

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP KERUGIAN KONSUMEN  
ATAS TRANSAKSI JUAL BELI *ONLINE* MELALUI *MARKETPLACE*  
FACEBOOK DI KABUPATEN MAGELANG**



**SKRIPSI**

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

**OLEH:**

**IQBAL GALIN ADDINTOMO**

**20103040069**

**PEMBIMBING:**

**FAISAL LUQMAN HAKIM, S.H., M.Hum.**

**PROGRAM STUDI ILMU HUKUM  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2024**



## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-445/Un.02/DS/PP.00.9/05/2024

Tugas Akhir dengan judul : PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP KERUGIAN KONSUMEN ATAS TRANSAKSI JUAL BELI *ONLINE* MELALUI *MARKETPLACE FACEBOOK* DI KABUPATEN MAGELANG

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : IQBAL GALIN ADDINTOMO  
Nomor Induk Mahasiswa : 20103040069  
Telah diujikan pada : Selasa, 21 Mei 2024  
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Faisal Luqman Hakim, S.H., M.Hum.  
SIGNED

Valid ID: 665914c154a09



Penguji I

Iswantoro, S.H., M.H.  
SIGNED

Valid ID: 665413907f006



Penguji II

Dr. Wardatul Fitri, M.H.  
SIGNED

Valid ID: 66568f489f423



Yogyakarta, 21 Mei 2024

UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum

Prof. Dr. Drs. H. Makhrus, S.H., M.Hum.  
SIGNED

Valid ID: 66594888c8a25

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN**

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Iqbal Galin Addintomo

NIM : 20103040069

Program Studi : Ilmu Hukum

Fakultas : Syariah dan Hukum

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini yang berjudul "Perlindungan Konsumen Terhadap Kerugian Konsumen Atas Transaksi Jual Beli Online Melalui Marketplace Facebook Di Kabupaten Magelang" adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penyusun tidak berisi materi yang dipublikasi atau ditulis orang lain, kecuali bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penyusun.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 01 April 2024

  
Iqbal Galin Addintomo

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

### SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Persetujuan Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Di- Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti, dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Iqbal Galin Addintomo

NIM : 20103040069

Judul : Perlindungan Konsumen Terhadap Kerugian Konsumen Atas Transaksi Jual Beli Online Melalui Marketplace Facebook Di Kabupaten Magelang

Sudah dapat diajukan kepada Prodi Ilmu Hukum Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagaisalah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Hukum.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi atau tugas akhir saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Yogyakarta, 01 April 2024

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

  
Faisal Luqman Hakim, S.H., M.Hum

NIP. 19790719 200801 1 012

## ABSTRAK

Pada era globalisasi saat ini banyak kegiatan yang dilakukan dengan cara yang lebih gampang dengan memanfaatkan teknologi seperti jual beli *online*. Salah satu platform belanja online yang sekaligus sebagai media sosial yaitu *Marketplace* Facebook. Hak-hak konsumen telah dilindungi oleh pemerintah melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 jo. UU Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) serta pelaku usaha sudah memberikan jaminan hak konsumen melalui kontrak elektronik, masih banyak terjadi kasus kerugian barang yang dialami oleh konsumen. Konsumen sering mendapatkan barang yang tidak sesuai yang disebabkan karena pelaku usaha dan konsumen tidak dapat bertatap muka langsung dan hanya bermodal kepercayaan saja. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk kerugian yang dialami oleh konsumen atas transaksi jual beli *online* yang dilakukan dengan pelaku usaha melalui *Marketplace* Facebook dan pertanggungjawaban pelaku usaha ketika terjadi kerugian produk yang didapatkan oleh konsumen *Marketplace* Facebook.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan yuridis empiris. Sifat penelitian adalah deskriptif analisis. Teknik pengumpulan data dalam penulisan ini didapatkan dengan cara wawancara dan studi pustaka. Analisis data menggunakan metode analisis kualitatif dan menarik kesimpulan secara deduktif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Bentuk kerugian yang dialami oleh konsumen *Marketplace* Facebook yaitu seperti barang yang didapatkan tidak sesuai deskripsi, barang yang didapatkan salah, barang yang didapatkan tidak berfungsi, barang yang didapatkan rusak dan barang yang didapatkan kurang. Berdasarkan dari bentuk kerugian tersebut hak-hak konsumen telah dilanggar. (2) Bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha kepada konsumen *Marketplace* Facebook dapat didapatkan jika prosedur dapat dilaksanakan dan alasan yang diberikan jelas. Akan tetapi, pihak Facebook tidak memberikan jaminan keamanan yang jelas sehingga hak-hak konsumen belum terpenuhi serta masih banyak pelaku usaha yang tidak bertanggungjawab dengan mengabaikan komplain dari konsumen, menyalahkan jasa kirim dan tidak menaati peraturan sesuai dengan UUPK.

**Kata kunci:** Konsumen *Marketplace* Facebook, Kerugian, Perlindungan Konsumen.

## ABSTRACT

*In the current era of globalization, many activities are carried out in an easier way by utilizing technology such as buying and selling online. One of the online shopping platforms that is also a social media is the Facebook Marketplace. Consumer rights have been protected by the government through Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection (UUPK) and Law No. 11 of 2008 jo. Law No. 19 of 2016 concerning Electronic Information and Transactions (ITE Law) and business actors have guaranteed consumer rights through electronic contracts, there are still many cases of goods losses experienced by consumers. Consumers often get goods that are not suitable because business actors and consumers cannot meet face to face and only capitalize on trust. The purpose of this study is to determine the form of losses experienced by consumers in online buying and selling transactions carried out with business actors through the Facebook Marketplace and the liability of business actors when there is a loss of products obtained by Facebook Marketplace consumers.*

*This type of research is field research with an empirical juridical approach. The nature of the research is descriptive analysis. Data collection techniques in this writing are obtained by means of interviews and literature studies. Data analysis uses qualitative analysis methods and draws conclusions deductively.*

*The results showed that: (1) The form of loss experienced by Facebook Marketplace consumers, such as goods obtained not according to the description, the goods obtained are wrong, the goods obtained do not function, the goods obtained are damaged and the goods obtained are less. Based on this form of loss, consumer rights have not been fulfilled. (2) The form of liability of business actors to Facebook Marketplace consumers can be obtained if the procedure can be implemented and the reasons given are clear. However, Facebook does not provide clear security guarantees so that consumer rights have not been fulfilled and there are still many business actors who are not responsible by ignoring complaints from consumers, blaming shipping services and not complying with regulations in accordance with the UUPK.*

**Keywords:** *Facebook Marketplace Consumer, Loss, Consumer Protection.*

## MOTTO

*“TAKE THE RISK OR LOST THE CHANCE”*

“Sometimes you have to accept you can’t win all the time”

**(Lionel Andrés Messi)**

“Orang-orang mungkin meremehkanmu, tapi jangan biarkan itu menghentikanmu.

Gunakan itu sebagai motivasi untuk membuktikan mereka salah.”

**(Lionel Andrés Messi)**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan memohon ridho Allah SWT dengan hasil karya sederhana yang telah berhasil dibuat dengan bantuan serta dukungan penuh yang sangat berarti. Karya ini kupersembahkan untuk diriku sendiri yang sudah berjuang sampai saat ini.

Untuk kedua orang tuaku yang selalu mendukung saya dan mendoakan dalam setiap perjalanan saya.

Untuk kakakku dan suaminya yang sudah membimbing dan mendukung saya.

Dan terakhir untuk almarhumah nenek yang selalu menjadi tempat keluh kesah saya dahulu sebelum dipanggil oleh Allah SWT.





## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ  
الحمد لله رب العالمين وبه نستعين على أمور الدنيا والدين الصلاة  
والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين وعلى آله وصحبه أجمعين  
رب اشرح لي صدري ويسر لي أمري واحلل عقدة من لساني يفقهه  
قولي. أما بعد

Puji syukur kehadirat Allah SWT dengan segala rahmat, nikmat, hidayah dan inayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan dan terlimpahkan kepada Sang Baginda Rasul Muhammad Saw beserta kepada keluarga, para sahabat, dan penerus risalahnya, karena atas segala perjuangan beliau selama hidup telah mewariskan ilmu serta penuntun hidup yang mencerahkan umat manusia, semoga kita sebagai penerus risalah beliau, selalu mendapatkan syafa'atnya. Aamiin.

Alhamdulillah, dengan segala ikhtiar dan doa, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul: “Perlindungan Konsumen Terhadap Kerugian Konsumen Atas Transaksi Jual Beli Online Melalui Marketplace Facebook” untuk diajukan sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum di Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam penyusunan skripsi ini tentu tidak akan selesai tanpa adanya bantuan dan kerja sama dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, melalui kesempatan ini penulis selayaknya menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al-Makin, S.Ag., MA., Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

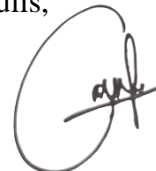
2. Bapak Prof. Dr. Drs. H. Makhrus, S.H., M.Hum., Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Ach. Tahir, S.H.I., S.H., LL.M., M.A., Ketua Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Faisal Luqman Hakim, S.H., M.Hum. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Nurainun Mangunsong, S.H., M.Hum. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah tulus membimbing penyusun.
6. Seluruh Dosen Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta khususnya dosen program studi Ilmu Hukum.
7. Seluruh jajaran Staf Tata Usaha dilingkup Fakultas Syari'ah dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga yang telah membantu segala proses administratif.
8. Kepada kedua orang tua saya, Bapak Joni dan Ibu Solikah Daryati yang telah mendukung dan mendoakan saya serta memfasilitasi perjalanan hidup saya.
9. Kakak dan suaminya, Jeni Anisa Dintami dan Ganang Akhmad Novian yang selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan studi ini.
10. Kakak sepupu saya, Puri Artha Maharani dan keluarganya yang membantu biaya perkuliahan saya.
11. Keluarga besar Amin Suyono dan Keluarga Besar Sadam Marto Darmo.

12. Teman-teman perjuangan UIN Sunan Kalijaga, Ajib, Ihya, Imam, Ivan, Naufal, Rafsan, Yoggi dan Diego, yang telah menjadi teman dekat. Terima kasih telah berjuang sama-sama demi meraih cita-cita yang diinginkan.
13. Teman-teman Dusun Dode-Lojirejo Gulon yang menjadi teman sejak kecil hingga saat ini.
14. Teman-teman Almuni SMA 1 Kota Mungkid dan Guru-guru yang telah membimbing saya dari jenjang SD-SMA.
15. Guru Ngaji saya dan Teman-teman majelis mujahadah Ratib Al Hadad.
16. Pihak-pihak yang membantu proses penelitian saya.
17. *Last but not least*, terima kasih untuk diri saya sendiri yang sudah berjuang hingga saat ini walaupun banyak halangan dan rintangan yang menghadang.

Meskipun skripsi ini merupakan hasil kerja maksimal dari penulis, namun penulis menyadari akan ketidaksempurnaan dari skripsi ini. Maka penulis dengan kerendahan hati sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca sekalian. Penulis berharap semoga penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Magelang, 26 Maret 2024

Penulis,



Iqbal Galin Addintomo

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>MOTTO</b> .....	vii
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	7
D. Telaah Pustaka .....	9
E. Kerangka Teoritik .....	13
F. Metode Penelitian .....	16
G. Sistematika Penulisan .....	21
<b>BAB II TINJAUAN UMUM TENTANG PERJANJIAN, JUAL BELI,     PERLINDUNGAN HUKUM, PERLINDUNGAN KONSUMEN     DAN E-COMMERCE</b> .....	23
A. Tinjauan Umum Perjanjian .....	23
1. Pengertian Perjanjian .....	23
2. Syarat Sah Perjanjian .....	24
3. Jenis-jenis Perjanjian .....	26
4. Unsur-unsur Perjanjian .....	28

5. Asas-asas Perjanjian.....	29
B. Tinjauan Umum Jual Beli .....	31
1. Pengertian Jual Beli .....	31
2. Unsur-unsur Perjanjian Jual Beli .....	33
C. Tinjauan Umum Perlindungan Hukum .....	34
D. Tinjauan Umum Perlindungan Konsumen.....	36
1. Pengertian Konsumen .....	36
2. Pengertian Pelaku Usaha.....	39
3. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen .....	40
4. Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha.....	44
E. Tinjauan Umum <i>E-commerce</i> .....	49
1. Pengertian <i>E-commerce</i> .....	49
2. Ruang Lingkup <i>E-commerce</i> .....	51
<b>BAB III GAMBARAN UMUM PRAKTIK TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE MELALUI MARKETPLACE FACEBOOK.....</b>	<b>54</b>
A. Gambaran Umum <i>Marketplace</i> Facebook .....	54
1. Sejarah <i>Marketplace</i> Facebook.....	54
2. Fitur-fitur <i>Marketplace</i> Facebook.....	56
3. <i>Marketplace</i> Facebook.....	57
B. Praktek Jual Beli Melalui <i>Marketplace</i> Facebook .....	59
1. Latar Belakang Jual Beli <i>Onlien</i> Melalui <i>Marketplace</i> Facebook.....	59
2. Mekanisme Jual Beli <i>Online</i> Melalui <i>Marketplace</i> Facebook.....	62
3. Kelebihan dan Kekurangan Transaksi Di <i>Marketplace</i> Facebook.....	64
4. Tantangan dan Kendala.....	65
C. Sistem Marketing yang Digunakan Melalui <i>Marketplace</i> Facebook.....	67
D. Sarana Pemasaran Melalui <i>Marketplace</i> Facebook .....	69
E. Pandangan Konsumen, UUPK dan UU ITE Terhadap Transaksi Melalui <i>Marketplace</i> Facebook.....	72
1. Pandangan Menurut Konsumen Terhadap Transaksi Yang Terjadi Pada <i>Marketplace</i> Facebook.....	72

2. Pandangan Menurut UUPK dan UU ITE Terhadap Transaksi Yang Terjadi Pada <i>Marketplace</i> Facebook.....	73
--	----

<b>BAB IV ANALISIS BENTUK KERUGIAN KONSUMEN ATAS TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE DI MARKETPLACE FACEBOOK DAN PERTANGGUNGJAWABAN PELAKU USAHA .....</b>	<b>77</b>
---	-----------

A. Analisis Bentuk Kerugian yang Dialami Konsumen Atas Transaksi Jual Beli <i>Online</i> Melalui <i>Marketplace</i> Facebook .....	77
B. Analisis Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Atas Kerugian Produk Pada Konsumen <i>Marketplace</i> Facebook .....	89

<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>102</b>
----------------------------	------------

A. Kesimpulan .....	102
B. Saran-saran.....	104

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>107</b>
----------------------------	------------

<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>111</b>
--------------------------------	------------

<b>CURRICULUM VITAE.....</b>	<b>115</b>
------------------------------	------------

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
 SUNAN KALIJAGA  
 YOGYAKARTA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Fitur Messenger sebagai media komunikasi .....	60
Gambar 3. 2 Contoh <i>upload</i> produk alat kelistrikan .....	63
Gambar 3. 3 Contoh <i>upload</i> produk dengan deskripsi yang tidak jelas.....	64
Gambar 3. 4 Media Pemasaran Menggunakan Akun Personal.....	70
Gambar 3. 5 Media Pemasaran Menggunakan Grup .....	71
Gambar 3. 6 Media Pemasaran Menggunakan Marketplace Facebook.....	71

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pada era *globalisasi* saat ini banyak kegiatan yang dilakukan dengan cara yang lebih gampang dan lebih memanfaatkan teknologi. Salah satu contoh teknologi yang berkembang pesat yaitu belanja *online*. Belanja *online* di zaman saat ini sangat digemari oleh masyarakat dari setiap kalangan karena mudah dilakukan dan lebih efektif. 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.<sup>1</sup> Kebutuhan manusia yang semakin beragam mengharuskan konsumen untuk mengambil keputusan yang cepat sehingga berdampak pada perilaku konsumen seperti membeli barang melalui *online*. Belanja *online* memberikan kemudahan berupa cara penjual yang dapat menjual barangnya hanya dengan menggunakan foto produk saja dengan disertai deskripsi barang tersebut. Kemudahan yang didapat pembeli hanya dengan mengakses jual beli *online* lalu membeli barang tersebut melalui pembayaran elektronik atau *transfer*. Dengan kemudahan pada jual beli

---

<sup>1</sup> Muhammad Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2004) hlm. 14.



*online* konsumen dapat membeli produk apapun dalam waktu 24 jam dan dapat dilakukan dimana saja.<sup>2</sup>

Ketentuan mengenai aktivitas transaksi elektronik tertera dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 jo. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.<sup>3</sup>

Kegiatan jual beli *online* sering disebut *electronic commerce* atau *e-commerce*. *Electronic commerce* atau *e-commerce* adalah suatu proses terjadinya transaksi jual beli yang dalam prakteknya dilakukan secara *online* melalui media elektronik.<sup>4</sup> Banyaknya pengguna internet pada saat ini membuat *e-commerce* menjadi media yang efektif bagi pengusaha dalam menjalankan bisnis perdagangan. Salah satu platform yang banyak digunakan baik dari kalangan masyarakat perdesaan dan perkotaan adalah *Marketplace* Facebook. Platform ini merupakan fitur tambahan yang disediakan oleh Facebook sebagai tempat yang menyediakan tempat untuk

---

<sup>2</sup> Ni Putu Trisna Widyantari dan A.A Ngurah Wirasila, "Pelaksanaan Ganti Kerugian Konsumen Berkaitan Dengan Ketidaksetaraan Produk Pada Jual Beli Online", *Jurnal Kerta Semaya*, Vol 7, (2019) Hlm 7.

<sup>3</sup> Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 jo. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Pasal 1 ayat (2).

<sup>4</sup> Nafa Amelsi Triantika, "Tinjauan Hukum Tentang Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Online Melalui *E-Commerce* Menurut Pasal 1320 Kuhperdata" *Jurnal Ensiklopedia Social Review*, Vol. 2:2 (Juni 2020), hlm. 120.

menjual dan membeli sebuah produk. Dari pengguna Facebook di Indonesia yang sebesar 116 juta dan menjadi pengguna terbesar ketiga berdasarkan data dari *We Are Social* dan *Hootsuite* (Merdeka.com, Januari 2018). Menurut *Head Retail & E-commerce* Facebook Asia Tenggara, Deepesh Trivedi 61% pengguna Facebook menggunakan *page* Marketplace Facebook untuk berbelanja online. Salah satu wilayah di Indonesia yang banyak menggunakan platform *Marketplace* facebook yaitu Kabupaten Magelang dan sekitarnya. Hal ini dibuktikan dengan adanya forum grup jual beli yang dibuat untuk mempermudah melakukan jual beli pada satu wilayah. Masyarakat Magelang mulai menggunakan platform ini mulanya karena menjual barang bekas layak pakai. Seiring berjalannya waktu, para pengguna Marketplace Facebook khususnya di Magelang mulai menjual seluruh kebutuhan masyarakat baik barang bekas maupun barang baru. Masyarakat di Magelang dan sekitarnya memilih Marketplace facebook karena dapat membeli barang yang sesuai keinginannya dengan harga lebih miring dan jaraknya lebih dekat sehingga biaya ongkos kirim lebih murah.

*Marketplace* Facebook merupakan salah satu platform yang mudah digunakan untuk transaksi jual beli *online*. Hanya dengan menuliskan produk yang diinginkan maka akan banyak jenis barang yang ditampilkan dengan harga yang paling murah hingga barang yang paling mahal serta terdapat barang bekas yang masih layak pakai dan barang yang masih baru.

Dengan adanya banyak kemudahan yang didapat pada platform *Marketplace* Facebook, tidak menutup kemungkinan bahwa konsumen

mengalami banyak kerugian. Hal ini dikarenakan tidak adanya komunikasi secara langsung sehingga menimbulkan kekecewaan dan kerugian terhadap konsumen. Konsumen sering kali mendapatkan barang yang tidak sesuai dengan ekspektasi seperti cacatnya suatu barang yang tidak sesuai dengan deskripsi penjualan, kurangnya jumlah barang yang dikirimkan, dan barang yang hilang pada saat pengiriman. Akan tetapi penjual tidak mau bertanggung jawab dengan dalih alasan menyalahkan jasa pengiriman. Hal seperti ini dialami pengguna *Marketplace* Facebook yaitu Ahmad Yusron yang membeli *stroller* bayi tetapi setelah menerima produk tersebut ternyata rangkanya bengkok dan patah sehingga tidak bisa digunakan sebagaimana mestinya.<sup>5</sup> Selain itu, kasus pelanggaran terhadap konsumen dalam jual beli online melalui *Marketplace* Facebook terjadi pada Ivan Rahmad yang membeli kemeja putih berukuran XL tetapi setelah menerima produknya baju tersebut berukuran L. Dengan kerugian yang diterima pihak Ivan Rahmad memilih beralih ke *e-commerce* lainnya karena kecewa terhadap pelaku usaha di *Marketplace* facebook dan pihak facebook tidak bisa memberikan solusi terkait kerugian yang diaaminya.<sup>6</sup> Konsumen sulit untuk mendapatkan ganti rugi yang sesuai dikarenakan lemahnya posisi konsumen daripada pelaku usaha sendiri sehingga menimbulkan kekecewaan dan

---

<sup>5</sup> Wawancara dengan Ahmad Yusron, Konsumen *Marketplace* Facebook, Magelang 11 Januari 2024.

<sup>6</sup> Wawancara dengan Ivan Rahmad, Konsumen *Marketplace* Facebook, Yogyakarta 15 Januari 2023.

kerugian.<sup>7</sup> Kasus ketiga yaitu terjadi pada Doni Hermawan yang membeli sepatu di *Marketplace* Facebook. Doni Hermawan membeli sepatu bermerek Adidas Spezial dalam keadaan tidak ada cacat produk dalam informasi di *Marketplace* Facebook. Setelah barang diterima, sepatu tersebut dalam keadaan cacat produk yaitu pada *outsole* yang sudah robek.<sup>8</sup> Kasus yang terakhir yaitu terjadi pada Guntur Satria Jati yang membeli bendera merah putih. Saudara Guntur membeli bendera dalam jumlah besar yaitu 86 bendera kecil berwarna merah putih. Ketika diterima saudara Guntur hanya sebanyak 82 bendera saja.<sup>9</sup> Dalam rangka menciptakan aktivitas jual-beli yang sehat bagi konsumen dalam melakukan transaksi perdagangan melalui Facebook, maka perlu diupayakan suatu bentuk pengaturan hukum yang baru sekaligus memadai yang mampu mengatur segala aktivitasnya sehingga konsumen merasa terlindungi.<sup>10</sup>

Berkaitan dengan permasalahan tersebut, Indonesia sudah mempunyai hukum yang mengatur tentang perlindungan terhadap konsumen. Hak-hak sebagai konsumen sudah diatur dalam pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen karena salah dari sifat dan tujuan hukum adalah memberi perlindungan kepada masyarakat sesuai dengan kepastian

---

<sup>7</sup> Setia Putra, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual-Beli melalui *E-Commerce*", *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 4:2, (Februari-Juli 2014), hlm. 290.

<sup>8</sup> Wawancara dengan Doni Hermawan, Konsumen Marketplace Facebook, Magelang 16 Januari 2024.

<sup>9</sup> Wawancara dengan Guntur Satria Jati, Konsumen Marketplace Facebook, Yogyakarta 15 Januari 2024.

<sup>10</sup> Elisatris Gultom. *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce, Dalam Cyber law: Suatu Pengantar* (Bandung: Elips, 2012) hlm. 55.

hukum. Menurut Ahmad Miru sebagaimana dikutip oleh Abdul Halim Barkatullah, hak-hak konsumen dibagi menjadi 3 bagian yang menjadi prinsip dasar:<sup>11</sup>

1. Hak untuk memperoleh barang dan/atau jasa dengan harga wajar;
2. Hak yang dimaksudkan untuk mencegah konsumen dari kerugian, baik kerugian personal maupun harta kekayaan; dan
3. Hak memperoleh penyelesaian yang patut terhadap permasalahan yang dihadapi.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen memang sudah dibentuk tetapi masih banyak kasus dimana konsumen banyak dirugikan, sehingga hak-haknya sebagai konsumen tidak tercapai atau terpenuhi dengan baik. Banyak konsumen yang acuh atau mengabaikan haknya karena barang yang dibeli nilainya tidak seberapa.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penulis tertarik untuk membahas perlindungan hukum terhadap konsumen pada *Marketplace Facebook* apabila terjadi kerugian akibat ketidaksesuaian produk yang didapatkan oleh konsumen ditinjau dengan Undang - Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 jo. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Oleh

---

<sup>11</sup> Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen*, Cet-1 (Bandung: Nusa Media, 2010), hlm. 25.

karena itu penulis mengajukan sebuah penelitian yang berjudul  
**“PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP KERUGIAN  
KONSUMEN ATAS TRANSAKSI JUAL BELI *ONLINE*  
MELALUI *MARKETPLACE* FACEBOOK”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka masalah penelitian yang peneliti rumuskan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk kerugian yang dialami konsumen atas transaksi jual beli *online* yang dilakukan dengan pelaku usaha melalui *Marketplace* Facebook?
2. Bagaimana pertanggungjawaban pelaku usaha atas kerugian konsumen terhadap jual beli *online* di *Marketplace* Facebook?

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### 1. Tujuan Penelitian

Kegiatan penelitian ini dilakukan oleh peneliti agar dapat menyajikan data yang akurat sehingga memberikan manfaat dan dapat menyelesaikan masalah. Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui bentuk kerugian yang dialami konsumen atas transaksi jual beli *online* yang dilakukan dengan pelaku usaha melalui *Marketplace* Facebook.

- b. Untuk mengetahui tanggungjawab pelaku usaha ketika terjadi kerugian produk yang didapatkan oleh konsumen Marketplace Facebook.

## 2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### a. Kegunaan Teoritis

- 1) Untuk menambah ilmu pengetahuan tentang hukum perlindungan konsumen terhadap kerugian produk yang dialami oleh konsumen *Marketplace Facebook*. Selain itu untuk mengetahui tentang pelaksanaan hak-hak konsumen sesuai dengan bentuk kerugian produk yang dialami oleh konsumen *Marketplace Facebook* dan bentuk tanggungjawab pelaku usaha jual beli *online* atas kerugian produk yang didapatkan pada konsumen *Marketplace Facebook*.
- 2) Manfaat lainnya adalah sebagai studi keilmuan dan dapat dijadikan sebagai tabahan sumber dan referensi pustaka.
- 3) Diharapkan hasil pemikiran dalam penelitian ini dapat disumbangkan dan dijadikan arah sebagai penelitian selanjutnya.
- 4) Diharapkan penelitian ini dapat berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan hukum khususnya bidang hukum perdata.

#### b. Kegunaan Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat dalam hal memberikan informasi mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen jual beli *online* terutama pada *platform Marketplace Facebook* yang dirugikan. Dengan adanya penelitian ini diharapkan penipuan dalam jual beli *online* dapat berkurang. Selain itu, pelaku usaha jual beli *online* terutama *MarketPlace Facebook* dapat meningkatkan keamanan produk dan bertanggungjawab atas barang atau produknya. Penelitian ini juga dapat sebagai pedoman dan masukan bagi aparat penegak hukum maupun masyarakat umum dalam menentukan upaya hukum bagi konsumen atas ketidaksesuaian produk jual beli *online*.

#### D. Telaah Pustaka

Telaah pustaka digunakan untuk membandingkan penelitian satu dengan yang lain dan juga menjadi bagian untuk penulis mendapat data dari penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan judul penulis. Berikut penelitian yang terkait dengan pembahasan skripsi ini adalah :

Pertama, Skripsi yang ditulis Rizky Arnando Yugistha, yang berjudul “Pelaksanaan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online di Semarang (Studi kasus OLX.co.id Cabang Semarang)”. Hasil penelitian ini yaitu perlindungan hukum bagi para pihak dalam perjanjian jual beli melalui media internet meliputi perlindungan hukum dalam perjanjian yaitu perlindungan hukum yang dibuat oleh pelaku



usaha atau *trafficker* dalam bentuk aturan yang disepakati kedua belah pihak dan perlindungan hukum yang berasal dari UUIITE pasal 25 yang mengatur tentang privasi berupa data pribadi pelaku usaha dan konsumen. Hambatan-hambatan dalam transaksi di internet, khususnya mengenai cacat produk, informasi yang tidak jujur atau keterlambatan pengiriman barang dalam upaya mengenai pola pikir, minat dan kultur atau budaya masyarakat indonesia.<sup>12</sup> Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu tentang objek tempat. Pada penelitian ini objeknya yaitu pada *e-commerce* OLX sedangkan penulis akan meneliti pada *Marketplace Facebook*.

Kedua, skripsi yang ditulis oleh Muhammad Khadafi dengan judul skripsi “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi *E-Commerce* (Studi Kasus *E-Commerce* Melalui Sosial Media Instagram)”. Dalam skripsinya tersebut disimpulkan bahwa tanggung jawab pelaku usaha yang melakukan penipuan jual beli online terhadap konsumen yang menjadi korban berupa dua bentuk, yaitu pengembalian uang dan mengganti dengan barang baru. Penulis juga menyarankan kepada konsumen agar berhati-hati dalam melakukan transaksi *E-commerce*.<sup>13</sup> Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu tentang objek tempat.

---

<sup>12</sup> Rizky Arnando Yugistha, “Pelaksanaan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online di Semarang (Studi kasus OLX.co.id Cabang Semarang)”, *Skripsi*, Fakultas Hukum dan Komunikasi, Universitas Katholik Soegijapranata (2014).

<sup>13</sup> Muhammad Khadafi, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi *E-Commerce* (Studi Kasus *E-Commerce* Melalui Sosial Media Instagram)”, *Skripsi*, Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Syarif Hidayatullah (2016).

Pada penelitian ini objeknya yaitu pada e-commerce Melalui Sosial Media Instagram sedangkan penulis akan meneliti pada *Marketplace* Facebook.

Ketiga, Artikel yang ditulis Cindy Aulia Khotimah dan Jeumpa Crisan Chairunnisa, yang berjudul “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online (*E-commerce*)”. Hasil penelitian dari apa yang dituliskan dalam jurnal ini diantaranya yaitu mengetahui bagaimana proses penyelesaian terkait perlindungan konsumen apabila ada Wanprestasi dari pihak produsen dan lembaga apa saja yang berwenang untuk menyelesaikan sengketa E-commerce meliputi *Online Dispute Resolution* (ODR) atau APS *Online* serta beberapa keuntungan.<sup>14</sup> Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu pada penelitian ini hanya mengkaji perlindungan hukum pada jual beli online saja sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis lebih berfokus pada perlindungan konsumen di *Marketplace* Facebook.

Keempat, Skripsi yang ditulis oleh Widi Wiranti dengan judul skripsi “Perlindungan Konsumen Atas Hak Informasi Dalam Transaksi Online”. Dalam skripsi tersebut dapat disimpulkan bahwa perlindungan konsumen atas hak informasi masih belum sepenuhnya berjalan sebab UUPK belum dapat diimplementasikan secara sempurna. Pelaku usaha tidak memberikan informasi yang begitu jelas pada produknya sehingga semata-mata mencari keuntungan sendiri. Juga, penyelesaian kerugian yang

---

<sup>14</sup> Cindy Aulia Khotimah dan Jeumpa Crisan Chairunnisa, Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online (*E-commerce*), *Business law community Volume One VII*.

dialami konsumen diselesaikan melalui di luar jalur pengadilan serta banyak konsumen mengalami kerugian dan berujung menuntut ganti rugi pelaku usaha. Penulis juga memberi masukan kepada pelaku usaha agar tak melupakan kewajibannya dan mengabaikan hak konsumen.<sup>15</sup> Perbedaan dengan penelitian ini yaitu pada penelitian yang akan dilakukan penulis merujuk pada perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *online* melalui *Marketplace* Facebook. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan Widi Wiranti hanya berfokus pada jual beli *online* saja.

Kelima, Skripsi yang ditulis oleh Fifi Nofena dengan Judul “Perlindungan Konsumen Terhadap Kerugian Produk Pada Transaksi Jual Beli Di E-Commerce Shopee”. Pada penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa pelaksanaan hak-hak konsumen shopee yang didapatkan berdasarkan model kerugian yang dialami oleh konsumen shopee belum sepenuhnya terpenuhi, walaupun shopee sebagai penyedia lapak telah memiliki peraturan pada Syarat Layanan dan Peraturan Komunitas. Bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha kepada konsumen atas kerugian barang yang tidak sesuai dengan yang didapatkan oleh konsumen Shopee sepenuhnya telah diatur pada Syarat Layanan melalui fitur “Pusat Resolusi”. Akan tetapi, masih banyak ditemukan penjual yang tidak bertanggungjawab karena berdalih menyalahkan pihak jasa kirim bahkan mengabaikan komplain dari konsumen. Masih ditemukan penjual di Shopee yang tidak

---

<sup>15</sup> Widi Wiranti, “Perlindungan Konsumen Atas Hak Informasi Dalam Transaksi Online”, *Skripsi*, Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia (2020).

menaati aturan pada Syarat Layanan karena tidak mempunyai itikad baik untuk bertanggung jawab memberikan ganti kerugian.<sup>16</sup> Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu terletak pada platform jual belinya. Pada penelitian ini dilakukan pada Shopee sedangkan yang akan dilakukan oleh penulis yaitu pada platform Marketplace facebook. Pada penelitian ini lebih berfokus pada hak apa saja yang dilanggar oleh pelaku usaha sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan lebih berfokus pada model atau bentuk kerugian yang dialami oleh konsumen.

#### **E. Kerangka Teoretik**

Kerangka teoritik berisi teori-teori atau kerangka konseptual yang nantinya dalam penelitian berguna sebagai pedoman dalam analisis untuk membedah masalah-masalah yang akan diteliti. Berikut kerangka teoritik yang digunakan oleh penulis dalam penelitian :

##### 1. Teori Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Segala upaya memberi jaminan akan kepastian hukum, ukuranya secara kualitatif ditentukan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang lainnya yang dimaksudkan dan masih berlaku untuk memberikan perlindungan

---

<sup>16</sup> Fifi Nofena, "Perlindungan Konsumen Terhadap Kerugian Produk Pada Transaksi Jual Beli di *E-commerce* Shopee", *Skripsi*, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (2021).

hukum bagi konsumen, baik dalam bidang hukum privat (pribadi) maupun dalam hukum publik (hukum pidana maupun hukum administrasi Negara).<sup>17</sup>

## 2. Hak Konsumen

Hak konsumen adalah bagian dari upaya untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dalam transaksi jual beli. Hak konsumen menjadi hal yang perlu diprioritaskan untuk memberi perlindungan transaksi jual beli yang dilakukan oleh konsumen dengan produsen. John F. Kennedy, mantan Presiden Amerika Serikat pernah menghatakan empat hak dasar konsumen, antara lain:

- 1) Hak untuk mendapatkan barang yang aman
- 2) Hak untuk mendapatkan informasi tentang produk.
- 3) Hak untuk menetapkan pilihan dalam memilih produk
- 4) Hak untuk didengar terkait kepentingan konsumen.<sup>18</sup>

Hak konsumen juga dijelaskan dalam Pasal 4 Undang-Undang

Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa, hak konsumen adalah:

- 1) hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;

---

<sup>17</sup> Ahmadi Miru Dan Sutarman, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta, Raja Grafindo, 2010), hlm.1.

<sup>18</sup> Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, "*Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*" (Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, 2000), hlm 91

- 2) hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- 3) hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- 4) hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- 5) hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- 6) hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- 7) hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 8) hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- 9) hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pasal 4.

### 3. Teori Tanggung Jawab

Dalam hal tanggung jawab produk, terbagi menjadi 3 substansi hukum tanggung jawab produk yang menjadi dasar tuntutan atas ganti kerugian konsumen. Tiga dasar tuntutan tersebut yaitu tuntutan karena wanprestasi atau ingkar janji (*Breach of warranty*), tuntutan karena kelalaian (*negligence*), dan tuntutan berdasarkan teori tanggung jawab mutlak (*strict product liability*).<sup>20</sup>

Substansi hukum perlindungan konsumen mengalami perkembangan serta perubahan dari hukum yang berkarakteristik Represif dalam bentuk prinsip berdasarkan kesalahan (*fault based liability*) prinsip tanggung jawab yang berpihak atau responsif terhadap kepentingan konsumen dalam bentuk tanggung jawab mutlak.<sup>21</sup>

### F. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan prosedur dalam mencapai suatu pengetahuan ilmiah dengan cara melakukan penguraian masalah, melakukan analisa, menarik suatu kesimpulan, dan mencari solusi dari masalah tersebut.<sup>22</sup>

Dalam penulisan penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

---

<sup>20</sup> Abdul Halim Barkatullah, *Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce lintas negara di Indonesia*. (Yogyakarta: Pascasarjana FH UII), hlm. 130.

<sup>21</sup> *Ibid.*

<sup>22</sup> Suryana, *Metode penelitian model praktis, penelitian kuantitatif dan kualitatif*, (Buku Ajar Perkuliahan, Universitas Pendidikan Indonesia, 2010), hlm. 18.

### 1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian lapangan yaitu dengan cara melakukan wawancara dan pencarian data di lapangan yang terkait dengan penelitian. Dalam hal ini penelitian dimaksudkan untuk melihat sejauh mana pelaksanaan Undang-Undang Perlindungan Konsumen ketika konsumen *Marketplace* Facebook mengalami kerugian atau ketidaksesuaian barang yang dilakukan oleh pelaku usaha di *Marketplace* Facebook.

### 2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang akan dipakai penulis yaitu penelitian deskriptif analitis, yaitu menggambarkan dan menganalisis semua gejala dan fakta yang ada di lapangan dan mengaitkan semua gejala dan fakta dengan permasalahan dalam penelitian dan disesuaikan mengikuti keadaan di lapangan dan memberikan penilaian.<sup>23</sup> Dalam hal ini adalah meneliti, memahami atau menganalisis data yang diperoleh dari lapangan yaitu mengenai bentuk kerugian yang dialami konsumen *Marketplace* Facebook dan pertanggungjawaban pelaku usaha ketika terdapat kerugian produk yang didapatkan oleh konsumen *Marketplace* Facebook serta menganalisis peraturan yang berlaku.

### 3. Sumber Data

---

<sup>23</sup> Zainudin Ali, “*Metode Penelitian Hukum*”. (Jakarta, Sinar Grafika 2009), hlm.105.



Dalam penyusunan skripsi ini, dibutuhkan beberapa data yang meliputi data primer, data sekunder dan data tersier, meliputi:

a. Data Primer

Data primer merupakan data utama pada sebuah penelitian.

Dalam penelitian ini data primer diperoleh melalui observasi di lapangan dan wawancara terhadap konsumen jual beli *online* di Kabupaten Magelang dan Sekitarnya yang melakukan transaksi di *Marketplace Facebook* dan penjual atau pelaku usaha di Kabupaten Magelang dan Sekitarnya yang menjual produknya di *Marketplace Facebook*.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang digunakan untuk melengkapi data primer. Data tersebut diperoleh dari berbagai macam sumber berupa penelitian-penelitian sebelumnya atau juga dari buku-buku, jurnal, skripsi, artikel, dan perundang-undangan. Data sekunder dalam penelitian skripsi ini digolongkan sebagai berikut:

- 1) Undang-Undang Dasar 1945
- 2) Undang-Undang Hukum Perdata
- 3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang  
Perlindungan Konsumen

- 4) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 jo. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- 5) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik

c. Data Tersier

Dalam sumber data penelitian ini menggunakan data tersier yang bertujuan untuk memberikan petunjuk serta informasi mengenai bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, seperti kata-kata yang memerlukan penjelasan lebih lanjut seperti Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Ensiklopedia, karya ilmiah, jurnal dan artikel serta pendapat para ahli yang berhubungan dengan objek penelitian.

4. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian adalah rencana dan prosedur penelitian yang mencakup langkah-langkah dari asumsi luas hingga metode pengumpulan, analisis, dan interpretasi data yang terperinci.<sup>24</sup> Dalam penulisan ini menggunakan metode pendekatan Yuridis Empiris yaitu suatu pendekatan yang meneliti data sekunder terlebih dahulu dan kemudian dilanjutkan dengan mengadakan penelitian data primer di lapangan. Penulis melakukan analisis

---

<sup>24</sup>Eko Tjipto juwono, Pendekatan Penelitian, <https://buletin.nscpolteksby.ac.id/pendekatan-penelitian/>, diakses pada 15 November 2023.

permasalahan dengan mencocokkan data sekunder yang berupa bahan hukum dalam Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dengan data primer yang didapat langsung dari observasi dan wawancara oleh pelaku usaha dan konsumen dalam transaksi jual beli *online* di *Marketplace* Facebook, sehingga dapat dilihat apakah penerapan Undang-Undang tersebut sudah sesuai atau masih terdapat kekurangan.

#### 5. Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif atau disebut juga analisis berkelanjutan (*ongoing analysis*) yaitu dengan menentukan keterkaitan antara bagian dan keseluruhan data yang telah dikumpulkan melalui proses yang sistematis.<sup>25</sup> Analisis data dimulai dari tahap pengumpulan data sampai tahap penulisan laporan yang menyebabkan skripsi ini menjadi suatu kesatuan yang padu dan tidak hanya menghasilkan data deskriptif belaka.<sup>26</sup> Dimana deskriptif dalam penelitian ini meliputi proses transaksi, perlindungan terhadap konsumen yang dirugikan ataupun data terkait kerugian yang dialami oleh konsumen Pendekatan kualitatif dilaksanakan dengan mengumpulkan data lapangan yang sesuai dengan fakta dalam praktik jual beli *online* di *Marketplace* Facebook, kemudian disinkronkan dengan berbagai peraturan

---

<sup>25</sup> Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta, Rajawali Pers, 2014), hlm. 176.

<sup>26</sup> Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta, UI Press, 1986), hlm. 32.

perundang-undangan serta teori teori dari studi kepustakaan, sehingga dapat menghasilkan suatu kesimpulan yang dapat menyelesaikan permasalahan yang dibahas.

### **G. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan dalam skripsi ini terdiri dari 5 bab yang menguraikan tentang penelitian yang dibahas dalam judul skripsi ini, pembagian sistematika pembahasannya sebagai berikut:

Bab I, berisi tentang pendahuluan. Terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, telaah pustaka, kerangka teoritik, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II, dalam bab ini berisi tentang tinjauan umum terkait dengan perlindungan konsumen pada jual beli *online* di *Marketplace Facebook*. Pada bab II ini menguraikan tentang gambaran umum Jual beli *online* Perlindungan konsumen dan *e-commerce*.

Bab III, dalam bab ini memuat tentang gambaran umum *Marketplace Facebook* yang berisi diskripsi, sejarah singkat, mekanisme dan sistem jual beli yang digunakan.

Bab IV, pada bab ini akan dibahas inti dari penelitian yaitu, menganalisis dan membahas rumusan masalah mengenai hasil penelitian perlindungan konsumen atas kerugian produk pada jual beli *online* melalui *Marketplace Facebook*.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan dari uraian-uraian dan pembahasan pada hasil penelitian yang dilakukan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam praktik jual beli online pada marketplace facebook masih banyak terjadi kerugian yang dialami oleh konsumen. Kerugian yang dialami oleh konsumen tentu saja sudah melanggar hak-hak konsumen yang sudah tertera Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan kasus yang ditemui, bentuk kerugian yang dialami oleh konsumen di *Marketplace* Facebook yaitu seperti barang tidak sesuai deskripsi, barang yang didapatkan salah, barang yang didapatkan tidak berfungsi, barang yang didapatkan rusak, dan barang yang didapatkan kurang. Kerugian konsumen terjadi karena adanya kesalahan pihak pelaku usaha. Kesalahan dari pihak pelaku usaha terjadi berupa tidak mencantumkan informasi terkait dengan produknya dengan benar, jelas dan jujur. Selain itu banyak pelaku usaha yang tidak menjalankan kewajibannya sesuai dengan UUPK. Dari bentuk kerugian yang dialami oleh konsumen di *Marketplace* Facebook tentunya juga tidak lepas dari kesalahan dari konsumen itu sendiri karena kurang teliti dan berhati-hati dalam melakukan transaksi jual beli online.

2. Bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha kepada konsumen atas kerugian barang yang didapatkan oleh konsumen *Marketplace* Facebook belum sepenuhnya diatur oleh facebook yaitu sebagai penyedia lapak. Pelaku usaha memberikan tanggung jawabnya sesuai dengan kebijakannya masing-masing. Facebook hanya menyediakan fitur *live chat* berupa messenger sebagai penyedia tempat untuk berkomunikasi antara pelaku usaha dan konsumen. Pada kasus barang yang didapatkan tidak sesuai dengan deskripsi, konsumen mendapatkan pertanggungjawaban dari pelaku usaha berupa pengembalian dana atau penggantian barang. Pada kasus barang yang salah, tidak berfungsi dan rusak juga mendapatkan pertanggungjawaban berupa pengembalian dana atau penggantian barang sesuai dengan nilai barang tersebut. Berbeda dengan barang yang didapatkan kurang biasanya hanya terdapat pembalian dana dan pengiriman barang yang kurang. Pertanggungjawaban dari pelaku usaha dapat terlaksana jika konsumen dapat memberikan alasan yang jelas dengan disertai *video unboxing* barang atau detail barang yang diterima serta detail pemesanan. Jika hal tersebut tidak diberikan maka pelaku usaha tidak bisa memberi pertanggungjawaban atas kerugian pada konsumen *Marketplace* Facebook. Pelaku usaha juga tidak dapat bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen jika kesalahan terjadi pada pihak

jas kirim barang. Konsumen hanya dapat mengklaim asuransi dari pihak jasa kirim yang digunakannya.

## B. Saran

1. Bagi *Marketplace* Facebook, seharusnya sebagai pihak penyedia lapak facebook memberikan jaminan keamanan seperti yang dilakukan oleh *e-commerce* lainnya. Jaminan keamanan yang dilakukan seperti menjabatani antara konsumen dan pelaku usaha dalam melakukan transaksi. Selain itu, memberikan layanan aduan untuk konsumen jika terjadi pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha. Pihak *Marketplace* Facebook alangkah lebih baiknya menyediakan tempat untuk menaruh dana atau uang sementara, seperti jika konsumen membayar menggunakan bank atau tranfer dapat ditampung dulu sebelum diberikan kepada penjual. Dana atau uang tersebut nantinya akan diberikan kepada pelaku usaha jika barang sudah sampai di tangan konsumen. Pihak Facebook juga harus *menguprade* sistem jual beli *online* supaya transaksi di *Marketplace* Facebook tidak ketinggalan zaman dan lebih teratur. Selanjutnya, *Marketplace* Facebook juag menjebatani antara pihak jasa kirim dan konsumen agar menjadi kesatuan guna memenuhi hak-hak konsumen. Yang terakhir, pihak *Marketplace* Facebook diharapkan melakukan peninjauan kembali kepada pelaku usaha dalam memberikan deskripsi pada barang atau produk yang dijual terutama pada produk alat elektronik atau produk digital.

2. Bagi pelaku usaha atau penjual, supaya dapat memperhatikan barang yang dijual apakah layak atau tidak dan mempunyai itikad baik sebagai pelaku usaha untuk menjaga reputasi toko dengan cara melakukan pengecekan ulang terhadap produk yang akan dikirim, memberikan informasi yang jujur dan sebenar-benarnya mengenai deskripsi produk serta berperilaku baik dan jujur dalam menghadapi pertanyaan dan menanggapi komplain dari konsumen dengan ramah. Pihak pelaku usaha atau penjual juga harus melaksanakan kewajibannya sesuai dengan pasal 7 UUPK dan memenuhi hak-hak konsumen. Bagi penjual atau pelaku usaha untuk memberikan garansi terhadap produk yang dijualnya terutama pada barang elektronik yang rawan terjadi kerusakan. Dalam hal packing produk, pelaku usaha atau penjual harus memperhatikan keselamatan produk untuk menghindari kerusakan pada proses pengiriman barang dengan melakukan pengemasan sesuai SOP yang baik. Pelaku usaha juga harus bertanggung jawab secara penuh terhadap kerugian yang dialami konsumen.
3. Bagi konsumen, diharapkan berhati-hati dalam memilih barang yang akan dibeli dengan tidak tergiur harga murah yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Konsumen harus teliti dalam membaca deskripsi produk serta melakukan peninjauan terhadap penjual untuk menghindari kerugian yang akan terjadi. Konsumen dituntut untuk cerdas dengan memastikan barang yang diterimanya sesuai dengan perjanjian atau



tidak dengan membuat video *unboxing* produk bilamana terjadi kerugian dapat mengajukan pengembalian dana atau penukaran barang kepada penjual. Ketika mendapatkan produk yang tidak sesuai konsumen dapat mengajukan pengembalian dana melalui virtual sehingga dapat mengurangi kerugian waktu dan tenaga. Konsumen juga dihapkan melakukan pelaoran akun pelaku usaha yang telah melakukan wanprestasi atau penipuan agar akun tersebut dibanned oleh pihak facebook.

## DAFTAR PUSTAKA

### Peraturan Perundang-undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 jo. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik

### Buku

Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rajawali Press, 2014.

Ali, Zainudin, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Sinar Grafika, 2009.

Alimin, Muhammad, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: BPFE, 2004.

Badruzaman, Mariam Darus, *KUHPerdata Buku III Hukum Perikatan Dengan Penjelasan*, Bandung: Alumni, 2003.

Barkatullah, Abdul Halim, *Hukum Transaksi Elektronik, Cet-1*, Bandung: Penerbit Nusa media, 2017.

Barkatullah, Abdul Halim, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi E-commerce Lintas Negara Di Indonesia*, Yogyakarta: Pascasarjana FH UII.

Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*, Malang: UIN-Maliki Press, 2011.

Fuady, Munir, *Pengantar Hukum Bisnis: Menata Bisnis Modern Di Era Global*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2005.

Gultom, Elisatris, *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce, Dalam Cyber law: Suatu Pengantar*, Bandung: Elips, 2012.

Hapsari, Abdulkadir Muhammad oleh Rizki Sukma, *Perjanjian Baku dalam Praktik Perusahaan Perdagangan*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000.

Harahap, Yahya, *Segi-segi Hukum Perjanjian*, Bandung: Alumni, 1986.

- Kristiyanti, Celine Tri Siwi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2009.
- Meliala, Qiram Syamsudin, *Pokok-Pokok Hukum Perjanjian Beserta Perkembangannya*, Yogyakarta: Liberty, 1985.
- Mertokusumo, Sudikno, *Mengenal Hukum*, Yogyakarta: Liberty, 2005.
- Muhamad, Abdul Kadir, *Hukum Perjanjian*, Bandung: PT. Citra Aditya Abadi, 2014.
- Patrik, Purwahid, *Dasar-Dasar Hukum Perikatan (Perikatan yang Lahir dari Perjanjian dan Undang-Undang)*, Bandung: Mandar Maju, 1994.
- Raharjo, Satjipto, *Ilmu Hukum*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000.
- Satrio, J., *Hukum Perikatan, Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 1995.
- Shidarta, *Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, 2004.
- Sitompul, Asril, *Hukum Internet*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014.
- Soekanto, Soerjono, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: UI Press, 1986.
- Subekti, R., *Aneka Perjanjian*, Bandung: Alumni, 1985.
- Subekti, R., *Hukum Perjanjian*, Jakarta: Internusa, 1987.
- Sudikno, *Ilmu Hukum*, Yogyakarta: Liberty, 2008.
- Suharmoko, *Hukum Perjanjian*, Jakarta: Kencana Prenada, 2004.
- Suryana, *Metode Penelitian Model Praktis, Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Buku Ajar Universitas Pendidikan Indonesia, 2010.
- Syamsul, Inosentius, *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggungjawab Mutlak*, Jakarta : Fakultas Hukum Pascasarjana Universitas Indonesia, 2004.
- Yani, Gunawan Widjaja dan Ahmad, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- Yudo, Ahmad Miru dan Sutarman, *Hukum Perlindungan Konsumen, Cet-9*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2015.

Yudo, Ahmad Miru dan Sutarman, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2010.

### **Jurnal, Skripsi dan Tesis**

Awalia, Rabiatul, “*Facebook Sebagai Sarana Jual Beli Barang atau Jasa Online Berdasarkan Perspektif Maqashid Syari’ah*”, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2020.

Cahya, Agus Dwi, “*Memfaatkan Marketplace sebagai Media Promosi Untuk meningkatkan Penjualan Di Tengah Pandemi Covid-19*”, *Scientific Journal Of Reflection*, Vol. 4 No.3 (Juli 2021).

Chairunnisa, Cindy Aulia Khotimah dan Jeumpa Crisan, “*Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online (E-commerce)*”, *Business law community*, Volume One, UII.

Dewi, Sri Anggraini Kusuma, *Perjanjian Jual Beli Barang Melalui Elektronik Commerce (E-Com)*, *Jurnal Ilmiah Teknologi dan Informasia ASIA (JITIKA)*, Vol.9 No.02 (Agustus 2015).

Fibrianti, Nurul, *Perlindungan Konsumen dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Jalur Litigasi*. *JHAPER*, Vol. 1 No. 1, 2015.

Gumanti, Retna, “*Syarat Sahnya Perjanjian (ditinjau dari KUHPerdara)*”, *Jurnal Pelangi Ilmu*, Vol. 05 No.01 (Januari 2012).

Khadafi, Muhammad, “*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce (Studi Kasus E-Commerce Melalui Sosial Media Instagram)*”, UIN Syarif Hidayatullah, 2016.

Narayana, Anak Agung Hari. “*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online Melalui Media Facebook*”, *Jurnal Kertha Negara*, Vol. 9, No. 2, 2021.

Nofena, Fifi, “*Perlindungan Konsumen Terhadap Kerugian Produk Pada Transaksi Jual Beli di E-commerce Shopee*”, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2021.

Putra, Setia, “*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual-Beli melalui E-Commerce*”, *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 4 No. 2, 2014.

Triantika, Nafa Amelsi, “*Tinjauan Hukum Tentang Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Online Melalui E-Commerce Menurut Pasal 1320 Kuhperdata*” *Jurnal Ensiklopedia Social Review*, Vol. 2 No. 2 (Juni 2020),

Widyantari, Ni Putu Trisnadan A.A Ngurah Wirasila, “Pelaksanaan Ganti Kerugian Konsumen Berkaitan Dengan Ketidaksetaraan Produk Pada Jual Beli Online”, *Jurnal Kerta Semaya*, Vol 7, 2019.

Wiranti, Widi “*Perlindungan Konsumen Atas Hak Informasi Dalam Transaksi Online*”, Universitas Islam Indonesia, 2020

Yugista, Rizky Arnando, “*Pelaksanaan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online di Semarang (Studi kasus OLX.co.id Cabang Semarang)*”, Universitas Katholik Soegijapranata, 2014.

### Website

KPI, Mahasiswa, “*Marketplace Facebook Masih Jadi Tempat Jual Beli yang Digunakan Orang BU, Apakah Benar?*”, <http://komuniasik.com/marketplace-facebook-masih-menjadi-tempat-jual-beli-paling-banyak-digunakan-oleh-orang-bu-apakah-benar/>, akses tanggal 2 Maret 2024.

Prabancono, Haryo, “*HASIL SURVEI: Facebook: Orang Indonesia Belanja Online 3 Kali Sepekan*”, <https://teknologi.solopos.com/hasil-survei-facebook-orang-indonesia-belanja-online-3-kali-sepekan-668944/amp>, akses tanggal 23 Februari 2024.

Pratama, Cahya Dicky, “*Hakikat Perlindungan Hukum dan Penegakan Hukum*” <https://www.kompas.com/skola/read/2020/12/17/145445369/hakikatperlindungan-hukum-dan-penegakan-hukum?page=all> akses tanggal 16 Desember 2023.

Tim, Facebook, “*Kebijakan Perdagangan*”, [https://id.id.facebook.com/policies\\_center/commerce](https://id.id.facebook.com/policies_center/commerce), akses tanggal 20 Februari 2024

Widiartanto, Yoga Hastyadi. “*Facebook Rilis "Marketplace" untuk Jual Beli Online*”, <https://tekno.kompas.com/read/2016/10/04/07360087/facebook.k.rilis.marketplace.untuk.jual.beli.online>, akses tanggal 12 Februari 2024.