektronik atau *e-commerce* maka pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah nomor 80 tahun 2019 tentang Perdagangan Yang Melalui Sistem Elektronik ini telah mengatur bahwa sengketa terkait sengketa perdagangan elektronik atau *e-commerce* di Indonesia yang harus diajukan ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau lembaga pengadilan yang lain yang di tempati atau didomisili oleh pihak dari konsumen. Meskipun hal tersebut dapat memberikan kejelasan yang lebih baik dan jelas untuk semua sengketa perdagangan elektronik atau *e-commerce* dibandingkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang belum memuat spesifikasi atau batasan yang spesifik dan jelas tentang yurisdiksi Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

B. Penyelesaian Sengketa Transaksi Jual Beli Online melalui Media Sosial Terhadap Barang yang Tidak Sesuai Kesepakatan

Transaksi jual beli *online* memiliki perbedaan yang mendasar dengan transaksi jual beli konvensional, yang mana perbedaan tersebut terletak pada tidak adanya tatap muka yang terjadi antara para pihak karena transaksi jual beli tersebut dilakukan secara *online* atau di dalam dunia maya. Dalam menghadapi perbedaan tersebut Pemerintah Indonesia telah mengesahkan

⁴³ Susanti Adi Nugroho, *Op. Cit.*, hlm. 13

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Undang-Undang tersebut menjawab perbedaan tersebut dengan memberikan kekuatan hukum yang sama dengan kontrak konvensional pada kontrak elektronik yaitu memberikan kekuatan mengikat para pihak. Hal ini secara khusus dicantumkan pada Pasal 18 Ayat (1) UU ITE yang menyatakan bahwa, transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak. Pasal ini selain memberikan kekuatan hukum pada kontrak elektronik juga secara tidak langsung mengakui bahwa kontrak elektronik merupakan suatu perikatan yang sah secara hukum.

Menurut Pasal 18 ayat (1) UU ITE, kontrak elektronik dapat dianggap sebagai perjanjian, karena asas hukum perjanjian adalah asas kebebasan berkontrak. Asas kebebasan berkontrak adalah asas yang memungkinkan orang untuk secara bebas membuat perjanjian dengan bentuk atau format apapun, dengan substansi yang sesuai dengan keinginan para pihak.⁴⁴ Selain mengenai bentuk dan substansi dari kontrak, asas kebebasan berkontrak juga mengandung pandangan bahwa setiap orang bebas untuk membuat perjanjian atau tidak membuat perjanjian, bebas memilih pihak yang akan turut serta dalam perjanjian, bebas menentukan objek dari perjanjian, dan bebas menentukan syarat-syarat dalam perjanjian.⁴⁵ Kebebasan-kebebasan tersebut yang memungkinkan kontrak elektronik dapat diakui menjadi sebuah perjanjian yang sah secara hukum.

⁴⁴ Agus Yudha Hernoko. 2010. *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*. Prenada Media Group, Jakarta, hlm. 85-86

⁴⁵ Mohammad Zamroni, 2019. "Urgensi Pembatasan Prinsip Kebebasan Berkontrak Dalam Perspektif Historis." *Perspektif Hukum*, Vol. 19, No.2, p.284-306.

Perikatan atau perjanjian menurut Pasal 1233 KUHPdata, dapat ditimbulkan dari suatu perjanjian ataupun karena suatu undang-undang. Senada dengan bunyi pasal tersebut transaksi jual beli *online* sebagai perikatan juga ditimbulkan dari kesepakatan antara pembeli dan penjual dalam suatu perjanjian tertulis maupun tidak tertulis. Namun, mayoritas bentuk perjanjian dalam transaksi jual beli *online* adalah tidak tertulis, yang saat terjadinya perikatan pun sulit untuk ditentukan. Dalam menjawab permasalahan tersebut, perlu dipahami terlebih dahulu bahwa hubungan hukum yang dimaksud dalam definisi perikatan adalah suatu hubungan di mana hak-hak melekat pada satu pihak dan kewajiban kepada pihak lain.⁴⁶

Sama halnya dengan jual beli secara konvensional, jual beli *online* juga merupakan sebuah hubungan yang menghubungkan pihak penjual dan pihak pembeli. Hubungan yang dimiliki antara pihak penjual dan pembeli dalam jual beli online pun turut memberikan hak dan kewajiban pada para pihak seperti layaknya jual beli konvensional. Dari persamaan tersebut dapat dipahami bahwa jual beli *online* merupakan sebuah perikatan yang dapat didefinisikan sebagai hubungan hukum antara dua pihak atau lebih, yang mana dalam hubungan tersebut pihak satu memiliki hak untuk menuntut sesuatu hal sedangkan pihak lain memiliki kewajiban untuk memenuhi tuntutan tersebut.⁴⁷ Hubungan tersebut terjadi antara penjual dan pembeli ketika pembeli mengajukan penerimaan atas suatu penawaran yang dilakukan oleh penjual dengan melakukan kewajibannya yaitu pembayaran. Pemenuhan

⁴⁶ Taryana Soenandar, et.al. 2016. *Kompilasi Hukum Perikatan*. Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm. 73

⁴⁷ Subekti, 2002. *Hukum Perjanjian*. Intermasa, Jakarta, hlm. 1

kewajiban tersebut akan memberikan hak pada pembeli untuk menerima barang dan kewajiban pada penjual untuk memberikan barang yang disepakati.

Pada sistem jual beli melalui *online*, perjanjian jual beli ini telah terjadi sejak tercapainya kata sepakat baik dari konsumen sebagai pembeli maupun pelaku usaha selaku penjual barang, walaupun barang yang disepakati belum diterima oleh pembeli. Sesuai dengan Pasal 1458 KUHPdt, menerangkan bahwa, jual beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, segera setelah orang-orang itu mencapai kesepakatan tentang barang tersebut beserta harganya, meskipun barang itu belum diserahkan dan harganya belum dibayar.

Dari penjabaran di atas, dapat dipahami bahwa jual beli *online* merupakan hubungan hukum yang berupa perikatan yang ditimbulkan oleh perjanjian atau kesepakatan yang mana pihak pembeli dapat membuat kesepakatan secara *online* dengan pemilik akun penjual mengenai pembelian suatu barang atau hak yang dapat dimiliki yang menjadi produk dari penjual.

Penawaran dalam jual beli *online* dilakukan oleh penjual dengan secara pribadi, dalam hal kegiatan jual beli *online* melalui sosial media, penjual menampilkan produk barang dan/atau jasanya dalam suatu iklan atau halaman media sosialnya. Berbagai macam aplikasi sosial media seperti Facebook, Instagram, Whatsapp, X dan lainnya dapat digunakan penjual untuk menawarkan barang yang akan dijualnya dan konsumen bisa melihat postingan pelaku usaha berupa gambar-gambar produk yang ditawarkan

kepada konsumen, lalu kemudian konsumen tinggal mengkonfirmasi lewat pesan chat bila ingin memesan barang yang diinginkan.

Pada proses transaksi jual beli secara *online*, pembeli tidak dapat melihat wujud fisik barang yang akan dipesan secara langsung. Ketika pembeli telah menyetujui untuk membeli barang tersebut, artinya pembeli hanya melihat keadaan barang pesannya berdasarkan gambar dan penjelasan deskripsi yang tertera. Berdasarkan hal tersebut pelaku usaha wajib memberikan informasi yang lengkap dan benar sebagaimana diatur pada UU ITE yang terdapat pada Pasal 9 yang menyatakan bahwa: Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Dalam artian harus memberikan informasi yang lengkap dan benar yaitu informasi yang diberikan terkait barang yang ditawarkan harus memuat identitas serta subjek hukum dan kompetensinya, baik sebagai produsen, pemasok, penyelenggara maupun perantara dan informasi yang diberikan harus menjelaskan hal tertentu yang menjadi syarat sahnya perjanjian serta menjelaskan barang atau jasa yang ditawarkan seperti nama, alamat, dan deskripsi barang atau jasa.⁴⁸

Transaksi jual beli *online* melalui sosial media, kadang kala masih sering ditemui salah satu pihak melakukan wanprestasi. Wanprestasi ini berupa melakukan perjanjian tetapi tidak sesuai dengan perjanjian. Antara lain dalam hal ini mengenai mengirim barang pesanan yang tidak sesuai

⁴⁸ Ni Komang Ayuk Tri Buti Apsari, "Perlindungan Hukum Dan Penyelesaian Sengketa Konsumen Belanja Online Di Luar Pengadilan." *Kertha Semaya: Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 2, No. 2, hlm. 8.

dengan kesepakatan perjanjian.⁴⁹ Peristiwa tersebut sangat merugikan bagi konsumen, terlebih lagi terjadinya pesanan dengan barang yang datang tidak sesuai bahkan berbeda masih marak terjadi dalam transaksi melalui media sosial.

Wanprestasi sendiri berarti kelalaian, kealpaan, cidera janji, tidak menepati kewajibannya dalam perjanjian. Menurut Subekti mengungkapkan bahwa wanprestasi artinya debitur tidak melaksanakan apa yang dijanjikan atau disebut alpa atau lalai. Kelalaian debitur atau pelaku usaha tersebut berupa tidak melakukan apa yang semestinya dilakukannya, melakukan apa yang dijanjikan. Namun, tidak semestinya yang telah dijanjikan, melakukan apa yang dijanjikan tetapi terlambat, dan melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dijanjkannya.⁵⁰

Meskipun perjanjian dibentuk dengan maksud agar semua transaksi berjalan dengan baik, tetapi ketika salah satu pihak tidak memenuhi isi perjanjian (prestasi) maka hal ini dikatakan wanprestasi. Wanprestasi mampu terjadi dikarenakan atas kesengajaan maupun tidak sengaja salah satu pihak, lalu bisa terjadi juga ketika salah satu pihak tidak memiliki kemampuan untuk melaksanakan prestasi tersebut.⁵¹

Wujud dari prestasi dalam perikatan jual beli secara *online* adalah untuk memberikan sesuatu. Secara kontekstual, prestasi tersebut dapat

⁴⁹ Yaqin, Ainul. 2019. "Akibat Hukum Wanprestasi Dalam Jual Beli Online Menurut Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik." *Dinamika Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum*, Vol. 25, No. 6, hlm. 10.

⁵⁰ Subekti. 2005. *Hukum Perjanjian*. 23 ed. Penerbit Intermasa, Jakarta, hlm. 1.

⁵¹ Niru Anita Sinaga, dan Nurlily Darwis. 2015. "Wanprestasi Dan Akibatnya Dalam Pelaksanaan Perjanjian." *Jurnal Mitra Manajemen*, Vol. 7, No.2.

digambarkan sebagai kewajiban dari pembeli untuk memberikan sejumlah uang yang disepakati sebagai harga dari barang yang dijual oleh penjual, dan kewajiban dari penjual untuk memberikan barang yang disepakati dengan pembayaran yang dilakukan oleh pembeli.⁵²

Pada kasus jual beli online dimana barang yang dibeli tidak sesuai pada kesepakatan antara pelaku usaha dan konsumen. Seorang pria membeli amplifier pada media sosial Instagram kepada seorang penjual. Sebelum barang pesannya dikirim, baik penjual dan pembeli telah bersepakat bagaimana keadaan barang dan juga penjual meminta pembeli untuk melunasi dahulu pembayaran terhadap barang yang dibelinya. Setelah pembeli melunasi pembayaran atas pembelian produk amplifier tersebut, penjual berjanji akan mengirim barang yang telah disepakati kedua pihak tersebut. Namun permasalahannya, ketika paket pesanan datang dan dibuka oleh pembeli, paket tersebut berisi sebuah batako besar yang dilapisi kardus dan *bubblewrap*. Kedatangan barang tersebut tidak sesuai sebagaimana kesepakatan yang dibuat oleh penjual dan pembeli, dimana kesepakatannya adalah penjual akan mengirim barang berupa amplifier kepada pembelinya sebagaimana keadaan yang telah dikatakan pada awal perjanjian. Hal ini menyebabkan kerugian konsumen akibat tidak dipenuhinya prestasi oleh penjual.

Pada lain kasus transaksi jual beli *online* melalui media sosial terjadi pada Nusantara Mart, dimana Nusantara Mart memesan lampu pada RS

⁵² Laksamana Varelino Zeustan Hartono dan Paramita Prananingtyas, 2023, "Aspek Hukum Perjanjian dalam Transaksi Jual Beli Secara Online", *NOTARIUS*, Vol. 16, No. 3, hlm. 1366.

melalui aplikasi media sosial Facebook. Pada keterangannya, RS menuliskan bahwa lampu tersebut adalah hasil produk pabrikan salah satu merek internasional yang berkantor pusat di Den Haag dengan harga kesepakatan sebesar Rp 8.400.000 (delapan juta empat ratus ribu rupiah). Dengan kesepakatan harga tersebut maka pihak Nusantara Mart membayar secara lunas kepada RS dengan janji akan dikirim ketika pelunasan. Setelah barang diterima, Nusantara Mart memeriksa keaslian barang yang dipesannya tersebut, namun ternyata lampu yang dibelinya tidak ada satupun yang dari pabrikan merek internasional.⁵³

Terkait kerugian pembeli akibat barang pesanan tidak sesuai telah tercantum pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 4 Huruf c dijelaskan bahwa konsumen memiliki hak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas dan jujur terkait kondisi dan jaminan barang dan/jasa. Lalu pada Pasal 4 huruf h Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen yang dirugikan akibat menerima barang tidak sesuai gambar tersebut memiliki hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.⁵⁴

⁵³ Fixnews.co.id, 2022, "Terima Restorative Justice, Kasus Penipuan Jual Beli Produk Lampu Dengan Nusantara Mart Kampak Berakhir Damai" <https://fixsnews.co.id/terima-restorative-justice-kasus-penipuan-jual-beli-produk-lampu-dengan-nusantara-mart-kampak-berakhir-damai/>, diakses pada 14 Agustus 2024

⁵⁴ Elya Mahmada dan Indri Fogar Susilowati, 2023, "Tanggung Jawab Penjual Terhadap Barang Yang Tidak Sesuai Dalam Perjanjian Jual Beli Secara Daring Di Lazada." *Novum: Jurnal Hukum*, hlm. 25

Begitu pun berlaku kepada pelaku usaha, sebagaimana diatur dalam Pasal 19 UUPK, dimana dalam ayat (1) disebutkan bahwa, pelaku usaha bertanggung jawab dalam memberikan ganti kerugian konsumen apabila konsumen mendapat kerugian dari barang dan/atau jasa yang diperdagangkan oleh pelaku usaha. Jenis-jenis ganti kerugian juga telah disebutkan dalam ayat (2), yaitu dapat berupa penggantian barang dan/atau jasa yang setara nilainya.

Menyadari adanya barang pesannya tidak sesuai dengan yang disepakati, Nusantara Mart berinisiatif untuk mengembalikan lampu yang telah dipesannya tersebut. Namun ketika ingin menghubungi akun media sosialnya, RS telah memblokir akun media sosial Nusantara Mart sehingga Nusantara Mart tidak bisa meminta ganti rugi kepada penjual tersebut. Atas hal tersebut, pihak Nusantara Mart melaporkan ke Kepolisian, maka RS ditangkap kemudian dibawa ke kantor polisi setempat. Dalam hal ini, sengketa yang terjadi antara Nusantara Mart sebagai pembeli dan RS sebagai penjual sepakat untuk menyelesaikannya melalui jalur damai. Selain itu barang yang dibeli oleh Nusantara Mart telah dikembalikan kepada RS dan juga seluruh uang pembelian telah dikembalikan kepada pembeli, yaitu Nusantara Mart.

Di dalam pemenuhan hak dan kewajiban ini tidak selamanya mulus. Sehingga dimungkinkan terjadinya sengketa antara pelaku usaha dan konsumen. Apabila antara pelaku usaha dan konsumen pada kasus di atas sama-sama berada di wilayah negara Republik Indonesia maka penyelesaian sengketa dapat dilakukan menurut cara penyelesaian sengketa yang ada di

UU ITE yang terdapat pada Pasal 38 ayat (1) yang menyatakan bahwa Setiap Orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau menggunakan Teknologi Informasi yang menimbulkan kerugian. Dengan demikian konsumen dapat mengajukan gugatan ganti rugi kepada pelaku usaha bisnis secara *online* yang mengakibatkan adanya kerugian pada konsumen.⁵⁵

Berdasar pada Pasal 38 ayat (1) Undang-undang no 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas UU no 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik mengatur bahwa setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau menggunakan Teknologi Informasi yang menimbulkan kerugian. Pasal 39 ayat (2) UU no 19 tahun 2016 Tentang Perubahan Atas UU no 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik gugatan yang di ajukan adalah gugatan perdata ke Pengadilan sesuai peraturan perundang undangan yang berlaku. Selain dapat mengajukan gugatan ke ranah Pengadilan, para pihak dapat menyelesaikan sengketa melalui arbitrase atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya seperti melalui BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen) sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan. Pada era digital sekarang ini, penyelesaian sengketa yang dibutuhkan tentu yang memiliki suatu sistem yang tepat, efektif dan efisien.

⁵⁵ Yusuf Shofie, 2003, *Penyelesaian Sengketa Konsumen, Menurut UUPK, Teori dan Praktek Penegakan Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm. 8

Sistem hal tersebut diperkirakan mempunyai kemampuan penyelesaian sengketa dengan sederhana, cepat dan biaya ringan.⁵⁶

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen tidak memberikan definisi tentang sengketa konsumen. Namun yang pasti sengketa bisa saja terjadi antara konsumen dengan pelaku usaha. Suatu sengketa dapat mengakibatkan kerugian bagi konsumen maupun pelaku usaha. Dengan demikian suatu permasalahan atau sengketa yang menyangkut para pihak harus dapat diselesaikan.

Untuk transaksi *e-commerce*, pihak yang dirugikan dapat menggunakan media litigasi atau alternatif di luar litigasi sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak dan Pemerintah kita telah memberikan payung hukum untuk sarana kebutuhan para pelaku usaha tersebut. Sebagaimana berdasarkan UUPK dapat diselesaikan dengan 2 cara yaitu melalui pengadilan dan di luar pengadilan. Pertama, melalui pengadilan dimana setiap konsumen yang dirugikan atau terlibat pada suatu sengketa dapat menyelesaikan sengketanya melalui lembaga peradilan umum. Penyelesaian sengketa terhadap konsumen melalui pengadilan ini merujuk pada ketentuan tentang peradilan umum yang berlaku dengan memperhatikan ketentuan Pasal 45 UUPK.⁵⁷

Kedua, melalui diluar Pengadilan (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen). Suatu sengketa konsumen disamping dapat diselesaikan melalui

⁵⁶ Aryani Witasari, dkk., 2021, *Mediasi Untuk Bisnis E-commerce*, Unissula Press, Semarang, hlm. 60.

⁵⁷ Made Udiana, 2015, *Kedudukan dan Kewenangan Pengadilan Hubungan Industrial*, Udayana University Press, Denpasar, hlm. 22.

pengadilan, dapat pula diselesaikan di luar pengadilan melalui BPSK yang melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen. Dalam hal ini peran BPSK dalam tugas dan penyelenggaraannya pada perlindungan bagi konsumen merupakan ujung tombak di lapangan untuk memberikan suatu perlindungan kepada konsumen yang telah dirugikan. Bagi konsumen yang merasa hak-haknya telah dirugikan dapat mengajukan permohonan penyelesaian sengketa konsumen ke sekretariat BPSK. Ketentuan yang mengenai tata cara permohonan penyelesaian sengketa konsumen diatur dalam Pasal 15 SK Menperindag Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 tanggal 10 Desember 2001 tentang pelaksanaan Tugas dan Wewenang BPSK.⁵⁸

Penyelesaian sengketa jual beli online sendiri pada dasarnya dapat dikualifikasikan menjadi penyelesaian sengketa secara damai dan penyelesaian sengketa secara adversarial. Penyelesaian sengketa secara damai lebih dikenal dengan penyelesaian secara musyawarah mufakat. Sementara penyelesaian sengketa secara adversarial lebih dikenal dengan penyelesaian sengketa oleh pihak ketiga yang tidak terlibat dalam sengketa. Dalam penyelesaian sengketa secara damai tidak ada pihak yang mengambil keputusan bagi penyelesaian sengketa. Keterlibatan pihak ketiga dalam penyelesaian sengketa secara damai adalah dalam rangka mengusahakan agar para pihak yang bersengketa dapat sepakat untuk menyelesaikan sengketa mereka⁵⁹. Hal itu sesuai dengan Pasal 45 Ayat (2) Undang-Undang

⁵⁸ *Ibid.*

⁵⁹ Rochani Urip Salami dan Rahadi Wasi Bintoro, 2013. "Alternatif Penyelesaian Sengketa dalam Sengketa Transaksi Elektronik (E- Commerce)". *Jurnal Dinamika Hukum*, Vol. 13, No.1, hlm, 128.

Perlindungan Konsumen (UUPK), yang menyatakan bahwa penyelesaian perkara bisa dilakukan melalui cara-cara yang pertama, cara damai. Jalan damai untuk menyelesaikan sengketa konsumen tidak melibatkan BPSK ataupun pengadilan. Antara konsumen dan pelaku usaha menuntaskannya secara kekeluargaan. Pun penyelesaiannya terlepas dari aturan Pasal 1851-1864 Kitab Undang-undang Hukum Perdata. Di dalam pasal tersebut terdapat aturan syarat-syarat, kekuatan hukum, serta perdamaian yang mengikat (*dading*).

Bentuk dari penyelesaian sengketa secara damai adalah negosiasi, mediasi dan konsiliasi. Negosiasi adalah penyelesaian sengketa secara damai dimana para pihak berhadapan langsung tanpa ada keikutsertaan dari pihak ketiga. Sementara mediasi dan konsiliasi adalah penyelesaian sengketa secara damai dimana ada turut campur pihak ketiga. Perbedaan antara konsiliasi dan mediasi terletak pada aktif tidaknya pihak ketiga dalam mengusahakan para pihak untuk menyelesaikan. Penyelesaian rekaman secara damai, apabila dilihat dari sifatnya, maka penyelesaian ini merupakan hal yang ideal mengingat keadilan muncul dari para pihak.

Kedua, cara menyelesaikan sengketa lewat pengadilan. Konsumen juga bisa memilih penyelesaian lewat pengadilan. Upaya ini wajib mengikuti aturan-aturan di peradilan umum. Pun segala keputusannya berada di tangan majelis yang menangani sengketa konsumen dan pelaku usaha. Ketiga, penyelesaian perkara lewat BPSK. Berikut alur penyelesaian sengketa melalui BPSK. Pengajuan gugatan dapat dilakukan oleh konsumen atau sekelompok

konsumen. Permohonan tersebut diajukan ke BPSK terdekat dari tempat tinggal penggugat. Lokasi BPSK biasanya di ibu kota kabupaten atau kotamadya.

Jika konsumen tidak bisa mengajukan permohonan sendiri, ia diperkenankan mengirim kuasanya. Begitu pula ketika penggugat meninggal dunia, sakit, atau lanjut usia, pengaduan dapat dilakukan oleh ahli waris yang bersangkutan. Cara mengajukan permohonan gugatan tersebut boleh secara lisan maupun tertulis. Asalkan semua itu memenuhi syarat undang-undang.

Setelah menentukan perwakilan, selanjutnya permohonan tertulis dikirimkan atau diserahkan ke sekretariat BPSK. Sebagai bukti telah menerima, biasanya BPSK memberikan tanda terima tertulis. Sementara itu, khusus permohonan lisan, sekretariat akan mencatat pengajuan penggugat di sebuah formulir. Di formulir itu nantinya ada tanggal dan nomor pendaftaran. Bagaimana jika berkas permohonan tidak lengkap atau keluar dari aturan Kemenperindag Nomor 350/MPP/Kep/12/2001. Dalam kasus ini, BPSK berhak menolak pengajuan permohonan. Hal itu pun dilakukan ketika permohonan yang diajukan bukan wewenang BPSK. Kalau permohonan memenuhi kriteria, BPSK wajib memanggil tergugat (pelaku usaha). Pemanggilan tersebut berupa surat tertulis yang dilampiri gugatan dari konsumen. Proses pemanggilan ini berlangsung paling lama 3 hari sejak berkas pemohon masuk dan disetujui BPSK.⁶⁰

⁶⁰ Maryanto, 2019, *Prosedur Penyelesaian Sengketa Konsumen di BPSK*. Unissula Press, Semarang, hlm. 32

Tahap berikutnya—setelah tergugat memenuhi panggilan—kedua belah pihak menentukan metode penyelesaian perkara. Metode tersebut harus disepakati keduanya. Adapun metode yang dapat dipilih yaitu mediasi, digunakan untuk menyelesaikan sengketa konsumen di pengadilan melalui BPSK. Mediasi menjadi salah satu bentuk penyelesaian yang dapat dipilih oleh para pihak yang bersengketa dalam hal ini sengketa yang terjadi antara penjual dan pembeli melalui media sosial. Melalui mediasi pihak ketiga yang netral akan duduk bersama-sama dengan para pihak yang bersengketa dan secara aktif akan membantu para pihak dalam upaya menemukan kesepakatan yang adil dan memuaskan bagi keduanya. Dalam proses mediasi, seorang mediator hanya berperan sebagai fasilitator saja. Mediator tidak mempunyai kewenangan untuk membuat suatu keputusan yang mengikat para pihak, Seorang mediator akan membantu para pihak yang bersengketa untuk mengidentifikasi persoalan-persoalan yang menjadi pokok sengketa, memfasilitasi komunikasi di antara kedua belah pihak.⁶¹

Selanjutnya adalah konsiliasi, digunakan dalam penuntasan masalah konsumen di luar pengadilan. Mekanisme Penyelesaian sengketa melalui konsiliasi (*conciliation*) juga merupakan suatu proses penyelesaian sengketa yang melibatkan pihak ketiga yang netral dan tidak memihak. Seperti juga pada tugas seorang mediator, tugas dari konsiliator hanyalah sebagai fasilitator untuk melakukan komunikasi di antara para pihak sehingga pada akhirnya solusi akan dihasilkan oleh para pihak itu sendiri. Dalam proses

⁶¹ M. Husni, 2008, “Arbitrase Sebagai Alternatif Penyelesaian Sengketa Bisnis di Luar Pengadilan”, *Jurnal Equality*, Vol. 13, No. 1, hlm 11-12

konsili liasi, pihak ketiga yang akan membantu, telah membawa usulan penyelesaian, sehingga berperan lebih aktif dalam mengarahkan para pihak untuk sampai pada kesimpulan penyelesaian sengketa yang dapat disepakati para pihak. Dalam melakukan proses konsiliasi, seorang konsiliator harus mampu mengetahui situasi dan kondisi kasus tersebut, mengetahui apa yang menjadi keinginan para pihak yang bersengketa serta mengetahui kebutuhan para pihak agar sengketa dapat diselesaikan secara cepat.

Terakhir, metode yang dapat digunakan yaitu arbitrase. Pada metode arbitrase, para majelis berlaku aktif dalam menyelesaikan perkara pihak yang bersengketa. Khusus arbitrase, penyelesaian masalah dilakukan melalui pengadilan negeri dan kasasi Mahkamah Agung. Karena itu, putusan akhir berada di tangan MA—pengaduan dianggap selesai di tahap ini.

Ketiga cara penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana disebutkan diatas yang didasarkan oleh pilihan dan persetujuan para pihak yang bersengketa dan bukan proses penyelesaian sengketa secara berjenjang. Jadi para pihak berhak memilih melalui proses bagaimana dalam menyelesaikan sengketa atau pemasalahannya.⁶²

Tahap ketiga yaitu putusan sengketa konsumen dan pelaku usaha. Putusan yang ditetapkan oleh majelis BPSK terdiri dari dua jenis yaitu putusan BPSK untuk metode penyelesaian dengan konsiliasi dan mediasi. Putusan ini berisi perjanjian damai tanpa disertai sanksi administratif. Perjanjian tersebut disepakati dan ditandatangani pihak yang bersengketa.

⁶² Pasal 4 dan Pasal 2 SK Menperindag No. 350/MPP/Keo/12/2001

Dan jenis putusan BPSK untuk metode arbitrase. Berbeda dengan konsiliasi dan mediasi, arbitrase memuat putusan perkara perdata. Setiap putusan memuat duduk perkara disertai pertimbangan hukum.

Meski tiap jenis putusan berbeda hasil, BPSK harus mendahulukan musyawarah untuk mencapai mufakat. Jika mufakat tak kunjung tercapai, langkah selanjutnya adalah mengambil suara terbanyak. Itu pun mesti didasarkan pada kesepakatan pihak yang bersengketa. Putusan yang didapatkan minimal harus membuat efek jera bagi pelaku usaha sehingga mau bertanggung jawab atas kerugian konsumen. Pun bersedia mengganti rugi akibat pencemaran barang yang diperdagangkan. Aturan ini juga berlaku untuk produk berupa jasa pelayanan.

Hasil dari musyawarah mengenai penyelesaian sengketa baik secara konsiliasi maupun mediasi dituangkan dalam perjanjian tertulis yang dituangkan dalam bentuk keputusan BPSK. Demikian pula dalam hal hasil penyelesaian sengketa konsumen dicapai melalui arbitrase, maka hasilnya dituangkan dalam bentuk keputusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), yang ditanda tangani Ketua dan Anggota Majelis BPSK, dimana didalamnya diperkenankan menjatuhkan sanksi administratif. Waktu yang dimiliki oleh majelis BPSK untuk menyidangkan dan menyelesaikan perkara konsumen hanya dalam jangka waktu selama 21 (dua puluh satu) hari kerja setelah gugatan diterima.⁶³ Terhadap semua hasil kesepakatan dari sidang BPSK, putusan majelis BPSK dalam Pasal 54 ayat (3) Undang-undang

⁶³ Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821. Pasal 1

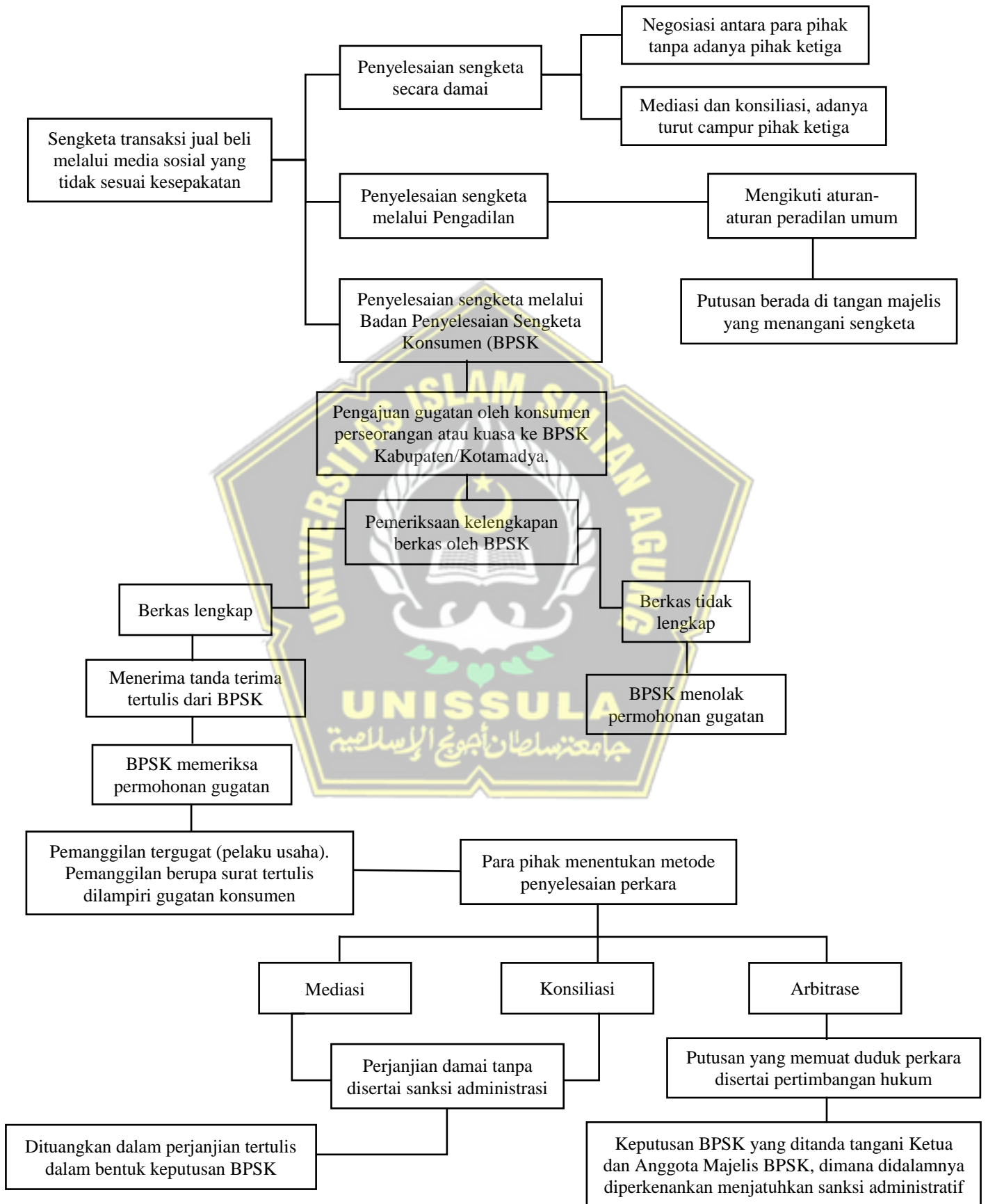
Perlindungan konsumen ditentukan bersifat final dan mengikat. Artinya bahwa seharusnya putusan yang dibuat oleh Majelis BPSK tidak dapat dilakukan upaya lainnya, namun ternyata masih dimungkinkan ada upaya lainnya yaitu jika salah satu pihak merasa tidak menerima putusan dari BPSK maka mereka dapat mengajukan gugatan ke pengadilan sebagai upaya hukum lainnya.

Agar lebih jelasnya, penyelesaian sengketa transaksi jual beli *online* melalui media sosial terhadap barang yang tidak sesuai kesepakatan Penulis saajikan bagan di bawah ini:



Bagan 3.1

Penyelesaian sengketa transaksi jual beli *online* melalui media sosial terhadap barang yang tidak sesuai kesepakatan



Sengketa yang terjadi berkaitan dengan kualitas barang, masalah pembayaran dan kesesuaian produk seperti kasus pembelian amplifier di atas dimana produk yang menjadi obyek sengketa jumlahnya (harga maupun kuantitas) relatif kecil, maka para pihak cenderung tidak memerlukan bantuan pihak ketiga untuk penyelesaiannya. Hal ini wajar, mengingat, biaya yang harus dikeluarkan untuk membayar jasa pihak ketiga akan lebih besar daripada obyek sengketa. Dalam hal sengketa yang nilainya relatif kecil (dari segi harga maupun kuantitas) seperti pada kasus pengiriman yang tidak sesuai sebagaimana kesepakatan, proses negosiasi dapat dilakukan dengan secara langsung antara penjual dan pembeli, baik melalui pertemuan secara fisik (*face to face*), maupun melalui *chatting* seperti saat proses pemesanan, jika kedua pihak berdomisili berjauhan.

Adapun ganti rugi atas barang yang tidak sesuai kesepakatan antara penjual dan pembeli yaitu bisa berupa pengembalian uang atas nominal barang yang telah dibayarkan. Pun dapat berbentuk penggantian barang dengan nilai sama serta setara perawatannya. Hal ini sejalan sebagaimana Pasal 4 UUPK yang menyebutkan bahwa hak konsumen diantaranya; hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

C. Kendala dan Solusi dalam Penyelesaian Sengketa Transaksi Jual Beli Online di Media Sosial terhadap Barang Yang Tidak Sesuai Kesepakatan Melalui BPSK

Kehadiran Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) adalah semacam *small claim court*, walaupun ada yang menolak pengkategorian ini karena kata “*court*” tersebut lazim diterjemahkan sebagai “pengadilan”. BPSK memang bukan pengadilan, melainkan lembaga alternatif penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana Pasal 49 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Munculnya BPSK diatur dalam UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam Bab XI Pasal 49 sampai Pasal 58. Pasal 49 Ayat (1) UUPK menyatakan bahwa pemerintah membentuk badan penyelesaian sengketa konsumen di Daerah Tingkat II untuk penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan. Badan ini merupakan peradilan kecil (*small Claim Court*) yang melakukan persidangan dengan menghasilkan keputusan secara cepat, sederhana dan dengan biaya murah sesuai dengan asas peradilan. Disebut cepat karena dalam Pasal 55 UUPK menyatakan BPSK harus memberikan keputusan dalam waktu maksimal 21 hari kerja dan tanpa ada upaya hukum banding yang dapat memperlama proses pelaksanaan keputusan (Pasal 56 dan Pasal 58), sederhana karena proses penyelesaiannya dapat dilakukan sendiri oleh pihak yang bersengketa, dan murah karena biaya yang dikeluarkan untuk menjalani proses persidangan sangat ringan.

Keberadaan BPSK diharapkan dapat menjawab kebutuhan alternatif penyelesaian sengketa (*Alternative Dispute Resolution*) untuk memberikan hasil yang efektif dan efisien bagi para pihak yang bersengketa. Namun, dalam pelaksanaannya, ternyata BPSK belum berperan sebagaimana yang diharapkan. Dimana dalam praktiknya, terdapat kendala-kendala yang dihadapi.⁶⁴

Meskipun memiliki kewenangan untuk memutus sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha, namun tidak banyak konsumen yang mau mempercayakan penyelesaian sengketanya kepada BPSK. Hal ini dikarenakan substansi peraturan, prosedur, dan mekanisme penyelesaian sengketa masih banyak kelemahan dan saling bertentangan sehingga BPSK tidak dapat berperan banyak dalam menyelesaikan sengketa konsumen.⁶⁵

Susanti Adi Nugroho merumuskan lima permasalahan dalam pelaksanaan tugas BPSK. Kelima permasalahan/kendala tersebut adalah pada ketentuan peraturan perundang-undangan multitafsir, tidak ada pasal yang konsisten, terdapat pertentangan antara satu pasal dengan pasal lainnya, terdapat pertentangan dengan peraturan perundang-undangan arbitrase, dan tidak adanya kejelasan mengenai peran penyidik.⁶⁶

⁶⁴ Arif Rahman, 2018, "Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Kota Serang." *AJUDIKASI : Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 2 No. 1, hlm 21-42

⁶⁵ Muskibah, 2011, "Analisis Mengenai Cara Penyelesaian Sengketa Konsumen", *INOVATIF Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 2, No. 4, hlm. 147

⁶⁶ Ridha Wahyuni, 2015, "Kendala BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen) dalam Melaksanakan Perannya Sebagai Lembaga Penyelesaian Sengketa Konsumen (Studi Kasus di Kota Pontianak), *Skripsi*, Universitas Tanjungpura, hlm. 63

Berdasarkan penjelasan tersebut, salah satu kendala strategis yang dihadapi BPSK adalah karena lemahnya peraturan perundang-undangan, khususnya yang terkait dengan keberadaan BPSK.

Salah satunya terkait dengan sifat putusan BPSK. Sebagaimana diatur dalam Pasal 54 ayat (3) UUPK, disebutkan bahwa putusan Majelis BPSK melalui mediasi, arbitrase, atau konsiliasi bersifat final dan mengikat. Pengertian final berarti penyelesaian sengketa telah selesai atau tidak dapat dilakukan upaya hukum banding dan kasasi. Sementara itu, kata mengikat mengandung makna sesuatu yang harus dilaksanakan oleh para pihak.

Mengacu pada ketentuan tersebut, berarti putusan Majelis mengandung asas *res judicata pro veritate hebetur*, yaitu putusan yang tidak mungkin lagi dilakukan upaya hukum, dinyatakan sebagai putusan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap. Berdasarkan asas tersebut, maka putusan BPSK harus dipandang sebagai putusan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap (*inkracht van gewijsde*).⁶⁷

Namun, apabila Pasal 54 ayat (3) tersebut dikaitkan dengan Pasal 56 ayat (2) dan Pasal 58 ayat (2) UUPK yang menyatakan bahwa terhadap putusan BPSK dapat diajukan keberatan kepada Pengadilan Negeri, dan terhadap putusan pengadilan tersebut dapat diajukan kasasi kepada Mahkamah Agung. Berdasarkan penjelasan tersebut, jelaslah bahwa isi Pasal 54 ayat (3) UUPK tidak konsisten karena pasal ini bertentangan dengan pasal-pasal lainnya.

⁶⁷ Muskibah, *Op. Cit.* hlm. 145

Pengaturan lain yang juga kontradiktif adalah mengenai permohonan eksekusi putusan BPSK. Berdasarkan Pasal 57 UUPK, untuk memperoleh kekuatan eksekusi, putusan BPSK harus dimintakan penetapan (*fiat of execution*) kepada Pengadilan Negeri di tempat konsumen dirugikan. Kemudian ketentuan Pasal 57 UUPK diperjelas dengan Pasal 42 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 350/MPP/12/2001 bahwa pihak yang meminta eksekusi adalah BPSK. Sementara itu, Pasal 7 ayat (1) PERMA No. 1 Tahun 2006 menjelaskan bahwa konsumen adalah pihak yang mengajukan permohonan eksekusi atas putusan BPSK yang tidak diajukan keberatan ke Pengadilan Negeri.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka isi Pasal 7 ayat (1) PERMA No. 1 Tahun 2006 bertentangan dengan Pasal 57 UUPK jo. Pasal 42 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 350/MPP/Kep/12/2001. Jika ditinjau berdasarkan asas hukum *lex superior legi imperior* maka yang dapat dijadikan acuan adalah Pasal 57 UUPK j.o Pasal 42 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 karena pasal ini lebih tinggi dari Pasal 7 ayat (1) PERMA Nomor 1 Tahun 2006. Jika BPSK dikenakan kewajiban menyampaikan eksekusi sebagaimana dimaksud dalam ketentuan di atas, maka kedudukan BPSK sebagai lembaga yang netral dan imparial menjadi diragukan.

Pemberian kesempatan kepada para pihak yang bersengketa untuk mengajukan keberatan atas putusan yang dikeluarkan BPSK ke Pengadilan Negeri juga bermasalah. Dimana dalam Pasal 56 ayat (2) UUPK yang

mengatur bahwa setelah para pihak menerima putusan dari BPSK, para pihak dapat mengajukan keberatan kepada Pengadilan Negeri paling lama dalam waktu 14 (empat belas) hari kerja ternyata terkendala aturan yang tidak jelas karena tidak ada peraturan yang mengaturnya.⁶⁸

Pasalnya, ketentuan Perma No. 1 Tahun 2006 tentang Tata Cara Pengajuan Keberatan Putusan BPSK, pada hakikatnya hanya mengatur pengajuan keberatan terhadap putusan arbitrase BPSK. Pasal 2 Perma ini menegaskan bahwa keberatan dapat diajukan terhadap putusan arbitrase BPSK. Sementara itu, keberatan terhadap putusan konsiliasi atau mediasi, maupun putusan eksekusi sama sekali tidak diatur.⁶⁹

Merujuk pada Pasal 45 ayat (4) UUPK yang mengatur “apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.” Adanya keberatan terhadap putusan BPSK sama halnya dengan putusan tidak berhasil atau tidak menghasilkan kesepakatan. Maka dapat disimpulkan bahwa penyelesaian sengketa konsumen melalui mediasi dan konsiliasi yang tidak berhasil atau tidak menghasilkan kesepakatan, hanya dapat (diberi kesempatan) mengajukan gugatan balik ke Pengadilan Negeri, bukan untuk meminta penetapan eksekusi/mengajukan keberatan ke pengadilan.

Hambatan yang muncul dalam eksekusi putusan BPSK berdasarkan Pasal 54 Ayat (3) UUPK, putusan BPSK dari hasil konsiliasi, arbitrase dan

⁶⁸ Margaretha Rosa Anjani dan Budi Santoso. 2018. “Urgensi Rekonstruksi Hukum E-Commerce di Indonesia”. *Jurnal Law Reform*, Vol. 14, No. 1.

⁶⁹ Muskibah, *Op. Cit.*

mediasi bersifat final dan mengikat. Final berarti sesuatu yang harus dijalankan para pihak prinsip *res judicate pro vitatate habetur* adalah suatu putusan yang tidak mungkin lagi untuk dilakukan upaya hukum, dinyatakan sebagai putusan yang mempunyai kekuatan hukum pasti. Putusan BPSK mestinya harus dipandang sebagai putusan yang mempunyai kekuatan hukum yang tetap (*inkracht van gewijsde*). Pasal 56 Ayat (2) UUPK para pihak ternyata masih bisa mengajukan “keberatan” ke Pengadilan Negeri paling lambat 14 hari setelah pemberitahuan BPSK. Hal ini berarti bertentangan dengan sifat putusan BPSK yang bersifat final dan mengikat. Hambatan juga timbul pada saat eksekusi.

Agar mempunyai kekuatan eksekusi, putusan BPSK harus dimintakan penetapan (*fiat eksekusi*) ke pengadilan. Dalam praktek, tidak mungkin memintakan penetapan eksekusi karena belum ada peraturan atau petunjuk tentang tata cara pengajuan keberatan terhadap putusan BPSK.⁵ Perma Nomor 1 Tahun 2006 tentang tata Cara pengajuan keberatan terhadap putusan BPSK pada hakikatnya hanya mengatur mengenai pengajuan keberatan terhadap putusan BPSK. Pasal 2 Perma Nomor 1 Tahun 2006 mengatur bahwa yang bisa diajukan keberatan adalah terhadap putusan arbitrase BPSK.⁷⁰

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penyelesaian sengketa jual beli *online* di sosial media melalui BPSK terkendala yaitu pihak konsumen yang dirugikan untuk memperoleh kekuatan eksekusi terhadap putusan sengketa

⁷⁰ Maryanto, *Op. Cit.* hlm. 56

yang diajukan ke BPSK, harus adanya penetapan (*fiat of execution*) kepada Pengadilan Negeri di tempat konsumen dirugikan. Namun, eksekusi putusan BPSK dari hasil konsiliasi, arbitrase dan mediasi bersifat final dan mengikat. Final berarti sesuatu yang harus dijalankan para pihak prinsip *res judicate pro vitatate habetur* adalah suatu putusan yang tidak mungkin lagi untuk dilakukan upaya hukum, dinyatakan sebagai putusan yang mempunyai kekuatan hukum pasti. Putusan BPSK mestinya harus dipandang sebagai putusan yang mempunyai kekuatan hukum yang tetap.

Solusi terhadap masalah tersebut di atas yakni dimana kehadiran BPSK yang selama ini berfungsi sebagai lembaga *quasi* peradilan di bidang sengketa konsumen tidak menjadi pilihan para pihak yang bersengketa, hal ini dikarenakan setiap putusan BPSK masih memerlukan penetapan eksekusi (*fiat eksekusi*) dari Ketua Pengadilan Negeri dimana konsumen bertempat tinggal, sehingga masyarakat berpendapat bahwa hal tersebut membuang waktu dan biaya saja. Untuk mengatasi masalah tersebut adalah perlu dihilangkannya penetapan eksekusi oleh Ka PN sehingga BPSK menjadi sebuah lembaga peradilan yang kredibel, disegani dan menjadi pilihan para pihak yang bersengketa. Selain solusi seperti tersebut di atas, solusi lainnya adalah perlunya dipikirkan adanya lembaga penyelesaian konsumen yang bersifat tunggal. Tidak seperti selama ini terdapat banyak lembaga penyelesaian konsumen yang bisa dipilih oleh para pihak yang bersengketa.

Lebih jelasnya mengenai kendala-kendala dan solusi dalam penyelesaian sengketa transaksi jual beli online di media sosial terhadap

barang yang tidak sesuai kesepakatan melalui BPSK, disajikan dalam tabel di

KENDALA	SOLUSI
Ketentuan peraturan perundang-undangan multitafsir ⁷¹	Mengevaluasi terkait peraturan perundang-undangan yang multitafsir
Tidak ada pasal yang konsisten ⁷²	Mengevaluasi pasal-pasal yang inkonsisten dan yang bertentangan terhadap pasal satu dengan yang lainnya
Terdapat pertentangan antara satu pasal dengan pasal lainnya ⁷³	Mengevaluasi peraturan yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan arbitrase
Terdapat pertentangan dengan peraturan perundang-undangan arbitrase ⁷⁴	Perlu adanya lembaga penyelesaian konsumen yang bersifat tunggal
Tidak adanya kejelasan mengenai peran penyidik ⁷⁵	Dihilangkannya penetapan eksekusi oleh Ka PN sehingga BPSK menjadi sebuah lembaga peradilan yang kredibel, disegani dan menjadi pilihan para pihak yang bersengketa

bawah ini:

⁷¹ Arif Rahman, *Op. Cit.* hlm. 37

⁷² *Ibid.*

⁷³ Muskibah, *Op. Cit.* hlm. 147

⁷⁴ *Ibid.*

⁷⁵ Ridha Wahyuni, *Op. Cit.* hlm. 63

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penyelesaian Sengketa Konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu proses penyelesaian hal sengketa konsumen ada cara yang dapat ditempuh adalah dengan menggunakan cara melalui atau di pengadilan (litigasi) atau melalui di luar pengadilan (non litigasi) ini didasarkan pada pilihan yang dipilih dari kedua pihak dalam hal ini yang bersengketa secara sukarela. Penyelesaian melalui pengadilan (litigasi) dalam hal ini setiap konsumen yang merasa dirugikan atau yang terlibat didalam suatu sengketa konsumen tersebut maka dapat menyelesaikan sengketa tersebut melalui lembaga peradilan umum di wilayah Indonesia. Yang kedua di luar Pengadilan (non litigasi) dapat melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Penyelesaian sengketa transaksi jual beli online melalui media sosial terhadap barang yang tidak sesuai kesepakatan yaitu dalam Pasal 45 Ayat (2) UUPK, yang menyatakan bahwa penyelesaian perkara bisa dilakukan dengan cara damai, melalui pengadilan dan melalui BPSK. Penyelesaian melalui BPSK dapat menggunakan metode diantaranya yaitu mediasi, konsiliasi dan arbitrase. Dalam hal sengketa seperti pada kasus pengiriman yang tidak sesuai sebagaimana kesepakatan, proses negosiasi dapat dilakukan dengan secara langsung antara penjual dan pembeli, baik melalui pertemuan secara fisik

(*face to face*), maupun melalui chatting seperti saat proses pemesanan, jika kedua pihak berdomisili berjauhan.

Kendala dan solusi dalam penyelesaian sengketa transaksi jual beli online di media sosial terhadap barang yang tidak sesuai kesepakatan melalui BPSK yaitu pihak konsumen yang dirugikan untuk memperoleh kekuatan eksekusi terhadap putusan sengketa yang diajukan ke BPSK, harus adanya penetapan (*fiat of execution*) kepada Pengadilan Negeri di tempat konsumen dirugikan. Namun, eksekusi putusan BPSK dari hasil konsiliasi, arbitrase dan mediasi bersifat final dan mengikat dimana suatu putusan dinyatakan sebagai putusan yang mempunyai kekuatan hukum pasti. Solusi terhadap masalah tersebut di atas yakni dimana perlu dihilangkannya penetapan eksekusi oleh Ka PN sehingga BPSK menjadi sebuah lembaga peradilan yang kredibel, disegani dan menjadi pilihan para pihak yang bersengketa. Selain solusi seperti tersebut di atas, solusi lainnya adalah perlunya dipikirkan adanya lembaga penyelesaian yang bersifat tunggal.

B. Saran

1. Bagi Pemerintah

Hendaknya pemerintah memberikan pengawasan yang lebih ketat bagi para pihak yang melakukan transaksi melalui sosial media. Upaya pemerintah diperlukan sebagai bentuk perlindungan terhadap konsumen dari tindakan pelaku usaha yang dapat merugikan konsumen.

2. Bagi Konsumen

Hendaknya konsumen agar bertindak lebih cermat dan berhati-hati dalam bertransaksi melalui sosial media, guna menghindarkan diri dari kerugian. Posting iklan yang dilakukan oleh pelaku usaha di sosial media, harus dicermati dengan sungguh-sungguh oleh konsumen baik mengenai penawaran, promosi, serta iklan suatu barang dan atau jasa. Demikian pula mengenai iklan harus diwaspadai, karena dimungkinkan adanya iklan yang mengelabui konsumen seperti misalnya memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat, karena tidak dapatnya konsumen melihat langsung produk barang atau jasa yang ditawarkan.

3. Bagi Pelaku Usaha

Hendaknya para pelaku usaha supaya dapat lebih dipercaya atau lebih amanah dalam melakukan penjualan dengan menjalankan kewajiban sebagaimana kesepakatan yang telah disetujui oleh para pihak. Hal ini agar terciptanya transaksi yang sehat dan juga tidak merugikan pihak lain yang menjalin kesepakatan jual beli.

DAFTAR PUSTAKA

AL-QURAN

QS. al-Baqarah

QS. Fathir

BUKU

Abdul Halim Barkatullah. 2017. *Hukum Transaksi Elektronik Sebagai Panduan Menghadapi Era Digital Bisnis E-Commerce di Indonesia*, Nusa Media, Bandung.

Abdulkadir Muhammad, 2004, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung.

Agus Yudha Hernoko. 2010. *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*. Prenada Media Group, Jakarta.

Aryani Witasari, dkk., 2021, *Mediasi Untuk Bisnis E-commerce*, Unissula Press, Semarang.

Buku Tanya Jawab Perma RI No. 1 tahun 2008 tentang Prosedur Mediasi di Pengadilan, Kerjasama atas Mahkamah Agung RI, JICA, IICT 2008.

Dhifa Nabila., et al. 2020. *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*. Intrans Publishing Group, Malang.

Djulaeka dan Devi Rahayu, 2019, *Buku Ajar Metode Penelitian Hukum*, Media Pustaka, Surabaya

Frans Hendra Winarta. 2011. *Hukum Penyelesaian Sengketa: Arbitrase Nasional Indonesia dan Internasional*. Sinar Grafika, Jakarta.

Ghufron A. Masadi, 2002, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Jhonny Ibrahim, 2008, *Teori Dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, Bayumedia Publishing, Malang.

- M. Yahya Harahap. 2008. *Hukum Acara Perdata Tentang Gugatan, Persidangan, Penyitaan, Pembuktian dan Putusan Pengadilan*. Sinar Grafika, Jakarta.
- Made Udiana, 2015, *Kedudukan dan Kewenangan Pengadilan Hubungan Industrial*, Udayana University Press, Denpasar.
- Mardani, 2013, *Ushul fiqh*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Maryanto, 2019, *Prosedur Penyelesaian Sengketa Konsumen di BPSK*. Unissula Press, Semarang.
- Misbahuddin, 2012, *E-Commerce dan Hukum Islam*, Cet. 1, Alauddin University Press, Makassar.
- Muhammad Alimin, 2004, *Etika & Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, BPFE, Yogyakarta.
- Nurnaningsih Amriani. 2012. *Mediasi Alternatif Penyelesaian Sengketa*. Rajawali Pers, Jakarta.
- Ronny Haniatjo Soemitro, 1990, *Metode Penelitian Hukum dan Jurumetri*, PT Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Sidharta. 2006. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Grasindo, Jakarta.
- Soenandar, et.al. 2016. *Kompilasi Hukum Perikatan*. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Soerdjono Soekanto dan Sri Mamudji, 2009, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Subekti, 2002. *Hukum Perjanjian*. Intermasa, Jakarta.
- _____, 2005. *Hukum Perjanjian*. 23 ed. Penerbit Intermasa, Jakarta.
- Sunarto Zulkifli, 2003, *Dasar-dasar Akuntansi Perbankan Syariah*. Zikrul Hakim, Jakarta.
- Susanti Adi Nugroho. 2017. *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, Kencana Prenada Media Grup, Jakarta.
- Yusuf Shofie, 2003, *Penyelesaian Sengketa Konsumen, Menurut UUPK, Teori dan Praktek Penegakan Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.

PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia (UUDNRI) 1945;
Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata);
Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen;
Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan;
Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang- Undang
Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik;
Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42. Tambahan
Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821;
SK. Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 350/MPP/Kep/12/2001;
Peraturan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2006 Tentang
Tata Cara Pengajuan Keberatan Terhadap Putusan Badan Penyelesaian
Sengketa Konsumen.

JURNAL DAN KARYA TULIS ILMIAH

- A. Sholikin, 2019. “Analisis Yuridis Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Online di Indonesia”. *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM*, Vol. 26, No. 1.
- Achmad Zurohman dan Eka Rahayu. 2019. “Jual Beli Online dalam Perspektif Islam.” *Iqtishodiyah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol. 5, No. 1. <https://doi.org/10.36835/iqtishodiyah.v5i1.87>
- Aditya Ayu Hakiki, Asri Wijayanti, Rizania Kharismasari, 2017 “Perlindungan Hukum Bagi Pembeli Dalam Sengketa Jual Beli Online,” *Justitia Jurnal Hukum*, Vol. 1, no. 1.
- Ainul Yaqin, 2019. “Akibat Hukum Wanprestasi Dalam Jual Beli Online Menurut Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik.” *Dinamika Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum*, Vol. 25, No. 6.
- Arif Rahman, 2018, “Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Kota Serang.” *AJUDIKASI : Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 2 No. 1.

- Desy Safira, 2020, "Bisnis Jual Beli Online dalam Perspektif Islam". *AL YASINI: Jurnal Hasil Kajian dan Penelitian dalam Bidang Keislaman dan Pendidikan*, Vol. 5, No. 1.
- Editorial Jurnal Hukum Bisnis. 2019. "E-commerce Meningkatkan Efisiensi." *Jurnal Hukum Bisnis*. Vol. 18.
- Elya Mahmada dan Indri Fogar Susilowati, 2023, "Tanggung Jawab Penjual Terhadap Barang Yang Tidak Sesuai Dalam Perjanjian Jual Beli Secara Daring Di Lazada." *Novum: Jurnal Hukum*.
- Harsono, I. 2020. "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia." *Jurnal Legislasi Indonesia*, Vol. 17, No.2.
- J. A.Tjakraatmadja, 2020. "Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Online." *Jurnal Dinamika Hukum*, Vol. 20 No. 1.
- Laksamana Varelino Zeustan Hartono dan Paramita Prananingtyas, 2023, "Aspek Hukum Perjanjian dalam Transaksi Jual Beli Secara Online", *NOTARIUS*, Vol. 16, No. 3.
- M. Husni, 2008, "Arbitrase Sebagai Alternatif Penyelesaian Sengketa Bisnis di Luar Pengadilan", *Jurnal Equality*, Vol. 13, No. 1.
- Margaretha Rosa Anjani dan Budi Santoso. 2018. "Urgensi Rekonstruksi Hukum E-Commerce di Indonesia". *Jurnal Law Reform*, Vol. 14, No. 1.
- Mohammad Zamroni, 2019. "Urgensi Pembatasan Prinsip Kebebasan Berkontrak Dalam Perspektif Historis." *Perspektif Hukum*, Vol. 19, No.2.
- Muskibah, 2011, "Analisis Mengenai Cara Penyelesaian Sengketa Konsumen", *INOVATIF Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 2, No. 4.
- Ni Komang Ayuk Tri Buti Apsari, "Perlindungan Hukum Dan Penyelesaian Sengketa Konsumen Belanja Online Di Luar Pengadilan." *Kertha Semaya: Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 2, No. 2.
- Niru Anita Sinaga, dan Nurlily Darwis. 2015. "Wanprestasi Dan Akibatnya Dalam Pelaksanaan Perjanjian." *Jurnal Mitra Manajemen*, Vol. 7, No.2.
- Prabowo, M. R., & Wibowo, A. E. 2021. "Penyelesaian Sengketa Konsumen pada Transaksi Online di Indonesia." *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, Vol. 5, No. 1.

- Reza Hermiati, et. all. 2021. "Pembuatan E-Commerce Pada Raja Komputer Menggunakan Bahasa," *Jurnal Media Infotama*, Vol. 17, No. 1.
- Ridha Wahyuni, 2015, "Kendala BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen) dalam Melaksanakan Perannya Sebagai Lembaga Penyelesaian Sengketa Konsumen (Studi Kasus di Kota Pontianak), *Skripsi*, Universitas Tanjungpura.
- Silvia Dwi Yanti, et.all. 2023, "Pengaruh Pengalaman Belanja Online Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Di Tiktok Shop." *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi (EMT)*, Vol. 7, No.1, hlm. 48
DOI:<https://doi.org/10.35870/emt.v7i1.728>
- Urip Salami dan Rahadi Wasi Bintoro, 2013. "Alternatif Penyelesaian Sengketa dalam Sengketa Transaksi Elektronik (E- Commerce)". *Jurnal Dinamika Hukum*, Vol. 13, No.1.

WEBSITE

- Asosiasi E-commerce Indonesia. 2020. Survey Konsumen 2020: Konsumen E-Commerce Lebih Percaya Penyelesaian Sengketa di Luar Pengadilan.
- Fixnews.co.id, 2022, "Terima Restorative Justice, Kasus Penipuan Jual Beli Produk Lampu Dengan Nusantara Mart Kampak Berakhir Damai" <https://fixsnews.co.id/terima-restorative-justice-kasus-penipuan-jual-beli-produk-lampu-dengan-nusantara-mart-kampak-berakhir-damai/>
- Infobanknews.com, 2024, "Top! Transaksi E-Commerce Sepanjang 2023 Tembus Rp453,75 Triliun", <https://infobanknews.com/top-transaksi-e-commerce-sepanjang-2023-tembus-rp45375-triliun/>.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2018, "Kewenangan BPSK Memeriksa Keberatan Lelang Eksekusi Pasal 6 Undang-Undang Hak Tanggungan", <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/12643/Kewenangan-BPSK-Memeriksa-Keberatan-Lelang-Eksekusi-Pasal-6-Undang-Undang-Hak-Tanggungan.html> diakses tanggal 18 Mei 2024

Kementerian Komunikasi dan Informatika. 2020. Laporan Survei Nasional
Penggunaan Internet di Indonesia 2019-2020

Temukan Pengertian, “Pengertian Online Secara Umum dan Menurut Para Ahli”,
[https://www.temukanpengertian.com/2013/06/pengertian-online-online-
adalah-online.html](https://www.temukanpengertian.com/2013/06/pengertian-online-online-adalah-online.html)

