

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN
DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE MELALUI
MARKETPLACE FACEBOOK DENGAN SISTEM SPLIT
PAYMENT**

TESIS



Oleh:

SRI EVA NINGSIH

NIM : 20302300520

Konsentrasi : Hukum Pidana

**PROGRAM MAGISTER (S2) ILMU HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG
2025**

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN
DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE MELALUI
MARKETPLACE FACEBOOK DENGAN SISTEM SPLIT
PAYMENT**

TESIS

**Diajukan untuk penyusunan Tesis
Program Studi Ilmu Hukum**

Oleh:

SRI EVA NINGSIH

NIM : 20302300520

Konsentrasi : Hukum Pidana

**PROGRAM MAGISTER (S2) ILMU HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG
2025**

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN
DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE MELALUI
MARKETPLACE FACEBOOK DENGAN SISTEM SPLIT
PAYMENT**

Diajukan Untuk Penyusunan Tesis
Program Magister Hukum

Oleh:

Nama : **SRI EVA NINGSIH**
NIM : 20302300520
Program Studi : Magister (S2) Ilmu Hukum (M.H.)

Disetujui oleh:
Pembimbing I
Tanggal,


Dr. Arpangi, S.H., M.H.
NIDN: 06-1106-6805

Dekan
Fakultas Hukum
UNISSULA


Dr. Jawade Hafidz, S.H., M.H.
NIDN. 06-2004-6701

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN
DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE MELALUI
MARKETPLACE FACEBOOK DENGAN SISTEM SPLIT
PAYMENT**

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Pada Tanggal 31 Mei 2025
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji
Ketua,
Tanggal,


Dr. Jawade Hafidz, S.H., M.H.
NIDN. 06-2004-6701

Anggota



Dr. Arpangi, S.H., M.H.
NIDN: 06-1106-6805

Anggota,



Dr. Ratih Mega Puspasari, S.H., M.Kn.
NIDN. 06-2410-8504

Mengetahui

Dekan
Fakultas Hukum
UNISSULA



Dr. H. Jawade Hafidz, S.H., M.H.
NIDN: 06-2004-6701

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SRI EVA NINGSIH
NIM : 20302300520

Dengan ini saya nyatakan bahwa Karya Tulis Ilmiah yang berjudul:

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE MELALUI MARKETPLACE FACEBOOK DENGAN SISTEM SPLIT PAYMENT

Adalah benar hasil karya saya dan penuh kesadaran bahwa saya tidak melakukan tindakan plagiasi atau mengambil alih seluruh atau sebagian besar karya tulis orang lain tanpa menyebutkan sumbernya. Jika saya terbukti melakukan tindakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Semarang, 22 Mei 2025
Yang Membuat Pernyataan.



(SRI EVA NINGSIH)

PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: SRI EVA NINGSIH
NIM	: 20302300520
Program Studi	: Magister Ilmu Hukum
Fakultas	: Hukum

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* dengan judul:

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE MELALUI MARKETPLACE FACEBOOK DENGAN SISTEM SPLIT PAYMENT

dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya 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, 22 Mei 2025
Yang Membuat Pernyataan.



(SRI EVA NINGSIH)

*Coret yang tidak perlu

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

"Kemarin adalah masa lalu, besok adalah misteri dan sekarang adalah anugerah."

Tesis ini dipersembahkan untuk:

1. Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat, ridho serta hidayah-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan Tesis ini.
2. Bangsa dan Negara Kesatuan Republik Indonesia
3. Ayah dan Ibu tercinta, terimakasih atas suportnya baik moril maupun materil kepada anakmu ini.
4. Kawan-kawan seperjuangan Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
5. Almamaterku Universitas Islam Sultan Agung Semarang

ABSTRAK

Di era saat ini teknologi merupakan hal yang sangat dibutuhkan bagi setiap kalangan, penggunaan teknologi membawa bentuk positif untuk mempermudah komunikasi dan sebagainya, tetapi penggunaan teknologi banyak di salahgunakan seperti penipuan berbasis elektronik atau yang sering terjadi di *e-commerce*. Perdagangan elektronik (*e-commerce*) kini sudah mereformasi perdagangan konvensional, dimana yang sebelumnya dilakukan secara langsung, kini menjadi interaksi yang tidak langsung. Pengertian dari pada *e-commerce* juga tertuang dalam Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang ITE (Informasi dan Transaksi Elektronik) No. 11 Tahun 2008 yang mengatur, “Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya”.

Metode yang digunakan yaitu metode pendekatan *yuridis normatif*. Dengan spesifikasi penelitian menggunakan deskriptif normatif, dimana menggunakan data sekunder dianalisis secara kualitatif. Rumusan masalah dianalisis dengan landasan teori kepastian hukum dan teori penegakan hukum.

Hasil penelitian menunjukkan tidak adanya aturan yang secara jelas mengatur system pembayaran split payment guna menjadi payung hukum yang bisa melindungi konsumen dalam melakukan transaksi jual-beli online menggunakan fitur Marketplace yang terdapat pada aplikasi Facebook ini yang memungkinkan para konsumen mendapatkan kerugian dikarenakan oleh pihak pelaku usaha pada aplikasi tersebut. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) serta UU ITE adalah Undang-Undang yang di dalamnya mengatur tentang perlindungan konsumen dan juga tentang transaksi online. Sebagai seorang pelaku usaha, sudah menjadi kewajibannya dalam memberi dan memenuhi hak daripada konsumennya. Dengan demikian, konsumen akan mendapatkan hak-haknya sebagai konsumen dan tidak dirugikan oleh pelaku usaha yang melakukan perbuatan tidak baik

Kata Kunci : *Perlindungan Hukum, Jual Beli, E-commerce.*

ABSTRAK

In today's era, technology is something that is very much needed by every group, the use of technology brings positive forms to facilitate communication and so on, but the use of technology is often misused such as electronic-based fraud or what we often know as e-commerce. Electronic commerce (e-commerce) has now reformed conventional trade, where the interaction between consumers and business actors that was previously carried out directly, which with the existence of electronic commerce, has now become an indirect interaction. The definition of e-commerce is also stated in Article 1 paragraph (2) of the ITE Law (Information and Electronic Transactions) No. 11 of 2008 which regulates, "Electronic Transactions are legal acts carried out using Computers, Computer networks, and/or other electronic media".

The method used is the normative legal approach method. With research specifications using normative descriptive, where using secondary data is analyzed qualitatively. The formulation of the problem is analyzed based on the theory of legal certainty and the theory of law enforcement.

The results of the study show that there are no clear rules governing the split payment system to be a legal umbrella that can protect consumers in making online buying and selling transactions using the Marketplace feature on the Facebook application which allows consumers to suffer losses due to business actors in the application. Law No. 8 of 1999 concerning Consumer Protection (UUPK) and the ITE Law are laws that regulate consumer protection and also online transactions. As a business actor, it is his obligation to provide and fulfill the rights of his consumers. Thus, consumers will get their rights as consumers and will not be harmed by business actors who commit bad acts.

Keywords: *Legal Protection, Buying and Selling, E-commerce.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis ini yang berjudul “ **PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE MELALUI MARKETPLACE FACEBOOK DENGAN SISTEM SPLIT PAYMENT**”. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Hukum di Program Magister Ilmu Hukum, Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA).

Penulis menyadari bahwa penyusunan tesis ini tidak terlepas dari berbagai keterbatasan dan kekurangan. Banyak hambatan dan tantangan yang dihadapi selama proses penelitian, namun berkat bimbingan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak, tesis ini akhirnya dapat diselesaikan. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

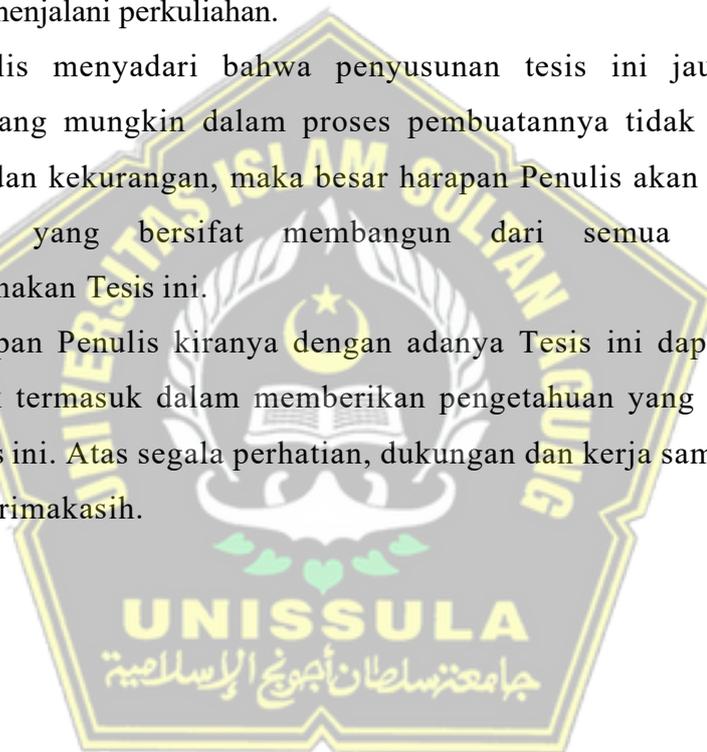
1. Prof. Dr. H. Gunarto, S.H., S.E., Akt, M.Hum. selaku Rektor Universitas Islam Sultan Agung Semarang
2. Dr. H. Jawade Hafidz, S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Dr Andre Winjaya Laksana, SH., M.H., selaku Ketua Program Studi Magister (S2) Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Dr. Arpangi, SH., M.H., selaku Sekretaris Program Studi Magister (S2) Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
5., selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan sabar memberikan arahan dan masukan hingga penyusunan Tesis ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu, dan mohon maaf dalam berjalannya penelitian penulisan Tesis ini, penulis banyak melakukan

kesalahan dan kelalaian.

6. Segenap Dosen Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan bimbingan serta ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis selama menjalani perkuliahan, semoga ini bisa menjadi amal jariyah bagi bapak ibu kelak.
7. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan pelayanan yang baik bagi Penulis selama menjalani perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tesis ini jauh dari kata sempurna yang mungkin dalam proses pembuatannya tidak terlepas dari kekhilafan dan kekurangan, maka besar harapan Penulis akan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak guna menyempurnakan Tesis ini.

Harapan Penulis kiranya dengan adanya Tesis ini dapat membantu setiap pihak termasuk dalam memberikan pengetahuan yang lebih dengan adanya Tesis ini. Atas segala perhatian, dukungan dan kerja samanya Penulis Ucapkan Terimakasih.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian.....	13
E. Kerangka Konseptual	15
F. Kerangka Teoritis	23
G. Metode Penelitian.....	37
H. Sistematika Penulisan.....	41
BAB II.....	43
TINJAUAN PUSTAKA.....	43
A. Tinjauan Umum Tentang Jual Beli Menurut Islam.....	43
1. Pengertian Jual Beli	43
2. Sumber Hukum Jual Beli.....	44
3. Rukun dan Syarat Jual Beli.....	46
4. Khiyar Dalam Jual Beli.....	51
5. Jual Beli Dalam Bentuk Khusus	51
6. Jual beli yang terlarang	54

B. Tinjauan Umum Tentang Jual Beli Online.....	55
1. Pengertian Jual Beli	55
2. Dasar Hukum Jual Beli Online	58
3. Subjek dan Objek Jual Beli Online.....	61
4. Proses Transaksi Jual Beli Online	62
5. Tempat Jual Bel Online	68
6. Jenis Transaksi Jual Beli Online.....	70
7. Sistem Keamanan e-commerce.....	73
8. Kelebihan dan Kekurangan Transaksi Jual Beli Online	75
BAB III	82
PEMBAHASAN.....	82
A. Perlindungan hukum terhadap konsumen yang melakukan transaksi jual-beli melalui fitur marketplace dalam aplikasi facebook dengan system split payment.....	82
B. Penyelesaian sengketa konsumen apabila terdapat permasalahan hukum dalam melakukan transaksi online pada fitur Marketplace dengan system split payment	95
BAB IV	104
PENUTUP.....	104
A. Kesimpulan.....	104
B. Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA.....	109
A. Buku	109
B. Perundang-undangan.....	111
C. Jurnal	112
D. Lain-lainya	113

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah Negara hukum yang berdasarkan Pancasila dan Undang - Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dengan menjunjung tinggi nilai moral, etika, akhlak dan kepribadian luhur bangsa, beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, serta menghormati kebhinekaan dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. ¹

Pesatnya perkembangan Internet saat ini menjadikan perekonomian dunia masuk ke dalam era baru yang dimana kini lebih terkenal dengan istilah ekonomi digital (digital economic). Hal tersebut dapat kita lihat dengan bertambah banyaknya kegiatan perekonomian menggunakan internet yang dijadikan sebagai media komunikasi. Salah satunya adalah perdagangan, yang dimana semakin banyak orang memanfaatkan perdagangan elektronik atau yang sering disebut dengan istilah electronic commerce (e-commerce) yang dijadikan sebagai media transaksi. Ecommerce didefinisikan sebagai proses pembelian, penjualan, dan perdagangan barang serta penyediaan informasi dengan menggunakan jaringan komputer yang terhubung dengan internet. E-commerce, juga dikenal sebagai kependekan dari electronic commerce (perdagangan

¹ Widayati, September "Implementasi asas hukum Dalam pembentukan peraturan Perundang-Undangan Yang partisipatif dan berkeadilan", Jurnal Hukum Unissula, Volume 36 No. 2.

secara elektronik), adalah transaksi bisnis yang dilakukan melalui jaringan elektronik, seperti internet. Siapa saja yang dapat menggunakan komputer, memiliki koneksi internet, dan mengetahui cara membayar barang atau jasa yang mereka beli dapat berpartisipasi dalam ecommerce.²

Perdagangan elektronik (e-commerce) kini sudah mereformasi perdagangan konvensional, dimana interaksi antara konsumen dengan pelaku usaha yang sebelumnya dilakukan secara langsung, yang dengan adanya perdagangan elektronik, kini menjadi interaksi yang tidak langsung. Pandangan bisnis klasik juga semakin berubah seiring dengan adanya interaksi antara produsen dan konsumen dalam dunia virtual. Perdagangan yang digunakan dalam e-commerce dibuat guna mendapatkan kesepakatan antara penjual dan pembeli secara daring atau online. Kesepakatan ini dibuat pada saat barang dibeli hingga sampai langsung ke tangan konsumen. Pengertian daripada e-commerce juga tertuang dalam Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang ITE (Informasi dan Transaksi Elektronik) No. 11 Tahun 2008 yang mengatur, “Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya”. Perdagangan yang dijalankan secara online pada umumnya dapat disamakan dengan perdagangan yang dilakukan secara langsung

² Sarif Hidayat, Hari Suryantoro, dan Jansen Wiratama “Pengaruh Media Sosial Facebook Terhadap Perkembangan E-Commerce di Indonesia”, Jurnal SIMETRIS, Vol. 8 No. 2 (2017) <https://jurnal.umk.ac.id/index.php/simet/article/view/1165/1082>

(konvensional) karena samasama mengandung asas konsensualisme yaitu sebagai perantara antara kedua belah pihak yang bertransaksi. Perbedaan utama antara transaksi yang dilakukan di sini yaitu media yang digunakan. Secara umum, transaksi tradisional dijalankan secara langsung serta dilakukan secara perlahan, sedangkan transaksi online dijalankan menggunakan internet sebagai medianya. Transaksi online disini juga dapat dilakukan kapan dan dimana saja apabila kita sudah terhubung dengan internet.

Sebagai negara adalah keharusan melindungi warna negaranya untuk dapat hidup berdampingan dan aman, dalam menghadapi modernisasi negara harus siap dan antisipasi dalam menghadapi segala bentuk permasalahan yang akan terjadi seperti yang tertuang pada UUD 1945 pasal 28D ayat 1 yang berbunyi “Setiap orang sama di hadapan hukum dan negara serta berhak atas perlindungan hukum yang sama tanpa diskriminasi dan harus diadili menurut hukum yang sama”.³

Siapa yang tak kenal dengan Facebook ? Facebook merupakan media sosial yang sangat banyak digunakan pada era yang serba digital seperti sekarang ini. Melihat banyaknya pengguna Facebook sekarang ini, amat sangat memungkinkan bagi para penggunanya untuk dapat melakukan interaksi antara sesama pengguna kapanpun dan dimanapun mereka berada. Facebook juga memiliki fitur di dalamnya yang bernama

³ UUD 1945 pasal 28D ayat 1

Marketplace pada aplikasinya. Fitur tersebut dapat dikatakan suatu pasar digital yang menjadi wadah dalam kegiatan transaksi bagi sesama pengguna Facebook.

Aplikasi Facebook sendiri yang dimana di dalamnya terdapat fitur Marketplace tersebut, hanya menyediakan tempat atau sarana untuk melakukan suatu transaksi dan tidak menyediakan fasilitas pengiriman barang atau pembayaran. Sehingga apabila para pihak atau pengguna yang melakukan transaksi melalui fitur Marketplace dalam media sosial Facebook harus mengatur pembayaran serta proses pengiriman barang yang diperjual belikan sesuai dengan kesepakatan yang sudah disepakati antara kedua belah pihak atau pengguna, tanpa adanya suatu jaminan keamanan dari pihak perantara (Facebook).

Mungkin terdengar praktis dan simple, tetapi dalam pelaksanaan kegiatan perdagangan online dalam fitur Marketplace yang terdapat dalam aplikasi Facebook tentu juga memiliki kekurangan yang dimana kekurangan tersebut seringkali menimbulkan masalah ataupun permasalahan hukum bagi masing-masing penggunanya. Salah satu permasalahan hukum yang sering terjadi dalam transaksi jual-beli online pada Marketplace adalah maraknya penipuan yang dilakukan oleh pelaku usaha yang salah satunya seperti kurang terpenuhinya hak daripada konsumen pada transaksi yang dilakukan dalam media tersebut. Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan pihak Facebook tidak memiliki suatu

fasilitas keamanan. Banyaknya kemudahan yang ditawarkan dalam melakukan transaksi jual-beli online ini tentu juga dibalikinya terdapat dampak negatif yang dimana para konsumen juga perlu waspadi, mengingat transaksi jual-beli online ini tidak dapat bertemu dan bertatap muka secara langsung, yang dimana hal tersebut dapat memberikan kesempatan bagi para pelaku usaha untuk melakukan perbuatan yang dapat melanggar hak-hak konsumennya, terkecuali apabila sebelumnya masing-masing pihak sudah membuat perjanjian terlebih dahulu untuk bertemu secara langsung.

Dengan adanya permasalahan tersebut, tentu saja diperlukan suatu payung hukum yang bisa melindungi konsumen dalam melakukan transaksi jual-beli online menggunakan fitur Marketplace yang terdapat pada aplikasi Facebook ini yang memungkinkan para konsumen mendapatkan kerugian dikarenakan oleh pihak pelaku usaha pada aplikasi tersebut. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) serta UU ITE adalah Undang-Undang yang di dalamnya mengatur tentang perlindungan konsumen dan juga tentang transaksi online. Sebagai seorang pelaku usaha, sudah menjadi kewajibannya dalam memberi dan memenuhi hak daripada konsumennya. Dengan demikian, konsumen akan mendapatkan hak-haknya sebagai konsumen dan tidak dirugikan oleh pelaku usaha yang melakukan

perbuatan tidak baik.⁴

Berbagai inovasi penjualan dan sistem pembayaran yang muncul menjadikan banyaknya peluang – peluang para oknum dalam melakukan perbuatan melawan hukum. Dari mulai penipuan, maupun barang yang datang tidak layak atau tidak sesuai dengan yang ditawarkan. Seperti yang terjadi pada teman saya yang mengalami penipuan ketika membeli kulkas dimarketplace dalam aplikasi facebook dengan sistem split payment.

Split Payment tidak hanya ada dimedia elektronik toko-toko besar sekarang juga sudah menawarkan sistem pembayaran split payment. Canggihnya teknologi dan elektronik yang ditawarkan membuat orang mudah tertarik dan ingin mengikuti perkembangan jaman. Alih-alih gengsi dengan teman sebaya. Anak muda jaman sekarang rela membeli elektronik dengan pembayaran yang bermacam-macam.

Contohnya pada erafone member of erajaya swasembada tbk yang menawarkan pembayaran split payment di sebagian besar toko fisik dan toko online mereka. Ini berarti Anda bisa membagi pembayaran Anda menjadi beberapa bagian, menggunakan berbagai metode pembayaran seperti tunai, transfer bank, kartu kredit, dan PayLater.

Berikut adalah beberapa detail lebih lanjut:

1. Metode Pembayaran yang Didukung:

⁴ Magfirah, Ester Dwi. “Perlindungan Konsumen Dalam E-Commerce.” Jakarta: Grafikatama Jaya (2009), Hal. 41.

Anda dapat menggabungkan metode pembayaran seperti tunai, transfer bank, dan PayLater.

2. Lembaga Pembiayaan:

Erafone bekerja sama dengan lembaga pembiayaan seperti Home Credit, AEON, Kredivo, dan Akulaku untuk mempermudah proses cicilan.

3. Kartu Kredit:

Anda juga bisa menggunakan kartu kredit untuk cicilan 0% di Erafone.

4. Syarat dan Ketentuan:

Pastikan Anda memahami syarat dan ketentuan split payment yang berlaku di Erafone, terutama jika Anda akan menggunakan metode pembayaran tertentu.

Sistem-sistem pembayaran berikutlah yang membangkitkan inovasi para pedagang disosial media untuk mendukung dagangannya. Tidak adanya aturan pasti karena pembayaran yang terbentuk adalah inovasi untuk kemudahan membuat para oknum menjadikan hal tersebut sebagai kesempatan.

Dalam Jual beli online di Facebook untuk tahun 2024 secara terpisah. Namun, ada beberapa informasi yang relevan:

1. Penipuan Online Umum:

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) mencatat

405.000 laporan penipuan transaksi online dari tahun 2017 hingga 2024.

2. Facebook Marketplace:

Facebook Marketplace, sebagai salah satu platform jual beli online populer, sering menjadi sasaran penipuan. *fortalice Solutions* melaporkan bahwa 9 dari 10 korban penipuan belanja online mengatakan mereka ditipu melalui Facebook atau Instagram pada tahun 2021.

3. Jenis Penipuan:

Ada berbagai jenis penipuan yang terjadi di platform online, termasuk penipuan dengan modus penawaran barang murah, transfer uang palsu, dan lain-lain.

4. Polda Jabar:

Polres Jakarta Barat telah menangani beberapa kasus penipuan jual beli online melalui Facebook, salah satunya melibatkan modus penawaran barang yang kemudian ditipu.

Meskipun tidak ada data spesifik untuk Facebook pada tahun 2024, penipuan online, termasuk yang terjadi di Facebook Marketplace, merupakan masalah yang signifikan. Beberapa contoh kasus dan informasi yang tersedia menunjukkan bahwa Facebook Marketplace merupakan platform yang rentan terhadap penipuan. Masyarakat disarankan untuk berhati-hati dan waspada saat bertransaksi di platform online seperti

Facebook.

Dalam artikel lain yaitu Australian Broadcasting Corporation dilansir bahwa Facebook Marketplace telah menjadi sarang penipu,

Setiap bulan, ratusan warga Australia melaporkan penipuan di Marketplace kepada *IDCare*, layanan nasional untuk korban kejahatan identitas. Di kantor pusat badan amal di Sunshine Coast, analis Ryan Hansen mendalami taktik penipuan.

Dia secara teratur menghubungi penipu di Marketplace, berpura-pura menjadi korban berikutnya, dan kemudian melaporkannya ke polisi dan pemilik platform, yang Dimana penipu selalau berganti akun dan mencari korban selanjutnya.

Ini hanyalah salah satu contoh penipuan Marketplace. Yang lainnya menargetkan penjual dan yang mengarahkan korban ke situs web palsu. Jenis lain menggunakan tangkapan layar transfer bank palsu untuk meyakinkan penjual bahwa mereka telah menerima terlalu banyak uang dan harus mengembalikan selisihnya.

Sistem pembayaran yang menggiurkan dapat mengecoh pembeli dengan kemudahan pembayaran, apalagi minimnya orang yang menyimpan uang cash karena sudah bisa diakses melalui online dan dibeli dengan transfer. Pembayaran yang displit diawal atau dengan cicilan memudahkan pembeli untuk dapat mendapatkan barang terlebih dahulu tanpa perlu membayar saat itu juga.

Dalam Pasal 45(A) ayat 1 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) memang mengatur tentang penipuan yang dilakukan melalui transaksi elektronik. Pasal ini menjelaskan “Bahwa setiap orang yang dengan sengaja menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik, dapat dijerat dengan hukuman pidana penjara paling lama 6 tahun dan/atau denda paling banyak 1 miliar rupiah”.⁵

Banyaknya kasus penipuan dan pelaku usaha yang tidak memenuhi kewajiban sebagaimana semestinya, dan tidak adanya aturan yang secara spesifik mengatur untuk menjadi payung hukum bagi konsumen. Padahal dalam melaksanakan perjanjiannya setiap orang berhak atas haknya seperti yang disebutkan pada 1338 berbunyi:

“(1) Semua persetujuan yang dibuat secara sah, berlaku sebagai Undang-Undang bagi mereka yang membuatnya;

(2) Persetujuan-persetujuan itu tidak dapat ditarik Kembali selain dengan sepakat kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang oleh Undang-Undang dinyatakan cukup untuk itu;

(3) Persetujuan harus dilaksanakan dengan iktikad baik.”

Proses pembelian yang tidak transparansi dan fitur yang tidak terflow

⁵ Pasal 45(A) ayat 1 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).

dengan baik sehingga rentan terhadap kejahatan-kejahatan elektronik. Seperti yang dijelaskan PP No. 82/2012 memberikan rincian tentang proses, persyaratan, dan perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik. Ini penting bagi pelaku usaha dan konsumen untuk melakukan transaksi online dengan aman dan sah, termasuk mengenai kewajiban pedagang dalam e-commerce.

PP No. 82/2012, yang mengatur tentang penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik (PSTE), memberikan rincian tentang proses, persyaratan, dan perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik. Peraturan ini menjadi dasar hukum bagi pelaku usaha yang mengoperasikan PSTE dalam kegiatan bisnisnya.

Beberapa poin penting yang diatur dalam PP No. 82/2012 antara lain:

1. Kewajiban Penyelenggara Sistem Elektronik:

Menjamin kerahasiaan, keutuhan, keautentikan, keteraksesan, ketersediaan, dan dapat ditelusurinya informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik sesuai peraturan perundang-undangan.

2. Kewajiban Pelaku Usaha dalam Transaksi E-commerce:

Memberikan informasi yang jelas tentang penawaran, memberikan batas waktu pengembalian barang jika tidak sesuai perjanjian, dan menyampaikan informasi mengenai barang yang dikirim.

3. Penetapan Kesepakatan dalam Transaksi Elektronik:

Terjadi saat penawaran yang dikirim telah diterima dan disetujui oleh penerima, dapat berupa tindakan penerimaan atau penggunaan objek.

4. Jaminan dalam Transaksi Elektronik:

Para pihak wajib menjamin pemberian data dan informasi yang benar, ketersediaan sarana dan layanan, serta penyelesaian pengaduan.

Pemahaman terhadap ketentuan dalam PP No. 82/2012 sangat penting bagi pelaku usaha dan konsumen untuk memastikan transaksi online yang aman, sah, dan melindungi kepentingan masing-masing.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk mengkaji dan melakukan penelitian dengan judul ; **PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE MELALUI MARKETPLACE FACEBOOK DENGAN SISTEM SPLIT PAYMENT.**

B. Rumusan Masalah

Menelaah dari latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen yang melakukan transaksi jual-beli melalui fitur *marketplace* dalam aplikasi *facebook* dengan system *split payment*?
2. Bagaimana penyelesaian sengketa konsumen apabila terdapat permasalahan hukum dalam melakukan transaksi *online* pada fitur

Marketplace dengan system split payment ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan menjadi arah dalam setiap penulisan dan menjadi tumpuan dalam meneliti, sehingga dalam penulisan dan penelitian ini memiliki tujuan yang selaras dengan rumusan masalah diatas. Adapun tujuan tersebut sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis perlindungan hukum terhadap konsumen yang melakukan transaksi jual-beli melalui fitur *marketplace* dalam aplikasi *facebook* dengan system *split payment*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis penyelesaian sengketa konsumen apabila terdapat permasalahan hukum dalam melakukan transaksi.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis :

Hasil dari penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan kontribusi pemikiran serta pemahaman dan pandangan baru serta dapat menjadi bahan kajian lebih lanjut untuk melahirkan konsep-konsep pidana dan ppidanaan. Dengan penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya pemahaman akademisi di bidang ilmu hukum bisnis, khususnya mengenai Transaksi jual beli di *e-commerce* mengingat semakin modernnya dunia, dan perkembangan teknologi banyaknya jenis jual-beli dan sistem pembayaran yang beragam.

Penelitian ini dapat menjadi referensi dalam menyelesaikan berbagai permasalahan yang timbul dalam sistem pembayaran pada transaksi jual-beli di aplikasi atau *e-commerce* yang ada.

2. Manfaat Praktis :

a. Korban

Penelitian ini menjadi solusi untuk memberikan rasa keadilan terhadap korban penipuan berbasis elektronik serta memberikan jaminan perlindungan hukum.

b. Bagi Masyarakat

Memberikan pandangan kepada masyarakat terkait pentingnya membuka wawasan mengenai kejahatan dan penipuan elektronik sehingga dapat memahami dan waspada terhadap jual beli di sosial media.

c. Penegak Hukum

Hasil penelitian ini, penulis berharap agar dijadikan sebagai rujukan dan gambaran oleh para insan yuris dalam menerapkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang ITE terhadap Tindak Pidana Penipuan Jual Beli berbasis elektronik di *e-commerce*, sehingga didalam penegakan hukum bisa memberikan kepastian hukum, keadilan, dan kemanfaatan.

E. Kerangka Konseptual

Konsep (*concept*) adalah kata yang menyatakan abstraksi yang digeneralisasikan dari gejala-gejala tertentu.⁶ Kerangka konsep dimaksudkan untuk memberikan batasan pembahasan sehingga tidak terjadi bias pada pelaksanaan penelitian. Dalam penelitian ini terdapat beberapa konsep yaitu :

1. Perlindungan Konsumen

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengertian perlindungan adalah hal memperlindungi atau memproteksi, sedangkan konsumen adalah pemakai barang hasil produksi (bahan pakaian, makanan, dan sebagainya), penerima pesan iklan, dan pemakai jasa.

Perlindungan konsumen adalah upaya untuk melindungi dan memastikan hak-hak konsumen dalam bertransaksi atau menggunakan produk dan jasa. Konsumen adalah siapa pun yang membeli atau menggunakan barang, jasa, atau fasilitas yang disediakan oleh pelaku usaha.

Perlindungan konsumen di Indonesia diatur oleh Undang -Undang Nomor 8 Tahun 1999. UU ini berlaku untuk seluruh wilayah Indonesia dan mengatur hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha

a. Tujuan Perlindungan Konsumen

⁶ Amiruddin dan H. Zainal Asikin, 2012, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Cetakan Keenam, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta, hlm.48

Tujuan perlindungan konsumen, sebagaimana yang dimaksud dalam ketentuan Pasal 3 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang yaitu :

- 1) Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri
- 2) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- 3) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- 4) Menciptakan sistem yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- 5) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha:
- 6) Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen

b. Asas-asas Perlindungan Konsumen

Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia mengatur sejumlah asas yang menjadi landasan dalam penyelenggaraan perlindungan bagi konsumen.

1) Asas Manfaat

Asas manfaat mengamanatkan bahwa setiap upaya dalam penyelenggaraan harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan. Dengan demikian, perlindungan diarahkan untuk menciptakan keseimbangan keuntungan bagi seluruh pihak yang terlibat.

2) Asas Keadilan

Asas keadilan bertujuan untuk memastikan bahwa partisipasi seluruh masyarakat dapat terwujud secara maksimal dan memberikan kesempatan bagi konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh hak-haknya dan melaksanakan kewajiban secara adil. Dalam perlindungan konsumen, asas keadilan menjadi dasar dalam menyeimbangkan hak dan kewajiban antara konsumen dan pelaku usaha agar tidak ada pihak yang dirugikan.

3) Asas Keseimbangan

Asas keseimbangan dimaksudkan untuk menciptakan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah, baik dalam hal materiil maupun spiritual. Dengan adanya asas ini, diharapkan asas ini dapat mencakup aspek kepentingan seluruh pihak yang terlibat dalam transaksi atau kegiatan ekonomi.

4) Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

Asas keamanan dan keselamatan konsumen bertujuan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan. Para pelaku usaha diwajibkan untuk menyediakan produk dan jasa yang aman bagi konsumen agar terhindar dari potensi bahaya atau kerugian.

5) Asas Kepastian Hukum

Asas kepastian hukum dimaksudkan untuk memastikan bahwa baik pelaku usaha maupun konsumen tunduk pada hukum dan mendapatkan perlakuan yang adil dalam penyelenggaraan . Negara memiliki peran penting dalam menjamin kepastian hukum dan menegakkan

keadilan bagi semua pihak yang terlibat dalam perlindungan konsumen.

2. Jual Beli

Jual beli online terdiri dari dua suku kata yaitu jual beli dan online. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, jual beli adalah persetujuan saling mengikat antar penjual, yakni pihak yang menyerahkan barang, dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual⁷

Menurut etimologi, jual beli adalah pertukaran sesuatu dengan sesuatu (yang lain). Kata lain dari jual beli adalah al-ba'i, asy-syira, al-mubadah, dan at-tijarah. Menurut terminologi, para ulama berbeda pendapat dalam mendefinisikannya, antara lain:

- 1) Menurut ulama Hanafiyah: jual beli adalah pertukaran harta (benda) dengan harta berdasarkan cara khusus (yang dibolehkan).
- 2) Menurut Imam Nawawi dalam Al-Majmu: jual beli adalah pertukaran harta dengan harta untuk kepemilikan.
- 3) Menurut Ibnu Qudamah dalam kitab Al-mugni: jual beli adalah pertukaran harta dengan harta, untuk saling menjadikan milik.

Pengertian lainnya jual beli adalah persetujuan saling mengikat antara penjual (yakni pihak yang menyerahkan atau menjual barang) dan

⁷ Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi IV, (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2008), h. 589

pembeli (sebagai pihak yang membayar atau membeli barang yang dijual).⁸

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa jual beli merupakan perjanjian secara sukarela antara penjual dan pembeli dalam transaksi tukar menukar benda atau barang untuk menjadi kepemilikan masing-masing, dimana penjual menyerahkan barang dan pembeli menyerahkan uang sebagai alat tukar untuk barang tersebut.

Sedangkan online berasal dari bahasa inggris yang artinya dalam jaringan atau biasa disebut daring. Jual beli online diartikan sebagai jual beli barang dan jasa melalui media elektronik, khususnya melalui internet atau secara online.

Jual beli online sering kali disebut juga dengan online shopping atau jual beli melalui media internet. Menurut Alimin mendefinisikan jual beli online sebagai satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik.⁹ Terkait dalam perspektif islam mengenai jual beli online yang saat ini telah menjadi suatu hal yang sangat lumrah dilakukan dalam transaksi jual beli, terutama jual beli online berbasis kepada media sosial, perlu diketahui apakah dalam jual

⁸Lisa Umami, Pengantar Ekonomi Islam, (Malang: Kurnia Advertising, 2012), h. 64

⁹ Muhammad Alimin, Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam, (Yogyakarta: BFFE, 2004), h. 76

beli online tersebut telah memenuhi rukun dan syarat, sehingga jual beli dapat dikatakan sah oleh syarat¹⁰.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa jual beli via internet adalah jual beli yang terjadi dimedia elektronik, yang mana transaksi jual beli tidak mengharuskan penjual dan pembeli bertemu secara langsung atau saling bertatap muka secara langsung, dengan menentukan ciri-ciri, jenis barang, sedangkan untuk harganya dibayar terlebih dahulu baru diserahkan barangnya.

Dalam prakteknya seiring modernisasi dan perkembangan jaman, dan maraknya pembayaran cashless menimbulkan banyak inovasi dalam sistem pembayaran dalam transaksi jual-beli atau yang sering kita sebut sebagai split payment,

3. Split Payment

"Split payment" tidak memiliki definisi resmi di Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) karena merupakan istilah bahasa Inggris yang digunakan dalam konteks transaksi pembayaran. Namun, secara umum, split payment dapat diterjemahkan sebagai "pembayaran terpisah" atau "pembagian pembayaran".

Split payment adalah salah satu metode terbaru dari sistem pembayaran digital yang cukup banyak digunakan. enurut bahasa,

¹⁰ Achmad Zurohman dan Eka Rahayu, 2019, Jual Beli Online dalam Perspektif Islam, Jurnal Iqtishodiyah Vol. 5 No. 1, Januari 2019, h.25.

pengertian split payment adalah pembayaran terpisah. Sementara, dalam dunia jual beli, split payment adalah metode dalam membayar suatu jasa atau barang dengan menggunakan berbagai sumber pembayaran. Sehingga, bisa dikatakan bahwa pengertian split payment adalah sistem pembayaran satu produk dengan cara berbeda-beda.

Secara mendasar, metode split payment ini muncul akibat ada kecenderungan orang-orang memiliki lebih dari satu dompet digital atau rekening. Contohnya, ketika sobat OCBC ingin membeli suatu produk seharga Rp200.000.

Maka, dengan memanfaatkan cara split payment, Anda bisa membagi pembayaran tersebut menjadi dua cara sekaligus. Misal, Rp120.000 dibayarkan menggunakan GoPay, sementara sisanya Rp80.000 ditransfer melalui rekening A.

Adapun tujuan mendasar penggunaan split payment adalah untuk mendorong para konsumen agar mau mengeluarkan uangnya. Ya, mengingat kemampuan pembayaran tiap orang berbeda-beda, maka metode split payment tentu memberikan kemudahan sistem pembayaran terhadap lebih banyak pembeli.

Mungkin saja ada yang hanya bisa membayar secara tunai sebagian, dimana sebagiannya lagi dilunasi melalui kredit. Sayangnya, tidak semua pihak menyediakan sistem pembayaran split payment lantaran cara

pengauditan yang jauh lebih rumit daripada pembayaran dengan satu metode saja.

Metode split payment hanya banyak ditemukan di toko-toko online atau e-commerce. Hal ini dikarena platform tersebut umumnya mempunyai sistem mumpuni yang mampu terintegrasi secara baik.

F. Kerangka Teoritis

Kerangka teori meliputi teori hukum itu sendiri, ajaran hukum, asas hukum, konsep hukum dan adagium (*maxim*) hukum kendati harus diakui bahwa kedudukan teori hukum sebagai landasan teoritis adalah sangat strategis dalam membangun argumentasi hukum.¹¹ Oleh karena itu Bruggink secara sistematis memberikan pengertian teori hukum sebagai suatu keseluruhan pernyataan yang saling berkaitan dengan sistem konseptual aturan-aturan hukum dan keputusan-keputusan hukum yang untuk suatu bagian penting sistem tersebut memperoleh bentuk dalam hukum positif.

1. Teori Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen merupakan suatu istilah yang digunakan untuk menggambarkan suatu perlindungan hukum bagi konsumen dari hal-hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri. Didalam pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang

¹¹ I Made Pasek Diantha. 2016, *Metodologi Penelitian Hukum Normatif dalam Justifikasi Teori Hukum*, Kencana, Jakarta, hlm. 129

Perlindungan Konsumen dijelaskan: “ perlindungan konsumen ialah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk perlindungan kepada konsumen”. Atau lebih singkatnya perlindungan konsumen ialah segala upaya untuk menjamin suatu kepastian hukum dalam memberikan perlindungan terhadap konsumen. Perlindungan konsumen memiliki ruang lingkup yang cukup luas mencakup perlindungan konsumen dalam memperoleh barang atau jasa, hal ini mulai dari tahap mendapatkan sampai dengan akibat yang ditimbulkan dari penggunaan barang/jasa tersebut.¹²

Dari pengertian di atas, maka disimpulkan bahwasanya perlindungan konsumen ialah segala upaya untuk menjamin suatu kepastian hukum guna memberikan perlindungan terhadap konsumen dalam mendapatkan barang/jasa, mulai dari tahap mendapatkan hingga akibat yang ditimbulkan atas penggunaan barang tersebut.

Dalam pelaksanaannya para pihak harus memenuhi hak dan kewajibannya Dalam Pasal 4 UU Nomor 8 Tahun 1999 telah ditentukan mengenai hak-hak dari Konsumen diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Hak untuk keselamatan dan kenyamanan dalam menggunakan barang dan jasa

¹² Jannus Sibadolok, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, (Bandung: PT Citra Aditya Bhakti,2010), 7.

- b. Hak memilih dan mendapatkan barang atau jasa yang setara dengan nilai tukar atau kondisi serta jaminan yang telah dijanjikan.
- c. Hak mengenai informasi suatu kondisi serta jaminan barang dan jasa secara benar jelas dan jujur.
- d. Hak didengarkan pendapat serta keluhannya mengenai barang dan jasa yang dipergunakan.
- e. Berhak memperoleh advokasi perlindungan serta upaya untuk menyelesaikan permasalahan sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- f. Hak untuk memperoleh pembinaan serta pendidikan konsumen.
- g. Hak untuk dilayani serta diperlakukan dengan jujur dan tidak diskriminatif
- h. Hak menerima kompensasi ganti rugi, jika barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau sebagaimana mestinya
- i. Dan hak-hak yang telah diatur didalam peraturan perundangundangan lainnya.

Sedangkan mengenai kewajiban konsumen dijelaskan dalam pasal 5, yaitu:

- a. Membaca serta mengikuti prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan jasa, demi keamanan dan keselamatan.

- b. Memiliki itikad baik ketika melakukan transaksi pembelian barang atau jasa.
- c. Melakukan pembayaran sesuai dengan nilai yang telah disepakati
- d. Mengikuti upaya penyelesaian sengketa hukum perlindungan konsumen secara patut.

Di dalam Pasal 6 UU No.8 Tahun 1999 Produsen juga disebut sebagai pelaku usaha yang mempunyai hak diantaranya:

- a. Hak menerima pembayaran yang setara dengan nilai tukar barang atau jasa yang diperdagangkan sesuai dengan kesepakatan.
- b. Hak memperoleh perlindungan hukum atas perbuatan konsumen yang memiliki itikad tidak baik.
- c. Hak untuk membela diri sebagaimana seharusnya dalam penyelesaian sengketa hukum konsumen.
- d. Hak untuk mendapatkan nama baik kembali apabila secara hukum telah terbukti bahwa kerugian yang dialami konsumen bukan merupakan akibat dari barang dan jasa yang diperdagangkannya.
- e. Serta hak-hak yang telah diatur didalam peraturan perundangundangan.

Sedangkan kewajiban dari pelaku usaha telah diatur dalam pasal 7 yaitu sebagai berikut:

- a. Didalam melakukan kegiatan usahanya memiliki itikad baik

- b. Memberikan informasi yang sebenar-benarnya mengenai keadaan barang atau jasa serta memberikan penjelasan mengenai tata cara penggunaan, perbaikan serta pemeliharaan.
- c. Memperlakukan konsumen dengan benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- d. Adanya jaminan atas mutu barang atau jasa yang diperdagangkan yang sesuai dengan standar mutu barang atau jasa yang berlaku.
- e. Memberikan jaminan atau garansi atas suatu barang serta konsumen diberikan kesempatan untuk menguji barang atau jasa tertentu yang diperdagangkan
- f. Memberikan kompensasi atau ganti atas kerugian yang diakibatkan dari penggunaan atau pemakaian barang yang diperdagangkan.
- g. Apabila barang atau jasa yang diterima konsumen tidak sesuai dengan perjanjian maka pelaku usaha wajib memberikan kompensasi atas kerugiannya.¹³

Dalam memberikan perlindungan baik dari pelaku usaha maupun pembeli para pihak juga harus didasari oleh prinsip-prinsip. Berikut prinsip-prinsip perlindungan konsumen yaitu :

¹³ Celina Tri Siwi Kristiyanti, Hukum Perlindungan Konsumen, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), 31- 44

a. Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Kelalaian/Kesalahan (negligence)

Tanggung jawab atas kelalaian merupakan suatu prinsip tanggungjawab yang bersifat subjektif, yaitu suatu tanggung jawab yang ditentukan oleh pelaku usaha. Berdasarkan teori negligence, kalalaian dari seorang pelaku usaha yang mengakibatkan konsumen mengalami suatu kerugian menjadi salah satu faktor penentu bagi konsumen untuk dapat mengajukan suatu gugatan kepada pelaku usaha atas ganti terhadap suatu kerugian yang dialami oleh konsumen. Negligence dapat juga digunakan sebagai dasar atas suatu gugatan, apabila memenuhi syarat-syarat diantaranya:

- 1) Sebuah tindakan yang mengakibatkan suatu kerugian yang tidak disertai dengan sikap kehati-hatian yang normal.
- 2) Kelalain tergugat dapat dibuktikan oleh penggugat bahwasanya ia tidak berhati-hati atas atas kewajibannya. 3.

Tindakan tersebut merupakan penyebab atas timbulnya suatu kerugiannya.¹⁴

b. Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Wanprestasi (Breach Of Warranty) Tanggung jawab pelaku usaha atas wanprestasi juga

¹⁴ Zulham, Hukum Perlindungan Konsumen, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013), 83

merupakan bagian dari tanggung jawab atas kontrak (contractual liability). Jadi, apabila suatu produk mengalami kerusakan serta mengakibatkan konsumen mengalami suatu kerugian, maka konsumen dapat melihat isi kontraknya baik tertulis maupun tidak.

Dalam teori ini keuntungan yang didapat konsumen ialah penerapan kewajiban yang bersifat mutlak (strict obligation), yakni suatu kewajiban yang didasarkan atas suatu upaya yang telah dilakukan oleh pelaku usaha dalam memenuhi janjinya. Artinya, apabila pelaku usaha telah berupaya untuk melaksanakan kewajiban serta janjinya, akan tetapi konsumen tetap mengalami suatu kerugian maka pelaku usaha tetap wajib bertanggung jawab mengganti atas kerugian yang dialami konsumen. Adapun kelemahan dari teori ini dalam memberikan perlindungan hukum bagi kepentingan konsumen, ialah adanya batas waktu gugatan, persyaratan pemberitahuan, adanya kemungkinan bantahan serta persyaratan hubungan kontrak.

Kewajiban membayar ganti atas kerugian dalam tanggung jawab atas wanprestasi ialah akibat dari penerapan klausula

dalam perjanjian, yang merupakan ketentuan hukum bagi para pihak, yang secara sukarela mengikatkan diri dalam perjanjian.¹⁵

c. Prinsip Tanggung Jawab Mutlak (*strict product liability*)

Prinsip tanggungjawab mutlak dalam hukum perlindungan konsumen umumnya mejerat pelaku usaha, khususnya produsen barang yang dapat merugikan konsumen atas barang yang dijualnya. Dalam tanggung jawab ini dikenal dengan asas product liability. Menurut asas tanggung jawab mutlak, pelaku usaha diwajibkan untuk bertanggungjawab atas semua kerugian yang dialami konsumen akibat dari penggunaan barang yang ia produksi:

- 1) Melanggar jaminan (*breach of warranty*), misalnya kegunaan barang tersebut tidak sesuai dengan keterangan yang terdapat pada label produk.
- 2) Adanya unsur kelalaian (*negligence*), yakni kelalaian pelaku usaha dalam memenuhi standar pembuatan obat.
- 3) penerapan tanggung jawab mutlak (*strict liability*)¹⁶

2. Teori Kepastian Hukum

Hukum merupakan sebuah sistem norma, Norma adalah pernyataan yang menekankan aspek seharusnya atau *das sollen* dengan

¹⁵ Zulham, Hukum Perlindungan Konsumen, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013), 88

¹⁶ Zulham, Hukum Perlindungan Konsumen, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013), 88

menyertakan beberapa persatuan tentang apa yang harus dilakukan. Norma-norma adalah produk dan aksi manusia yang *deliberatif*. Undang-undang yang berisi satuan yang bersifat umum menjadi pedoman bagi individu bertingkah laku dalam bermasyarakat, baik dalam hubungan sesama individu maupun dalam hubungannya dengan masyarakat. Satuan-satuan itu menjadi batasan bagi masyarakat dalam membebani atau melakukan tindakan terhadap individu. Adanya satuan itu dan pelaksanaan satuan tersebut menimbulkan kepastian hukum.¹⁷

Kepastian hukum mengandung dua pengertian, *Pertama*, adanya satuan yang bersifat umum membuat individu mengetahui perbuatan apa yang boleh atau tidak boleh dilakukan. *Kedua*, berupa keamanan hukum bagi individu dan kesewenangan pemerintah karena dengan adanya satuan yang bersifat umum itu individu dapat mengetahui apa saja yang boleh dibebankan atau dilakukan oleh Negara terhadap individu.¹⁸

Penegakan hukum dan keadilan harus menggunakan jalur pemikiran yang tepat dengan alat bukti dan barang bukti untuk merealisasikan keadilan hukum dan isi hukum harus ditentukan oleh keyakinan etis, adil tidaknya suatu perkara. Kepastian hukum merupakan perlindungan *justisiabel* terhadap tindakan sewenang-

¹⁷ Peter Mahmud Marzuki, 2008, *Pengantar Ilmu Hukum*, Kencana, Jakarta. hlm 158

¹⁸ Ridcan Syahrani, 1999, *Rangkuman Intisari Ilmu Hukum*, Citra Aditya Bakti, Hlm 21

wenang dalam keadaan tertentu. Masyarakat mengharapkan kepastian hukum, karena dengan adanya kepastian hukum masyarakat akan lebih tertib.¹⁹

Hukum untuk manusia, maka pelaksanaan hukum atau penegakan hukum harus memberi manfaat atau kegunaan bagi masyarakat. Kepastian hukum sangat identik dengan pemahaman *positivisme* hukum. *Positivisme* hukum adalah satu-satunya sumber hukum adalah undang-undang. Satuan hukum menjadi pedoman bagi individu bertingkah laku dalam hidup bermasyarakat, baik dalam hubungan dengan sesama maupun dalam hubungan dengan masyarakat. Batasan bagi masyarakat dalam membebani atau melakukan tindakan terhadap individu dan pelaksanaan satuan kepastian hukum, yaitu :

1. Adanya satuan yang bersifat umum membuat individu mengetahui perbuatan apa yang boleh atau tidak boleh dilakukan; dan
2. Berupa keamanan hukum bagi individu dari kesewenangan pemerintah karena dengan adanya satuan yang bersifat umum itu individu dapat mengetahui apa saja yang boleh dibebankan atau dilakukan oleh Negara terhadap individu.

¹⁹ Lili Rasdjidi dan Ira Rasjidi, 2001, *Dasar-Dasar Filsafat dan Teori Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm. 42.

Kepastian hukum secara normatif adalah suatu persatuan dibuat dan diundangkan secara pasti karena mengatur secara jelas dan logis. Ajaran kepastian hukum ini berasal dari ajaran yuridis- dogmatik yang didasarkan pada aliran pemikiran *positivis* didunia hukum, yang cenderung melihat hukum sebagai sesuatu yang otonom, yang mandiri karena bagi penganut pemikiran ini, hukum tak lain hanya kumpulan satuan. Bagi penganut aliran ini, tujuan hukum tidak lain ari sekedar menjamin terwujudnya kepastian hukum. Kepastian hukum itu diwujudkan oleh hukum yang bersifat umum. Sifat umum dari satuan- satuan hukum membuktikan bahwa hukum tidak bertujuan untuk mewujudkan keadilan atau kemanfaatan, melainkan semata-mata untuk kepastian hukum. Penegakan hukum mengutamakan kepastian hukum juga akan membawa masalah apabila penegakan hukum terhadap permasalahan yang ada dalam masyarakat tidak dapat diselesaikan berdasarkan hati nurani dan keadilan.²⁰

Penegak hukum menitik beratkan kepada nilai keadilan sedangkan nilai kemanfaatan dan kepastian hukum dikesampingkan, maka hukum itu tidak dapat berjalan dengan baik. Sementara Roscoe Pound dalam teorinya menyatakan bahwa “Hukum adalah alat untuk

²⁰ Ahmad Rifai, 2010, *Penemuan Hukum oleh Hakim, Dalam Perspektif Hukum Progresif*, Sinar Grafika, Jakarta, hlm. 30.

memperbarui (merekayasa) masyarakat (*law as a tool of social engineering*)”.²¹

Indonesia memiliki kultur masyarakat yang beragam dan memiliki nilai yang luhur, tentunya sangat mengharapkan keadilan dan kemanfaatan yang dikedepankan dibandingkan unsur kepastian hukum. Keadilan merupakan hakekat dari hukum, sehingga penegakan hukum pun harus mewujudkan kemanfaatan.²²

Terkait fungsi hukum untuk memberikan perlindungan, Lili Rasjidi dan B. Arief Sidharta mengatakan bahwa hukum itu ditumbuhkan dan dibutuhkan manusia justru berdasarkan produk penilaian manusia untuk menciptakan kondisi yang melindungi dan memajukan martabat manusia serta untuk memungkinkan manusia menjalani kehidupan yang wajar sesuai dengan martabatnya.²³

3. Teori perlindungan hukum

Teori perlindungan hukum adalah konsep dalam hukum yang menekankan pentingnya keberadaan hukum untuk melindungi hak-hak individu dan masyarakat. Tujuan dari teori ini adalah untuk menjaga keseimbangan kekuasaan antara individu dengan pemerintah atau institusi lainnya, serta menjamin bahwa setiap orang memiliki akses

²¹ Darji Darmodiharjo dan Shidarta, 1995, *Pokok-pokok Filsafat Hukum, Apa dan Bagaimana Filsafat Hukum Indonesia*, Gramedia, Jakarta, hlm. 113.

²² Syaiful Bakhri, 2009, *Pidana Denda Dan Korupsi*, Total Media, Yogyakarta, hlm. 129.

²³ Lili Rasjidi dan B. Arief Sidharta, 1994, *Filsafat Hukum Madzab dan Refleksi*. PT. Remaja Rosda Karya, Bandung, hlm. 64.

yang sama terhadap perlindungan hukum. Dalam konteks ini, hukum diharapkan dapat memberikan kepastian dan keadilan bagi setiap individu, serta menjamin bahwa hak-hak dasar individu dihormati dan dilindungi. Perlindungan hukum juga memastikan bahwa setiap orang memiliki akses yang sama terhadap sistem peradilan untuk menyelesaikan sengketa atau melindungi hak-haknya.

Pengertian terminologi hukum dalam Bahasa Indonesia menurut KBBI adalah peraturan atau adat yang secara resmi dianggap mengikat, yang dikukuhkan oleh penguasa ataupun pemerintah, undang-undang, peraturan, dan sebagainya untuk mengatur pergaulan hidup masyarakat, patokan atau kaidah tentang peristiwa alam tertentu, keputusan atau pertimbangan yang ditetapkan oleh hakim dalam pengadilan, atau vonis.²⁴

Dengan kata lain perlindungan hukum sebagai suatu gambaran dari fungsi hukum, yaitu konsep dimana hukum dapat memberikan suatu keadilan, ketertiban, kepastian, kemanfaatan dan kedamaian. Adapun pendapat yang dikutip dari beberapa ahli mengenai perlindungan hukum sebagai berikut :

- a. Menurut Satjito Rahardjo perlindungan hukum adalah adanya upaya melindungi kepentingan seseorang dengan cara

²⁴ Tim penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan pengembangan Bahasa, 1991, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi kedua, cet. 1, Balai Pustaka, Jakarta, hlm. 595.

mengalokasikan suatu Hak Asasi Manusia kekuasaan kepadanya untuk bertindak dalam rangka kepentingannya tersebut

- b. Menurut Setiono perlindungan hukum adalah tindakan atau upaya untuk melindungi masyarakat dari perbuatan sewenang-wenang oleh penguasa yang tidak sesuai dengan aturan hukum, untuk mewujudkan ketertiban dan ketentraman sehingga memungkinkan manusia untuk menikmati martabatnya sebagai manusia.
- c. Menurut Muchsin perlindungan hukum adalah kegiatan untuk melindungi individu dengan menyasikan hubungan nilai-nilai atau kaidah - kaidah yang menjelma dalam sikap dan tindakan dalam menciptakan adanya ketertiban dalam pergaulan hidup antara sesama manusia.

Dalam hukum Pengertian perlindungan hukum adalah Segala daya upaya yang di lakukan secara sadar oleh setiap orang maupun lembaga pemerintah, swasta yang bertujuan mengusahakan pengamanan, penguasaan dan pemenuhan kesejahteraan hidup sesuai dengan hak - hak asasi yang ada sebagaimana di atur dalam Undang-undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia.²⁵

Pada dasarnya perlindungan hukum tidak membedakan terhadap kaum pria maupun wanita. Indonesia sebagai negara hukum

²⁵ <http://tesishukum.com/pengertian-perlindungan-hukum/> di akses pada tanggal 20 Mei 2024.

berdasarkan pancasila haruslah memberikan perlindungan hukum terhadap warga masyarakatnya karena itu perlindungan hukum tersebut akan melahirkan pengakuan dan perlindungan hak asasi manusia dalam wujudnya sebagai makhluk individu dan makhluk sosial dalam wadah negara kesatuan yang menjunjung tinggi semangat kekeluargaan demi mencapai kesejahteraan bersama.

G. Metode Penelitian

Metodologi Penelitian adalah ilmu tentang metode-metode yang akan digunakan dalam melakukan suatu penelitian.²⁶ Penelitian hukum pada dasarnya di bagi dalam dua (2) jenis yakni Penelitian Normatif dan Penelitian Empiris. Penelitian Normatif, merupakan penelitian dengan menggunakan data sekunder sehingga disebut pula dengan penelitian kepustakaan, sedangkan yang dimaksud dengan Penelitian Empiris, adalah penelitian secara langsung di masyarakat ada yang melalui kuisisioner ataupun wawancara secara langsung.

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis dalam melakukan penulisan hukum ini adalah sebagai berikut :

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian hukum *yuridis normatif*, oleh

²⁶ Abdurrahmat Sathoni, 2005. *Metode Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, RinekaCipta, Jakarta, hlm. 98.

karena itu jenis data yang yang digunakan penulis adalah data sekunder yaitu berupa data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh para peneliti dari sumber-sumber yang telah tersedia, dengan cara menelaah teori-teori, konsep, dan asas hukum serta peraturan didalam Undang-Undang yang berhubungan dengan penulisan ini. Penelitian ini memanfaatkan studi teks dan kepustakaan (*library research*), diantaranya menggunakan sumber buku, jurnal, media, karya ilmiah, dan dokumen yang berkaitan dengan pokok-pokok masalah yang dibahas.

2. Tipe Penelitian

Jenis penelitian yang dipergunakan dalam menyelesaikan tesis ini adalah metode penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka (data sekunder) atau penelitian hukum perpustakaan²⁷.

3. Jenis dan Sumber Data

Soerjono Soekanto tidak menggunakan bahan hukum, tetapi menggunakan istilah data sekunder, atau dapat kepustakaan, yang didalamnya mengandung istilah bahan hukum. Penelitian hukum normatif mempunyai metode tersendiri dibandingkan dengan penelitian hukum empiris atau penelitian hukum sosial lainnya, hal ini berakibat pada jenis bahan hukum yang digunakan. Penelitian hukum normative

²⁷ Ediwarman, 2010, *Monograf, Metodologi Penelitian Hukum*, Medan: Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan, hlm. 24

diawali oleh konsep norma hukum, dalam penelitian hukum normatif bahan hukum yang digunakan adalah sebagai berikut:²⁸

a. Bahan hukum primer, yang terdiri dari :

- 1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- 2) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- 3) Undang – Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- 4) Kitab Undang - Undang Hukum Pidana (KUHP)
- 5) Kitab Undang – Undang Perlindungan Konsumen (UUPK)
- 6) Undang – Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- 7) Undang – Undang No 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang – Undang No 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- 8) Jual beli online di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).

b. Bahan hukum sekunder.

Buku-buku, dokumen hasil penelitian di bidang hukum khususnya masalah PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP

²⁸ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, 1985, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, CV. Rajawali, Jakarta, hlm. 1

KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE MELALUI MARKETPLACE FACEBOOK DENGAN SISTEM SPLIT PAYMENT.

- c. Bahan Hukum Tersier, yang terdiri dari :

Kamus Bahasa Indonesia, Kamus Bahasa Inggris, Kamus Hukum, Ensiklopedia serta sarana ajar (*hand out*) tentang tata cara penulisan karya ilmiah.

4. Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan metode sebagai berikut:

- a. Studi Kepustakaan

Penelitian ini menggunakan *Library Research* (studi kepustakaan) yaitu pengumpulan data yang diperoleh dari sumber-sumber literature, karya ilmiah, peraturan perundang-undangan serta sumber-sumber tertulis lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti sebagai landasan teori. Dari penelitian ini data yang diperoleh disebut data sekunder.

- b. Studi Observasi

Observasi yaitu pengumpulan data dan fenomena-fenomena di lapangan sebelum dilakukan penelitian

- c. Wawancara

Dalam penelitian ini melakukan wawancara terhadap informan. Sampel yang diambil menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu

metode pengambilan sampel dengan tujuan dan kriteria tertentu, yaitu bagi mereka yang berkompeten.

5. Metode Analisis Data

Metode penelitian yang digunakan merupakan metode penelitian kualitatif, yaitu data cara penelitian deskriptif analisis. Kerangka berpikir deduktif induktif digunakan dalam penelitian ini, serta konseptual dengan prosedur dan tata cara sebagaimana yang telah ditetapkan dalam perundang-undangan.

H. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun berdasarkan sistematika yang terbagi dalam tiga bab. Masing-masing bab terdiri dari sub-sub bab guna lebih memperjelas ruang lingkup dan cakupan permasalahan yang diteliti. Garis besar sistematika penulisan hukum ini terdiri dari:

BAB I : PENDAHULUAN,

Dalam bab ini penulis akan menguraikan mengenai latar belakang penulisan yang mendasari tesis ini, permasalahan

yang akan dibahas, metode penelitian yang dipergunakan, serta pada akhir bab akan diuraikan mengenai sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA,

Bab ini merupakan tinjauan umum dimana penulis akan menjelaskan pengertian yang berkaitan dengan judul tesis.

BAB III : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN,

Bab ini akan menjelaskan serta menjawab rumusan masalah yang diangkat oleh penulis. Membahas mengenai Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen yang melakukan transaksi jual-beli melalui fitur marketplace dalam aplikasi facebook dengan system split payment dan Bagaimana penyelesaian sengketa konsumen apabila terdapat permasalahan hukum dalam melaengadaan tanah untuk pembangunan infrastruktur, khususnya jalan tol Semarang-Demak, dan bagaimana solusi yang dapat diterapkan untuk mengatasi konflik antara kepentingan pribadi pemilik lahan dan kepentingan umum.

BAB IV : PENUTUP,

merupakan bab terakhir dari tesis ini, penulis mengemukakan simpulan dari bab-bab yang ada sebelumnya yang merupakan jawaban singkat atas permasalahan tesis berdasarkan hasil analisis permasalahan. Serta penulis juga akan mengemukakan beberapa saran berkaitan dengan permasalahan tersebut.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang Jual Beli Menurut Islam

1. Pengertian Jual Beli

Jual beli dalam istilah fiqih disebut dengan al-bai' yang berarti menjual, menganti dan menakar sesuatu dengan sesuatu yang lain.²⁹ Kata albai'dalam bahasa Arab terkadang digunakan untuk pengertian lawanya, yaitu kata assira'u (beli). Dengan demikian kata Al-Bai'u berarti kata jual dan sekaligus juga berarti kata beli.³⁰

Jual beli secara bahasa artinya memindahkan hak milik terhadap benda dengan akad saling menganti.³¹ Jual beli adalah tukar menukar satu harta dengan hartayang lain melalui jalan suka sama suka.

Pada masyarakat primitif, jual beli biasanya dilakukan dengan tukar menukar barang (harta), tidak dengan uang pada masyarakat pada umumnya, mereka umpamanya, menukarkan rotan (hasil hutan) dengan pakaian, garam dan sebagainya yang menjadi keperluan pokok mereka sehari-hari.³²

Dari beberapa defenisi di atas dapat difahami bahwa inti jual beli adalah perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai

²⁹ Nasrun Haroen, *Fiqih Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), h. 111

³⁰ M Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2004) edisi 1, cet ke 2, h. 113

³¹ Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqih MuamalatSisitem tranksaksi Dalam Islam*, (Jakarta: AMZAH), h. 23

³² M Ali Hasan, *Op.,cit*, h. 115

nilai secara suka rela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima benda- benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah di tetapkan syar' dan di sepakati.³³

Aspek yang terpenting dalam berekonomi dalam kehidupan sosial masyarakat adalah menyangkut masalah jual beli, mengenai jual beli itu sendiri pengertiannya adalah tukar menukar satu harta dengan harta yang lainnya melalui jalan suka sama suka. Atau pertukaran harta atas dasar saling rela, yaitu memindahkan hak milik kepada seseorang dengan ganti rugi yang dapat dibenarkan.³⁴

2. Sumber Hukum Jual Beli

Hukum Islam adalah hukum yang lengkap dan sempurna, kesempurnaan sebagai ajaran kerohanian telah dibuktikan dengan seperangkat aturan-aturan untuk mengatur kehidupan, termasuk didalamnya menciptakan hubungan ekonomi dengan baik sesuai dengan ajaran Islam.

Islam membenarkan adanya jual beli, dasar hukum jual beli adalah Al-Qur'an, Sunnah Rosul dan Ijma' dan qias.

Landasan Al-Qur'an Surat Al-Baqoroh Ayat 275 :

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

³³ Hedi Suhendi, Fiqih Muamalah, (Jakarta:Raja Grafindo, 2002), h. 69

³⁴ Sayyid Sabiq, Fiqih Sunnah. Alih Bahasa Oleh Mohd. Thalib, (Bandung: PT al-ma'ruf, 1998), Jilid 12, cet Ke-1, h. 47-48

Artinya: “Dan Allah SWT menghalalkan jual beli dan mengharomkan riba”.³⁵

Ulama telah bersepakat bahwa jual-beli di perbolehkan dengan alasan bahwa manusia tidak akan mampu mencukupi kebutuhan hidupnya, tanpa bantuan orang lain. Namun demikian, bantuan atau barang milik orang lain yang di butuhnya itu, harus diganti dengan barang lainya yang sesuai.³⁶

Para ulama fiqih mengambil kesimpulan, bahwa jual beli itu hukumnya mubah (boleh), namun Menurut imam asy-syatibi (ahli fiqih madzhab Imam Maliki) hukumnya bisa berubah menjadi wajib dalam situasi tertentu. Sebagai contoh dikemukakanya, bila suatu waktu terjadi suatu ikhtikar, yaitu penimbunan barang, sehingga persediaan atau stok hilang dari pasar dan harga melonjak naik. Apabila terjadi praktek semacam itu maka pemerintah boleh memaksa para pedagang menjual barang-barang sesuai dengan harga pasar sebelum terjadi pelonjakan harga barang itu.³⁷

Mengenai hak dan kewajiban yang akan dihubungkan hanyalah hukum Islam dan hukum barat. Dalam sisitem hukum Islam kewajiban

³⁵ Departemen Agama RI, Al-qur'an dan terjemahnya, (Semarang; CV. Toha Putra, 1998), cet 1. h. 58

³⁶ Rahmat Syafe'I, Fiqih Muamalah, (Bandung : Pustaka Setia 2001), h. 75

³⁷ M Ali Hasan, Op.,Cit, h. 117

lebih diutamakan dari hak, sedang dalam hukum barat hak didahulukan dari kewajiban.³⁸

Berdasarkan beberapa sandaran sebagai dasar hukum yang telah disebutkan diatas membawa kita dalam suatu kesimpulan bahwa jual beli adalah suatu yang disyaratkan dalam Islam. Maka secara pasti dalam praktek ia tetap di benarkan dengan memperhatikan persyaratan yang terdapat dalam jual beli itu sendiri.

3. Rukun dan Syarat Jual Beli

Rukun dan syarat jual beli adalah merupakan suatu kepastian. Tanpa adanya rukun dan syarat tentulah tidak akan terlaksana menurut hukum, karena rukun dan syarat tidak bisa di kesampingkan dari suatu perbuatan dan juga termasuk bagian dari perbuatan tersebut.

Jual beli adalah merupakan suatu akad, dan di pandang sah apabila telah memenuhi rukun dan syarat jual beli.³⁹ Dalam menentukan rukun jual beli, terdapat perbedaan pendapat ulama Hanafiyah dengan jumbuh ulama. Rukun jual beli menurut ulama Hanafiyah hanya satu, yaitu ijab (ungkapan pembeli dari pembeli. Dan qabul (ungkapan menjual dan penjual). Menurut mereka yang menjadi rukun dalam jual beli itu hanyalah kerelaan (rida/tara'dhi) kedua belah pihak untuk melakukan transaksi jual beli.⁴⁰

³⁸ Muammad Daud Ali. Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Islam di Indonesia, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002) . edisi -6 cet ke- 10, h. 200

³⁹ M.Ali Hasan, Op, Cit., h. 118

⁴⁰ Nasrun Haroen, Fiqih Muamalah, (Jakarta; Gaya Media Pratama,2007), h. 115.

Akan tetapi, jumhur ulama menyatakan bahwa rukun jual beli itu ada empat, yaitu:⁴¹

- a. Ada orang yang berakad atau al-muta'qidain (penjual dan pembeli).
- b. Ada siqhad (lafal ijab dan qabul).
- c. Ada barang yang dibeli.
- d. Ada nilai tukar pengganti barang.

Menurut ulama Hanafiyah, orang yang berakad, barang yang dibeli, dan nilai tukar barang termasuk kedalam syarat-syarat jual beli, bukan rukun jual beli,

Adapun syarat-syarat jual beli sesuai dengan rukun jual beli yang dikemukakan jumhur ulama di atas adalah sebagai berikut:⁴²

- a. Syarat orang yang berakad

Para ulama fiqih sepakat menyatakan bahwa orang yang melakukan akad jual beli itu harus memenuhi syarat:

- 1) Berakal. Oleh sebab itu, jual beli yang dilakukan oleh anak kecil yang belum berakal dan orang gila, hukumnya tidak sah. Adapun kecil yang mumayyiz, menurut ulama Hanafiyah, apabila akad yang dilakukan membawa

⁴¹ *Ibid*

⁴² *Ibid.*, h. 115-119

keuntungan bagi dirinya, seperti menerima hibah, wasiat, dan sedekah, maka akadnya sah.

2) Yang melakukan itu orang yang berbeda. Artinya, seseorang tidak dapat bertindak dalam waktu yang bersamaan sebagai penjual sekaligus pembeli.

b. Syarat yang terkait dengan ijab qabul

Menurut mereka ijab dan qabul perlu diungkapkan secara jelas dalam transaksi-transaksi yang bersifat mengikat kedua belah pihak, seperti akad jual beli, akad sewa menyewa, dan akad nikah. Terhadap transaksi yang sifatnya mengikat salah satu pihak, seperti wasiat, hibah dan waqaf, tidak perlu qabul, karena akad seperti itu cukup dengan ijab saja.

Untuk itu, para ulama fiqh mengemukakan bahwa syarat ijab dan qabul itu adalah sebagai berikut:⁴³

1) Orang yang mengucapkan telah baliq dan berakal, menurut jumhur ulama, atau telah berakal, menurut ulama Hanafiyah.

Sesuai dengan perbedaan mereka dalam syarat-syarat orang yang melakukan akad yang disebutkan di atas.

2) Qabul sesuai dengan ijab.

Ijab dan qabul itu dilakukan dalam satu majlis. Artinya, kedua belah pihak yang melakukan jual beli hadir dan

⁴³ Nasrun Haroen, Op.,cit, h. 116

membicarakan topik yang sama. Ulama Hanafiyah dan Malikiyah mengatakan bahwa antara ijab dan qabul bisa saja di antara waktu, yang di perkirakan bahwa pihak pembeli sempat untuk berfikir. Namun ulama Syafi'iyah dan Hanabilah berpendapat bahwa jarak antara ijab dan qabul tidak terlalu lama, yang dapat menimbulkan dugaan bahwa objek pembicaraan telah berubah. Di zaman moderen perwujudan ijab dan qabul tidak lagi di ucapkan, tetapi dilakukan dengan sifat mengambil barang atau membayar uang dari pembeli, serta menerima uang dan menyerahkan barang oleh penjual, tanpa ucapan apapun. Misalnya, jual beli yang berlangsung di pasar swalayan. Dalam fiqih islam, jual beli seperti ini disebut dengan ba'i al- mu'athah. Jumhur ulamaberpendapat bahwa jual beli seperti kebiasaan suatu masyarakat disuatu negri. Kareana halitu telah menunjukan unsur ridha dari kedua belah pihak.

c. Syarat barang yang dijual belikan

- 1) Barang itu ada, atau tidak ditempat, tetapi pihak penjual menyatakan kesanggupan untuk mengadakan barang itu.
- 2) Dari bermanfaat dan dapat dimamfaatkan bagi manusia. Oleh sebab itu babgka, khamar dan darah, tidak sah menjadi objek

jual beli, karena dalam pandangan syara' benda-benda seperti itu tidak bermamfaat bagi Muslim.

3) Milik seseorang. Barang yang sifatnya belum dimiliki seseorang tidak boleh diperjualbelikan.

4) Boleh diserahkan saat akad berlangsung, atau pada waktu yang disepakati bersama ketika transaksi berlangsung.

d. Syarat – syarat nilai tukar

Terkait dengan masalah nilai tukar ini para ulama fiqh membedakan at-tsaman dengan as-si'r. Menurut mereka at-tsaman adalah harga pasar yang berlaku di tengah-tengah masyarakat secara aktual, sedangkan as-si'r adalah modal yang seharusnya di terima para pedagang sebelum diterima oleh konsumen. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa antara harga dan sesama pedagang dengan hanya untuk pembeli dibedakan, dalam praktek seperti ini seperti yang terjadi di pada toko grosir yang melayani pembelian eceran dan skala besar.

Syarat-syarat at-tsaman sebagai berikut :

1) Harga yang di sepakati oleh kedua belah pihak, harus jelas jumlahnya.

2) Boleh diserahkan pada waktu akad, apabila harga barang itu diserahkan kemudian (berhutang), maka waktu pembayarannya harus jelas.

3) Apabila jual beli itu dilakukan dengan saling mempertukarkan barang, maka barang yang dijadikan nilai tukar bukan barang yang diharmkan syara'.

4. Khiyar Dalam Jual Beli

Dalam jual beli, menurut agama islam dibolehkan dalam memilih, apakah akan melanjutkannya atau membatalkannya. Karena terjadinya sesuatu hal, khiyar dibagi tiga macam berikut ini: ⁴⁴

a. Khiyar Majelis, artinya antara penjual dan pembeli boleh memilih akan melanjutkan jual beli atau membatalkannya. Selama keduanya masih berada dalam suatu tempat (majlis), khiyar majelis boleh dilakukan dalam berbagai jual beli. Rasulullah SAW bersabda :

البيعان بالخيار ما لم يتفرقا (روه البخار ومسلم)

Artinya : “Penjual dan Pembeli boleh khiyar selama belum berpisah”

(HR. Bukhari dan Muslim)⁴⁵

b. Khiyar syart, penjual yang di dalamnya disyaratkan sesuatu baik oleh penjual dan pembeli.

c. Khiyar 'aib artinya didalam jual beli ini di syaratkan kesempurnaan benda-benda yang di beli.

5. Jual Beli Dalam Bentuk Khusus

a. Jual Beli Pesanan

⁴⁴ Hendi Suhendi, Fiqih Muamalah, (Bandung : Pustaka Setia, 2001), cet. Ke-1, hal. 83

⁴⁵ Muslim, Shohih Muslim, (Beirut: Dar El Fikr,1993), Jilid II h. 52

Jual beli pesanan dalam fiqih Islam disebut dengan as-salam atau as-salaf. Secara terminologis, para ulama fiqih mendefinisikan dengan : menjual suatu barang yang penyerahannya ditunda, atau menjual suatu barang yang ciri-cirinya jelas dengan pembayaran modal lebih awal sedangkan barangnya diserahkan dikemudian hari. Tujuan utama jual beli seperti ini adalah untuk saling membantu antara konsumen dengan produsen. Kadangkala barang yang dijual oleh produsen tidak memenuhi selera konsumen. Untuk membuat barang sesuai dengan selera konsumen, untuk membuat barang sesuai selera konsumen, produsen memerlukan modal. Oleh sebab itu, dalam rangka membantu produsen bersedia membayar uang barang yang dipesan itu ketika akad sehingga produsen boleh membeli bahan dan mengerjakan barang yang dipesan itu.

b. Bay' Al-Walaf'

Secara etimologi, al-bay' berarti pelunasan atau penunaian utang. Bay' al-wafa' adalah salah satu bentuk transaksi (aqad) yang muncul di Asia Tengah (Bukhara dan balkh) pada pertengahan abad ke-5 hijriyah dan merambat ke timur tengah. Secara terminology, bay' a;- wafa' di defenisikan ulama fiqih dengan.⁴⁶

Jual beli yang dilangsungkan dua pihak yang dibarengi dengan syarat bahwa barang yang dijual itu dapat dibeli kembali oleh

⁴⁶ Nasrun Haroen, Op, Cit, hal. 152

penjual apabila tenggang waktu yang diberikan telah tiba. Artinya, jual beli ini mempunyai tenggang waktu yang terbatas, misalnya satu tahun sehingga apabila tenggang waktu satu tahun telah habis maka penjual membeli barang itu kembali dari pembelinya.

c. Ihtikar (penimbunan)

Kata ihtikar berasal dari kata hakara yang berarti az-zulm (aniyaya) dan isa'ah al-mu'syarah (merusak pergaulan). Dengan timbangan ihtikara, yaktakiru, ihtikar, kata ini berarti upaya penimbunan barang dagangan dengan menunggu melonjaknya harga. Defenisi ihtikar yang dikemukakan oleh ulama fiqih yaitu Imam asy-Syaukani mendefenisikan dengan :

حبس السلع عن البيع

Penyimpanan barang oleh produsen : baik makanan, pakaian, dan segala barang yang merusak pasar.

Dasar hukum pelanggaran ihtikar, yang ditemukan oleh para ulam fiqih yang tidak membolehkanya hasil induksi dari nilai-nilai universal yang terkandung dalam al-qur'an yang menyatakan bahwa setiap perbuatan yang aniaya, termasuk didalamnya ihtikar diharamkan.

Para ulama fiqih mengatakan bahwa ihtikar merupakan salah satu bentuk sikap aniyaya yang dilakukan oleh para pedagang

terhadap para konsumen yang sangat memerlukan suatu produk.

Yang secara umum termasuk kedalam larangan Allah.

6. Jual beli yang terlarang

Adapun jual beli yang terlarang antara lain :

- a. Membeli barang untuk ditahan agar dijual dengan harga yang lebih tinggi, sementara masyarakat membutuhkan barang tersebut padawaktu itu. Jual beli ini dilarang karena merusak.
- b. Jual beli benda yang akan dijadikan alat untuk berbuat maksiat sekalipun benda atau barang itu ada mamfaatnya. Akan tetapi karena di salah gunakan, maka jual beli ini termasuk jual beli yang di larang.
- c. Memperjual belikan anak binatang yang masih dalam kandungan
Jual beli Mulamsyah, yaitu jual beli secara sentu menyentuh. Misalnya seorang menyentuh tangan orrang lain dengan tanganya, dan apabila barang tersebut telah di sentuh, terjadilah akad jual beli. Jual beli semacam ini dilarang, karena mengandung unsur penipuan dan kemungkinan akan menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak.

Sebagaimana hadis nabi SAW :

عن ابي هريرة رضي الله عنه ان رسول الله صلى الله عليه وسلم : نهى عن الملاسة
و المنازه (منتفق عليه)

Artinya : Dari Abu Hurairah ra, Rasulullah SAW bersabda :

Sesungguhnya Rasulullah SAW melarang menjual beli barang secara mulamasah dan munabadzah (Muttaqpaqun ‘alaihi).

d. Menjual barang yang baru dibeli sebelum serah terima, maksudnya kita membeli barang, tetapi barang tersebut belum berada di tangan sipembeli. Karena miliknya belum sempurna sebagaimana dijelaskan oleh Rasulullah SAW :

: عن جابر قال :

قال رسول الله صلى عليه وسلم اذا بتعت زطعاما فلا تبعه حتى تستو فيه (روه احمد ومسلم)

Artinya : Dari jabir ia berkata, Rasulullah SAW bersabda : apabila kamu membeli makanan janganlah kamu menjualnya sehingga kamu penuh. (HR. Ahmad dan Muslim)⁴⁷

B. Tinjauan Umum Tentang Jual Beli Online

1. Pengertian Jual Beli

Jual beli merupakan hal yang tidak asing lagi di kehidupan masyarakat Indonesia, setiap harinya pasti ada orang yang melakukan kegiatan jual beli. Jual beli dapat diartikan sebagai sebuah transaksi yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pihak penjual sebagai pelaku usaha dan pihak pembeli sebagai konsumen.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), "jual beli" berarti persetujuan yang saling mengikat antara penjual (pihak yang menyerahkan barang) dan pembeli (pihak yang membayar harga barang). Dalam KBBI, jual beli juga dapat merujuk pada kegiatan

⁴⁷ Muslim, Shohih Muslim, (Beirut: Dar El Fikr,1993), Jilid II h. 57

berdagang atau memperdagangkan sesuatu, seperti senjata api menurut KBBI.

Menurut pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, jual beli adalah suatu persetujuan yang mengikat pihak penjual berjanji menyerahkan sesuatu barang/benda, dan pihak lain yang bertindak sebagai pembeli mengikat diri berjanji untuk membayar harga. Dari pengertian tersebut, persetujuan jual beli sekaligus membebaskan dua kewajiban, yaitu :

- a. Kewajiban pihak penjual menyerahkan barang yang dijual kepada pembeli.
- b. Kewajiban pihak pembeli membayar harga barang yang dibeli kepada penjual.

Menurut Salim, Perjanjian jual beli adalah suatu perjanjian yang dibuat antara pihak penjual dan pihak pembeli. Di dalam perjanjian itu pihak penjual berkewajiban untuk menyerahkan objek jual beli kepada pembeli dan berhak menerima harga dan pembeli berkewajiban untuk membayar harga dan berhak menerima objek tersebut.

Didalam kegiatan jual beli terkadang salah satu pihak ada yang dirugikan, terutamanya pihak konsumen. Contohnya pihak konsumen dirugikan karena penjual selaku pelaku usaha dalam melakukan penjualan barangnya tidak jujur dan juga menipu. Karena hal tersebut di Indonesia dikeluarkanlah hukum yang mengatur tentang perlindungan

konsumen. Tidak sedikit masyarakat Indonesia yang belum tahu apa saja pentingnya hukum perlindungan konsumen, terutama untuk kegiatan jual beli.

Kegiatan jual beli dapat diartikan sebagai salah satu transaksi tukar-menukar barang yang mempunyai nilai, yang dimana salah satu pihak (penjual) menjual barang tersebut, dan pihak lain (pembeli) membeli barangnya sesuai dengan kesepakatan. Singkatnya jual beli adalah transaksi antara penjual (pelaku usaha) dan pembeli (konsumen).

Tidak hanya secara langsung jual beli secara tidak langsung atau yang kita ketahui jual beli online saat ini semakin marak, apalagi situs yang digunakan untuk melakukan transaksi jual beli online ini semakin baik dan beragam. Namun, seperti yang kita ketahui bahwa dalam sistem jual beli online produk yang ditawarkan hanya berupa penjelasan spesifikasi barang dan gambar yang tidak bisa dijamin kebenarannya. Untuk itu sebagai pembeli, maka sangat penting untuk mencari tahu kebenaran apakah barang yang ingin dibeli itu sudah sesuai atau tidak.

Didalam kesepakatan jual beli terdapat dua pihak yaitu pihak penjual dan pihak pembeli. Penjual adalah seseorang yang menjual barang atau jasanya ke konsumen/ pembeli. Sedangkan pembeli adalah seseorang yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu dan disebut dengan konsumen. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, jual beli adalah persetujuan saling mengikat antara penjual, yakni pihak yang

menyerahkan barang, dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual.⁴⁸

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.

2. Dasar Hukum Jual Beli Online

Selain dalam hukum Islam, dasar hukum transaksi elektronik juga diatur dalam hukum positif, yaitu:

a. Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)

Menurut pasal 1 ayat 2 UU ITE, transaksi elektronik, yaitu:

“Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.”⁴⁹

Dalam pasal 3 UU ITE disebutkan juga bahwa:

“Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dilaksanakan berdasarkan asas kepastian hukum, manfaat, kehati-hatian, iktikad baik, dan kebebasan memilih teknologi atau netral teknologi.”⁵⁰

⁴⁸ Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa, Edisi IV (Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2008), 589

⁴⁹ Republik Indonesia, Undang-undang RI Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Bab I, Pasal 1, angka 2.

⁵⁰ Republik Indonesia, Undang-undang RI Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Bab II, Pasal 3

Pada pasal 4 UU ITE tujuan pemanfaatan teknologi dan informasi elektronik, yaitu:

“Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dilaksanakan dengan tujuan untuk:

- 1) Mencerdaskan kehidupan bangsa sebagai bagian dari masyarakat informasi dunia;
- 2) Mengembangkan perdagangan dan perekonomian nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat.”⁵¹

Transaksi Elektronik juga diatur dalam KUHPerdara yang menganut asas kebebasan berkontrak.

b. Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHPerdara)

Jual beli adalah perjanjian yang berarti perjanjian sebagaimana dimaksud dalam pasal 1313 KUHPerdara, yaitu:

“Suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.”⁵²

Menurut Gunawan Wijaya, jual beli adalah suatu bentuk perjanjian yang melahirkan kewajiban atau perikatan untuk memberikan sesuatu, yang dalam hal ini terwujud dalam bentuk

⁵¹ Republik Indonesia, Undang-undang RI Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Bab II, Pasal 4.

⁵² Republik Indonesia, Kitab Undang-undang Hukum Perdata, Pasal 1313.

penyerahan kebendaan yang dijual oleh penjual dan penyerahan uang dari pembeli ke penjual.⁵³

Dalam buku III KUHPerdato diatur mengenai perikatan yang menganut asas terbuka atau kebebasan berkontrak, maksudnya memberikan kebebasan kepada pihak-pihak dalam membuat perjanjian asalkan ada kata sepakat, cakap bertindak hukum, suatu hal tertentu dan suatu sebab tertentu, dan suatu sebab yang halal. Begitupun juga transaksi elektronik yang diatur dalam KUHPerdato yang menganut asas kebebasan berkontrak.

Sifat terbuka dari KUHPerdato ini tercermin dalam pasal 1338 ayat (1) KUHPerdato yang mengandung asas kebebasan berkontrak, yaitu:

“Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.”⁵⁴

Maksudnya ialah setiap orang bebas untuk menentukan bentuk, macam dan isi perjanjian asalkan tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, kesusilaan dan ketertiban umum, serta selalu memperhatikan syarat sahnya perjanjian sebagaimana termuat dalam pasal 1320 KUHPerdato, yaitu:

⁵³ Gunawan Wijaya dan Kartini Muljadi, Seri Hukum Perikatan (Cet. I; Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003), 7

⁵⁴ Republik Indonesia, Kitab Undang-undang Hukum Perdata, Pasal 1338

“Untuk sahnya suatu perjanjian diperlukan empat syarat:

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya;
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan;
3. Suatu hal tertentu;
4. Suatu sebab yang halal.”⁵⁵

3. Subjek dan Objek Jual Beli Online

Dalam transaksi jual beli online, penjual dan pembeli tidak bertemu langsung dalam satu tempat melainkan melalui dunia maya Adapun yang menjadi subjek jual beli online tidak berbeda dengan jual beli secara konvensional, yaitu pelaku usaha selaku penjual yang menjual barangnya dan pembeli sebagai konsumen yang membayar harga barang. Penjualan dan pembelian online terkadang hanya dilandasi oleh kepercayaan, artinya pelaku jual beli online kadang tidak jelas sehingga rentan terjadinya penipuan. Adapun yang menjadi objek jual beli online, yaitu barang atau jasa yang dibeli oleh konsumen, namun barang atau jasa tidak dilihat langsung oleh pembeli selaku subjek jual beli online. Sangat berbeda dengan jual beli secara konvensional dimana penjual dan pembeli dapat bertemu dan melihat objek jual beli secara langsung, sehingga memungkinkan pembeli mendapatkan kepastian terkait dengan kualitas barang yang ingin dibelinya, sehingga sangat minim terjadi tindakan penipuan..

⁵⁵ Republik Indonesia, Kitab Undang-undang Hukum Perdata, Pasal 1320

4. Proses Transaksi Jual Beli Online

Proses bisnis pertama di dalam sistem e-commerce ini dinamakan information sharing. Dalam proses ini, prinsip penjual adalah mencari dan menjangkau calon pembeli sebanyak-banyaknya, sementara prinsip pembeli adalah berusaha sedapat mungkin mencari produk atau jasa yang diinginkan dan mencoba untuk mencari tahu penilaian orang lain terhadap produk atau jasa tersebut. Setelah aktivitas tukar menukar informasi dilakukan, proses bisnis selanjutnya adalah melakukan pemesanan produk atau jasa secara elektronik. Dua pihak yang bertransaksi haruslah melakukan aktivitas perjanjian tertentu sehingga proses pembelian dapat dilakukan dengan sah, benar, dan aman. Pembelian antara dua entitas bisnis biasanya dilakukan melalui jaringan tertentu, seperti EDI (*Electronic Data Interchange*) atau ekstranet. Di dalam proses bisnis ini, ada empat aliran entitas yang harus dikelola dengan baik, yaitu :

- a) *Flow of goods (aliran produk);*
- b) *Flow of information (aliran informasi);*
- c) *Flow of money (aliran uang);*
- d) *Flow of documents (aliran dokumen).*

Fasilitas e-commerce yang ada harus dapat menyinkronisasikan keempat aliran tersebut sehingga proses transaksi dapat dilakukan secara efisien, efektif, dan terkontrol dengan baik. Setelah transaksi usai

dilakukan dan produk telah didistribusikan ke tangan konsumen, barulah proses terakhir, yaitu aktivitas purnajual, dijalankan. Pada tahapan ini penjual dan pembeli melakukan berbagai aktivitas atau komunikasi, seperti :

- a) Keluhan terhadap kualitas produk;
- b) Pertanyaan atau permintaan informasi mengenai produk-produk lain;
- c) Pemberitahuan akan produk-produk baru yang ditawarkan;
- d) Diskusi mengenai cara menggunakan produk dengan baik;
- e) Dan sebagainya.

Target dari interaksi ini adalah agar di kemudian hari terjadi kembali transaksi bisnis antara kedua pihak yang didasari pada kepuasan pelanggan. Ada dua hal utama yang biasa dilakukan oleh customers di dunia maya (arena transaksi yang terbentuk karena adanya jaringan internet). Pertama adalah melihat produk-produk atau jasa-jasa yang diiklankan oleh perusahaan terkait melalui website-nya (online ads).

Kedua adalah mencari data atau informasi tertentu yang dibutuhkan sehubungan dengan proses transaksi jual beli yang akan dilakukan. Jika tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan, konsumen dapat melakukan transaksi perdagangan dengan cara melakukan pemesanan secara elektronik (online orders), yaitu dengan menggunakan perangkat

komputer dan jaringan internet. Berdasarkan pesanan tersebut, merchant akan mendistribusikan barangnya kepada customer melalui dua jalur.

Bagi perusahaan yang melibatkan barang secara fisik, perusahaan akan mengirimkannya melalui kurir ke tempat pemesan berada. Jalur kedua adalah jalur yang menarik karena disediakan bagi produk atau jasa yang dapat didigitalisasi (diubah menjadi sinyal digital). Produk-produk yang semacam teks, gambar, video, dan audio secara fisik tidak perlu lagi dikirimkan, namun dapat disampaikan melalui jalur internet, contohnya electronic newspapers, digital library, virtual school dan sebagainya. Selanjutnya, melalui internet dapat pula dilakukan aktivitas pasca pembelian, yaitu pelayanan purnajual (electronic customer support).

Proses ini dapat dilakukan melalui jalur konvensional, seperti telepon, ataupun jalur internet seperti e-mail, teleconference, chatting, dan lainlain. Dari interaksi tersebut diharapkan customers dapat datang kembali dan melakukan pembelian produk atau jasa di kemudian hari (*follow-on sales*). Transaksi online dalam e-commerce menurut Cavanilas dan Nadal dalam Research Paper on Control Law, seperti yang dikutip oleh M. Sanusi Arsyad, memiliki banyak tipe dan variasi, yaitu :

- a) Transaksi melalui chatting dan video conference
- b) Transaksi melalui e-mail
- c) Transaksi melalui web atau situs Transaksi melalui chatting atau video conference adalah seseorang dalam menawarkan sesuatu

dengan model dialog interaktif melalui internet, seperti melalui telepon, chatting dilakukan melalui tulisan sedang video conference dilakukan melalui media elektronik, dimana orang dapat melihat langsung gambar dan mendengar suara pihak lain yang melakukan penawaran dengan menggunakan alat ini.

Transaksi dengan menggunakan e-mail dapat dilakukan dengan cara mudah. Dalam hal ini kedua pihak harus sudah memiliki e-mail address. Selanjutnya, sebelum melakukan transaksi, customer sudah mengetahui e-mail yang akan dituju dan jenis barang serta jumlah yang akan dibeli. Kemudian customer menulis nama produk dan jumlah produk, alamat pengiriman, dan metode pembayaran yang digunakan.

Customer selanjutnya akan menerima konfirmasi dari merchant mengenai order barang yang dipesan. Model transaksi melalui web atau situs yaitu dengan cara ini merchant menyediakan daftar atau katalog barang yang dijual yang disertai dengan deskripsi produk yang dijual dalam web atau situs khusus yang telah dibuat oleh penjual. Pada model transaksi ini dikenal istilah order form dan shopping cart. Selanjutnya untuk lebih jelas dipaparkan kedua model tersebut sebagai berikut :

a) Order form

Berbelanja dengan menggunakan order form merupakan salah satu cara belanja yang sering digunakan dalam bisnis e-commerce. Dengan cara ini merchant menyediakan daftar atau katalog barang

(product table) yang dijual. Saat tahap order dilaksanakan, biasanya produk yang dijual tidak divisualisasikan dalam bentuk gambar, akan tetapi dalam bentuk deskripsi produk. Dalam sebuah halaman order form, sesi penawaran produk terbagi dalam empat bagian yaitu :

- 1) Check box yang dibuat untuk memberi kesempatan kepada customer untuk memilih produk yang ditawarkan dengan mengklik kotak tersebut sehingga bertanda check;
- 2) Penjelasan produk yang ditawarkan;
- 3) Kuantitas barang yang dipesan;
- 4) Harga untuk tiap-tiap produk. Selain table produk, ditawarkan juga jenis pembayaran. Jenis-jenis pembayaran yang ditawarkan berbeda-beda sesuai dengan layanan yang disediakan oleh merchant, seperti dengan credit card, transfer lewat bank, check, dan lain-lain. Pada saat pengisian form, customer juga diminta untuk mengisi formulir yang berisi informasi kontak untuk customer (sering disebut Contact Information Table). Bila pembayaran menggunakan credit card maka form akan diisi dengan mengisi jenis atau tipe credit card, nomor credit card, tanggal kadaluarsa (expired date), serta informasi pemegang kartu (cardholder). Setelah pengisian order form dilakukan, selanjutnya disediakan

tombol untuk konfirmasi order, biasanya digunakan tombol Submit dan tombol Reset. Jika di klik Reset, proses akan mereset semua pilihan informasi yang telah dimasukkan oleh customer dan dapat diulang dari awal. Jika yang ditekan adalah tombol submit, maka proses akan dilanjutkan ke tahap pengesahan dan pengecekan order. Pada bagian ini dipasang sistem keamanan misalnya SSL (*Secure Socket Layer*) untuk melindungi dari tindakan penipuan. Selanjutnya, jika informasi yang dikirimkan oleh customer telah memenuhi persyaratan atau dinyatakan valid, maka merchant akan mengirimkan berita konfirmasi kepada customer dalam bentuk e-mail.

b) b) Shopping cart

Jika seseorang berbelanja di salah satu pasar swalayan tentunya membutuhkan kereta belanja untuk meletakkan barang-barang yang akan dibeli. Selama belum membayar di kasir, ia bisa membatalkan pembelian barang tersebut atau menukarkannya dengan yang lain. Demikian pula halnya dengan berbelanja melalui e-commerce. Dalam e-commerce, untuk memilih barang yang akan dibeli, ada semacam formulir yang harus diisi dalam web tempat ia akan melakukan transaksi. Formulir pengisian barang yang akan dibeli dinamakan shopping cart yang berfungsi seperti kereta belanja.

Shopping cart merupakan sebuah software di dalam web yang mengijinkan seorang customer untuk melihat toko yang dibuka dan kemudian memilih item-item untuk “diletakkan di kereta belanja” yang kemudian membelinya saat melakukan check out. Software ini akan melakukan penjumlahan terhadap biaya transportasi pengiriman barang (jika ada), kuantitas barang dan harga total barang yang dibeli. Seseorang bisa memilih barang yang dibutuhkan untuk dimasukkan ke dalam shopping cart dan masih bisa membatalkan sebelum mengadakan transaksi. Setelah semua barang yang akan dibeli dimasukkan ke dalam shopping cart, kemudian dilakukan check out. Selanjutnya adalah mengisi formulir transaksi yang berupa data identitas pembeli dan jenis pembayaran yang digunakan. Setelah semua ketentuan terpenuhi, merchant segera mengirim barang yang dipesan kepada customer.

5. Tempat Jual Bel Online

Ada beberapa tempat yang biasa ditempati oleh pelaku usaha untuk berjualan online, yaitu:

a. Marketplace

Pelaku usaha menjajakan produk yang dijual dengan mengunggah foto produk dan deskripsi produk yang dijual di marketplace. Marketplace tersebut telah menyediakan sistem yang tertata sehingga pelaku usaha hanya perlu menunggu notifikasi jika

ada konsumen yang melakukan pembelian. Contoh dari marketplace adalah BukaLapak.com dan Tokopedia.com. dan facebook

b. Website

Seorang pelaku usaha online dapat membuat situs yang ditujukan khusus untuk berbisnis online. Situs tersebut memiliki alamat atau nama domain yang sesuai dengan nama toko onlinenya. Untuk membuat situs dengan nama yang sesuai seperti itu, pelaku usaha harus membayar biaya hosting. Beberapa penyedia web menawarkan paket-paket situs dengan harga yang berbeda-beda. Ada yang termasuk template atau desain dari situs tersebut, atau ada pula yang terpisah. Ini tergantung paket apa yang dipilih oleh seorang pelaku usaha. Contohnya ialah, OLX.com.

c. Webblog

Pelaku usaha yang memiliki budget yang terbatas bisa mengandalkan webblog gratis seperti blogspot atau wordpress. Dengan format blog, pelaku usaha dapat mengatur desain atau foto-foto produk yang ia jual. Contohnya www.bajumuslimtermurah.blogspot.com.

d. Forum

Salah satu tempat berjualan secara online yang paling banyak digunakan adalah forum yang digunakan sebagai tempat jual beli. Biasanya, forum ini disediakan oleh situs-situs yang berbasis

komunitas atau masyarakat. Dari forum ini, seseorang dapat menemukan apa yang ia cari dan apa yang sebaiknya ia jual. Untuk mengakses dan membuat posting di sebuah forum, pelaku usaha diharuskan untuk sign up terlebih dahulu untuk menjadi member dari situs tersebut. Contohnya ialah, Kaskus.co.id dan Paseban.com.

e. Media Sosial

Salah satu sarana yang cukup efektif untuk berbisnis online, adalah media-media yang menyentuh masyarakat secara personal, yaitu media sosial. Contohnya ialah, Facebook, twitter, instagram, dan lain-lain.

6. Jenis Transaksi Jual Beli Online

Konsumen jual beli online semakin dituntut untuk mengetahui lebih dalam mengenai proses, resiko serta keamanan dari sebuah transaksi online. Saat ini jenis transaksi online juga semakin beragam mulai dari jenis konvensional dimana pembeli dan penjual harus bertatap muka dalam melakukan proses transaksi hingga yang menggunakan proses transaksi otomatis tanpa harus bertatap muka. Di Indonesia sendiri ada beberapa jenis transaksi jual beli online yang biasa dilakukan oleh konsumen jual beli online, yaitu:⁵⁶

a. Transfer Antar Bank

⁵⁶ Maxmanroe, “5 Jenis Transaksi Jual Beli Online Terpopuler di Indonesia”, Blog Maxmanroe. <https://www.maxmanroe.com/2014/01/3-jenis-transaksi-jual-beli-online-terpopuler-diindonesia.html> (16 Maret 2018).

Transaksi dengan cara transfer antar bank merupakan jenis transaksi yang paling umum dan populer digunakan oleh para pelaku usaha atau penjual online. Jenis transaksi ini juga memudahkan proses konfirmasi karena dana bisa dengan cepat di cek oleh penerima dana atau penjual. Prosesnya adalah pertama-tama konsumen mengirim dana yang telah disepakati lalu setelah dana masuk, maka penjual akan mengirimkan barang transaksi yang dijanjikan. Kekurangan transaksi antar bank adalah diperlukannya kepercayaan yang tinggi dari para pembeli sebelum memutuskan mengirim dana. Disini tidak jarang terjadi penipuan, setelah dana terkirim ternyata barang tak kunjung diterima.

b. COD (Cash On Delivery)

Pada sistem COD sebenarnya hampir dapat dikatakan bukan sebagai proses jual beli secara online, karena penjual dan pembeli terlibat secara langsung, bertemu, tawar-menawar, dan memeriksa kondisi barang baru kemudian membayar harga barang. Keuntungan dari sistem ini adalah antara pelaku usaha dan konsumen lebih bisa leluasa dalam proses transaksi. Konsumen bisa melihat dengan detail barang yang akan dibeli. Jenis transaksi ini dipopulerkan oleh website jual beli seperti Tokobagus, Berniaga, dan lainnya. Kekurangan dari sistem ini adalah keamanan baik pelaku usaha

maupun konsumen karena boleh jadi pihak yang akan ditemui pelaku usaha atau konsumen adalah orang yang berniat jahat.

c. Kartu Kredit

Kartu kredit merupakan alat pembayaran yang semakin populer, selain memberikan kemudahan dana proses verifikasi, pembeli juga tidak perlu melakukan semua tahap transaksi. Akan tetapi karena tidak semua pembeli mempunyai kartu kredit sehingga cara pembayaran ini menjadi pilihan kedua. Bahkan pengguna dengan kartu kredit pun akan berusaha memastikan bahwa toko si pelaku usaha memiliki tingkat keamanan yang tinggi guna menghindari tindakan pencurian data oleh pihak-pihak tertentu.

d. Rekening Bersama

Jenis transaksi ini disebut juga dengan istilah escrow. Cara pembayaran ini mempunyai perbedaan dengan proses pembayaran melalui transfer bank. Jika dalam transfer bank pihak ketiganya adalah bank, sedangkan dengan sistem rekening bersama yang menjadi pihak ketiga adalah lembaga pembayaran yang telah dipercaya baik oleh pihak pelaku usaha maupun konsumen. Prosesnya, yaitu pertama konsumen mentransfer dana ke pihak lembaga rekening bersama. Setelah dana dikonfirmasi masuk, lalu pihak rekening bersama meminta pelaku usaha mengirim barang yang sudah disepakati. Jika barang sudah sampai, baru dana tersebut

diberikan pada si pelaku usaha. Dengan sistem ini dana yang diberikan oleh pembeli bisa lebih terjamin keamanannya karena dananya hanya akan dilepas jika barang benar-benar sudah sampai ditangan konsumen. Jika terjadi masalah pun dana bisa ditarik oleh sang konsumen. Sistem ini banyak digunakan pada proses jual beli antar member forum Kaskus.

e. Potongan Pulsa

Metode pemotongan pulsa biasanya diterapkan oleh toko online yang menjual produk-produk digital seperti aplikasi, musik, ringtone, dan permainan. Transaksi ini masih didominasi oleh transaksi menggunakan perangkat seluler atau smartphone.

7. Sistem Keamanan e-commerce

Teknologi informasi telah mengubah cara-cara bertransaksi dan membuka peluang-peluang baru dalam melakukan transaksi bisnis. Namun teknologi informasi tersebut juga sekaligus menciptakan peluang-peluang baru bagi tindak kejahatan. Konsekuensinya, electronic information memerlukan adanya perlindungan yang kuat terhadap upaya-upaya yang dilakukan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab untuk dapat mengakses informasi tersebut. Kebutuhan perlindungan yang demikian menjadi sangat tinggi apabila menyangkut electronic information yang sangat rahasia.

Sistem keamanan dalam dunia komputer mulai menjadi perhatian serius para peneliti dan praktisi teknologi informasi sejak ditemukannya teknologi jaringan komputer. Pemicu berkembangnya isu di bidang ini adalah karena adanya fenomena pengiriman data melalui media transmisi (darat, laut, dan udara) yang mudah “dicuri” oleh mereka yang tidak berhak. Data mentah dari sebuah komputer yang dikirimkan ke komputer lain pada dasarnya rawan terhadap “intervensi” pihak ketiga, sehingga diperlukan suatu strategi khusus agar terjadi, paling tidak, dua hal :

- a) Data yang dikirimkan tidak secara “fisik” diambil oleh pihak lain yang tidak berhak; atau
- b) Data yang dikirimkan dapat “diambil secara fisik”, namun yang bersangkutan tidak dapat membacanya.

Information security merupakan bagian yang sangat penting dari sistem e-commerce. Tingkat keamanan informasi yang dapat diterima di dalam e-commerce mutlak dibutuhkan. Di era internet, semua kebutuhan dan keinginan sedapat mungkin diterima dengan cepat, mudah, dan aman. Untuk itulah peranan teknologi keamanan informasi benar-benar dibutuhkan.

Sistem kewanaman informasi memiliki empat macam tujuan yang sangat mendasar, yaitu :

- a) Confidentiality Menjamin apakah informasi yang dikirim tersebut tidak dapat dibuka atau tidak dapat diketahui oleh orang lain yang

tidak berhak. Terutama untuk data yang teramat penting, dibutuhkan tingkat kerahasiaan yang sangat tinggi, yang hanya bisa diakses oleh orang-orang tertentu saja (orang-orang yang berhak).

- b) Integrity Menjamin konsistensi dan keutuhan data sesuai dengan aslinya, sehingga upaya orang-orang yang tidak bertanggungjawab untuk melakukan penduplikatan dan perusakan data bisa dihindari.
- c) Availability Menjamin pengguna yang sah agar bisa mengakses informasi dan sumber miliknya sendiri. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa orang-orang yang memang berhak tidak ditolak untuk mengakses informasi yang memang menjadi haknya.
- d) Legitimate use Menjamin kepastian bahwa sumber tidak digunakan (informasi tidak diakses) oleh orang-orang yang tidak bertanggungjawab (orang-orang yang tidak berhak).

8. Kelebihan dan Kekurangan Transaksi Jual Beli Online

Dalam melakukan transaksi elektronik dalam hal ini jual beli online, ada kelebihan dan kekurangan yang didapatkan oleh pelaku usaha dan konsumen. Adapun kelebihan dan kekurangan bagi pelaku usaha dan konsumen dalam melakukan transaksi jual beli online, yaitu:

- a. Kelebihan dan Kekurangan Jual Beli Online Bagi Pelaku Usaha Ada beberapa kelebihan jual beli online bagi pelaku usaha, yaitu:
 - 1) Dapat digunakan sebagai lahan untuk menciptakan pendapatan yang sulit atau tidak dapat diperoleh melalui cara

konvensional, seperti memasarkan langsung produk atau jasa, menjual informasi, iklan, dan sebagainya;

- 2) Jual beli dapat dilakukan tanpa terikat pada tempat dan waktu tertentu. Jual beli online merupakan bisnis yang dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun, selama tersedia fasilitas untuk mengakses internet;
- 3) Modal awal yang diperlukan relatif kecil. Modal yang diperlukan adalah fasilitas akses internet dan kemampuan mengoperasikannya. Banyak penyedia jasa yang menawarkan media promosi, baik yang berbayar maupun yang gratis;
- 4) Jual beli online dapat berjalan secara otomatis. Pelaku usaha hanya melakukan bisnis jual beli ini beberapa jam saja setiap harinya sesuai dengan kebutuhan. Selebihnya dapat digunakan untuk melakukan aktivitas yang lain;
- 5) Akses pasar yang lebih luas. Dengan adanya akses pasar yang lebih luas, potensi untuk mendapatkan pelanggan baru yang banyak semakin besar, Penggunaan internet sekarang semakin luas, pasar internet merupakan salah satu pasar modern yang diterapkan sekarang, dengan hadirnya seperti zalora, berniaga.com, olx dll. Membuktikan bahwa pasar online telah terbuka bebas;

- 6) Pelanggan (konsumen) lebih mudah mendapatkan informasi yang diperlakukan dengan online. Komunikasi antara pelaku usaha dan konsumen akan menjadi lebih mudah, praktis, dan lebih hemat waktu serta biaya. Banyaknya website yang menyediakan layanan jual beli online memungkinkan untuk dapat mengakses dengan mudah spesifikasi barang yang ingin dibeli;
- 7) Meningkatkan efisiensi waktu, terutama jarak dan waktu dalam memberikan layanan kepada konsumen selaku pembeli;
- 8) Penghematan dalam berbagai biaya operasional. Beberapa komponen biaya seperti transportasi, komunikasi, sewa tempat, gaji karyawan dan yang lainnya akan lebih hemat. Dengan adanya penghematan biaya dalam berbagai komponen tersebut, secara otomatis akan meningkatkan keuntungan;
- 9) Pelayanan ke konsumen lebih baik. Melalui internet pelanggan bisa menyampaikan kebutuhan maupun keluhan secara langsung sehingga pelaku usaha dapat meningkatkan pelayanannya. Selain beberapa kelebihan tersebut, jual beli online atau bisnis online ini juga mempunyai kekurangan, yaitu:
 - a) Masih minimnya kepercayaan masyarakat pada bentuk transaksi online. Masih banyak masyarakat khususnya di

Indonesia yang belum terlalu yakin untuk melakukan transaksi online, apalagi berkenaan dengan pembayaran. Biasanya mereka lebih suka transaksi secara langsung walaupun dengan orang sudah dikenal. Contohnya, konsumen yang memilih datang langsung berbelanja ke toko dibandingkan dengan online shopping karena takut terjadinya penipuan;

b) Masih minimnya pengetahuan tentang teknologi informasi, khususnya dalam pemanfaatan untuk bisnis sehingga menimbulkan banyak kekhawatiran. Contohnya, banyak pedagang baju dipasar lebih memilih untuk menjual barangnya secara langsung ketimbang menjualnya secara online karena ketidaktahuannya dalam pengoperasian teknologi informasi;

c) Adanya peluang penggunaan akses oleh pihak yang tidak berhak, khususnya yang bermaksud tidak baik, misalnya pembobolan data oleh para hacker yang tidak bertanggung jawab, pembobolan kartu kredit, dan rekening tabungan.

d) Adanya gangguan teknis, misalnya kesalahan dalam penggunaan perangkat komputer dan kesalahan dalam pengisian data. Hal ini bisa terjadi, khususnya bagi yang belum mahir (kurang berpengalaman) dalam

menggunakan teknologi informasi. Contohnya, pelaku usaha yang salah menuliskan alamat konsumen sehingga barang yang dibeli konsumen tidak sampai kepada konsumen karena pengiriman barang kepada alamat yang salah;

e) Kehilangan kesempatan bisnis karena gangguan pelayanan (server). Hal ini dapat terjadi ketika pesanan sedang ramai, tetapi internet tidak dapat diakses karena masalah teknis, sehingga kesempatan lewat begitu saja.

f) Penyebaran reputasi didunia maya dapat dilakukan dengan cepat, baik reputasi baik, maupun buruk. Disatu sisi, hal ini bisa berdampak negatif, apalagi digunakan oleh pihak tertentu yang tidak bertanggung jawab dan bermaksud merusak reputasi seseorang.

g) Tetapi, hal ini dapat berdampak positif apabila yang disebarkan adalah reputasi baik.

b. Kelebihan dan Kekurangan Jual Beli Online Bagi Konsumen

Ada beberapa kelebihan jual beli online bagi konsumen, yaitu:

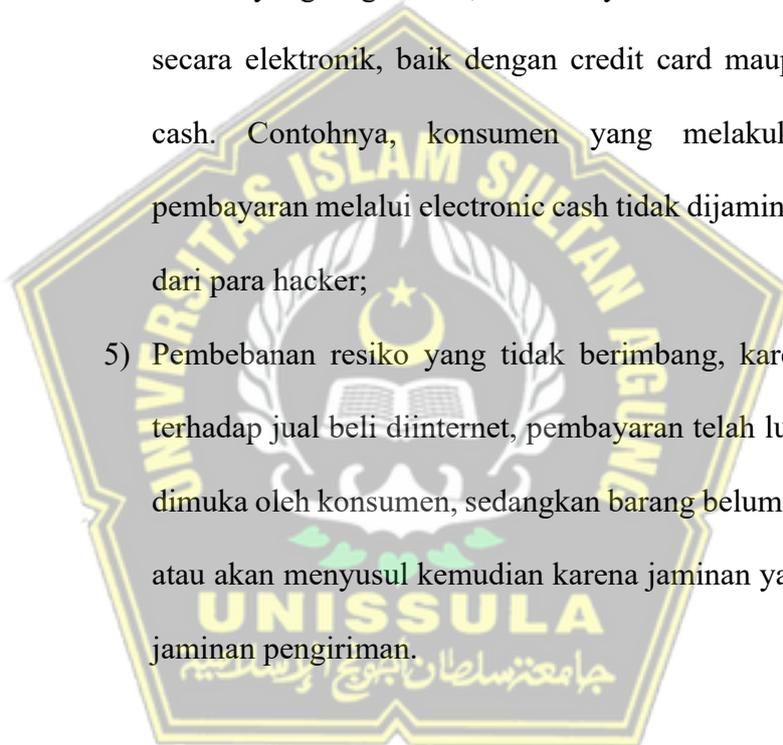
- 1) Home shopping. Pembeli dapat melakukan transaksi dari rumah sehingga dapat menghemat waktu, menghindari kemacetan, dan menjangkau toko-toko yang jauh dari lokasi.

- 2) Mudah melakukannya dan tidak perlu pelatihan khusus untuk bisa belanja atau melakukan transaksi melalui internet.
- 3) Pembeli memiliki pilihan yang sangat luas dan dapat membandingkan produk maupun jasa yang ingin dibelinya.
- 4) Tidak dibatasi oleh waktu. Pembeli dapat melakukan transaksi kapan saja selama 24 jam per hari.
- 5) Pembeli dapat mencari produk yang tidak tersedia atau sulit diperoleh di outlet atau pasar tradisional.

Selain kelebihan yang didapatkan oleh konsumen dalam melakukan transaksi online, konsumen juga sering menghadapi masalah-masalah yang berkenaan dengan haknya. Hal ini bisa dikatakan sebagai kekurangan saat melakukan transaksi jual beli online, seperti:

- 1) Konsumen tidak dapat langsung mengidentifikasi, melihat, atau menyentuh barang yang akan dipesan. Contohnya, konsumen hanya melihat foto barang yang diinginkan melalui postingan pelaku usaha;
- 2) Ketidakjelasan informasi tentang barang yang ditawarkan. Contohnya, konsumen tidak dapat mengetahui secara jelas apakah barang tersebut berkualitas a atau b karena hanya melihat foto barangnya saja;

- 3) Tidak jelasnya status subjek hukum dari si pelaku usaha. Contohnya, penjual selaku pelaku usaha yang tidak memberikan jaminan kepastian agar konsumen tidak merasa dirugikan;
- 4) Tidak ada jaminan keamanan bertransaksi dan privasi, serta penjelasan terhadap resiko-resiko yang berkenaan dengan sistem yang digunakan, khususnya dalam hal pembayaran secara elektronik, baik dengan credit card maupun electronic cash. Contohnya, konsumen yang melakukan transaksi pembayaran melalui electronic cash tidak dijamin keamanannya dari para hacker;
- 5) Pembebanan resiko yang tidak berimbang, karena umumnya terhadap jual beli diinternet, pembayaran telah lunas dilakukan dimuka oleh konsumen, sedangkan barang belum tentu diterima atau akan menyusul kemudian karena jaminan yang ada adalah jaminan pengiriman.



BAB III PEMBAHASAN

A. Perlindungan hukum terhadap konsumen yang melakukan transaksi jual-beli melalui fitur *marketplace* dalam aplikasi *facebook* dengan system *split payment*.

Diera modern jual beli sudah bisa dilakukan secara tidak langsung atau yang kita ketahui dengan sebutan online, berbagai inovasi yang ditawarkan pedangan kepada customer membuat kemudahan berbelanja semakin marak. Contohnya di facebook atau yang sering kita ketahui yaitu *Marketplace*.

Dalam aplikasi facebook terdapat fitur *marketplace* yang Dimana kita dapat melakukan transaksi jual ataupun beli kepada orang-orang tanpa perlu saling terkoneksi atau berteman. Seperi pada pembahasan peneiliti pada bab II dapat diartikan sebagai Pelaku usaha menjajakan produk yang dijual dengan mengunggah foto produk dan deskripsi produk yang dijual di marketplace. Marketplace tersebut telah menyediakan sistem yang tertata sehingga pelaku usaha hanya perlu menunggu notifikasi jika ada konsumen yang melakukan pembelian. Contoh dari marketplace adalah BukaLapak.com dan Tokopedia.com. dan facebook.⁵⁷

⁵⁷ Adi Baskoro. Buku Pinter Membuat Toko Online, Jakarta, Transmedia, 2012, hlm. 2-3.

Dalam fitur marketplace seseorang dapat menggunggah barang dagangan secara universal yang bisa diakses oleh seluruh pengguna tanpa perlu terkoneksi akun satu sama lain terlebih dahulu..

Menurut hasil wawancara peneliti dengan Ibu Zahra salah satu korban penipuan difacebook mengatakan bahwa :

“Untuk membeli difacebook kita tidak perlu terhubung atau berteman satu sama lai. Karena itu universal. Kalau kita sedang mencari barang tinggal klik dipencarian barang apa yang diperlukan nanti akan muncul.”

Dalam marketplace kita dapat mengatur lokasi penjual sehingga kita dapat mencari dari yang paling terdekat hingga terjauh, tujuannya adalah untuk menyesuaikan pengiriman barang. Dan memilih sistem pembayaran. Jika dekat biasanya orang akan mengambil pembayaran COD, jika lumayan jauh biasanya akan via transfer, atau bisa split payment untukantisipasi pembelian barang.

Menurut hasil wawancara peneliti dengan Ibu Zahra salah satu korban penipuan difacebook mengatakan bahwa :

“Difacebook itu kita bisa request, akan dibayar menggunakan apa. Ada yang bisa dibeli melalui shopee, cod, atau bayar langsung kemudian barang datang. Untuk pembayarannya bisa cash, transfer atau split payment seperti yang saya lakukan kemarin. Jadi memang sangat memudahkan karena dari penjual sudah banyak inovasi yang ditawarkan. Bahkan ada juga yang bisa dibayar melalui dana, maupun ovo”.

Dari penjelasan diatas bahwa sangat banyaknya metode yang ditawarkan menjadikan pembeli merasa dimudahkan dalam berbelanja apalagi dengan harga yang ditawarkan lebih murah.

Setelah kita mencari barang yang kita inginkan kita dapat mengklik barang tersebut, yang nantinya kita langsung dapat menghubungi penjual dengan fitur pesan yang tertera. Dan terhubung melalui room chat untuk dapat melakukan transaksi, ataupun negosiasi.⁵⁸

Dari mulai memastikan barang itu masih tersedia atau tidak, komunikasi antar penjual dan pembeli, negosiasi, transaksi. Mereka lakukan melalui room chat tanpa ada fitur lain seperti diaplikasi-aplikasi lain.

Menurut hasil wawancara peneliti dengan Ibu Zahra salah satu korban penipuan difacebook mengatakan bahwa :

“ Saya tidak mengerti apakah aplikasi itu diawasi atau tidak tapi pada prakteknya dimarketplace, saya dan penjual berkomunikasi secara langsung dari mulai pemesanan, pembayaran, hingga pengiriman. Jadi, kalau ternyata sudah dibayar tidak dikirim ya kita tidak bisa berbuat apa-apa. Karena pertama tidak saling kenal, kemudian tidak bertemu secara langsung, ketiga antara saya dan penjual tidak perlu saling terkoneksi akun satu sama lain. Yang memungkinkan penjual memblokir akun saya dengan mudah”.

⁵⁸ Ilham Fariduz zaman S.H, Perlindungan Konsumen; Pengertian, Bentuk, dan Pentingnya, Pustaka Aksara, edisi Februari 2023.

Komunikasi secara langsung antara penjual dan pembeli tanpa pantauan aplikasi membuat fitur ini sangat rentan untuk penipuan. . Tidak adanya transparansi dan tidak diawasinya proses pembelian ini menjadikannya rentan terhadap kejahatan. Perjalanan pembelian yang tidak terflow dan transparan menjadi tanggung jawab kedua belah pihak.

Menurut hasil wawancara Ibu Zahra salah satu korban penipuan difacebook mengatakan bahwa :

“Saya sama sekali tidak ragu karena, gambar yang dia tayangkan begitu jelas. Dan harga yang dijual tidak jauh berbeda dengan harga asli. Sehingga saya pun tidak berfikir bahwa itu adalah penipuan”.

Jika kita lihat PP No. 82/2012 memberikan rincian tentang proses, persyaratan, dan perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik. Ini penting bagi pelaku usaha dan konsumen untuk melakukan transaksi online dengan aman dan sah, termasuk mengenai kewajiban pedagang dalam e-commerce.

PP No. 82/2012, yang mengatur tentang penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik (PSTE), memberikan rincian tentang proses, persyaratan, dan perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik. Peraturan ini menjadi dasar hukum bagi pelaku usaha yang mengoperasikan PSTE dalam kegiatan bisnisnya.

Pemahaman terhadap ketentuan dalam PP No. 82/2012 sangat penting bagi pelaku usaha dan konsumen untuk memastikan transaksi online yang aman, sah, dan melindungi kepentingan masing-masing.

Jika berdasarkan pada peraturan diatas jelas bahwa jual beli dimarektplace favcebook ini memiliki keamanan yang kurang, dan tidak melindungi kepentingan masing-masing yang Dimana pembeli akan lebih dirugikan dibanding dengan penjual.

Dari mulai proses penawaran hingga pembelian dilakukan hanya dengan kedua belah pihak, proses end to end yang tidak transparasi dan diawasi membuat salah pihak dapat melakukan hal yang dapat merugikan.

Jika kita lihat Berdasarkan pada teori kepastian hukum menurut

Sudikno Mertokusumo:

Kepastian hukum adalah jaminan bahwa hukum dijalankan, hak-hak warga negara dapat diperoleh, dan putusan hukum dapat dilaksanakan.

Dari hasil pembahasan diatas bahwa Tidak adanya aturan yang secara spesifik mengatur mengenai penipuan yang marak terjadi diperdagangan online dengan system pembayaran yang semakin inovatif, sehingga para korban tidak bisa menuntut hak dan mendapat perlindungan hukum sebagai konsumen. Selain itu Tidak adanya putusan hakim yang dapat menjadi acuan karena banyaknya dan beragamnya kasus penipuan yang terjadi diperdagangan online sehingga para korban banyak yang tidak membawa hal tersebut kepada pihak berwajib dan tidak mendapatkan haknya Kembali.

Transaksi jual-beli secara daring telah menjadi bagian integral dari kehidupan modern, membawa kemudahan dan efisiensi yang signifikan. Salah satu platform yang tumbuh subur sebagai arena transaksi ini adalah Facebook melalui fitur Marketplace-nya. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk menjual dan membeli barang tanpa harus saling terkoneksi sebagai teman, menjangkau audiens yang sangat luas. Namun, kemudahan ini juga disertai dengan risiko, khususnya terkait perlindungan hukum bagi konsumen, terutama dalam sistem pembayaran yang kian beragam seperti *split payment*.

1. Karakteristik Jual Beli di Facebook Marketplace dan Tantangan Perlindungan Konsumen

Facebook Marketplace menawarkan kemudahan yang luar biasa dalam melakukan transaksi jual-beli. Penjual dapat dengan mudah mengunggah foto dan deskripsi produk, sementara pembeli dapat mencari barang yang dibutuhkan secara universal, bahkan dengan pengaturan lokasi untuk menemukan penjual terdekat. Fitur ini memungkinkan interaksi langsung antara penjual dan pembeli melalui fitur pesan, mulai dari negosiasi harga, konfirmasi stok, hingga kesepakatan metode pembayaran dan pengiriman. Berbagai metode pembayaran tersedia, mulai dari COD, transfer bank, hingga dompet digital seperti Dana atau OVO, bahkan sistem *split payment*.⁵⁹

⁵⁹ Ulfah Nur Aini Ningrrum, 2013, Pengaruh Tautan Berita Pada Facebook Terhadap Minat Membaca Beritanya (Studi Pada Buruh Pabrik PT Gajah Tunggal Tbk Tangerang), UII Press,, Yogyakarta

Namun, di balik kemudahan ini tersembunyi kerentanan signifikan. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Zahra, seorang korban penipuan di Facebook Marketplace, proses komunikasi dan transaksi seringkali hanya terjadi antar dua pihak tanpa pantauan atau sistem pengawasan dari pihak Facebook sendiri. "Saya tidak mengerti apakah aplikasi itu diawasi atau tidak tapi pada prakteknya di marketplace, saya dan penjual berkomunikasi secara langsung dari mulai pemesanan, pembayaran, hingga pengiriman. Jadi, kalau ternyata sudah dibayar tidak dikirim ya kita tidak bisa berbuat apa-apa. Karena pertama tidak saling kenal, kemudian tidak bertemu secara langsung, ketiga antara saya dan penjual tidak perlu saling terkoneksi akun satu sama lain. Yang memungkinkan penjual memblokir akun saya dengan mudah," ujar Ibu Zahra.

Ketiadaan transparansi dan pengawasan dalam proses *end-to-end* transaksi ini menjadi akar masalah, menempatkan tanggung jawab sepenuhnya pada kedua belah pihak dan membuat konsumen sangat rentan terhadap penipuan. Penjual dapat dengan mudah memblokir akun pembeli setelah pembayaran diterima, meninggalkan pembeli tanpa jejak atau kemampuan untuk menuntut haknya. Kasus Ibu Zahra menunjukkan bagaimana penjual dapat memanfaatkan kemiripan harga dan gambar produk asli untuk meyakinkan pembeli, sehingga transaksi penipuan berjalan mulus tanpa kecurigaan awal.

2. Keterbatasan Perlindungan Hukum Formal dan Implementasinya

Secara normatif, perlindungan konsumen di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan peraturan pelaksana lainnya seperti Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 (kemudian direvisi menjadi PP Nomor 71 Tahun 2019) tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PSTE). PP PSTE, khususnya, merinci proses, persyaratan, dan perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik, termasuk kewajiban pelaku usaha dalam *e-commerce*. Namun, tantangannya adalah bagaimana aturan ini dapat diterapkan secara efektif pada platform seperti Facebook Marketplace yang memiliki karakteristik unik.⁶⁰

Dalam konteks Facebook Marketplace, meskipun UUPK memberikan hak-hak konsumen dan PP PSTE mengatur transaksi elektronik, penerapannya menjadi ambigu. Facebook, sebagai penyedia platform, tidak terlibat langsung dalam proses pembayaran atau pengiriman barang. Mereka hanya menyediakan "tempat" atau "wadah" bagi penjual dan pembeli untuk berinteraksi. Akibatnya, perlindungan yang diberikan oleh Meta (induk Facebook) cenderung bersifat kebijakan internal, seperti pemblokiran akun penjual yang terbukti melakukan penipuan atau perlindungan pembelian melalui *Meta's Purchase Protection* untuk transaksi yang memenuhi syarat, bukan jaminan hukum yang komprehensif.

⁶⁰ Budi Riswadi Agus, 2013, *Hukum dan Internet di Indonesia*, UII Press,, Yogyakarta

Kepastian hukum, menurut Sudikno Mertokusumo, adalah jaminan bahwa hukum dijalankan, hak-hak warga negara dapat diperoleh, dan putusan hukum dapat dilaksanakan. Dalam kasus transaksi penipuan di Facebook Marketplace, kepastian hukum ini seringkali sulit dicapai. Tidak adanya aturan yang secara spesifik mengatur praktik penipuan yang marak terjadi di platform semacam ini, terutama dengan sistem pembayaran inovatif seperti *split payment*, membuat konsumen kesulitan menuntut haknya. Banyak korban penipuan tidak melaporkan kejadian ini ke pihak berwajib karena minimnya acuan hukum atau putusan yang dapat dijadikan dasar, serta merasa tidak efektifnya sistem hukum dalam menangani kasus semacam ini. Oleh karena itu, hukum positif yang ada belum sepenuhnya memberikan jaminan perlindungan yang memadai bagi konsumen di tengah dinamika transaksi online yang terus berkembang.

3. Pentingnya Etika Baik dan Upaya Penyelesaian Sengketa Konsumen

Mengingat kompleksitas perlindungan konsumen di Facebook Marketplace, etika baik dari para pihak menjadi krusial. Baik penjual maupun pembeli memiliki kewajiban untuk bertransaksi dengan jujur dan bertanggung jawab. Pembeli, khususnya, memiliki kewajiban untuk cermat dalam memilih penjual, memeriksa reputasi, ulasan, serta memastikan detail produk sebelum melakukan pembayaran.

Penyimpanan bukti transaksi dan komunikasi juga sangat penting sebagai referensi jika terjadi masalah.⁶¹

Meskipun perlindungan hukum preventif melalui regulasi umum belum sepenuhnya menjangkau spesifik transaksi di Marketplace Facebook, upaya represif tetap tersedia bagi konsumen yang dirugikan. UUPK menegaskan bahwa konsumen yang dirugikan dapat mengajukan gugatan kepada pelaku usaha melalui lembaga penyelesaian sengketa (seperti BPSK) atau melalui peradilan umum. Penyelesaian sengketa dapat dilakukan melalui jalur non-litigasi (di luar pengadilan), seperti musyawarah, negosiasi, mediasi, atau arbitrase melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). BPSK, dengan tugas dan wewenangnya sebagaimana diatur dalam Pasal 52 UUPK dan Kepmen Perindag 350/2001, menyediakan sarana mediasi dan konsultasi untuk mencapai kesepakatan penyelesaian.⁶²

Dalam kasus penipuan di Facebook Marketplace, konsumen disarankan untuk mencoba jalur musyawarah terlebih dahulu dengan penjual. Jika tidak ada titik terang, pengaduan dapat diajukan ke BPSK. Namun, efektivitas BPSK bergantung pada ketersediaan informasi penjual, termasuk alamat yang jelas. Jika jalur non-litigasi tidak menghasilkan solusi, opsi terakhir adalah jalur litigasi melalui

⁶¹ Gunelius. S, 2011, 30-Minute Social Media Marketing, McGraw-Hill Companies, United States

⁶² Subekti, 2003, Pokok-Pokok Hukum Perdata, Jakarta, Intermasa, Jakarta.

pengadilan negeri. Meskipun jalur pengadilan cenderung memakan waktu dan biaya, ini adalah pilihan hukum formal untuk mencari keadilan. Penting untuk dicatat bahwa peran Facebook dalam membantu penyelesaian sengketa ini masih terbatas, dan pertanggungjawaban hukum sepenuhnya berada di tangan penjual dan pembeli itu sendiri. Ini menekankan kebutuhan akan regulasi yang lebih spesifik dan mekanisme penegakan hukum yang lebih kuat untuk transaksi di platform *User Generated Content* seperti Facebook Marketplace.⁶³

Dari analisis mendalam terhadap transaksi jual-beli di Facebook Marketplace, penulis menyimpulkan bahwa terdapat sebuah paradoks krusial dalam konteks perlindungan hukum bagi konsumen. Di satu sisi, fitur ini menawarkan kemudahan dan aksesibilitas tak terbatas, memfasilitasi interaksi langsung antar pihak yang sangat diminati di era digital. Namun, di sisi lain, kemudahan ini datang dengan konsekuensi serius berupa ketidakmampuan kerangka hukum yang ada untuk memberikan perlindungan yang memadai, terutama ketika metode pembayaran canggih seperti *split payment* diterapkan dan kasus penipuan terjadi.

Pertama, paradoks muncul dari kesenjangan antara janji kemudahan dan realitas kerentanan. Facebook Marketplace, dengan karakteristik komunikasinya yang bersifat P2P (peerto-peer) tanpa mediator

⁶³ Salim, 2008, Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak,, Sinar Grafika,, Jakarta.

transaksional, secara inheren menciptakan lingkungan di mana prinsip-prinsip perlindungan konsumen yang diamanatkan UUPK – seperti hak atas informasi yang akurat dan ganti rugi – sulit ditegakkan. Konsumen dihadapkan pada situasi di mana etika baik penjual menjadi satu-satunya benteng perlindungan. Ketika itikad baik ini runtuh, seperti pada kasus penipuan, anonimitas dan kemudahan memblokir akun memungkinkan pelaku melarikan diri dengan impunitas, meninggalkan konsumen tanpa jalur hukum yang jelas untuk menuntut haknya. Ini adalah cerminan kegagalan sistematis dalam menerapkan teori perlindungan konsumen pada model bisnis digital yang unik.

Kedua, paradoks terletak pada ketidakmampuan teori kepastian hukum untuk menjangkau realitas digital. Meskipun terdapat regulasi mengenai transaksi elektronik (PP PSTE), sifat umum dan kurang spesifiknya aturan tersebut terhadap platform seperti Facebook Marketplace, yang tidak sepenuhnya mengontrol proses transaksi dan pembayaran, menciptakan area "hitam" di mana kepastian hukum menjadi goyah. Kekosongan preseden hukum dan kelambatan adaptasi regulasi terhadap inovasi teknologi, terutama dalam mekanisme pembayaran yang kompleks, mengakibatkan konsumen tidak memiliki panduan yang pasti tentang bagaimana hak-hak mereka dijamin atau bagaimana penyelesaian sengketa dapat dicapai secara efektif. Hukum, yang seharusnya menjadi pedoman dan pemberi keamanan, justru terkesan pasif di hadapan dinamika pasar digital yang begitu cepat.

Ketiga, paradoks ini menyoroti keterbatasan teori perlindungan hukum dalam menghadapi evolusi kejahatan digital. Meskipun hukum bertujuan untuk melindungi individu dari tindakan sewenang-wenang dan menjamin akses keadilan, mekanisme yang ada (seperti BPSK) seringkali tidak efektif dalam praktik di *marketplace* media sosial. Keterbatasan data penjual, sifat transaksional yang tidak dicatat secara transparan oleh platform, dan minimnya alat bukti yang kuat, mempersulit upaya hukum. Ini menggambarkan bahwa meskipun niat untuk memberikan perlindungan hukum itu ada, implementasinya belum mampu mengatasi tantangan yang ditimbulkan oleh model *marketplace* berbasis *User Generated Content*, di mana pertanggungjawaban hukum seringkali tidak jelas dan terfragmentasi.

Sebagai kesimpulan akhir, penulis menyadari bahwa perlindungan hukum konsumen dalam transaksi daring di Facebook Marketplace, khususnya dengan skema *split payment*, berada dalam kondisi yang sangat rentan. Diperlukan upaya kolektif dan komprehensif, tidak hanya dari sisi konsumen dalam meningkatkan kewaspadaan dan literasi digital, tetapi juga dari sisi pembuat kebijakan dalam merumuskan regulasi yang lebih adaptif dan spesifik. Yang terpenting, platform seperti Facebook perlu untuk didorong atau diwajibkan untuk bertanggung jawab secara lebih proaktif dalam menciptakan mekanisme pengawasan transaksional dan penyelesaian sengketa yang lebih robust, demi mewujudkan keseimbangan antara inovasi digital dan perlindungan hak-hak fundamental konsumen.

B. Penyelesaian sengketa konsumen apabila terdapat permasalahan hukum dalam melakukan transaksi online pada fitur *Marketplace* dengan system *split payment*

Era digital telah mentransformasi lanskap perdagangan, memungkinkan transaksi daring yang semakin kompleks, termasuk melalui fitur Marketplace di aplikasi Facebook dengan sistem pembayaran *split payment* yang inovatif. Meskipun sistem ini menawarkan kemudahan, ia juga membawa serta kerumitan yang signifikan dalam ranah hukum, terutama terkait penyelesaian sengketa konsumen. Penipuan daring menjadi risiko nyata, menuntut pemahaman yang komprehensif mengenai prosedur dan landasan hukum yang tersedia bagi konsumen.

1. Tantangan Penegakan Hukum dan Jalur Litigasi dalam Penyelesaian Sengketa Penipuan Online

Kasus penipuan dalam transaksi daring, khususnya yang terjadi di platform seperti Facebook Marketplace, menyoroiti tantangan besar dalam penegakan hukum.⁶⁴ Sebagaimana diungkapkan sebelumnya, karakteristik komunikasi langsung antarpihak tanpa pengawasan platform yang memadai menjadikan transaksi ini rentan. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang ITE, melalui Pasal 28 ayat (1), secara eksplisit melarang “setiap

⁶⁴ Muhammad Habib Husin dkk., “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Ditinjau Dari Kitab Undangundang Hukum Perdata,” Jurnal Hukum Lex Generalis 5, no. 4 (April 2024): 1–17. 4

Orang dengan sengaja mendistribusikan dan/atau mentransmisikan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang berisi pemberitahuan bohong atau informasi menyesatkan yang mengakibatkan kerugian materiel bagi konsumen dalam Transaksi Elektronik.” Pelanggaran ini diancam pidana penjara paling lama 6 tahun dan/atau denda paling banyak Rp1 miliar (Pasal 45A ayat (1) UU 1/2024).⁶⁵

Meskipun ketentuan pidana ini ada, proses penyelesaian sengketa perdata, khususnya untuk mendapatkan ganti rugi materiil, seringkali tidak berjalan mulus. Dalam transaksi *end-to-end* yang tidak transparan seperti di Facebook Marketplace, melacak pelaku dan memperoleh bukti yang kuat menjadi hambatan utama. Konsumen kerap kesulitan dalam mengumpulkan bukti yang cukup untuk dibawa ke pengadilan, seperti *screenshot* percakapan, bukti transfer, dan identitas pelaku yang kerap anonim.⁶⁶

Beberapa langkah preventif dan *represif* awal yang dapat dilakukan konsumen untuk mengatasi penipuan online meliputi:

- a. **Melapor ke Cek Rekening Kominfo:** Situs ini memungkinkan pelaporan rekening bank atau *e-wallet* yang diduga terkait tindak pidana, membantu pengumpulan database pelaku kejahatan siber.

⁶⁵ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2015, Hukum Perlindungan Konsumen,, Grafindo Persada, Jakarta.

⁶⁶ Wahyu Sasongko, 2007, Ketentuan-Ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen,, Universtas Lampung, Bandar Lampung.

- b. **Melapor ke Aduan Nomor Kominfo:** Untuk melaporkan penyalahgunaan nomor seluler yang terindikasi penipuan.
- c. **Melapor ke Kepolisian:** Konsumen dapat langsung mendatangi kantor polisi terdekat (Polsek, Polres, Polda, atau Mabes Polri) dengan membawa seluruh bukti relevan (bukti percakapan, tangkapan layar, rekaman, bukti transfer).

Penting untuk digarisbawahi bahwa tidak adanya aturan spesifik yang mengatur penipuan online dengan berbagai metode pembayaran inovatif (seperti *split payment*) seringkali menyebabkan kerancuan dalam penegakan hukum. Oleh karena itu, konsumen diimbau untuk lebih berhati-hati terhadap tawaran yang tidak wajar dan selalu menyimpan semua bukti transaksi sebagai persiapan jika kasus harus dibawa ke jalur hukum.⁶⁷

2. **Penyelesaian Sengketa dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) dan Persoalan Choice of Forum serta Choice of Law**

Sengketa dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019, dapat diselesaikan melalui pengadilan atau mekanisme non-litigasi. Namun, kompleksitas PMSE muncul dari melibatkan banyak pihak: konsumen, pelaku usaha, penyedia sistem elektronik

⁶⁷ Ahmad Miru, 2008, Hukum Perjanjian dan Perancangan Perjanjian, Sinar Grafik, Jakarta.

(*marketplace*), *payment gateway*, dan jasa pengiriman. Menentukan pihak mana yang bertanggung jawab atas kerugian menjadi tantangan tersendiri.⁶⁸

Isu hukum lain yang sering muncul dalam PMSE adalah keberadaan kontrak elektronik baku (*standard form contract*) atau syarat dan ketentuan (*terms & conditions*) yang dibuat sepihak oleh penyedia sistem elektronik. Konsumen seringkali harus menyetujui klausul-klausul ini, termasuk klausul *choice of forum* (pilihan forum penyelesaian sengketa) dan *choice of law* (pilihan hukum yang mengatur). Fenomena yang menarik adalah banyak platform Indonesia justru memilih forum dan hukum asing (misalnya, Pengadilan Singapura atau hukum Singapura) dalam *terms & conditions* mereka, seperti yang terlihat pada Shopee atau Traveloka.⁶⁹

Secara teoritis, pilihan forum dan pilihan hukum ini diizinkan berdasarkan Pasal 118 ayat (4) HIR (dan Pasal 142 ayat (4) RBg), serta Pasal 18 ayat (4) UU ITE dan Pasal 74 ayat (1) PP PMSE untuk PMSE internasional. Artinya, para pihak diberi kewenangan untuk memilih forum pengadilan, arbitrase, atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya. Namun, penting untuk dicatat bahwa pilihan hukum (*choice of law*) hanya dimungkinkan jika terdapat unsur asing dalam

⁶⁸ Azhar Muttaqin, 2009, *Transaksi E-Commerce Dalam Tinjauan Hukum Islam*, Universitas Muhammadiyah Malang, Malang.

⁶⁹ Kapang, F. Y. 2009, *Planet Facebook 6 Jurus Menguasai Facebook Cemerlang* Publishing, Yogyakarta.

kontrak dan harus sejalan dengan prinsip Hukum Perdata Internasional (HPI).⁷⁰ Dalam praktiknya, pilihan forum dan hukum asing ini dapat mempersulit akses konsumen Indonesia terhadap keadilan, karena mereka harus berhadapan dengan sistem hukum yang asing dan biaya yang lebih tinggi. Kendati demikian, beberapa putusan Pengadilan di Indonesia telah menunjukkan adanya kemungkinan pengesampingan klausula *choice of forum* dan *choice of law* jika Pengadilan Indonesia dianggap sebagai "The Most Appropriate Forum" (forum yang paling layak). Pertimbangan ini didasarkan pada asas peradilan cepat, sederhana, dan biaya ringan; domisili para pihak di Indonesia; ketersediaan saksi dan dokumen di Indonesia; serta mempertimbangkan asas keseimbangan dalam berkontrak, itikad baik, dan kepentingan umum berupa perlindungan konsumen.⁷¹

3. Opsi Penyelesaian Sengketa Non-Litigasi dan Peran Pemerintah

Selain jalur litigasi, penyelesaian sengketa konsumen dalam PMSE juga dapat ditempuh melalui mekanisme non-litigasi. Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah menyediakan wadah seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) untuk membantu konsumen menyelesaikan sengketa di luar pengadilan. Namun, efektivitas BPSK

⁷⁰ Tony Hendroyono, Facebook: Situs Social Networking Bernilai 15 Miliar Dolar (Yogyakarta: B First, 2009). 83.

⁷¹ Muhammad Habib Husin dkk., "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Ditinjau Dari Kitab Undang-undang Hukum Perdata," Jurnal Hukum Lex Generalis 5, no. 4 (April 2024): 1–17. 4

bergantung pada ketersediaan data pelaku yang jelas, yang seringkali menjadi masalah dalam kasus penipuan online di platform *marketplace* yang tidak terlalu terstruktur seperti Facebook.⁷²

Pemerintah, melalui Kementerian Perdagangan, juga memiliki peran dalam pengawasan PMSE. Konsumen dapat melaporkan penyedia sistem elektronik atau pelaku usaha kepada Menteri Perdagangan jika mengalami kerugian. Jika pelaku usaha tidak menindaklanjuti laporan, mereka dapat dimasukkan dalam daftar prioritas pengawasan atau daftar hitam, serta dikenakan sanksi administratif berupa peringatan tertulis, hingga pemblokiran sementara layanan PMSE. Hal ini menunjukkan bahwa ada upaya pemerintah untuk mengawasi dan memberikan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang merugikan konsumen dalam PMSE.

Meskipun demikian, diseminasi informasi mengenai hak-hak konsumen dan prosedur penyelesaian sengketa yang relevan dengan perkembangan transaksi daring yang cepat, serta bagaimana mengatasi kerentanan dalam fitur seperti Facebook Marketplace, masih perlu ditingkatkan. Penting bagi konsumen untuk memahami bahwa tanggung jawab mereka juga mencakup ketelitian dan kehati-hatian dalam bertransaksi, termasuk tidak mudah tergiur penawaran yang tidak masuk

⁷² Onno W Purbo dan Anang Arief Wahyudi, 2010, *Mengenal E-Commerce*, Elex Media Computindo, Jakarta.

akal dan selalu menyimpan bukti korespondensi serta transaksi pembayaran. Pada akhirnya, upaya kolaboratif antara pemerintah, platform, pelaku usaha, dan konsumen sendiri adalah kunci untuk menciptakan ekosistem transaksi daring yang lebih aman dan terlindungi.⁷³

Perjalanan melacak penyelesaian sengketa konsumen dalam transaksi daring di Facebook Marketplace, utamanya dengan sistem *split payment* yang inovatif, telah mengungkap sebuah kompleksitas multidimensional. Sebagai penulis, saya merasa adanya diskrepansi signifikan antara idealisme teori-teori hukum yang menjadi landasan perlindungan konsumen dengan realitas praktis di lapangan, yang disebabkan oleh karakteristik unik platform digital dan kejahatan siber yang semakin canggih.

Pertama, jika ditinjau dari **Teori Perlindungan Konsumen**, jelas bahwa hak-hak fundamental konsumen, seperti hak atas informasi yang akurat dan hak untuk mendapatkan ganti rugi, seringkali tergerus dalam transaksi di Facebook Marketplace. Model komunikasi P2P tanpa campur tangan dan pengawasan *platform provider* yang memadai, menjadikan implementasi prinsip-prinsip perlindungan seperti *negligence* atau *breach of warranty* sangat sulit. Konsumen sulit membuktikan kelalaian atau wanprestasi penjual karena anonimitas dan kemudahan untuk menghilangkan

⁷³ Amiruddin Sormin, “Jual COD HP Di Marketplace Facebook, Pria Asal Natar Ini Tipu Pembeli, Begini Modusnya,” dalam <https://lampungpro.co/news/jual-cod-hp-di-marketplacefacebook-pria-asal-natar-ini-tipu-pembeli-begini-modusnya->. (diakses pada tanggal 24 Februari 2025).

jejak komunikasi. Lebih jauh, konsep *strict product liability* hampir tidak dapat diterapkan pada Facebook karena peran mereka sebagai hanya penyedia ruang, bukan penjual produk itu sendiri. Ini menciptakan celah besar di mana perlindungan yang seharusnya komprehensif menjadi sangat parsial, meninggalkan konsumen dalam posisi yang sangat rentan.

Kedua, dari perspektif **Teori Kepastian Hukum**, situasi ini menghadirkan tantangan serius. Kepastian hukum, yang mengharap­kan adanya norma yang jelas dan pedoman bagi individu, terbukti tidak sepenuhnya mampu mengimbangi kecepatan inovasi teknologi, terutama dalam metode pembayaran seperti *split payment*. Meskipun ada peraturan tentang Transaksi Elektronik, sifatnya yang umum dan tidak terlalu mendetail pada mekanisme *User Generated Content* (UGC) seperti Facebook Marketplace, menciptakan ketidakjelasan. Praktik *choice of forum* dan *choice of law* asing dalam perjanjian baku semakin memperkeruh situasi, meskipun ada preseden pengadilan yang dapat mengesampingkannya. Kenyataan ini menunjukkan bahwa hukum, yang seharusnya menjadi pedoman untuk mengetahui "apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan", menjadi kabur dan tidak optimal dalam memberikan keamanan hukum. Proses hukum yang berbelit-belit dan tidak efisien dalam menangani kasus penipuan online juga mengikis kepercayaan masyarakat terhadap sistem, sehingga mengancam tujuan kepastian hukum itu sendiri.

Ketiga, keberadaan **Teori Perlindungan Hukum** menyoroti urgensi akan upaya untuk melindungi hak-hak individu dan menjamin akses keadilan. Mekanisme penyelesaian sengketa yang tersedia, baik litigasi maupun non-litigasi (seperti BPSK), meskipun ada, seringkali tidak berjalan efektif untuk kasus penipuan online di Facebook Marketplace. Kendala seperti kurangnya data identitas pelaku, metode pembayaran yang tidak terintegrasi, dan sifat transaksi yang tidak tercatat transparan oleh platform, mempersulit proses pembuktian dan penegakan hukum. Perlindungan hukum yang seharusnya proaktif dan efektif dalam menangani perbuatan sewenang-wenang (penipuan) menjadi reaktif dan sering terlambat. Ini menggarisbawahi bahwa meskipun niat untuk melindungi konsumen itu kuat dalam teori, implementasinya di lapangan masih menghadapi hambatan struktural dan teknologis yang signifikan.

Sebagai penutup, penulis menyimpulkan bahwa penyelesaian sengketa konsumen dalam transaksi daring di Facebook Marketplace dengan sistem *split payment* masih menghadapi banyak kendala hukum dan praktis. Kelemahan terletak pada tiga pilar utama: ketidakcukupan regulasi spesifik yang mampu menangani model bisnis dan metode pembayaran yang unik, kesulitan dalam penegakan hukum akibat sifat anonimitas dan kurangnya transparansi platform, serta tantangan dalam memberikan akses keadilan yang efektif bagi konsumen. Oleh karena itu, diperlukan upaya kolaboratif dan inovatif dari semua pihak—pemerintah dalam adaptasi regulasi, platform

dalam meningkatkan keamanan dan transparansi, dan konsumen dalam meningkatkan literasi digital—agar teori perlindungan hukum dapat benar-benar termanifestasi dalam realitas perdagangan daring.



BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

Fenomena transaksi jual-beli di Facebook Marketplace, khususnya dengan skema pembayaran *split payment*, melahirkan sebuah paradoks yang signifikan: di satu sisi, kemudahan transaksional yang luar biasa, di sisi lain, kerentanan perlindungan hukum yang akut bagi konsumen. Dari sudut pandang Teori Perlindungan Konsumen, hak-hak fundamental konsumen, seperti hak atas informasi yang akurat dan ganti rugi, rentan tergerus. Karakteristik percakapan pribadi antara penjual (pelaku usaha) dan pembeli (konsumen) tanpa pengawasan *platform provider* yang memadai, menyulitkan pembuktian *negligence* atau *breach of warranty*, sementara *strict product liability* tidak dapat sepenuhnya diterapkan pada Facebook selaku penyedia ruang. Ini memunculkan celah hukum yang membuat konsumen berada dalam posisi yang sangat lemah saat terjadi penipuan. Selanjutnya, Teori Kepastian Hukum yang menekankan kejelasan dan pedoman bagi individu, menghadapi tantangan berat di ranah digital ini. Regulasi yang ada, meskipun mengatur transaksi elektronik, belum cukup spesifik dan adaptif terhadap model *marketplace* berbasis *User Generated Content* (UGC) serta inovasi pembayaran seperti *split payment*. Ketidakjelasan aturan terkait tanggung jawab platform, praktik *choice of forum* dan *choice of law* asing dalam kontrak baku, serta minimnya putusan hakim yang menjadi preseden, menciptakan ketidakpastian yang mengikis kepercayaan masyarakat terhadap sistem hukum. Terakhir, jika ditinjau dari Teori Perlindungan Hukum, meskipun terdapat beragam mekanisme penyelesaian sengketa—baik litigasi maupun

non-litigasi seperti BPSK—efektivitasnya seringkali terhambat oleh sifat anonimitas pelaku, kurangnya transparansi transaksi di platform, dan kesulitan dalam mengumpulkan bukti yang kuat. Hal ini menunjukkan bahwa niat untuk memberikan perlindungan hukum, meskipun kuat secara teoretis, masih belum mampu termanifestasi secara optimal dalam realitas praktik perdagangan daring, meninggalkan konsumen dalam jejak abu-abu perlindungan hukum yang membutuhkan reformasi regulasi progresif dan peningkatan tanggung jawab dari semua pihak terkait.

B. Saran

Berdasarkan analisis terhadap perlindungan hukum dan penyelesaian sengketa konsumen dalam transaksi daring pada fitur Marketplace Facebook dengan sistem *split payment*, serta mempertimbangkan kesenjangan antara teori hukum dan realitas praktik, berikut adalah saran-saran yang relevan:

1. Bagi Pemerintah dan Regulator:

- a. Perumusan Regulasi yang Adaptif dan Spesifik: Mendesak pemerintah untuk segera merumuskan regulasi yang lebih spesifik dan adaptif terhadap model *marketplace* berbasis *User Generated Content* (UGC) seperti Facebook Marketplace. Regulasi ini harus mencakup definisi yang jelas mengenai tanggung jawab hukum platform (*platform liability*) terhadap transaksi yang terjadi di dalamnya, khususnya terkait pengawasan *end-to-end* proses transaksi dan pembayaran, termasuk *split payment*.

- b. Penjelasan Mekanisme Penyelesaian Sengketa yang Jelas: Memperjelas dan mensosialisasikan mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif untuk kasus penipuan online di platform UGC, termasuk standar *due diligence* dari penyedia platform, kewajiban transparansi data penjual, dan penyederhanaan prosedur pelaporan bagi konsumen.
- c. Standardisasi Kontrak Elektronik: Mendorong adanya standardisasi klausul-klausul penting dalam kontrak elektronik, khususnya terkait *choice of forum* dan *choice of law*, agar lebih berpihak pada konsumen domestik. Meninjau ulang opsi memilih forum dan hukum asing dalam transaksi yang melibatkan pelaku dan konsumen domestik.
2. Bagi Penyedia Platform (Facebook/Meta):
- a. Peningkatan Mekanisme Pengawasan Transaksional: Mengembangkan dan mengimplementasikan sistem pengawasan transaksional yang lebih robust untuk Marketplace, tidak hanya terbatas pada konten produk, tetapi juga mengawasi pola komunikasi dan pembayaran yang mengindikasikan risiko penipuan.
- b. Integrasi Sistem Pembayaran yang Aman: Menyediakan dan mendorong penggunaan sistem pembayaran yang terintegrasi di dalam platform dan memiliki mekanisme proteksi pembeli yang

jasas, untuk mengurangi risiko yang timbul dari pembayaran langsung antar pihak.

c. Penyediaan Fitur Pelaporan dan Mediasi yang Efektif: Memperkuat fitur pelaporan penipuan yang ada dan menyediakan tim *customer support* yang responsif untuk memediasi sengketa antara penjual dan pembeli, serta memfasilitasi pertukaran informasi yang diperlukan untuk proses hukum.

d. Transparansi Identitas Penjual: Menerapkan verifikasi identitas yang lebih ketat bagi penjual dan memungkinkan konsumen untuk mengakses informasi dasar penjual yang terverifikasi, sebagai langkah preventif penipuan.

3. Bagi Konsumen:

a. Peningkatan Literasi Digital dan Kewaspadaan: Konsumen perlu meningkatkan literasi digital dan kesadaran akan risiko penipuan online. Selalu skeptis terhadap tawaran yang terlalu bagus untuk menjadi kenyataan dan harga yang tidak wajar.

b. Verifikasi Penjual dan Reputasi: Melakukan verifikasi ekstra terhadap identitas dan reputasi penjual, mencari ulasan atau rekam jejak online, serta menghindari transaksi dengan akun yang mencurigakan atau baru dibuat.

c. Dokumentasi Transaksi: Penting untuk selalu menyimpan bukti komunikasi (chat log), detail produk, dan terutama bukti

pembayaran (*screenshot* transfer, resi, dll.) sebagai bahan bukti jika terjadi sengketa.

- d. Memanfaatkan Mekanisme Pelaporan: Segera melaporkan indikasi penipuan ke pihak berwenang (Kominfo, Kepolisian) dan platform terkait. Meskipun prosesnya mungkin tidak mudah, setiap laporan dapat membantu proses identifikasi pelaku dan perumusan kebijakan yang lebih baik di masa depan.



DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Ahmad Rifai, *Penemuan Hukum oleh Hakim Dalam Perspektif Hukum Progresif*, Sinar Grafika, Jakarta. 2010

Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat Sistem transaksi Dalam Islam*, Amzah, Jakarta. 2010

Achmad Zurohman dan Eka Rahayu, *Jual Beli Online dalam Perspektif Islam*, Jakarta. 2019

Amiruddin dan H. Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta. 2012

Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta. 2008

- Dalam Johnny Ibrahim, *Teori dan Metode Penelitian Hukum Normatif*, Bayumedia Publishing, Malang. 2006
- Darji Darmodiharjo dan Shidarta, *Pokok-pokok Filsafat Hukum, Apa dan Bagaimana Filosafat Hukum Indonesia*, Gramedia, Jakarta. 1995
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi IV*, Gramedia Pustaka, Jakarta. 2008
- Gunawan Wijaja dan Kartini Muljadi, *Seri Hukum Perikatan*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta. 2003
- Hedi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Raja Grafindo, Jakarta. 2002
- I Made Pasek Diantha, *Metodologi Penelitian Hukum Normatif dalam Justifikasi Teori Hukum*, Kencana, Jakarta. 2016
- Jannus Sibadolok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT Citra Aditya Bhakti, Bandung. 2010
- Lili Rasdjidi dan Ira Rasjidi, *Dasar-Dasar Filsafat dan Teori Huku*, Citra Aditya Bakti, Bandung. 2001
- Lili Rasjidi dan B. Arief Sidharta, *Filsafat Hukum Madzab dan Refleksi*, PT. Remaja Rosda Karya, Bandung. 1994
- Lisa Umami, *Pengantar Ekonomi Islam*, Kurnia Advertising, Malang. 2012
- Lili Rasdjidi dan Ira Rasjidi, *Dasar-Dasar Filsafat dan Teori Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung. 2001
- Magfirah, Ester Dwi, *Perlindungan Konsumen Dalam E-Commerce*, Jakarta. Grafikatama Jaya.2009

- M Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam*, PT Raja Grafindo, Jakarta. 2004.
- Muhammad Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta. 2004
- Muammad Daud Ali. *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Islam di Indonesia*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta. 2002
- Muslim, *Shohih Muslim*, Dar El Fikr, Beirut. 1993).
- Nasrun Haroen, *Fiqih Muamalah*, *Gaya Media Pratama*, Jakarta. 2007.
- Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta. 2011
- Peter Mahmud Marzuki, , *Pengantar Ilmu Hukum*, Kencana, Jakarta. 2008
- Rahmat Syafe'I, *Fiqih Muamalah*, Pustaka Setia, Bandung. 2001.
- Ridcan Syahrani, *Rangkuman Intisari Ilmu Hukum*, Citra Aditya Bakti, Jakarta. 2008
- Sayyid Sabiq, *Fiqih Sunnah. Alih Bahasa Oleh Mohd. Thalib*, PT al-ma'ruf, Bandung. 1998
- Syaiful Bakhri, *Pidana Denda Dan Korupsi*, Total Media, Yogyakarta. 2009
- Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Kencana Prenada Media Grup, Jakarta . 2013

B. Perundang-undangan

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Undang – Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Kitab Undang - Undang Hukum Pidana (KUHP)

Kitab Undang – Undang Perlindungan Konsumen (UUPK)

Undang – Undang No. 11 Tahun 2018 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Undang – Undang No 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang – Undang No 11 Tahun 2018 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Jual beli online di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).

C. Jurnal

Agung Basuki Prasetya, “Prinsip Pengadaan Tanah Bagi Kepentingan Umum”. *Administrative Law & Governance Journal* Vol. 1 Edisi 3 Agustus 2018

Sarif Hidayat, Hari Suryantoro, dan Jansen Wiratama “Pengaruh Media Sosial Facebook Terhadap Perkembangan E-Commerce di Indonesia”, *Jurnal SIMETRIS*, Vol. 8 No. 2 (2017) diakses dari <https://jurnal.umk.ac.id/index.php/simet/article/view/1165/1082>

Achmad Zurohman dan Eka Rahayu, 2019, “Jual Beli Online dalam Perspektif Islam” *Jurnal Iqtishodiyah* Vol. 5 No. 1, Januari 2019,

h.25. diakses dari

<https://www.researchgate.net/publication/339588516>

Achmad Zurohman dan Eka Rahayu, 2019, Jual Beli Online dalam Perspektif Islam, Jurnal Iqtishodiyah Vol. 5 No. 1, Januari 2019,

h.25.https://www.researchgate.net/publication/339588516_Jual_Beli_Online_dalam_Perspektif_Islam

Maxmanroe, 5 Jenis Transaksi Jual Beli Online Terpopuler di Indonesia”,

Blog Maxmanroe. <https://www.maxmanroe.com/2014/01/3-jenis-transaksi-jual-beli-online-terpopuler-diindonesia.html> (16 Maret

201

D. Lain-lainya

<http://tesishukum.com/pengertian-perlindungan-hukum/> di akses pada tanggal 2 Mei 2025

