

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Fazrin Septian¹, Yuniar Rahmatiar², Muhamad Abas³

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Buana Perjuangan Karawang, Karawang, Indonesia

fazrinseptian780@gmail.com¹, yuniar@ubpkarawang.com², muhamad.abas@ubpkarawang.ac.id³



Article Info	Abstract
<p>Article History</p> <p>Received: November 22, 2023</p> <p>Accepted: December 30, 2023</p> <p>Keywords: Internet, Agreement, Buying and Selling, E-commerce, and Instagram social media</p>	<p><i>The development of technology in this case is something related to human life, where technology on the other hand provides convenience but also provides new problems that are accepted by humans. The internet is one form of technological development itself. The internet is an electronic media and information that is developing very fast. The Internet is widely used in various trading activities; trading activities that utilize the Internet are known as e-commerce, and one of the Internet trading activities is through the Instagram platform. Trading via Instagram social media itself raises many problems related to law with all the risks. Problems that can arise include default. This article aims to determine the rights and obligations of the parties in buying and selling transactions via Instagram and the legal consequences that arise if the seller in a buying and selling transaction via Instagram defaults. In this study, the authors used empirical research methods. The data taken was in the form of secondary and primary data. Secondary data was obtained from interviews with informants who had cases related to purchases on Instagram social media. Primary data were obtained from Civil Law, literature studies and various articles related to the problems studied. The results of this writing are that legal protection for consumers who feel harmed by irresponsible producers has been regulated in Law no. 8 of 1999. The research in this article concludes that: in buying and selling activities carried out on Instagram, there are often deviations in rights and obligations that are no longer by the norms that exist in society and legal remedies that can be taken in the event of default from one of the parties, both sellers and buyers who make online transactions, can be sued in the general court environment or outside the court and can be fined directly for the party who commits the default.</i></p>

Abstract

Perkembangan teknologi dalam hal ini adalah sesuatu yang terkait dengan kehidupan manusia, di mana teknologi pada sisi lain memberikan kemudahan tetapi juga menimbulkan masalah baru yang diterima oleh manusia. Internet adalah salah satu bentuk perkembangan teknologi itu sendiri. Internet adalah media elektronik dan informasi yang berkembang sangat cepat. Internet banyak digunakan dalam berbagai kegiatan perdagangan, kegiatan perdagangan yang memanfaatkan internet dikenal sebagai e-commerce, salah satu kegiatan perdagangan internet dilakukan melalui platform Instagram. Perdagangan melalui media sosial Instagram sendiri menimbulkan banyak masalah terkait hukum dengan semua risikonya. Masalah yang dapat timbul termasuk wanprestasi. Tujuan dari artikel ini adalah untuk mengetahui hak dan kewajiban para pihak dalam transaksi jual beli melalui Instagram dan konsekuensi hukum yang timbul jika penjual dalam transaksi jual beli melalui Instagram wanprestasi. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian empiris. Data yang diambil berupa data sekunder dan primer. Data sekunder diperoleh dari wawancara dengan informan yang memiliki kasus terkait pembelian di media sosial Instagram. Data

primer diperoleh dari Hukum Perdata, studi literatur, dan berbagai artikel terkait masalah yang diteliti. Hasil yang diperoleh dari tulisan ini adalah perlindungan hukum bagi konsumen yang merasa dirugikan oleh produsen yang tidak bertanggung jawab telah diatur dalam Undang-Undang no. 8 tahun 1999. Penelitian dalam artikel ini menyimpulkan bahwa dalam kegiatan jual beli yang dilakukan di Instagram seringkali terjadi penyimpangan hak dan kewajiban yang tidak lagi sesuai dengan norma yang ada dalam masyarakat dan upaya hukum yang dapat diambil dalam hal wanprestasi dari salah satu pihak, baik penjual maupun pembeli yang melakukan transaksi online, dapat diajukan di pengadilan umum atau di luar pengadilan dan dapat dikenakan denda langsung bagi pihak yang melakukan wanprestasi.

Kata Kunci: Internet, Perjanjian, Jual Beli, E-commerce, dan media sosial Instagram

I. PENDAHULUAN

Salah satu kemajuan dari adanya teknologi informasi dan komunikasi adalah adanya transaksi yang dilakukan secara elektronik yang terjadi, karena adanya perdagangan secara elektronik yang sering disebut *E-commerce* atau jual beli online. Transaksi perdagangan melalui internet sangat menguntungkan banyak pihak, sehingga transaksi perdagangan ini sangat diminati, tidak saja bagi produsen, tetapi juga konsumen. Secara umum, *E-commerce* telah memberi manfaat tersendiri, baik bagi konsumen maupun bagi produsen. Bagi konsumen *E-commerce* mengubah cara konsumen dalam memperoleh produk yang diinginkan, sedangkan bagi produsen *E-commerce* telah mempermudah proses pemasaran suatu produk. Namun tidak jarang dalam kegiatannya transaksi melalui media internet ini menimbulkan masalah, ketidakpastian dan perkembangan internet yang terus berubah menimbulkan kekhawatiran masyarakat tentang keamanan rahasia informasi personal mereka dan kinerja jaringan yang kurang baik. Beberapa masalah yang timbul dalam kegiatan transaksi *E-commerce*, misalnya pembeli yang harus membayar produk yang telah di belinya, akan tetapi tidak melakukan pembayaran dan penjual yang memperdagangkan produknya, akan tetapi tidak sesuai dengan spesifikasi yang telah dijanjikan. Seiring dengan kebutuhan itu, banyak bermunculan transaksi kegiatan yang berbasis Teknologi mengingat masyarakat sekarang memang cenderung melakukan sebagian besar kegiatannya melalui smartphone dan online.

Aplikasi instagram sebagai jawaban atas kebutuhan dan perkembangan teknologi tengah-tengah masyarakat. Instagram sebagai salah satu media sosial yang digandrungi oleh masyarakat Indonesia yang dapat berbagi konten gambar, menjadikan mengakses instagram sebagai aktivitas seru yang digemari oleh para pengguna internet di Indonesia, tidak heran jika para pebisnis online mulai memanfaatkan instagram untuk mengembangkan bisnisnya. Hal ini kemudian dimanfaatkan oleh sebagian orang untuk melakukan pemasaran dan transaksi jual beli. Pelaku usaha memanfaatkan teknologi ini untuk menghasilkan revenue stream atau sumber pendapatan bagi para pelaku usaha yang mungkin tidak dapat disediakan pada cara konvensional. Salah satunya diwujudkan dengan cara transaksi jual-beli melalui internet atau disebut *e-commerce*. Transaksi elektronik di Indonesia telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), yang kemudian telah dimuat dalam Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58. Berdasarkan ketentuan Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Berdasarkan ketentuan Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), disebutkan bahwa :”Transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan computer, dan media elektronik lainnya.”

Keberadaan teknologi informasi dan komunikasi memiliki dampak positif akan tetapi tentu saja tidak terhindar dari permasalahan yang muncul. Mengingat bahwa antara pihak pelaku usaha dan konsumen melakukan pembelian yang tidak bertatap muka atau dilakukan atas rasa kepercayaan dari para pihak, permasalahan yang timbul akibat transaksi jual beli

online melalui internet antara lain bahwa kualitas barang yang dipesan tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh pelaku usaha, Permasalahan lain yang dapat terjadi yaitu barang yang telah dipesan dan dibayar oleh konsumen tidak dikirim oleh pelaku usaha. Kerugian-kerugian yang dialami konsumen tersebut dapat timbul sebagai akibat dari adanya hubungan hukum perjanjian antara produsen dengan konsumen, maupun akibat dari adanya perbuatan melanggar hukum yang dilakukan oleh produsen. Konsumen menjadi sasaran aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar besarnya oleh pelaku usaha melalui kiat promosi, cara penjualan, serta penerapan perjanjian standar yang terkadang merugikan konsumen. Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen, adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah.

Oleh karena itu pada tahun 2008 Indonesia mengeluarkan peraturan khusus yang mengatur transaksi di internet yaitu UU ITE. Kontrak elektronik juga harus memiliki kekuatan hukum yang sama dengan kontrak konvensional, dimana mengikat para pihak sebagaimana pasal 18 ayat 1 UU ITE yang menyebutkan bahwa "transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak" Namun melihat isi dari Pasal 15 ayat 1 UU ITE mengatur bahwa "Setiap penyelenggara sistem elektronik harus menyelenggarakan sistem elektronik secara andal dan aman serta bertanggung jawab terhadap beroperasinya sistem elektronik sebagaimana mestinya. Banyak hal yang tidak terduga terjadi oleh para pihak yang melakukan hal tersebut. Salah satunya yaitu adanya wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha. Dalam praktiknya, sering ditemukan tidak adanya upaya yang dilakukan pihak pelaku usaha dalam mengatasi persoalan tersebut. Contohnya semisal konsumen sudah memilih barang pada gambar di Instagram dan deksripsi foto yang telah dijanjikan oleh pelaku usaha, namun barang yang telah datang tidak sesuai kualitas yang dijanjikan, maka pelaku usaha menganggap bahwa barang tersebut tidak bisa di kembalikan lagi, namun melihat isi dari Pasal 7 huruf g Undang-Undang Perlindungan Konsumen, maka pelaku usaha berkewajiban untuk memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian. Sayangnya, atas pelanggaran Pasal 7 tidak tegas diberikan sanksi dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

II. METODE PENELITIAN

Dalam Desain yang peneliti gunakan di jurnal ini adalah secara empiris, yang mana pendekatannya dilakukan untuk menggambarkan kondisi secara apa adanya sesuai dengan keadaan yang ada. Kemudian dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data dari 3 bahan hukum, data dalam penelitian ini yakni kumpulan fakta lapangan yang didapat dari observasi atau wawancara pada konsumen yang terlibat langsung dalam transaksi jual beli online dimana konsumen tersebut mengalami penipuan yang dilakukan oleh penjual, dan dalam penelitian ini didukung oleh teori-teori hukum pendukung. Berikut adalah penjelasan terkait bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini yakni, ada bahan hukum primer, sekunder dan non hukum.

Bahan hukum primer memiliki arti sebagai pengikat dan pemilik otoritas yang terdiri dari peraturan perundang-undangan, catatan resmi, serta risalah dalam perundang-undangan. Selanjutnya untuk bahan hukum sekundernya terdapat buku-buku hukum termasuk dari berbagai skripsi, jurnal-jurnal hukum, adapula sumber publikasi lainnya terkait hukum yang terdapat dokumen penting serta masih memiliki keterkaitan dalam permasalahan yang akan peneliti angkat. Serta adapula bahan hukum yang non hukum, artinya adalah berbagi penunjang sumber hukum primer dan sekunder yang bisa berupa internet, laporan-laporan, serta jurnal-jurnal penelitian non hukum tetapi masih memiliki keterkaitan dengan permasalahan yang diangkat.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Online di Instagram

Dengan sejalannya perkembangan teknologi yang sangat pesat di seluruh dunia adalah salah satu fenomena yang memberikan pendorong perubahan di seluruh masyarakat.

Yang sering kita ketahui bahwasannya masyarakat juga bisa menyampaikan ide, saran, kritik, maupun hujatan yang sering sekali kita jumpai di media sosial setiap jam dan hari nya dari berbagai media yang dipergunakan oleh masyarakat sekitar. Yang sudah kita ketahui pada umumnya. Arti Media sosial yaitu suatu yang dipergunakan oleh masyarakat atau seluruh dunia, untuk transaksi jual beli, dengan mudah mereka berpartisipasi menggunakan media sosial. Dan secara nyata nya memang media sosial telah membuat perubahan di kehidupan sosial masyarakat. bahkan saat ini media sosial sudah begitu sangat pesat berkembang di masyarakat Indonesia bahkan di seluruh dunia sudah menggunakan media sosial (digunakan berbelanja, mencari informasi dan lain sebagainya).

Dari adanya Media Sosial ini banyak sekali masyarakat yang menggunakan untuk transaksi jual beli online contoh nya seperti jual beli online di shopeee, di tokopedia, di instgram, di facebook dan lain sebagainya. Di dalam transaksi ini jual beli ada hak dan kewajiban bagi produsen maupun konsumen nya. Jual Beli merupakan suatu kegiatan yang sama-sama disepakati atau disetujui oleh kedua belah pihak dari sisi pembeli maupun penjual, jual beli ini bisa dilakukan secara lisan yaitu perjanjian yang disepakati atau dibuat oleh para pihak dengan kesepakatan cukup secara lisan saja, dan sedangkan perjanjian secara tertulis adalah perjanjian yang dibuat dalam bentuk tertulis contoh nya seperti akta otentik atau pun bisa dengan akta tanda tangan orang tersebut.

Pada Dasarnya, Transaksi jual beli atau transaksi perdagangan dengan menggunakan teknologi e-commers sebenarnya sama seperti jual beli yang ada di konvensional yang dapat dilakukan oleh masyarakat. Jual beli yang dapat dilakukan oleh masyarakat sekitar pada dasarnya secara konvensional hingga pada saat ini dilakukan baik itu berdasarkan dalam KUH Perdata ataupun menurut sistem-sistem yang ada di hukum adat. Hukum sendiri memiliki artian sebagai ketentuan-ketentuan yang menjadi peraturan dalam hidup suatu masyarakat yang bersifat mengendalikan, mencegah, mengikat, serta memaksa bagi sebagian atau seluruh anggota masyarakat tertentu, dengan tujuan mengadakan suatu tata yang dikehendaki oleh penguasa tersebut.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan pada informan yang berasal dari kota Karawang yang pernah melakukan pembelian pada media instagram diperoleh hasil Ahmad adalah seorang pengusaha sepatu asal Karawang, Ahmad menyampaikan bahwa transaksi pada media sosial apabila tidak dilakukan secara hati-hati maka akan tertipu dengan pelaku usaha. Oleh karena itu ia memberikan pernyataan atas apa yang sudah dialami, untuk konsumen yang ingin bertransaksi online harus tetap waspada. "Saya sempat membeli barang sepatu, sepatu yang dipesan itu totalnya 200 ribu, dalam transaksi ini pelaku usaha meminta untuk mentransfer uang terlebih dahulu lalu barang baru diproses dan dikirimkan, namun setelah uang saya transfer, barang tak kunjung diproses malah akun saya diblokir".

Dari adanya permasalahan ini penulis sempat menanyakan, faktor apa yang mempengaruhi konsumen untuk bertransaksi secara online. "Saya memilih membeli secara online karena barang yang dipromosikan sangat bagus kualitasnya, dan tentunya harga yang ditawarkan juga lebih murah dari pelaku usaha lainnya, oleh karena itu saya berfikir apabila saya membeli ditoko tersebut maka untung yang saya dapatkan akan lebih banyak tetapi alih-alih saya ditipu, karena barang yang saya beli dalam jumlah yang cukup besar, dari sini saya mengambil langkah untuk melaporkan nomor rekening dari pelaku usaha yang melakukan penipuan kepada aparat penegak hukum"

Dalam wawancara yang sudah dilakukan diatas, informan menjelaskan bahwa banyak kemudahan yang diperoleh saat bertransaksi secara online namun konsumen harus tetap hati-hati, sebagai langkah untuk mengantisipasi penipuan dengan jumlah yang lebih besar, konsumen dapat melakukan perjanjian atau kesepakatan diawal dengan pembayaran down payment terlebih dahulu, setelah barang diproses dan sudah diantarkan, konsumen harus melunasi pembayaran tersebut, karena apabila sudah melakukan pelaporan kemungkinan kecil uang yang sudah digunakan untuk bertransaksi akan kembali, tetapi ada penanganan dari penegak hukum dengan pemblokiran rekening pelaku usaha yang melakukan penipuan tersebut. Sejatinya untuk bertransaksi di media sosial harus berhati-hati, karena penjualan di media sosial berbeda dengan marketplace yang memiliki sistem keamanan yang baik

sehingga jauh dari penipuan, mungkin banyak ditemui dipenjualan marketplace penipuan berupa barang yang dikirimkan tidak sesuai dengan yang dipromosikan, tetapi apabila bertransaksi di media sosial akan rentan terhadap penipuan, sebab memang media sosial bukan sarana asli untuk jual beli.

Dengan adanya beberapa masalah yang sudah diulas diatas, konsumen yang ingin bertransaksi diharapkan untuk mencari tahu terlebih dahulu online shop yang akan dikunjungi, apakah terpercaya atau tidak. Hal tersebut dapat dilihat dari review orang-orang terpercaya. Apabila konsumen sudah terjebak dalam penipuan, konsumen dapat melaporkan hal tersebut kepada aparat penegak hukum, bank guna memblokir rekening pelaku usaha yang melakukan penipuan serta situs pengelola e-commerce.

Dalam transaksi jual beli terdapat pihak yang saling berhubungan baik pada penjualan konvensional maupun online. Pihak menyediakan barang yang disebut pelaku usaha dan pihak yang menggunakan barang disebut dengan konsumen. Dalam pasal 1 angka UUPK yang menjelaskan "Konsumen adalah seseorang yang memakai barang dan/atau jasa yang tersedia pada masyarakat baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan". Pada UU ini mengartikan barang yang sudah dibeli oleh konsumen, tidak diperjual belikan lagi karena akan dinikmati untuk kebutuhan sendiri.

Dalam proses transaksi jual beli kenyamanan dan keamanan konsumen harus diperhatikan, oleh karena itu pentingnya ada ketentuan hukum yang mengatur tentang perlindungan konsumen pada transaksi jual beli. Di Indonesia sendiri perlindungan hukum adalah upaya yang dilakukan oleh badan atau lembaga untuk melindungi kepentingan perseorangan dengan menggunakan kekuasaan atau wewenangnya. Tiap konsumen yang akan atau sudah bertransaksi dalam jual beli apabila tidak mengetahui aturan hukum, mereka akan lebih mudah untuk tertipu. Dalam UU No. 8 Tahun 1999 mengenai perlindungan konsumen berisi jaminan kepastian hukum dalam melindungi hak konsumen. Dalam hal ini perlindungan yang dilakukan pada sisi pelaku usaha sebagai berikut:

1. Pelaku usaha wajib untuk mencantumkan identitas dari usaha yang dimiliki serta website resmi yang bisa diakses oleh konsumen.
2. Pelaku usaha memiliki jaminan dari lembaga resmi, dalam hal ini dikatakan suatu usaha memiliki izin resmi perdagangan dari lembaga resmi, atau dapat dikatakan memiliki legalitas hukum yang kuat, dimana perlindungan ini memuat:
 - a. Perlindungan hukum terhadap konsumen.
 - b. Jaminan hukum terhadap kerahasiaan data atau identitas dari konsumen, dalam hal ini perlu menjadi hal penting, apabila identitas pribadi dari konsumen tidak dijaga kerahasiaannya maka ditakutkan akan diperjual belikan untuk kepentingan promosi.
 - c. Selanjutnya yakni perlindungan hukum dari sisi produk yang diperjual belikan

Dalam menawarkan barangnya pelaku usaha memiliki kewajiban untuk:

1. Bahasa yang digunakan dalam penyampaian produk harus dengan bahasa yang mudah mengerti. Dalam sebuah produk pelaku usaha biasanya memberikan dalam bentuk dua bahasa yakni Inggris dan Indonesia, tetapi sering kali ditemui pada onlineshop informasi yang diberikan dalam bentuk bahasa Indonesia.
2. Memberikan penjelasan produk secara rinci, biasanya dalam pembelian sebuah produk penjual hanya memberikan diskripsi umum saja, tidak masalah apabila barang yang ditawarkan sifatnya kecil dan dengan harga yang murah, namun apabila barang yang ditawarkan sifatnya besar dengan nilai harga yang tinggi, penjual harus rinci dalam memberikan informasi termasuk kelebihan dan kekurangan barang tersebut
3. Jaminan atas keabsahan produk, jadi dalam hal ini produk yang dijual sesuai dengan apa yang dipromosikan.

Dalam melakukan transaksi antar kedua belah pihak, baik dari pihak pelaku usaha maupun konsumen pada dasarnya harus melakukan perjanjian sebelum melakukan transaksi, hal ini mencegah terjadinya penipuan bagi kedua belah pihak. Perjanjian merupakan suatu peristiwa yang dilakukan oleh beberapa pihak berjanji untuk melakukan hal yang disepakati, perjanjian tersebut akan timbul perikatan antar pihak. Dalam perjanjian transaksi jual beli

kedua pihak harus memiliki itikad baik satu sama lain, agar nantinya tidak ada pihak yang dirugikan. Itikad baik dibutuhkan konsumen agar memperoleh informasi dari produk yang ditawarkan dengan jelas agar tidak terjadi kesalahpahaman, oleh karena itu itikad baik sangat dibutuhkan dalam transaksi jual beli online.

Apabila pelaku usaha tidak memiliki itikad baik dalam melakukan kegiatan jual beli online atau memiliki niat yang tidak baik untuk melakukan kejahatan atau melakukan perbuatan yang dilarang seperti yang disebutkan dalam ketentuan Pasal 62 UUPK Tahun 1999 pada, Pasal 8 Ayat 1, 2, 3, dan 4, Pasal 9 Ayat 1, 2, 3 yang berisi tentang pelanggaran yang dilakukan saat pelaku usaha menjual barang yang tidak sesuai dengan promosi yang dilakukan, Pasal 10 huruf a, huruf b, huruf c, huruf d, dan huruf e, Pasal 11 dan Pasal 12. Apabila pelaku usaha melakukan pelanggaran saat transaksi maka harus bertanggung jawab sesuai dengan Pasal 19 yang berisikan ganti rugi yang dilakukan pelaku usaha kepada konsumen senilai dengan barang yang dibeli dan selama tenggang waktu 7 hari.

Kewajiban dan Hak Pelaku Usaha Kepada Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Pada Media Instagram.

Jual beli online adalah sudah menjadi hal yang sangat biasa karena mudah untuk dipahami oleh kebanyakan masyarakat, dan juga memudahkan transaksi jual beli bagi masyarakat prosesnya juga lebih mudah, aman, dan cepat. Jual beli online juga mudah diakses di dalam facebook, whatsapp, Instagram, tokpedia, shopee dan lain sebagainya. Hubungan antara konsumen dan produsen selalu berkesinambungan saat adanya pesanan sudah disahkan. Dan hubungan produsen dan konsumen selalu aktif saat berlangsungnya transaksi jual beli tersebut. Di dalam UU Perlindungan Konsumen menjelaskan bahwasannya posisi konsumen lebih rendah dibandingkan posisi produsen. Tujuan dari adanya hukum perlindungan konsumen secara langsung yaitu untuk dapat meningkatkan posisi konsumen dan kesadaran bagi si konsumen. Dan secara tidak langsung dapat meningkatkan rasa tanggung jawab si produsen mengenai usahanya. dan ketika tujuan itu mau berhasil dan bisa dicapai maka perlindungan konsumen harus diterapkan.

Di dalam UU Perlindungan Konsumen yang menjelaskan bahwa yang ada di Undang-Undang hukum positif yang ada di dalam Indonesia, maka dari itu perlindungan dari konsumen bisa lebih terjamin dan terjaga dan bagi konsumen lebih percaya dengan jual beli tersebut. Produsen harus menjelaskan secara jujur mengenai tokonya. Kewajiban Konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 menjelaskan bahwa konsumen memiliki kewajiban untuk membaca dan mengikuti prosedur yang sudah dicantumkan dalam media sosial tersebut seperti facebook, Instagram, dan lain sebagainya, juga prosedur pemakaiannya lebih bermanfaat demi keamanan dan keselamatan.

Kewajiban konsumen selanjutnya yaitu membayar sesuai dengan barang yang dibeli oleh si konsumen. Ketika konsumen sudah melakukan kewajibannya dalam melakukan transaksi jual beli, maka si konsumen akan mendapatkan haknya sebagai konsumen yang layak. Konsumen juga bisa memeriksa barang yang dibeli saat barang yang dipesan datang, bisa di video terlebih dahulu atau pun di foto agar ada bukti yang kuat ketika barang itu tidak sesuai dengan apa yang kita inginkan, Kewajiban Konsumen yaitu Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut. Menurut Presiden Jhon F. Kennedy menjelaskan bahwasannya ada empat hak konsumen yang harus dilindungi yaitu sebagai berikut:

1. Hak Mendapatkan Keamanan

Hak untuk mendapatkan keamanan menjelaskan bahwa perlindungan bagi konsumen dari pemasaran barang yang ada di media atau jasa yang membahayakan keselamatan bagi konsumennya. Hak ini wajib didapatkan oleh semua masyarakat dari setiap wilayah di suatu negara masing-masing, agar masyarakat yang mendapatkan keamanan ini bisa merasa nyaman, tenang, dan damai untuk bertransaksi jual beli.

2. Hak untuk mendapatkan Informasi

Hak ini sangat berpengaruh pada hak yang sangat fundamental terhadap konsumennya. Dan informasi yang di cantumkan harus sesuai dan jujur, agar hak konsumen juga lebih terjamin harus diberikan selengkap-lengkap nya. Ketika konsumen kurang nya informasi mereka kurang percaya dengan toko tersebut.

3. Hak untuk memilih

Hak memilih ini adalah hak memilih untuk konsumen mau membeli atau tidak membeli. Oleh sebab itu konsumen lebih teliti untuk memilih barang yang untuk mereka beli, takutnya toko itu msu menipu atau lain sebagainya.

4. Hak Untuk didengar

Hak untuk didengar ini bermaksud untuk menjamin konsumen bahwasannya harus dipantau agar konsumen lebih percaya. Dan selain itu juga konsumen harus di dengar masalah keluh kesahnya mengenai barang yang sudah di beli. Hak ini perlu terkadang ada seseorang yang ingin mengungkapkan keluh kesahnya terkait barang yang mereka terima, apakah sudah sesuai apa belum.¹⁵

5. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi atau penggantian, apabila

barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan barang yang ada di media sosial nya, maka dengan perjanjian boleh dikembalikan.

6. Hak untuk mendapatkan pembinaan, pengarahan dan Pendidikan bagi konsumennya.

Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha ,Dikutip dari Pasal 6 UU Perlindungan Konsumen, hak pelaku usaha meliputi:

1. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;

2. hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beriktikad tidak baik;

3. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;

4. hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan; dan

5. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Sedangkan kewajiban pelaku usaha tercantum dalam Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen, yaitu:

1. beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;

2. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;

3. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;

4. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;

5. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;

6. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan; dan

7. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Kemudian, pelaku usaha dalam menjalankan usahanya dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang maupun jasa yang tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan, tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, serta jumlah dalam hitungan sebagaimana dinyatakan dalam label atau etiket barang, dan lain-lain sebagaimana disebut dalam Pasal 8 UU Perlindungan Konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian yang dialami konsumen akibat mengkonsumsi

barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Selanjutnya, pada Pasal 19 ayat (2) mengatakan ganti rugi dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang setara nilainya. Disini telah jelas dipaparkan bahwa Undang-Undang Perlindungan Konsumen menganut prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*), dimana pelaku usaha harus bertanggung jawab selaras dengan prinsip tanggung jawab yang dianut Undang-Undang Perlindungan Konsumen yaitu tanggung jawab tetap mutlak (*strict liability*). Namun pada kenyataannya, pelaku usaha justru menerapkan prinsip tanggung jawab terbatas (*limitation of liability*) dimana pelaku usaha hanya memberikan ganti rugi sebagian. Hal ini sangat bertentangan dengan Undang-Undang Perlindungan konsumen yang seharusnya pelaku usaha.

Perlindungan hukum yang diberikan terhadap konsumen yang bertransaksi melalui Instagram diberikan dalam bentuk regulasi pemerintah dimana setiap perusahaan platform marketplace yang terdapat di Indonesia termasuk Instagram wajib menyediakan akun khusus pedagang, hal ini dilakukan guna mempermudah pemerintah dalam melacak data pedagang online. Instagram telah menerapkan regulasi tersebut dengan menyediakan fitur Instagram Business. Selain itu pemerintah bersama Asosiasi *E- Commerce* Indonesia juga mendorong para pelaku usaha online khususnya di Instagram untuk mengedepankan keamanan dalam transaksi online karena hal tersebut tertuang dalam PP Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Sosialisasi dan edukasi belanja online pun gencar dilakukan tidak hanya oleh Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) saja namun juga didukung oleh Kementerian terkait, seperti Kominfo dan perusahaan penyedia marketplace guna menguatkan akan hak-hak konsumen terutama dalam memperoleh informasi produk, memperoleh produk sesuai dengan nilai tukar uang, dilayani dengan baik, memperoleh tanggapan ketika menyampaikan keluhan dan ganti rugi.

REFERENSI

- Andi Tenri Ajeng. (2017) .Tinjauan Hukum Perjanjian Jual-Beli Melalui E-commerce. Skripsi. Fakultas Syari'ah dan Hukum. UIN Alauddin Makassar.
- I Made Satria Wibawa Tangkeban, I Nyoman Putu Budiarta, and Ni Made Sukaryati Karma, 'Transaksi Jual Beli Melalui Media Instagram Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Eletronik', *Jurnal Interpretasi Hukum*, 2.2 (2021), 416–21
- Maros, Hikmah, and Sarah Juniar, 'Fikih Media Sosial Di Indonesia (Studi Analisis Falsafah Hukum Islam Dalam Kode Etik Netizmu Muhammadiyah)', 6.2 (2016), 1–23
- Narayana, Anak Agung Hari, 'Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online Melalui Media Facebook', 9.2 (2021), 83–91
- Nawi, H Syahrudin, 'Hak Dan Kewajiban Konsumen Menurut Uu No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen', 7.1 (2018), 1–8
- Ratna Indah Lestari, 'Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Terlibat Dalam Transaksi Jual Beli Pada Media Sosial Instagram Vol. 5 No. 2 September 2022, 189-202
- Rifan, A. N., Jamaluddin. Dkk. (2014). Perlindungan hukum Terhadap konsumen dalam transaksi Online. *jurnal serambi hukum*, 08(2), 91.
- Rizal, Farah Rasyiqah Ahmad, Audi H Pondaag, and Reymen M Rewah, 'Perjanjian Jual Beli Melalui Internet Ditinjau Dari Aspek Hukum Perdata', IX.2 (2021), 191– 202
- Sari, Chacha Andira, 'Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga', *Jurnal Antro Unair*, 4.2 (2015), 205–16
- Sebagai, Diajukan, Syarat Untuk, and Memperoleh Gelar, 'Perlindungan Konsumen Dalam Jual-Beli Online Via Instagram Menurut Hukum Islam (Studi Di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Di Bukittinggi) Oleh : Nurul Amanina Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah (Muamalah) Fakultas Syari ' Ah Institut Agama Islam Neger', 2020, 1–93