

**PERBANDINGAN PRAKTIK PERJANJIAN JUAL BELI KOSMETIK
MELALUI MEDIA SOSIAL *FACEBOOK* DAN *INSTAGRAM*
DI KECAMATAN BANGUNTAPAN KABUPATEN BANTUL**



SKRIPSI

**DISUSUN DAN DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARI'AH DAN
HUKUM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT-SYARAT
MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU DALAM ILMU
HUKUM**

OLEH:

ERVIAN RATKITA SARI

NIM. 18103040125

PEMBIMBING:

WARDATUL FITRI, S.H., M.H.

NIP. 19900511 201903 2 016

**PRODI ILMU HUKUM
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIAJAGA YOGYAKARTA
2022**

ABSTRAK

Media sosial yang sering digunakan sebagai sarana jual beli produk barang dan jasa adalah *facebook* dan *instagram*. Melalui *facebook* dan *instagram* kebutuhan sehari-hari seperti kosmetik dan kebutuhan lainnya mudah didapatkan. Terdapat kosmetik dengan berbagai jenis merek yang beredar di pasaran. Banyaknya permintaan konsumen terhadap produk kosmetik, dimanfaatkan oleh pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab dengan memproduksi atau memperdagangkan kosmetik yang tidak memenuhi persyaratan untuk diedarkan kepada masyarakat. Selanjutnya permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah: praktik perbandingan keabsahan perjanjian jual beli kosmetik melalui media sosial *facebook* maupun *instagram* sebagaimana diatur dalam KUH Perdata, akibat hukum jika salah satu pihak melakukan wanprestasi dalam perjanjian jual beli kosmetik melalui media sosial *facebook* maupun *instagram*, dan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam perjanjian jual beli kosmetik melalui media sosial *facebook* maupun *instagram*.

Untuk menjawab permasalahan di atas, peneliti menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan yuridis empiris. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode wawancara dan studi kepustakaan. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang menggunakan sumber data yang terkumpul dan erat kaitannya dengan penelitian, untuk kemudian dianalisis dan di deskripsikan dari data yang diperoleh. Dalam permasalahan ini peneliti menggunakan teori pertanggungjawaban hukum, teori perlindungan hukum, dan teori kepastian hukum.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yaitu Keabsahan perjanjian jual beli kosmetik secara *online* melalui *facebook* maupun *instagram* sebagian perjanjian cenderung masih belum memenuhi syarat sah dengan mendasarkan pada ketentuan Pasal 1320 KUH Perdata. Dalam hal terjadinya wanprestasi penjual *online*/pelaku usaha wajib memberikan kompensasi, ganti rugi, dan penggantian akibat barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam melakukan transaksi jual beli kosmetik melalui *facebook* maupun *instagram* diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, yang mana dalam Undang-Undang tersebut mengatur mengenai hak-hak, kewajiban, dan larangan yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha maupun konsumen dalam melakukan transaksi *online* agar tidak terjadi kerugian dan penyimpangan. Itikad baik juga penting agar para pihak dalam melakukan perjanjian memiliki kewajiban untuk tidak berbuat yang sifatnya merugikan salah satu pihak.

Kata kunci: Jual beli, Kosmetik, *Facebook*, Wanprestasi, Konsumen, *Instagram*

ABSTRACT

The most widely used social media as a means of buying and selling goods and services are *Facebook* and *Instagram*. Through *Facebook* and *Instagram*, daily necessities such as cosmetics and other equipment will be easily obtained. There are cosmetics on the market with various types of brands. The large number of consumer demands for cosmetics is exploited by irresponsible business actors by producing or trading cosmetics that do not meet the requirements for circulation to the public. Furthermore, the problems studied in this study are: a comparison of the validity of the sale and purchase agreement of cosmetics through the *Facebook* and *Instagram* applications according to the Civil Code, the legal consequences if one party defaults in the cosmetic sale and purchase agreement through the *Facebook* and *Instagram* applications, and legal protection for consumers in the agreement. buying and selling cosmetics through the *Facebook* and *Instagram* applications.

To answer the problems above, the researcher uses a type of field research using an empirical juridical approach. The data collection method used is using the interview method and literature study. This research is descriptive qualitative, namely research that uses data sources that have been collected which are closely related to research, to then be analyzed and described from the data obtained. In this problem, the researcher uses the theory of legal responsibility, theory of legal protection, and theory of legal certainty.

From the results of research conducted by researchers, namely the validity of *online* cosmetic sales and purchase agreements through *Facebook* and *Instagram*, some agreements tend to still not meet the legal requirements based on the provisions of Article 1320 of the Civil Code. In the event of a default, the online seller/business actor is obliged to provide compensation, compensation, and replacement due to the goods or services received not in accordance with the wishes of the consumer. Legal protection for consumers in buying and selling cosmetics through *Facebook* and *Instagram* is regulated in the Consumer Protection Act, which in the Act regulates the rights that must be fulfilled by business actors in conducting online transactions so that there are no losses and irregularities. Good faith is also very important in this case so that the parties in the agreement have an obligation not to do things that are detrimental to one of the parties.

Keywords: Buying and selling, Cosmetics, *Facebook*, Default, Consumers, *Instagram*

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum. Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Ervian Ratkita Sari
NIM : 18103040125
Judul : Perbandingan Praktik Perjanjian Jual Beli Kosmetik Melalui Media Sosial *Facebook* dan *Instagram* Di Kecamatan Banguntapan Kabupaten Bantul

Sudah dapat diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Srata Satu dalam Prodi Ilmu Hukum Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.

Yogyakarta, 17 Mei 2022
Pembimbing,



Wardatul Fitri, S.H., M.H.
NIP. 19900511 201903 2 016

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ervian Ratkita Sari
NIM : 18103040125
Program Studi : Ilmu Hukum
Fakultas : Syariah dan Hukum

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Perbandingan Praktek Perjanjian Jual Beli Kosmetik Melalui Media Sosial *Facebook* dan *Instagram* Di Kecamatan Banguntapan Kabupaten Bantul” adalah benar hasil karya atau laporan penelitian yang saya lakukan sendiri dan bukan plagiat dari hasil karya orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam penelitian ini dan disebutkan dalam acuan daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 15 Juni 2022
Yang Menyatakan,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Ervian Ratkita Sari
NIM. 18103040125

SURAT PENGESAHAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512840 Fax. (0274) 545614 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-898/Un.02/DS/PP.00.9/06/2022

Tugas Akhir dengan judul : PERBANDINGAN PRAKTIK PERJANJIAN JUAL BELI KOSMETIK MELALUI MEDIA SOSIAL FACEBOOK DAN INSTAGRAM DI KECAMATAN BANGUNTAPAN KABUPATEN BANTUL

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ERVIAN RATKITA SARI
Nomor Induk Mahasiswa : 18103040125
Telah diujikan pada : Rabu, 15 Juni 2022
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Wardatul Fitri, M.H.
SIGNED

Valid ID: 62b3b78c1ac6



Penguji I
Iswantoro, S.H., M.H.
SIGNED

Valid ID: 62b14033ac5b



Penguji II
Annisa Dian Arini, M.H.
SIGNED

Valid ID: 62b28a81a0d1d



Yogyakarta, 15 Juni 2022
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum
Prof. Dr. Drs. H. Makhrus, S.H., M.Hum.
SIGNED

Valid ID: 62bd27c1d2856

MOTTO

“MASA LALU DAN MASA KINI MEMILIKI BANYAK HAL UNTUK
DICERITAKAN KEPADA KITA TENTANG MASA DEPAN, DAN MASA
DEPAN AKAN MEMBERI TAHU KITA BANYAK HAL TENTANG MASA
LALU.”

(Stephen M. Millett)

“HATIKU TENANG KARENA MENGETAHUI BAHWA APA YANG
MELEWATKANKU TIDAK AKAN PERNAH MENJADI TAKDIRKU, DAN
APA YANG DITAKDIRKAN UNTUKKU TIDAK AKAN PERNAH
MELEWATKANKU.”

(Umar bin Khattab)

“SUSAH, TAPI BISMILLAH”

(Fiersa Besari)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

- Allah SWT pencipta semesta alam yang telah memberiku hidup dan berkah serta rizkinya
- Ayah dan ibu tercinta terima kasih atas dukungan dan pengorbanannya sungguh cinta kasih ayah dan ibu yang tulus, doa serta kasih sayangnya tak akan pernah ananda lupakan
- Untuk seluruh keluargaku dan saudaraku terima kasih atas doa dan dukungannya
- Untuk penyemangat yang selalu mendukungku dalam kelancaran skripsi ini, terima kasih atas dukungannya dan pengorbanan mencari referensi untuk skripsi ini serta ketulusan dan support yang tak terlupakan
- Sahabat-sahabat, yang sehati, seiman, sepemikiran, seperjuangan, sepermainan, dan senasib
- Almamater tercinta UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, ilmu dan bakti senantiasa ku berikan

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
إِنَّ الْحَمْدَ لِلَّهِ ، نَحْمَدُهُ وَنَسْتَعِينُهُ وَنَسْتَغْفِرُهُ ، وَنَعُوذُ بِاللَّهِ مِنْ شَرِّهِ وَأَنْفُسِنَا وَمِنْ سَيِّئَاتِ أَعْمَالِنَا ، مَنْ يَهْدِهِ
اللَّهُ فَلَا مُضِلَّ لَهُ ، وَمَنْ يَضِلَّ فَلَا هَادِيَ لَهُ ، وَأَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ ، وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا
عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **Perbandingan Praktik Perjanjian Jual Beli Kosmetik Melalui Media Sosial *Facebook* dan *Instagram* Di Kecamatan Banguntapan Kabupaten Bantul** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana Jurusan Ilmu Hukum Fakultas Syariah dan Hukum.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasihat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Drs. H. Makhrus, S.H., M.Hum. selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Ach. Tahir, S.H.I., S.H., LL.M., MA. selaku Ketua Program Studi Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Faiq Tobroni, M.H. selaku Sekretariat Program Studi Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Ibu Wardatul Fitri, S.H., M.H. selaku pembimbing dalam penyusunan skripsi serta penguji yang dengan sabar dan ikhlas memberikan bimbingan, arahan dan motivasi.
6. Bapak Iswanto, S.H., M.H. selaku penguji I terima kasih atas masukan dan saran yang telah diberikan.

7. Ibu Annisa Dian Arini, M.H. selaku penguji II terima kasih atas masukan dan saran yang telah diberikan kepada penulis.
8. Para Staff Program Studi Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga yang telah membantu dalam hal administrasi surat menyurat.
9. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu kepada penulis.
10. Seluruh teman-teman Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta angkatan 2018 yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
11. Kedua orang tua (Bapak Sukirno dan Ibu Suratilah) yang tidak pernah lelah mendoakan, memberi semangat dan bekerja untuk memenuhi biaya pendidikan sampai saat ini.
12. Kepada kakak (Erri Eko Setiabudi) yang selalu memberi motivasi.
13. Kepada Adek (Novian Putri) yang selalu ada dan memberi semangat doa yang tiada henti sampai saat ini.
14. Kepada (Damar Febrian Angga Kusuma) yang selalu ada dan memberi motivasi semangat doa yang tiada henti sampai saat ini.
15. Kepada sahabat-sahabat (Nita, Tusina, Aryn, Ida, Wahyu dan Dhiah) yang selalu memberi dukungan sampai saat ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Dengan segala kerendahan hati penulis mengharap kritik dan saran yang membangun bagi penyempurnaan skripsi ini.

Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini dapat membawa manfaat bagi perkembangan ilmu hukum pada umumnya dan khususnya bagi kita semua yang membacanya.

Yogyakarta, 15 Juni 2022

Penulis



Ervian Ratkita Sari

NIM. 18103040125

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
SURAT PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	vi
MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Kegunaan.....	6
1. Tujuan Penelitian.....	6
2. Kegunaan Penelitian.....	7
D. Telaah Pustaka.....	7
E. Kerangka Teoritik.....	11
1. Teori Tanggung Jawab Hukum.....	11
2. Teori Perlindungan Hukum.....	12
3. Teori Kepastian Hukum.....	14
F. Metode Penelitian.....	15
1. Jenis Penelitian.....	15
2. Sifat Penelitian.....	16
3. Pendekatan Penelitian.....	16
4. Sumber Data.....	16
5. Teknik Pengumpulan Data.....	18
6. Analisis Data.....	18

G. Sistematika Pembahasan.....	19
BAB II TINJAUAN UMUM PERJANJIAN, PERJANJIAN JUAL BELI, PERJANJIAN JUAL BELI <i>ONLINE</i>, SERTA PERLINDUNGAN KONSUMEN.....	22
A. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian.....	22
1. Pengertian Perjanjian.....	22
2. Asas-Asas Perjanjian.....	24
3. Syarat Sah Perjanjian.....	28
4. Pelaksanaan Perjanjian.....	32
5. Berakhirnya Suatu Perjanjian.....	35
B. Tinjauan Umum Perjanjian Jual Beli.....	36
1. Pengertian Jual Beli.....	36
2. Hak dan Kewajiban Para Pihak.....	38
3. Resiko dalam Perjanjian Jual Beli.....	40
4. Berakhirnya Perjanjian Jual Beli.....	42
C. Tinjauan Umum Jual Beli <i>Online</i>	42
1. Pengertian Jual Beli <i>Online</i>	42
2. Konsep Dasar Jual Beli <i>Online</i>	44
3. Subjek dan Objek Jual Beli <i>Online</i>	45
4. Macam-Macam Transaksi Pembayaran Jual Beli <i>Online</i>	46
D. Tinjauan Umum Perlindungan Konsumen.....	46
1. Pengertian Perlindungan Konsumen.....	46
2. Tujuan Perlindungan Konsumen.....	50
BAB III GAMBARAN UMUM KECAMATAN BANGUNTAPAN DAN JUAL BELI KOSMETIK MELALUI MEDIA SOSIAL <i>FACEBOOK</i> DAN <i>INSTAGRAM</i>.....	56
A. Gambaran Umum Kecamatan Banguntapan.....	56
1. Letak Geografis Kecamatan Banguntapan.....	56
2. Demografi Kecamatan Banguntapan.....	57
B. Sejarah Perkembangan Kosmetik.....	59
1. Sejarah Kosmetik.....	59

2. Pengertian Kosmetik.....	61
3. Klasifikasi dan Penggolongan Kosmetik.....	62
4. Pemanfaatan Kosmetik Bagi Manusia.....	64
5. Bahan Berbahaya Dalam Pembuatan Kosmetik.....	64
C. Sejarah Perkembangan Situs Jual Beli <i>Facebook</i>	65
1. Pengertian dan Sejarah <i>Facebook</i>	65
2. Proses Transaksi Aplikasi <i>Facebook</i>	68
3. Kelebihan dan Kekurangan <i>Facebook</i>	71
4. Review Konsumen <i>Facebook</i>	73
D. Sejarah Perkembangan Situs Jual Beli <i>Instagram</i>	73
1. Sejarah <i>Instagram</i>	73
2. Perkembangan <i>Instagram</i>	74
3. Proses Transaksi Aplikasi <i>Instagram</i>	75
4. Kelebihan dan Kekurangan <i>Instagram</i>	77
E. Transaksi Jual Beli Kosmetik Melalui Media Sosial <i>Facebook</i> dan <i>Instagram</i> di Kecamatan Banguntapan Kabupaten Bantul.....	77
BAB IV PERBANDINGAN PRAKTIK PERJANJIAN JUAL BELI KOSMETIK MELALUI MEDIA SOSIAL <i>FACEBOOK</i> DAN <i>INSTAGRAM</i> DI KECAMATAN BANGUNTAPAN KABUPATEN BANTUL.....	80
A. Praktik Perbandingan Keabsahan Perjanjian Jual Beli Kosmetik di Kecamatan Banguntapan Kabupaten Bantul Melalui Aplikasi <i>Facebook</i> dan <i>Instagram</i> Sebagaimana Diatur Dalam KUH Perdata.....	80
B. Akibat Hukum Jika Salah Satu Pihak Melakukan Wanprestasi Dalam Perjanjian Jual Beli Kosmetik Melalui Media Sosial <i>Facebook</i> dan <i>Instagram</i> di Kecamatan Banguntapan Kabupaten Bantul.....	94
1. Permasalahan Yang Dialami Konsumen Dalam Jual Beli Kosmetik Melalui Aplikasi <i>Facebook</i> dan <i>Instagram</i> di Kecamatan Banguntapan Kabupaten Bantul.....	94
2. Akibat Hukum Pihak Pelaku Usaha Melakukan Wanprestasi.....	107

C. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perjanjian Jual Beli Kosmetik Melalui Media Sosial <i>Facebook</i> Dan <i>Instagram</i> Sebagaimana Diatur Dalam Peraturan Perundang-Undangan.....	128
1. Penyelesaian Sengketa Transaksi Jual Beli Melalui <i>Instagram</i>	128
2. Penyelesaian Sengketa Transaksi Jual Beli Melalui <i>Facebook</i>	138
BAB V PENUTUP.....	160
A. KESIMPULAN.....	160
B. SARAN.....	161
DAFTAR PUSTAKA.....	163
LAMPIRAN.....	I
A. Daftar Pertanyaan Wawancara Penelitian.....	I
B. Dokumentasi Wawancara.....	II
CURRICULUM VITAE.....	IV


 STATE ISLAMIC UNIVERSITY
 SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Penduduk Menurut Pekerjaan

Tabel 2. Jumlah Tempat Peribadatan Kecamatan Banguntapan



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini teknologi berkembang sangat pesat, terutama dalam hal informasi dan komunikasi.¹ Pada zaman dahulu jarak merupakan permasalahan dalam berkomunikasi yang terjadi di masyarakat. Dengan adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mempermudah kegiatan transaksi jual beli yang dilakukan oleh masyarakat. Perkembangan teknologi informasi menimbulkan adanya gaya baru dalam sistem perdagangan. Pada mulanya perdagangan dilakukan dengan konvensional, yaitu bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli. Seiring dengan perkembangan teknologi, kini pasar sebagai tempat bertemunya permintaan dan penjualan mengalami perubahan. Penjual dan pembeli tidak harus bertatap muka untuk melakukan transaksi. Munculnya media internet sebagai media baru mendorong perubahan teknologi informasi menjadi lebih maju, serta mudah nya akses dalam menggunakan media internet menjadi pertimbangan banyak orang untuk melakukan transaksi.²

Beberapa tahun terakhir perdagangan melalui media internet semakin marak terjadi di Indonesia. Media sosial yang paling banyak digunakan sebagai sarana promosi produk barang dan jasa adalah *facebook* dan *instagram* karena banyak masyarakat Indonesia menggunakan nya sebagai tempat transaksi jual beli. *Facebook* maupun *instagram* dengan segala kelebihanannya telah memiliki pasar yang luas di seluruh dunia. Berbagai macam peluang bisnis, informasi bisnis, strategi

¹ Jokhanan Kristiyono, “Budaya Internet: Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi dalam Mendukung Penggunaan Media di Masyarakat”, *Jurnal Scriptura*, Vol. 5:1 (Th 2015), hlm. 23.

² Imam Sjaputra, *Problematika Hukum Internet Indonesia*, (Jakarta: Prehnhallindo, 2002), hlm. 92.

marketing suatu produk bisa dijumpai dalam setiap *update facebook* dan *instagram* para penggunanya.

Facebook memiliki banyak fitur, salah satu fitusnya adalah fitur jual beli pada grub *facebook*. Fitur jual beli ini diluncurkan pada tahun 2016 karena grub *facebook* telah tumbuh sebagai wadah untuk jual beli. Lebih dari 450 juta orang setiap bulannya mengunjungi grub *facebook* untuk melakukan aktivitas jual beli. *Facebook* meluncurkan fitur jual beli yang diberi nama *marketplace*. *Marketplace* merupakan tempat jual beli yang nyaman untuk menemukan, membeli dan menjual barang-barang dengan setiap orang di komunitas atau grup pengguna *facebook*. Di dalam *Marketplace* para konsumen sangat mudah untuk menemukan hal-hal baru yang akan disukai dan menemukan rumah baru untuk aktivitas jual beli yang lebih mudah.

Instagram adalah sebuah media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto maupun video. Pengguna *instagram* di Indonesia pada tahun 2017 mengalami perkembangan yang cukup pesat, yaitu memiliki 45 juta pengguna aktif setiap bulannya. *Instagram* memiliki fitur-fitur yang menarik. Berbagai macam fitur yang tersedia menjadi daya tarik para penggunanya seperti fitur foto, video, dan fitur *instagram story*, dengan berbagai efek animasi yang tersedia dalam fitur tersebut. Berbagai fitur menarik yang tersedia pada *instagram*, memberikan kemudahan bagi para penggunanya, baik untuk sekedar berbagi terkait aktivitas sehari-hari, membagikan informasi, dan juga untuk melakukan bisnis *online*. Berkaitan dengan penggunaan *instagram* dalam hal berbisnis, *instagram* dapat memberi kemudahan bagi para pelaku bisnis untuk memasarkan dan mempromosikan produknya melalui internet.

Era perdagangan bebas saat ini, banyak kosmetik dengan berbagai jenis merek yang beredar di pasaran. Keinginan seorang wanita untuk tampil cantik banyak dimanfaatkan oleh pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab dengan memproduksi atau memperdagangkan

kosmetik yang tidak memenuhi persyaratan untuk diedarkan kepada masyarakat. Banyak wanita tertarik untuk membeli produk kosmetik dengan harga murah tetapi dengan kualitas yang bagus. Tidak heran jika banyak kosmetik yang dipalsukan serta tidak terdaftar dalam BPOM. Situasi tersebut membuat para pelaku usaha berlomba-lomba menghasilkan berbagai macam produk kecantikan. Masalah yang muncul saat membeli suatu barang secara *online*, adalah tidak adanya jaminan kualitas produk. Ulasan tidak selalu bisa diandalkan dan semua referensi belum tentu mampu meyakinkan pembeli.

Masuknya media internet dalam dunia perdagangan membuat transaksi jual beli mengalami perubahan, seperti kedekatan para pihak dalam bertransaksi menjadi renggang, karena masing-masing pihak tidak saling mengenal secara dekat satu sama lain, dan ketidakjelasan mengenai barang yang ditawarkan terlebih apabila barang tersebut membutuhkan pengenalan secara fisik seperti kosmetik. Kosmetik yang penulis temukan dalam transaksi jual beli di media sosial *facebook* dan *instagram* diantaranya seperti:

1. Multibeauty, dalam bentuk sabun, skincare, Lipcream;
2. Justmine Beauty, dalam bentuk toner, *facial wash*, night cream;
3. Eglow, dalam bentuk toner, *facial wash*, cream siang+malam;
4. Ms Glow, dalam bentuk day+night cream, toner, *face wash*;
5. Aish, dalam bentuk serum wajah;
6. Moreskin, dalam bentuk cream wajah, lip cream, maskara;
7. Maybelline, dalam bentuk *foundation*, *concealer*, dan lipstick;
8. Implora, dalam bentuk lipstick, serum wajah, dan parfume;
9. Hanasui, dalam bentuk cream wajah, serum wajah, dan masker;
10. Oriflame, dalam bentuk Skincare, Body Care, Makeup, Parfum.

Terdapat permasalahan yang terjadi dalam transaksi jual beli, seperti pembeli dengan penjual di media sosial *facebook* maupun *instagram* dimana pihak pembeli telah melakukan negosiasi dalam hal pembayaran dengan pelaku usaha yang memposting barang

dagangannya di beranda *facebook* maupun *instagram*. Setelah keduanya sepakat dengan hasil negosiasi tersebut, maka timbul hak dan kewajiban yang diterima oleh masing-masing pihak. Pihak pembeli telah mengirimkan sejumlah uang sesuai harga yang telah disepakati bersama. Namun di sisi lain pihak pelaku usaha telah melakukan wanprestasi, dimana pihak pelaku usaha tidak memenuhi kewajibannya sesuai dengan hasil negosiasi yang dilakukan bersama. Dalam hal ini pembeli merasa dirugikan oleh pelaku usaha karena pelaku usaha tidak menepati janjinya yang telah dibuat bersama. Oleh sebab itu perlu adanya suatu perlindungan hukum bagi konsumen dalam bertransaksi, sehingga konsumen mendapatkan hak nya yang tidak dipenuhi oleh pelaku usaha.

Pelaku usaha dan konsumen memiliki hubungan timbal balik. Artinya, pelaku usaha dan konsumen berada pada posisi yang setara secara yuridis, dimana pelaku usaha memiliki dua kewajiban pokok, yaitu menyerahkan barangnya serta menjamin pembeli dapat memiliki barang tersebut dengan aman dan tenteram.³ Pelaku usaha memiliki hak berupa pembayaran atas barang dan/atau jasa yang dijual. Di samping itu, pembeli memiliki kewajiban berupa membayar harga pada waktu dan tempat yang telah ditentukan,⁴ serta memiliki hak untuk menerima barang pada waktu perjanjian jual beli di buat dan di tempat barang tersebut berada. Berdasarkan pengertian hak dan kewajiban yang melekat pada para pihak dalam perjanjian jual beli tersebut, maka hubungan antara pelaku usaha dan konsumen harus berada pada posisi yang setara dan seimbang. Dari sanalah timbul tanggung jawab pelaku usaha atas produk yang dijual. Apabila produk yang dijual oleh pelaku usaha menimbulkan kerugian bagi konsumen, maka kerugian yang

³ Subekti, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, (Jakarta: PT. Intermasa, 2011), hlm. 162.

⁴ *Ibid.*

dirasakan konsumen sebagai akibat dari produk tersebut adalah menjadi resiko produsen.⁵

Transaksi jual beli harus memenuhi syarat sahnya perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata. Melalui media sosial, kebutuhan sehari-hari seperti kosmetik dan peralatan lainnya mudah didapatkan, dan barang yang diinginkan konsumen dapat langsung memilih dan memesannya. Dalam transaksi jual beli metode pembayaran dapat dilakukan dengan cara transfer uang, *cash on delivery* (COD), dan lain-lain. Dengan demikian proses transaksi jual beli akan lebih mudah dilakukan.

Di Kecamatan Banguntapan sendiri merupakan kawasan padat penduduk dimana jumlah penduduk tercatat sebanyak 124.595 jiwa dengan rincian jenis kelamin laki-laki sebanyak 61.868 jiwa dan jenis kelamin perempuan sebanyak 62.727 jiwa.⁶ Dengan padatnya jumlah penduduk di kawasan tersebut, membuat masyarakat enggan untuk melakukan transaksi jual beli secara langsung, karena harus mengantri jika melakukan jual beli secara langsung. Masyarakat di Kecamatan Banguntapan lebih tertarik melakukan transaksi jual beli secara online melalui media sosial *facebook* dan *instagram*, karena dianggap lebih mudah dan praktis. Pada kenyataannya banyak juga masyarakat di Kecamatan Banguntapan yang memiliki toko *onlineshop* sendiri, jadi jika ada yang ingin melakukan transaksi jual beli maka konsumen akan dengan mudah mencari toko *onlineshop* tersebut melalui media sosial *facebook* dan *instagram* dengan pertimbangan biaya ongkos kirim yang tidak terlalu mahal dibandingkan dengan melakukan transaksi jual beli di luar daerah.

⁵ M. Ali Mansyur, *Penegakan Hukum tentang Tanggung Gugat Produsen dalam Perwujudan Perlindungan Konsumen*, (Yogyakarta: Genta Press, 2007), hlm. 1.

⁶ Data Statistik Kecamatan Banguntapan Tahun 2021.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis tertarik untuk mengkaji dan dituangkan dalam bentuk skripsi dengan berjudul “Perbandingan Praktik Perjanjian Jual Beli Kosmetik Melalui Media Sosial *Facebook* dan *Instagram* Di Kecamatan Banguntapan Kabupaten Bantul ”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik perbandingan keabsahan perjanjian jual beli kosmetik melalui media sosial *facebook* dan *instagram* di Kecamatan Banguntapan Kabupaten Bantul sebagaimana diatur dalam KUH Perdata?
2. Bagaimana akibat hukum jika salah satu pihak melakukan wanprestasi dalam perjanjian jual beli kosmetik melalui media sosial *facebook* dan *instagram* di Kecamatan Banguntapan Kabupaten Bantul ?
3. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam perjanjian jual beli kosmetik melalui media sosial *facebook* maupun *instagram* sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan?

C. Tujuan dan Kegunaan

Sejalan dengan rumusan masalah yang akan diteliti, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui praktik perbandingan keabsahan perjanjian jual beli kosmetik melalui media sosial *facebook* maupun *instagram* sebagaimana diatur dalam KUH Perdata.
- b. Untuk mengetahui akibat hukum jika salah satu pihak melakukan wanprestasi dalam perjanjian jual beli kosmetik melalui media sosial *facebook* maupun *instagram*.

- c. Untuk mengetahui perlindungan hukum bagi konsumen dalam perjanjian jual beli kosmetik melalui media sosial *facebook* maupun *instagram* sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini terdiri dari dua aspek, yakni secara teoritis dan praktis.

- a. Kegunaan Teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran bagi Ilmu Hukum mengenai perjanjian jual beli secara *online*. Sehingga berbagai problema dalam perjanjian jual beli khususnya yang dilakukan secara online dapat diatasi dan ditemukan solusinya dengan baik.
- b. Kegunaan Praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi masyarakat, tentang perjanjian jual beli secara *online* serta menjadi masukan, bahan pertimbangan, evaluasi bagi pihak terkait pelaksanaan perjanjian jual beli secara *online* dan menjadi rujukan bagi penelitian berikutnya dalam perjanjian jual beli.

D. Telaah Pustaka

Berdasarkan penelusuran literatur yang penyusun lakukan terhadap karya ilmiah yang ada, ditemukan beberapa karya ilmiah yang membahas mengenai tema yang penyusun angkat dalam penelitian ini. Adapun literatur yang telah penyusun temukan dan rangkum adalah sebagai berikut:

Skripsi yang ditulis oleh Ayu Pebrinurpina yang berjudul “Keabsahan Perjanjian Jual Beli Dengan Menggunakan Media Elektronik Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi

Elektronik”.⁷ Skripsi ini menjelaskan bahwa transaksi jual beli dengan menggunakan media elektronik (*online contract*) adalah perikatan ataupun hubungan hukum yang dilakukan secara elektronik dengan memadukan jaringan dari sistem informasi berbasis komputer dengan sistem komunikasi yang berdasarkan atas jaringan dan jasa telekomunikasi yang selanjutnya difasilitasi oleh keberadaan jaringan computer global internet.

Skripsi yang ditulis oleh Arum Retnowati yang berjudul “Perjanjian Jual Beli Melalui Internet (*Electronic Commerce*) Menurut Hukum Perdata”.⁸ Skripsi ini menjelaskan bahwa jual beli terjadi apabila penawaran telah dikirim oleh pengirim dan penawaran tersebut telah diterima dan disetujui oleh penerima, kecuali diperjanjikan lain, hal ini sesuai dengan Pasal 20 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik junto Pasal 50 Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012. Para pihak dalam transaksi jual beli melalui internet terdiri dari penjual, pembeli, provider, bank, serta jasa pengiriman barang yang memiliki tanggung jawab untuk melancarkan transaksi sebagaimana mestinya, beritikad baik dan bersikap jujur memberikan informasi sesuai dengan apa yang diperjanjikan sebelumnya.

Skripsi yang ditulis oleh Catur Prayogi yang berjudul “Analisis Yuridis Perjanjian Jual Beli Saham Melalui Media Internet (Online Trading) Di Bursa Efek Surabaya”.⁹ Skripsi ini menjelaskan bahwa

⁷ Ayu Pebrinurpina, Keabsahan Perjanjian Jual Beli dengan Menggunakan Media Elektronik Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, *Skripsi*, Fakultas Hukum: Universitas Muhammadiyah Palembang, 2017.

⁸ Arum Retnowati, Perjanjian Jual Beli Melalui Internet (Electronic Commerce) Menurut Hukum Perdata, *Skripsi*, Fakultas Hukum: Universitas Jember, 2015.

⁹ Catur Prayogi, Analisis Yuridis Perjanjian Jual Beli Saham Melalui Media Internet (Online Trading) di Bursa Efek Surabaya, *Skripsi*, Fakultas Hukum: Universitas Jember, 2004.

mekanisme jual beli saham melalui media internet dilakukan dengan cara pemodal harus terdaftar atau menjadi anggota sebuah perusahaan sekuritas, setelah terdaftar pemodal dapat melakukan transaksi saham melalui media internet. Bentuk-bentuk pelanggaran yang sering terjadi adalah *pump and dump*, *bait and switch*, *scalping*, *ponzi scheme* dan *affinity afraud*. Kasus-kasus yang terjadi berkaitan dengan pasar modal yang dilakukan melalui internet sering dilakukan dengan melalui proses adjudikasi yaitu litigasi, proses konsensus yang dilakukan melalui negosiasi, mediasi, konsiliasi, dan melalui arbitasi.

Skripsi yang ditulis oleh Azwin Fariz H yang berjudul “Analisis Yuridis Perjanjian Jual Beli Melalui Media Elektronik (*E-Commerce*) Dengan Sistem Distributor/Keagenan”.¹⁰ Skripsi ini menjelaskan bahwa prinsip-prinsip yang mendukung serta menjadi syarat sahnya suatu perjanjian jual beli media elektronik, serta pengetahuan tentang metode-metode baru dalam melakukan transaksi jual beli melalui media elektronik yang berkembang pada masa sekarang ini, seperti Distributor/Keagenan, agar terciptanya kenyamanan, keamanan, dan kepercayaan bagi masyarakat Indonesia khususnya dalam melakukan transaksi melalui media elektronik, meskipun belum ada Undang-Undang atau Peraturan yang mengatur secara khusus tentang jual beli melalui media elektronik dengan menggunakan sistem Distributor atau Keagenan.

Jurnal Ilmiah yang ditulis oleh Lalu Satria Indra B yang berjudul “Tinjauan Yuridis Terhadap Perjanjian Jual Beli Dengan Bitcoin Dalam Perspektif Hukum Perdata”.¹¹ Jurnal ini menjelaskan bahwa sebuah

¹⁰ Aswin Fariz H, Analisis Yuridis Perjanjian Jual Beli Melalui Media Elektronik (*E-Commerce*) Dengan Sistem Distributor/Keagenan, *Skripsi*, Fakultas Hukum: Universitas Airlangga.

¹¹ Lalu Satria Indra B, Tinjauan Yuridis Terhadap Perjanjian Jual Beli Dengan Bitcoin Dalam Perspektif Hukum Perdata, *Jurnal Ilmiah*, Fakultas Hukum: Universitas Mataram, 2018.

sistem transaksi keuangan yang baru, *cryptocurrency* dengan menggunakan Bitcoin merupakan teknologi yang relatif baru dan perlu pengkajian lebih lanjut. Konsep mata uang ini merupakan ide yang dicetuskan Nakamoto dimana mata uang ini memperkenalkan sistem mata uang alternatif dunia yang benar-benar mengacu pada kekuatan supply dan demand. Belum adanya standarisasi protokol sistem pembayaran di Indonesia, membuat pihak ketiga (bank dan non bank) membuat infrastruktur pembayaran masing-masing. Transaksi jual beli dengan Bitcoin di Indonesia dinyatakan tidak sah karena suatu perjanjian tidak boleh berisikan suatu yang bertentangan dengan Undang-Undang, kesusilaan, dan ketertiban umum sesuai dengan bunyi Pasal 1320 KUH Perdata yang ditegaskan oleh Pasal 1337 KUH Perdata, sebab perjanjian yang dibuat dengan sebab demikian tidak mempunyai kekuatan dan akibat dari suatu perjanjian yang bertentangan tersebut batal demi hukum atau perjanjian tersebut tidak sah. Bitcoin tidak bisa dinyatakan sebagai alat pembayaran yang sah karena Bitcoin tidak dikeluarkan oleh Bank Sentral Indonesia dan Bitcoin bertentangan dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2011 Tentang Mata Uang dimana yang di akui sebagai mata uang di Indonesia adalah rupiah dan Bitcoin tidak termasuk didalamnya.

Jurnal yang ditulis oleh Muhammad Yasid yang berjudul “Analisis Yuridis Pelaksanaan Jual Beli Secara Online Pada Overdosis Clothes Gallery Dan Winni Boutique Di Kota Medan”.¹² Jurnal ini menjelaskan bahwa proses pelaksanaan perjanjian jual beli secara online pada Overdosis Clothes Gallery dan Winni Boutique di kota Medan dilakukan dalam empat tahap, yaitu penawaran, penerimaan, pembayaran, dan pengiriman barang, namun ada juga pembayaran yang dilakukan pada tahap akhir. Dalam transaksi tersebut terdapat beberapa

¹² Muhammad Yasid, “Analisis Yuridis Pelaksanaan Jual Beli Secara Online Pada Overdosis Clothes Gallery Dan Winni Boutique Di Kota Medan”, *Jurnal*, Fakultas Hukum: Universitas Darma Agung, 2019.

bentuk wanprestasi, yakni adanya kecacatan dan ketidak sesuaian barang dengan spesifikasi gambar yang ditawarkan dan keterlambatan penyelesaian yang tidak sesuai dengan perjanjian. Penyelesaian yang ditempuh oleh pihak tersebut dalam menyelesaikan wanprestasi tidak sampai pada jalur hukum, melainkan dengan cara musyawarah serta memberikan potongan harga dan memperbaiki pakaian yang terdapat kecacatan pada pembeli yang mengalami kerugian.

Kajian pustaka penelusuran yang telah penyusun lakukan, belum ada yang meneliti tentang topik penelitian yang penyusun angkat. Oleh karena itu, penyusun beranggapan bahwa topik ini masih layak dan perlu untuk di bahas.

E. Kerangka Teoritik

1. Teori Tanggung Jawab Hukum

Menurut Hans Kelsen dalam teorinya tentang tanggung jawab hukum menyatakan bahwa seseorang bertanggung jawab secara hukum atas suatu perbuatan tertentu atau memikul tanggung jawab hukum, subjek berarti bahwa dia bertanggung jawab atas suatu sanksi dalam hal perbuatan yang bertentangan.¹³ Memperhatikan substansi Pasal 19 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, tanggung jawab pelaku usaha meliputi tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan, pencemaran, dan kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Sehingga konsumen yang dirugikan akibat mengonsumsi produk kosmetik, dapat meminta pertanggungjawaban berupa ganti kerugian kepada pelaku usaha yang bersangkutan. Berdasarkan Pasal 19 ayat (4) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan

¹³ Hans Kelsen, *General Theory Of Law and State*, Teori Umum Hukum dan Negara, Dasar-Dasar Ilmu Hukum Normatif Sebagai Ilmu Hukum Deskriptif Empirik, alih bahasa Somardi, (Jakarta: BEE Media Indonesia, 2007), hlm. 81.

Konsumen, pertanggungjawaban berupa ganti kerugian tersebut didasarkan atas pembuktian mengenai adanya unsur kesalahan.

Pertanggungjawaban pelaku usaha (dalam hal ini ialah penjual kosmetik pada media sosial *facebook* maupun *instagram*) terhadap konsumen memiliki bentuk-bentuk atau jenis-jenisnya, yaitu:¹⁴

- a. *Contractual Liability* atau Pertanggungjawaban Kontraktual, merupakan tanggung jawab keperdataan atas dasar perjanjian (kontrak) dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami oleh konsumen akibat mengonsumsi barang yang dihasilkan atau memanfaatkan jasa yang diberikan.
- b. *Product Liability* atau Pertanggungjawaban perdata terhadap produk secara langsung dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami oleh konsumen yang diakibatkan karena mengonsumsi produk yang dihasilkan atau yang dijual. Pertanggungjawaban ini didasarkan pada perbuatan melawan hukum. Dengan demikian, product liability dalam hal ini tidak terdapat hubungan perjanjian antara pelaku usaha (penjual) dengan konsumen, tetapi didasari pada tanggung jawab produknya. Ketentuan ini termaktub dalam Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
- c. *Criminal Liability* atau Pertanggungjawaban pidana dari pelaku usaha sebagai hubungan antara pelaku usaha dengan negara.

2. Teori Perlindungan Hukum

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yang dimaksud dengan perlindungan adalah cara, proses, perbuatan

¹⁴ Syukni Tumi Pengata, "Apa Saja Bentuk-Bentuk Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen? Ini Jawabannya, URL: mediakonsumen.com, diakses pada 13 November 2012.

melindungi.¹⁵ Sedangkan hukum adalah peraturan atau adat yang secara resmi dianggap mengikat, yang dikukuhkan oleh penguasa atau pemerintah.¹⁶ Menurut Fitzgerald, teori perlindungan hukum dari Salmond bahwa hukum bertujuan mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai kepentingan dalam masyarakat karena dalam suatu lalu lintas kepentingan, perlindungan terhadap kepentingan tertentu dapat dilakukan dengan cara membatasi berbagai kepentingan di lain pihak.¹⁷ Sedangkan menurut Satjipto Raharjo, perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan itu diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak yang diberikan oleh hukum.¹⁸

Perlindungan hukum untuk konsumen diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebagaimana termaktub dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.¹⁹ Dalam undang-undang ini diterangkan pula sejumlah hak dari konsumen dan kepastian hukumnya yang diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

¹⁵ *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (dalam jaringan), Hak Cipta Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kemdikbud, <https://kbbi.web.id/perlindungan.html>, diakses pada 11 November 2021.

¹⁶ *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (dalam jaringan), Hak Cipta Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kemdikbud, <https://kbbi.web.id/hukum.html>, diakses pada 11 November 2021.

¹⁷ Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000), hlm. 53.

¹⁸ *Ibid.*, hlm. 69.

¹⁹ Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Dari uraian di atas, dapat ditarik sebuah pemahaman bahwa perlindungan hukum merupakan gambaran dari bekerjanya fungsi hukum untuk mewujudkan tujuan hukum, yaitu keadilan, kemanfaatan, dan kepastian hukum. Dengan demikian, perlindungan hukum adalah suatu perlindungan yang diberikan kepada subyek hukum sesuai dengan aturan hukum, baik itu preventif ataupun represif, dan secara tertulis ataupun tidak tertulis dalam rangka menegakkan peraturan hukum.

3. Teori Kepastian Hukum

Kepastian adalah keadaan yang pasti, ketentuan, dan ketetapan. Hukum pada dasarnya harus dibuat dengan adil karena sebagai pedoman dalam berlaku menunjang suatu tatanan yang bersifat wajar. Menurut Hans Kelsen, hukum adalah sebuah sistem, norma, aturan, yang menekankan pada aspek *das sollen* dengan menyertakan beberapa norma atau aturan yang dilakukan.²⁰ Menurut Sudikno Mertokusumo, kepastian hukum merupakan sebuah jaminan bahwa hukum harus dijalankan dengan baik. Kepastian hukum menghendaki adanya upaya pengaturan hukum dalam perundang-undangan yang dibuat oleh pihak yang berwenang, sehingga aturan itu memiliki aspek yuridis yang dapat menjamin adanya kepastian bahwa hukum berfungsi sebagai suatu peraturan yang harus ditaati.²¹ Sedangkan menurut Utrecht, kepastian hukum mengandung dua pengertian. Pertama, adanya aturan yang bersifat umum membuat individu mengetahui perbuatan apa yang boleh atau tidak boleh dilakukan, dan kedua berupa keamanan hukum bagi individu dari kesewenangan pemerintah karena dengan adanya

²⁰ Dominikus Rato, *Filsafat Hukum: Suatu Pengantar Mencari, Menemukan, dan Memahami Hukum*, (Yogyakarta: Laksbang Pressindo, 2010), hlm. 59.

²¹ Peter Mahmud Marzuki, *Pengantar Ilmu Hukum*, (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 158.

aturan yang bersifat umum, individu dapat mengetahui apa saja yang boleh dibebankan atau dilakukan oleh negara terhadap individu.²²

Menurut Gustav Radbruch, keadilan dan kepastian hukum merupakan bagian-bagian tetap dari hukum. Beliau berpendapat bahwa keadilan dan kepastian hukum harus diperhatikan, kepastian hukum harus dijaga demi keamanan dan ketertiban suatu negara dan hukum positif harus selalu ditaati. Berdasarkan teori kepastian hukum, nilai yang ingin dicapai yaitu nilai keadilan dan kebahagiaan.²³

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam mengkaji dan meneliti masalah yang ada pada penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian lapangan (*Field research*), ialah penelitian yang langsung dilakukan di lapangan atau langsung ke objek penelitian untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.²⁴ Penelitian lapangan ini merupakan pencarian informasi secara langsung kepada masyarakat yang melakukan jual beli kosmetik melalui *facebook* maupun *instagram* di Kecamatan Banguntapan Kabupaten Bantul dengan metode hukum yuridis empiris. Artinya, penelitian hukum dilakukan

²² Riduan Syahrani, *Rangkuman Intisari Ilmu Hukum*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1999), hlm. 23.

²³ Achmad Ali, *Menguak Tabir Hukum: Suatu Kajian Filosofis dan Sosiologis*, (Jakarta: PT. Toko Gunung Agung, 2002), hlm. 82-83.

²⁴ Rianto Adi, *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*, (Jakarta: Granit, 2004), hlm. 70.

untuk melihat hukum dalam artian yang nyata, dalam meneliti bagaimana bekerjanya hukum di masyarakat.²⁵

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang menggunakan sumber data yang terkumpul dan erat kaitannya dengan penelitian, untuk kemudian dianalisis dan di deskripsikan dari data yang diperoleh. Suatu penelitian hukum deskriptif dimaksudkan untuk memberikan data yang seteliti mungkin tentang manusia, keadaan atau gejala-gejala lainnya yang bermaksud untuk mempertegas hipotesa-hipotesa agar dapat membantu dalam memperkuat teori-teori lama atau dalam kerangka menyusun teori-teori baru.²⁶

3. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis empiris, dengan memaparkan materi-materi pembahasan secara sistematis melalui pengumpulan fakta-fakta hukum dari berbagai hasil wawancara, observasi lapangan, dan dokumen yang di dapat saat penelitian dan mengkaji norma-norma hukum yang ada pada peraturan perundang-undangan dan literatur yang berkaitan dengan perjanjian jual beli online.

4. Sumber Data

Sumber data terdiri dari sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Sumber Data Primer

²⁵ Puput Purwanti, Dua Pengertian Hukum Empiris Dalam Kajian Penelitian, <https://hukamnas.com/pengertian-hukum-empiris>, diakses pada 12 November 2021.

²⁶ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: UI, 2008), hlm. 10.

Menurut Sugiyono, yang dimaksud data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Artinya sumber data penelitian diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa wawancara, jejak pendapat dari individu atau kelompok (orang) maupun hasil observasi dari suatu objek. Dengan kata lain. Peneliti membutuhkan pengumpulan data dengan cara menjawab pertanyaan riset (metode survei) atau penelitian benda (metode observasi).²⁷ Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dengan pelaku jual beli kosmetik melalui media sosial *facebook* dan *instagram* baik itu penjual maupun pembeli.

b. Sumber Data Sekunder

Menurut Sugiyono, yang dimaksud data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Artinya sumber data penelitian diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku catatan, bukti yang telah ada atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum. Dengan kata lain, peneliti membutuhkan pengumpulan data dengan cara berkunjung ke Perpustakaan Pusat Kajian, pusat arsip atau membaca banyak buku yang berhubungan dengan penelitiannya.²⁸ Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari peraturan perundang-undangan, dokumen-

²⁷ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 193.

²⁸ Sugiyono, Op.Cit, hlm. 193.

dokumen, buku-buku literatur, jurnal, artikel, maupun sumber lain yang berkaitan dengan penelitian ini.²⁹

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Menurut Sugiyono, wawancara atau interview merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur dan bisa dilakukan dengan cara tatap muka maupun dengan menggunakan jaringan telepon.³⁰ Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik wawancara terstruktur, peneliti telah mengetahui dengan pasti informasi apa saja yang hendak digali dari narasumber.

b. Studi Kepustakaan

Studi Kepustakaan merupakan penelitian yang dilakukan dengan cara membaca buku-buku atau jurnal dengan sumber data lainnya dalam perpustakaan. Penelitian ini dilakukan dengan menghimpun data dari berbagai literatur yang dipergunakan tidak terbatas hanya pada buku-buku, tetapi dapat juga berupa bahan-bahan dokumentasi, majalah-majalah, koran, dan lain-lain.³¹

6. Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan menganalisis data yang telah diperoleh melalui penelitian dan bahan kepustakaan. Keseluruhan data yang diperoleh baik primer maupun sekunder dianalisis dengan

²⁹ Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1993), hlm. 194.

³⁰ Mugnifar Ilham, Pengertian Wawancara Menurut Para Ahli Terlengkap, <https://materibelajar.co.id/pengertian-wawancara-menurut-para-ahli/>, diakses pada 12 November 2021.

³¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016).

metode deskriptif kualitatif, yaitu fakta atau informasi yang diperoleh dari subjek penelitian dan tempat penelitian yang bertujuan untuk memberikan uraian-uraian pada data dalam bentuk kalimat yang terstruktur dan kemudian dihubungkan secara sistematis untuk memperoleh kesimpulan guna menjawab permasalahan dalam penelitian ini.³² Setelah data yang dibutuhkan terkumpul dengan melalui metode penelitian, maka selanjutnya penyusun menggunakan metode deduktif, yaitu cara berfikir analitik yang berangkat dari dasar-dasar pertanyaan yang bersifat umum menuju pada pertanyaan yang bersifat khusus.³³

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan rencana dalam proses penyusunan skripsi dengan cara menunjukkan urutan secara logis hubungan antara bab yang satu dengan bab yang lainnya juga dengan sub bab yang ada. Sistem pembahasan dalam skripsi ini terdiri dari lima bab yang masing-masing didalamnya terdapat sub bab. Adapun rincian sistematika dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab pertama, bab ini berisi mengenai, latar belakang masalah yang merupakan uraian dari alasan penulis atas judul penelitian yang akan penulis teliti. Kemudian rumusan masalah merupakan kerangka permasalahan yang akan diteliti. Lalu tujuan dan kegunaan penelitian, selanjutnya tinjauan pustaka merupakan karya ilmiah lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini yang digunakan sebagai pembanding terhadap tulisan penelitian ini. Kemudian kerangka teoritik, yang dijadikan sebagai landasan dalam penyusunan penelitian ini. Lalu metode penelitian dan yang terakhir sistematika pembahasan.

³² Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial: Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: UII Press, 2007), hlm. 62.

³³ J.R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, 2010), hlm. 121.

Bab kedua, berisi tinjauan umum terhadap perjanjian, perjanjian jual beli, perjanjian jual beli online, serta perlindungan konsumen yang terdiri dari beberapa sub bab yang meliputi: Tinjauan umum perjanjian yang mencakup pengertian perjanjian, asas-asas perjanjian, syarat sah perjanjian, pelaksanaan perjanjian, dan berakhirnya suatu perjanjian; Tinjauan umum perjanjian jual beli yang mencakup pengertian jual beli, hak dan kewajiban para pihak, resiko dalam perjanjian jual beli, dan berakhirnya perjanjian jual beli; Tinjauan umum perjanjian jual beli *online* yang mencakup pengertian jual beli *online*, konsep dasar jual beli *online*, subjek dan objek jual beli *online*, dan macam-macam transaksi pembayaran jual beli *online*; Tinjauan umum perlindungan konsumen yang mencakup pengertian perlindungan konsumen dan tujuan perlindungan konsumen.

Bab ketiga, berisi tentang gambaran umum Kecamatan Banguntapan dan Jual Beli kosmetik melalui media sosial *facebook* dan *instagram* yang terdiri dari beberapa sub bab meliputi: Gambaran Umum Kecamatan Banguntapan yang mencakup letak geografis Kecamatan Banguntapan dan Demografi Kecamatan Banguntapan; Sejarah Perkembangan Kosmetik yang mencakup sejarah kosmetik, pengertian kosmetik, klasifikasi dan penggolongan kosmetik, pemanfaatan kosmetik bagi masyarakat, dan bahan berbahaya dalam pembuatan kosmetik; Sejarah perkembangan situs jual beli *facebook* yang mencakup sejarah *facebook*, proses transaksi media sosial *facebook*, kelebihan dan kekurangan *facebook*, dan review konsumen jual beli *facebook*; Sejarah perkembangan situs jual beli *instagram* yang mencakup sejarah *instagram*, perkembangan *instagram*, proses transaksi media sosial *instagram*, kelebihan dan kekurangan *instagram*; dan Transaksi Jual Beli Kosmetik melalui media sosial *facebook* maupun *instagram* di Kecamatan Banguntapan Kabupaten Bantul;

Bab keempat, berisi mengenai pokok permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini tentang praktik perbandingan keabsahan

perjanjian jual beli kosmetik melalui media sosial *facebook* dan *instagram* di Kecamatan Banguntapan Kabupaten Bantul sebagaimana diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata; akibat hukum jika salah satu pihak melakukan wanprestasi dalam perjanjian jual beli kosmetik melalui media sosial *facebook* dan *instagram* di Kecamatan Banguntapan Kabupaten Bantul yang mencakup permasalahan yang dialami konsumen dalam jual beli kosmetik melalui media sosial *facebook* dan *instagram* di Kecamatan Banguntapan dan akibat hukum jika pihak pelaku usaha melakukan wanprestasi; dan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam perjanjian jual beli kosmetik melalui media sosial *facebook* dan *instagram* sebagaimana diatur dalam perundang-undangan yang mencakup penyelesaian sengketa transaksi jual beli melalui *instagram* dan penyelesaian sengketa melalui *facebook*.

Bab kelima, berisi kesimpulan yang diperoleh atas hasil permasalahan yang telah di bahas sebelumnya untuk menjawab rumusan masalah yang ditemukan dalam penelitian, dan memberikan saran berdasarkan kesimpulan yang telah didapat.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian yang terdapat dalam bab-bab sebelumnya, penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Sejauh ini praktik perbandingan keabsahan perjanjian jual beli kosmetik melalui *facebook* maupun *instagram* harus memenuhi ketentuan Pasal 1320 KUH Perdata mengenai syarat sahnya perjanjian. Dalam transaksi jual beli melalui *facebook* maupun *instagram*, mengenai kecakapan seseorang sangat sulit untuk dipenuhi karena penawaran dan penerimaan terjadinya kesepakatan tidak bertemu langsung/tatap muka, sehingga sulit menentukan para pihak telah dinyatakan sudah cakap menurut undang-undang. Tidak terpenuhinya salah satu syarat dalam Pasal 1320 KUH Perdata, yaitu syarat kecakapan, sehingga perjanjian tersebut dapat dibatalkan melalui putusan pengadilan, akan tetapi jika salah satu pihak tidak meminta pembatalan maka perjanjian tersebut tetap berlaku dan mengikat para pihak yang terlibat sebagaimana mengikatnya undang-undang.
2. Akibat hukum bagi salah satu pihak melakukan wanprestasi yang terjadi dalam transaksi jual beli kosmetik melalui *facebook* maupun *instagram* pada umumnya dilakukan oleh penjual *online*/pelaku usaha. Berdasarkan Pasal 1267 KUH Perdata, pihak yang dirugikan dapat memilih tuntutan terhadap pihak yang melakukan wanprestasi berupa pemenuhan perjanjian, menuntut pembatalan, atau penggantian ganti rugi. Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menjelaskan hak-hak konsumen yaitu; hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan

barang tersebut sesuai yang dijanjikan, hak atas Informasi yang benar dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa, dan hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian, dan ketika salah satu pihak ternyata berbuat curang maka pihak *facebook* maupun *instagram* secara sepihak melakukan pemblokiran atas akun yang dibuat.

3. Dalam hal terjadinya ketidaksesuaian terhadap barang yang dikirim oleh pelaku usaha maka media sosial *facebook* maupun *instagram* telah menghadirkan proses penyelesaian sengketa yang dilakukan dengan mempertimbangkan hak dan kewajiban antara pelaku usaha dan konsumen. Mekanisme penyelesaian sengketa melalui *facebook* dan *instagram* dapat dilakukan dengan Negosiasi, Mediasi, dan juga bisa melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dan dapat dilakukan penuntutan sampai ke pengadilan apabila penjual melakukan wanprestasi. Namun kebanyakan pihak penjual maupun pembeli lebih menginginkan penyelesaian melalui negosiasi.

B. SARAN

Adapun saran-saran yang ditujukan kepada pihak-pihak yang terkait, diantaranya:

1. Perlu adanya pembaharuan terhadap ketentuan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia yang masih terdapat kekurangan dalam pengaturan pada pasal-pasal di dalamnya, agar peraturan perundang-undangan tersebut dapat selaras, seimbang, dan sejalan dengan perkembangannya.
2. Diharapkan kepada pihak yang melakukan jual beli secara online baik itu kosmetik maupun barang-barang lainnya agar tetap memperhatikan syarat subyektif serta syarat obyektif dalam Pasal 1320 KUH Perdata. Dan juga ada baiknya kita lebih selektif lagi dalam melakukan transaksi secara online dan mengedepankan kehati-hatian sebagai pertimbangan utama dalam melakukan

transaksi jual beli secara online. Jangan tergiur dengan harga yang murah. Biar kalah di mahal, tetapi kualitas terjamin.

3. Perlunya sosialisasi ke masyarakat tentang adanya Badan penyelesaian sengketa konsumen yang ada, baik di pemerintah propinsi atau pemerintah daerah, mengingat banyak nya masyarakat yang tidak mengetahui adanya lembaga penyelesaian sengketa konsumen khususnya di daerah-daerah. Dan Juga melakukan sosialisasi Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, agar para pihak yang terkait yang berhubungan dengan dengan transaksi jual beli online dapat melakukan transaksi ini sesuai dengan aturan yang berlaku juga agar terdapat persamaan persepsi.

DAFTAR PUSTAKA

A. Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata).
Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan.
Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.
Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
Peraturan Presiden Nomor 50 Tahun 2017 tentang Strategi Nasional Perlindungan Konsumen.
Peraturan Kepala BPOM RI No. 18 Tahun 2015 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetik.
Keputusan Kepala BPOM RI Tentang Kosmetik.

B. Buku

Ali, Achmad, *Menguak Tabir Hukum: Suatu Kajian Filosofis dan Sosiologis*, Jakarta: PT. Toko Gunung Agung, 2002.
Arifin, Syamsul, *Pengantar Hukum Indonesia*, Medan: Medan Area University Press, 2012.
Asikin, Zainal, *Hukum Acara Perdata Di Indonesia*, Jakarta: Prenanda Media Grup, 2015.
Az, Nasution, *Konsumen dan Hukum*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1995.

- Badruzaman, Mariam Darus, *Kompilasi Hukum Perikatan*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2001.
- Busro, Achmad, *Hukum Perikatan*, Semarang: Oetama, 1985.
- Dewi, Gemala dkk, *Hukum Perikatan Islam Di Indonesia*, cet. 2. Jakarta: Kencana, 2005.
- Djamal, R. Abdul, *Pengantar Hukum Indonesia*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Fuady, Munir, *Hukum Kontrak Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001.
- Haynes, Alison, *Dibalik Wajah Cantik :Fakta Tentang Manfaat Dan Resiko Kosmetik*, Jakarta: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, 1997.
- Idrus, Muhammad, *Metode Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial: Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*, Yogyakarta: UII Press, 2007.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Penerbit Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2008.
- Kelsen, Hans, *General Theory Of Law and State, Teori Umum Hukum dan Negara, Dasar-Dasar Ilmu Hukum Normatif Sebagai Ilmu Hukum Deskriptif Empirik*, alih bahasa Somardi, Jakarta: BEE Media Indonesia, 2007.
- Khairandy, Ridwan, *Hukum Kontrak Indonesia Dalam Persepektif Perbandingan*, Yogyakarta: Fakultas Hukum UII Press, 2013.
- _____, *Itikad Baik dalam Kebebasan Berkontrak*, Jakarta: Pascasarjana FH UI, 2004.
- _____, *Perjanjian Jual Beli*, Yogyakarta: FH UII Press, 2016.
- Mansyur, M.Ali, *Penegakkan Hukum Tentang Tanggung Gugat Produsen Dalam Perwujudan Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: Genta Press, 2007.
- Marzuki, Peter Mahmud, *Pengantar Ilmu Hukum*, Jakarta: Kencana, 2008.
- Meliala, A Qirom Syamsuddin, *Pokok-Pokok Hukum Perjanjian Beserta Perkembangannya*, Yogyakarta: Liberty, 1985.

- Mertokusumo, Soedikno, *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*, Yogyakarta: Liberty, 2001.
- Miru, Ahmadi, *Hukum Perikatan: Penjelasan Makna Pasal 1233 sampai 1456 BW*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.
- Miru, Ahmadi dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- Muhammad, Abdulkadir, *Hukum Perjanjian*, Bandung: Alumni, 1986.
- _____, *Hukum Perikatan*, Bandung: Alumni, 1982.
- _____, *Hukum Perusahaan*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2010.
- _____, *Perjanjian Baku Dalam Praktek Perusahaan Dagang*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1992.
- Muliyawan, Dewi dan Neti Suriana., *A-Z Tentang Kosmetik*, Jakarta : PT Gramedia, 2013.
- Mulyadi, Kartini dan Gunawan Widjaja, *Perikatan yang Lahir Dari Perjanjian*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2008.
- Mustofa, Imam, *Fiqih Mu'amalah Kontemporer*, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2016.
- Nawawi, Hadari, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1993.
- Patrik, Purwahid, *Dasar-Dasar Hukum Perikatan: perikatan yang lahir dari perjanjian dan dari undang-undang*, Bandung: Mandar Maju, 1994.
- Prodjodikoro, Wirjono, *Asas- asas Hukum Perjanjian*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1984.
- Raharjo, Satjipto, *Ilmu Hukum*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000.
- Rahman, Hasanuddin, *Seri Keterampilan Merancang Kontrak Bisnis, Contract Drafting*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003.
- Raco, J.R, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, 2010.
- Rasjidi, Lili, *Hukum Sebagai Suatu Sistem*, Bandung: Remaja Rusdakarya, 1993.

- Rato, Dominikus, *Filsafat Hukum: Suatu Pengantar Mencari, Menemukan, dan Memahami Hukum*, Yogyakarta: Laksbang Pressindo, 2010.
- Romdhon, Muhammad Rizki, *Jual Beli Online Menurut Madzhab Asy-Syafi'I*, Tasikmalaya: Pustaka Cipasung, 2015.
- Sari, Elsi Kartika dan Advendi Simanungsong, *Hukum dalam Ekonomi*, Jakarta: Gramedia Widiasarana, 2004.
- Satrio, J, *Hukum Perikatan, Perikatan Yang Lahir dari Perjanjian*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2001.
- Setiawan, I Ketut Oka, *Hukum Perikatan*, Jakarta: Sinar Grafika, 2016.
- Sidabalok, Janus, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2006.
- Sidik, Salim H, *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*, Jakarta: Sinar Grafika, 2010.
- Sjahputra, Imam, *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik*, Bandung: Alumni, 2010.
- Sjaputra, Imam, *Problematisasi Hukum Indonesia*, Jakarta: Prehnhallindo, 2002.
- Soenandar, Taryana dkk, *Kompilasi Hukum Perikatan*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2016.
- Soekanto, Soerjono, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: UI, 2008.
- Soepomo, *Hukum Perdata Adat Jawa Barat*, Jakarta: Djambatan, 1986.
- Subekti, *Aneka Perjanjian*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1995.
- _____, *Hukum Perjanjian*, Jakarta : Intermasa, 2002.
- _____, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, Jakarta: PT. Intermasa, 2011.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Supratikno, Hartono, *Aneka Perjanjian Jual Beli*, Yogyakarta: Seksi Notariat Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada, 1982.
- Syaifuddin, Muhammad, *Hukum Kontrak: Memahami Kontrak dalam Perspektif Filsafat, Teori, Dogmatik dan Praktik Hukum Kontrak*, Bandung: Mandar Maju, 2016.

Syahrani, Riduan, *Rangkuman Intisari Ilmu Hukum*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1999.

Trianggono, Retno Iswari dan Fatma Latifah, *Buku pegangan ilmu Pengetahuan Kosmetik*, Jakarta:Gramedia Pustaka, 2007.

Wasitaatmadja, Sjarif M, *Penuntun Ilmu Kosmetik Medik*, Jakarta : UI Press, 1997.

Yustisia, Cita, *Transaksi Elektronik*, Jakarta: Gramedia Pustaka, 2013.

C. Sumber Karya Tulis dan Jurnal

Aditya, Rangga, Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru, Riau: Jurnal FISIP UNRI, Volume 2, No. 2, (2015).

B, Lalu Satria Indra, Tinjauan Yuridis Terhadap Perjanjian Jual Beli Dengan Bitcoin Dalam Perspektif Hukum Perdata, *Jurnal Ilmiah*, Fakultas Hukum: Universitas Mataram, 2018.

Devi, Komang Bulan Tri Laksmi dan Ni Ketut Supasti Dharmawan, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Terkait Cacat Tersembunyi Pada Barang Elektronik Dalam Transaksi Online", *Journal Ilmu Hukum: Kertha Semaya*, Vol. 4, Nomor. 1.

Fawzi, M. Rizqa Anas, "Akibat Hukum Wanprestasi Dalam Perjanjian Jual Beli Online Berdasarkan Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik", *Jurnal Kertha Semaya*, Vol. 8, Nomor. 4.

Gemilang, Dian Ayu, "Peran Facebook Sebagai Media Komunikasi Bisnis Online (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Facebook Sebagai Media Komunikasi Bisnis Online)". *Skripsi*, Surabaya: Universitas pembangunan nasional "veteran": Tidak diterbitkan, 2011.

H, Aswin Fariz, Analisis Yuridis Perjanjian Jual Beli Melalui Media Elektronik (E-Commerce) Dengan Sistem Distributor/Keagenan, *Skripsi*, Fakultas Hukum: Universitas Airlangga.

- Harun, Refni Suryaningsih, “Implementasi Asas Itikad Baik Dalam Perjanjian Transaksi Jual Beli Online”, *Jurnal Legalitas*, Vol. 12, Nomor. 2, 2019.
- Kristiyono, Jokhanan, “Budaya Internet: Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi dalam Mendukung Penggunaan Media di Masyarakat”, *Jurnal Scriptura*, Vol. 5 Nomor. 1, 2015.
- Lestarini, Ni Made Dewi Intan dan Dewa Nyoman Rai Asmara Putra, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Kerugian Yang Ditimbulkan Oleh Pelaku Usaha Toko Online Diinstagram", *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, Vol. 7, Nomor. 10, 2019.
- Mahardika, Putu Surya dan Dewa Gde Rudy, "Tanggung Jawab Pemilik Toko Online Dalam Jual-Beli Online (*E-Commerce*) Ditinjau Berdasarkan Hukum Perlindungan Konsumen”, *Journal Ilmu Hukum: Kertha Semaya*, Vol. 4, 2018.
- Makarim, Edmon, “Kompilasi Hukum Telematika, dikutip dari Abdul Halim Barkatullah, “Urgensi Perlindungan Hak-Hak Konsumen dalam Transaksi di E-Commerce”, *Jurnal Hukum: Ius Quia Lustum*, 2007.
- Nugraha, Yulistya Adi, Pelaksanaan Tanggung Jawab Pihak Penanggung Terhadap Pengajuan Klaim Asuransi Kesehatan Oleh Tertanggung Di PT. Axa Mandiri Financial Services, *Jurnal Tesis: Universitas Diponegoro Semarang*, 2009.
- Pebrinurpina, Ayu, Keabsahan Perjanjian Jual Beli dengan Menggunakan Media Elektronik Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, *Skripsi*, Fakultas Hukum: Universitas Muhammadiyah Palembang, 2017.
- Permata, Ariestya Ayu, Pemanfaatan Media Sosial untuk Jual Beli Online di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya melalui Instagram, Surabaya: Tesis Unair, (2017).

- Pradnyaswari, Ida Ayu Eka dan I. Ketut Westra, "Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Menggunakan Jasa E-Commerce", *Journal Ilmu Hukum: Kertha Semaya*, Vol. 8, Nomor. 5.
- Prayogi, Catur, Analisis Yuridis Perjanjian Jual Beli Saham Melalui Media Internet (Online Trading) di Bursa Efek Surabaya, *Skripsi*, Fakultas Hukum: Universitas Jember, 2004.
- Prawesti, Indah, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Penjualan Barang Bermerek Palsu Secara Online", *Journal Ilmu Hukum: Kertha Semaya*, Vol. 5.
- Rahmanto, Tony Yuri, "Penegakan Hukum Terhadap Tindak Pidana Penipuan Berbasis Transaksi Elektronik", *Jurnal Penelitian Hukum DE JURE*, Vol. 19 Nomor. 1, 2019.
- Ranto, Roberto, "Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik", *Jurnal Ilmu Hukum: ALETHEA*, Vol. 2, 2019.
- Retnowati, Arum, Perjanjian Jual Beli Melalui Internet (Electronic Commerce) Menurut Hukum Perdata, *Skripsi*, Fakultas Hukum: Universitas Jember, 2015.
- Rohendi, Acep, Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Perspektif Hukum Nasional Dan Internasional, *Jurnal Ecodemica*: Vol. 3, No. 2, (2015).
- Setyawati, Desy Ary, "Perlindungan Bagi Hak Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perjanjian Transaksi Elektronik", *Syiah Kuala Law Journal*, Vol. 1 Nomor. 3, 2017.
- Shidarta, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, dikutip dari Abdul Halim Barkatullah, "Urgensi Perlindungan Hak-Hak Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce" dalam *Jurnal Hukum* , edisi No.2 Vol. 4.

- Wijaya, Gede Krisna Wahyu dan Nyoman Satyayudha Dananjaya. "Penerapan Asas Itikad Baik Dalam Perjanjian Jual Beli Online." *Journal Ilmu Hukum: Kertha Semaya*, Vol. 6, Nomor. 8, 2018.
- Winter, Adery, "Perlindungan Hak-hak Konsumen Terhadap penggunaan Produk Provider Telekomunikasi Di Indonesia", Manado: Jurnal FH Samratulangi, 2013.
- Yasid, Muhammad, "Analisis Yuridis Pelaksanaan Jual Beli Secara Online Pada Overdosis Clothes Gallery Dan Winni Boutique Di Kota Medan", *Jurnal*, Fakultas Hukum: Universitas Darma Agung, 2019.

D. Sumber Internet

- Ilham, Mugnifar, Pengertian Wawancara Menurut Para Ahli Terlengkap, <https://materibelajar.co.id/pengertian-wawancara-menurut-para-ahli/>, diakses pada 12 November 2021.
- Ismail, Ade, *Tentang Facebook*. Diambil dari <http://www.tipsfb.com/2009/01/tentang-facebook.html>. Diakses pada tanggal 20 April 2022.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia* (dalam jaringan), Hak Cipta Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kemdikbud, <https://kbbi.web.id/perlindungan.html>, diakses pada 11 November 2021.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia* (dalam jaringan), Hak Cipta Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kemdikbud, <https://kbbi.web.id/hukum.html>, diakses pada 11 November 2021.
- Pengata, Syukni Tumi, "Apa Saja Bentuk-Bentuk Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen? Ini Jawabannya, URL: mediakonsumen.com, diakses pada 13 November 2012.
- Purwanti, Puput, Dua Pengertian Hukum Empiris Dalam Kajian Penelitian, <https://hukamnas.com/pengertian-hukum-empiris>, diakses pada 12 November 2021.

Taryum, Disma M, “*Manfaatkan Facebook Sebagai Media Diskusi*”.
Diambil dari www.jurnalbogor.com/?p=55399. Jurnal Bogor, 6
Oktober 2009. Diakses pada tanggal 20 April 2022..

