

## UPAYA HUKUM KONSUMEN KORBAN TRANSAKSI ONLINE DI MARKETPLACE FACEBOOK DALAM PERSPEKTIF PERDATA

**Sri Dono Saputra**

Universitas prof. Dr. Hazairin, SH Bengkulu, [sridonosaputra@gmail.com](mailto:sridonosaputra@gmail.com)

**Rosmanila**

Universitas prof. Dr. Hazairin, SH Bengkulu

**Uswatun Hasanah**

Universitas prof. Dr. Hazairin, SH Bengkulu

### ABSTRAK

*Kemajuan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) telah mengubah pola interaksi masyarakat, terutama melalui teknologi informasi. Internet dan media sosial seperti Facebook dan Instagram menjadi katalisator utama, dengan dampak mencolok berupa munculnya e-commerce sebagai tren dominan global. Facebook Marketplace memfasilitasi transaksi jual-beli online, yang meski memberikan kemudahan, juga meningkatkan risiko penipuan dan Merugikan Pembeli. Dengan kata lain, pekerjaan Undang-Undang Perlindungan Pembeli (UUPK) sangat penting untuk melindungi hak-hak pembeli dalam transaksi online. Namun, implementasi UUPK masih menghadapi tantangan, terutama dalam menangani kasus di platform online seperti Facebook Marketplace. Tujuan dari penyelidikan ini adalah untuk menyelidiki dan mengevaluasi kepatuhan terhadap peraturan perlindungan Nasabah yang berkaitan dengan pembelian Elektronik. serta mengeksplorasi upaya hukum bagi pembeli yang dirugikan. Pemahaman yang mendalam tentang kerangka hukum dan peningkatan implementasi serta penegakan hukum sangat penting untuk memperkuat kepercayaan pembeli dan mempromosikan pertumbuhan ekonomi berkelanjutan dalam perdagangan online.*

**Kata Kunci:** Facebook; Jual Beli Online; Perlindungan Pembeli

### PENDAHULUAN

Kemajuan Ilmu dan Teknologi (IPTEK) yang terjadi saat ini berdampak luas pada penggunaan teknologi informasi Mengubah dinamika sosial dalam masyarakat, terutama hubungan komersial, moneter, komunitas, dan artistik. Perubahan sosial, perusahaan, dan legislatif yang signifikan telah terjadi sebagai akibat dari munculnya web. Satu bukti yang jelas adalah bahwa ponsel – atau ponsel portabel – tidak lagi mendiskriminasi berdasarkan usia, profesi, atau kelas sosial ekonomi; ini karena fakta bahwa perangkat ini melayani tujuan penting dalam kehidupan sehari-hari orang: menghubungkan mereka dengan orang lain. Fakta bahwa orang dapat dengan mudah mengakses informasi melalui ponsel didukung oleh fakta bahwa sistem web yang mendukung kebutuhan sehari-hari.

Sejak internet berkembang pengguna internet juga mengalami perkembangan yang sangat pesat. Segala sesuatu ada dalam internet, mulai dari kesehatan, pendidikan, transportasi, pariwisata, hiburan, hingga kebutuhan sehari – hari. Apalagi dengan adanya media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, dan masih banyak lagi. Gaya hidup masyarakat juga terpengaruh sehingga banyak yang melakukan belanja menggunakan aplikasi belanja *online* atau *online shop*.

Penggunaan media sosial dan platform e-commerce telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari bagi banyak orang. Mendapatkan pemahaman tidak memiliki batasan pada apa yang dapat dicapai orang melalui web global. tetapi juga untuk berinteraksi dengan

orang lain, mencari hiburan, dan bahkan melakukan transaksi jual beli. Hal ini mencerminkan betapa besar peran teknologi informasi dalam membentuk cara hidup dan pola interaksi sosial dalam masyarakat modern.

Internet, atau “melalui Internet Business” seperti saat ini dalam bahasa Indonesia, menggambarkan transaksi komersial yang dilakukan melalui internet. Seseorang mungkin berpendapat bahwa e-commerce, atau belanja online, adalah penggerak ekonomi baru di sektor teknologi, terutama di Indonesia, karena memungkinkan pedagang untuk melakukan bisnis tanpa berinteraksi secara pribadi. Kata "belanja elektronik" mengacu pada praktek membeli dan menjual barang dan jasa secara langsung melalui World Wide Web, dengan menggunakan perantara apa pun, dengan cara yang menarik dan real-time. Istilah "belanja online" mengacu pada praktek Pembelian produk dan layanan melalui web dan bukan secara pribadi, melalui penjual dan pembeli bertemu secara virtual. Istilah "belanja online" mengacu pada praktik membeli dan menjual produk dan fasilitas di Internet, bukan secara pribadi.<sup>1</sup>

Mekanisme transaksi jual beli, yang telah dalam Aturan (KUHPdata), memungkinkan pelaksanaannya melalui perjanjian yang mengikat antara kedua belah pihak. berdasarkan kausa 1313 KUHPdata, Dalam suatu kontrak, beberapa pihak berkomitmen untuk terikat oleh pihak lain kepada pihak lain. Penawaran barang atau penawaran untuk dijual oleh individu merupakan kontrak dalam arti perdagangan dan pembeli setuju untuk membayar dengan harga yang telah disepakati. Kesepakatan mengenai harga dan nilai barang ini memiliki kekuatan hukum yang mengikat kedua belah pihak, sesuai dengan ketentuan yang telah disetujui. Dengan demikian, transaksi jual beli dapat dilakukan secara sah dan berlaku mengikat di bawah hukum.

Undang-Undang Perlindungan Pembeli (UUPK) memiliki peran penting dalam mengatur hubungan antara pelaku usaha dan pembeli, menjamin bahwa transaksi usaha dilakukan secara adil dan menghindari kerugian bagi pembeli. Khususnya dalam era digital dan e-commerce yang berkembang pesat saat ini, perlindungan pembeli menjadi semakin penting. Dalam konteks ini, UU PK menjadi landasan untuk mengatur transaksi online yang cenderung mengandalkan prinsip kepercayaan antara penjual dan pembeli.

Perlindungan pembeli di ranah e-commerce sangatlah vital mengingat adanya risiko penipuan dan penyalahgunaan dalam transaksi online. Oleh karena itu, UU PK tidak hanya berperan sebagai instrumen hukum untuk melindungi hak pembeli, tetapi juga sebagai pencegah terhadap praktik-praktik yang merugikan pembeli dalam dunia e-commerce. Dengan demikian, UU PK diharapkan dapat mengurangi potensi penyalahgunaan e-commerce oleh individu atau organisasi yang tidak bertanggung jawab untuk promosi barang dan penawaran mereka.

Dalam konteks ini, UU Perlindungan Pembeli menetapkan kerangka hukum yang kuat untuk melindungi hak-hak pembeli web potensial. Hal ini mencakup berbagai aspek, seperti informasi yang jelas dan akurat tentang produk atau layanan, hak untuk mendapatkan kompensasi jika terjadi ketidaksesuaian antara barang yang diterima dengan yang dijanjikan, serta prosedur penyelesaian sengketa yang adil dan efisien. Dengan demikian, perlindungan pembeli tidak hanya menjadi penting untuk memastikan keamanan dan kepercayaan dalam transaksi e-commerce, tetapi juga untuk mempromosikan pertumbuhan yang sehat dan berkelanjutan dalam ekosistem perdagangan online.

---

<sup>1</sup> Mujiyana, Elissa.I., Penelitian yang mempengaruhi pilihan pembeli online. Menggunakan Toko Virtual, Volume 8, Edisi 3, September 2013, halaman 144 dari Universitas Undip Jurnalnya

Dalam UU.No.8 Tahun.1999 Perlindungan Pembeli (UUPK), pembeli memiliki posisi penting dalam transaksi penjualan dan kontrak pembelian. klausa 1 (1) Undang-Undang Perlindungan Pembeli ditentukan oleh semua undang-undang jaminan. memberikan perlindungan kepada pembeli. klausa 1 (2) Pembeli adalah setiap orang yang memanfaatkan produk dan kenyamanan kemanusiaan untuk dirinya sendiri, keluarganya, orang lain dan badan lainnya, bukan untuk transaksi. Dalam klausa 1 ayat (3) Undang-Undang Perlindungan Pembeli, pengusaha adalah setiap individu atau entitas bisnis yang didirikan dan tinggal dan beraktivitas kegiatan di kawasan NKRI, dalam bentuk entitas hukum maupun non-entitas, baik secara individual untuk melakukan perdagangan di berbagai sektor pasar, baik secara individual atau dalam hubungannya dengan kontrak saat ini.

Salah satu platform ecommerce atau marketplace yang terkenal di kalangan masyarakat daerah Bengkulu yaitu Facebook. Facebook adalah aplikasi yang memungkinkan anggota Facebook berbagi file media dengan satu sama lain. Pengguna dapat memposting foto dan klip ke profil pribadi mereka, yang kemudian dapat dilihat oleh pengguna Facebook lainnya. Akibatnya, Facebook memiliki basis pengguna yang luas yang mencakup generasi, dari orang dewasa muda hingga pensiunan. Facebook tidak hanya memfasilitasi pertukaran informasi satu arah antara pengguna, tetapi juga merupakan platform untuk kegiatan sosial yang terjadi di dunia virtual (tidak nyata). Ada banyak pilihan untuk membeli dan berdagang produk secara online.<sup>2</sup>

Selain facebook, terdapat juga beberapa marketplace yang terkenal di Indonesia, seperti; Tokopedia, Shoope, Lazada, Bukalapak, dll. Sama halnya dengan marketplace di atas, Perdagangan barang dan jasa secara online, terutama melalui Facebook, memiliki banyak keuntungan. Ini lebih nyaman, lebih mudah, lebih murah, dapat diakses, dan Anda bahkan tidak perlu meninggalkan rumah Anda untuk melakukannya; semua yang harus Anda lakukan adalah menunggu barang tiba. Pembelian dan penjualan barang melalui Facebook dapat memiliki keuntungan, tetapi ada juga dampak negatif tertentu yang harus diketahui pengguna, terutama buyer. mengingat Saat melakukan bisnis melalui web antara Pelanggan dan pemasok belum saling bertatap muka. Hal ini membuat posisi pembeli sebagai pembeli menjadi lemah dan memberikan peluang besar bagi para penjual yang nakal melakukan perbuatan curang yang bisa melanggar hak-hak pembeli dan menyebabkan kerugian terhadap pembeli.<sup>3</sup>

Salah satu contoh kasus penipuan jual beli melalui marketplace Facebook yang terjadi baru-baru ini di Bengkulu yaitu penipuan jual beli Handphone menggunakan bukti transfer fiktif. Dalam perdagangan perangkat, pelakunya menipu korban. Namun demikian, pelanggar telah membohongi bukti pengiriman saat barang-barang dikirim. Penjualan reporter ponselnya di Forum Pembelian dan Penjualan Facebook adalah titik balik pertama. Setelah itu, pelaku menawarkan telepon pemohon di WhatsApp, dan mereka sampai pada kesepakatan senilai 1.300.000 rupiah. (one million and three hundred thousand). Tidak lama kemudian, pelaku datang ke kediaman pengadu yang bermasalah dengan Grab. Dia dengan cepat mencuri ponsel dan kotak pengaduan, berjanji untuk membayar dengan transfer bank. Penjahat, bagaimanapun, memberikan bukti pengaduan yang palsu melalui chat WA; ketika pemohon memeriksa rekening banknya, dia melihat bahwa jumlah itu tidak tumbuh. Dia begitu marah bahwa wartawan telah menipu sehingga dia mencoba menelepon tersangka beberapa kali, tetapi tidak ada pihak yang menjawab, dan akhirnya tersangka melarang nomor wartawan. Wartawan itu

---

<sup>2</sup> Enam Cara Menjadi Ahli Pengguna Facebook (Kapang, F. Y., Planet Facebook).Cemerlang Publishing, Yogyakarta, 2009.

melaporkan peristiwa itu kepada kepolisian Bengkulu setelah kehilangan 1.300.000 rupiah (satu juta tiga ratus ribu dolar) sebagai akibatnya.<sup>4</sup>

Fakta yang telah diuraikan memang menunjukkan bahwa transaksi jual beli secara online, khususnya melalui platform seperti Facebook, memiliki risiko tertentu terkait penipuan. Hal ini disebabkan oleh sifat transaksi yang dilakukan secara virtual, Tidak ada biaya tersembunyi antara pemasok dan pelanggan. Karena tidak adanya interaksi langsung, ini dapat memberikan peluang bagi pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan kecurangan atau manipulasi informasi.

Keterbatasan untuk saling mengenal secara langsung juga menjadi tantangan dalam memverifikasi keabsahan dan kredibilitas pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi. Tanpa pertemuan fisik, sulit bagi pembeli untuk mengetahui dengan pasti apakah penjual adalah entitas yang tepercaya atau apakah atau tidak barang yang diiklankan serupa ketika tiba di dunia nyata. Oleh karena itu, dalam transaksi online, Hal ini sangat penting untuk melakukan pemeriksaan yang tepat. dalam melakukan penelitian menyeluruh tentang penjual dan memeriksa ulasan dari pembeli sebelum melakukan transaksi..

Selain itu, pentingnya mematuhi Alasan mengapa kontrak pembelian dan penjualan mengikat hukum, sebagaimana diatur dalam Klausula 1320 KUHPerdara, menjadi hal yang sangat relevan dalam konteks ini. Kesepakatan, kecakapan, objek yang jelas, dan sebab yang tidak terlarang adalah elemen-elemen penting yang harus dipenuhi agar sebuah perjanjian dianggap sah menurut hukum. Jika salah satu pihak melanggar syarat-syarat tersebut, konsekuensinya bisa berupa pembatalan perjanjian dan batal demi hukum. Dengan demikian, memastikan bahwa semua ketentuan yang diatur dalam perjanjian dipenuhi dengan benar merupakan langkah penting untuk melindungi kepentingan dan hak-hak kedua belah pihak dalam transaksi jual beli, terutama dalam konteks transaksi online yang rentan terhadap risiko penipuan dan manipulasi.

Lebih lanjut, perlu diingat bahwa pelanggaran terhadap syarat sahnya perjanjian juga dapat menimbulkan konsekuensi hukum pidana, terutama dalam hal penipuan. Oleh karena itu, kesadaran dan pemahaman akan aspek hukum dalam transaksi online sangatlah penting bagi semua pihak yang terlibat. Ini tidak hanya untuk melindungi diri dari risiko hukum yang mungkin timbul, tetapi juga untuk membangun lingkungan bisnis yang lebih terpercaya dan aman bagi semua pengguna platform online. Dengan demikian, upaya untuk meningkatkan literasi hukum dalam konteks transaksi online akan membantu meminimalkan kemungkinan terjadinya sengketa atau masalah hukum, serta memperkuat kepercayaan di antara pelaku.

## **PEMBAHASAN**

Bentuk perlindungan hukum preventif dalam hal ini mencakup serangkaian tindakan pengayoman dan Pemantauan yang ditujukan untuk mengatur dan mengawasi kegiatan jual beli dengan sistem elektronik. Ini mencakup penyusunan dan penegakan kebijakan, pengembangan pedoman praktis, dan pemantauan aktif terhadap transaksi yang dilakukan melalui platform elektronik. Dengan demikian, upaya preventif ini bertujuan untuk mencegah potensi pelanggaran hukum, memperkuat kesadaran akan hak dan kewajiban, serta meningkatkan kepercayaan dan keamanan bagi para pelaku ekonomi yang terlibat dalam perdagangan elektronik.

### **a. Pengayoman terhadap Pembeli**

Upaya strategis pemerintah dalam melakukan pelatihan dan pengayoman melindungi kepentingan pembeli, sebagaimana diamanatkan Klausula 29 Undang-Undang Perlindungan Pembeli (UUPK), bertujuan untuk membina pembeli agar dapat memahami dan memperoleh hak-haknya yang sesuai. Ini menjadi sangat penting mengingat kesadaran pembeli akan hak-haknya masih rendah, yang merupakan dampak dari tingkat pendidikan masyarakat di Indonesia yang masih terbilang tertinggal secara umum. Untuk mencapai tujuan tersebut, pemerintah bekerja sama dengan Lembaga Perlindungan Pembeli Swadaya Masyarakat (LPKSM) dalam memberdayakan Pembeli melalui berbagai kegiatan pengayoman dan pendidikan pembeli. Kegiatan ini mencakup penyuluhan, seminar, dan lokakarya yang dirancang untuk meningkatkan pemahaman pembeli mengenai hak-hak mereka, cara melindungi diri dari praktik bisnis yang merugikan, dan prosedur yang harus diikuti jika mengalami kerugian dalam transaksi. Dengan demikian, diharapkan pembeli akan menjadi lebih cerdas dan kritis dalam melakukan transaksi, serta mampu menuntut hak-hak mereka dengan lebih efektif.

Pengayoman yang diatur dalam Pasal 29 UUPK menyatakan bahwa:

1. Lembaga legislatif harus mempromosikan jaminan bagi pembeli untuk menjamin bahwa pembeli dan bisnis memenuhi hak dan tanggung jawab mereka.
2. Menteri dan setiap menteri teknis yang berlaku bertanggung jawab untuk menerapkan saran ini.
3. Ketiga, menteri terkait bertanggung jawab untuk mengkoordinasikan inisiatif perlindungan pembeli.
4. Untuk mempromosikan pengambilan langkah-langkah perlindungan pembeli, perlu untuk bekerja untuk menciptakan lingkungan yang positif bagi bisnis dan pelanggan mereka, membangun organisasi non-pemerintah yang berdedikasi untuk melindungi pembeli, dan memperkuat upaya penelitian dan pengembangan terkait pertahanan pembeli.
5. Pemerintah menetapkan peraturan tambahan untuk mengatur pengembangan perlindungan pembeli.

Dengan mengacu pada upaya yang telah ditetapkan oleh pemerintah, kemungkinan besar pembeli akan semakin mengenali dan memahami hak-hak mereka dalam transaksi jual beli online. Ini juga diperkuat oleh peluang untuk meningkatkan peran Badan Perlindungan Pembeli Nasional (BPKN), Melalui sinergi antara pemerintah dan lembaga-lembaga tersebut, diharapkan dapat meminimalisir terjadinya kecurangan oleh pelaku usaha dalam transaksi online. Peningkatan peran ini mencakup penyediaan informasi yang lebih baik, penanganan keluhan pembeli dengan lebih efisien, serta penyelenggaraan program-program edukatif yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman pembeli. Dengan demikian, pembeli akan lebih siap dan mampu melindungi diri mereka dari praktik-praktik bisnis yang merugikan, sehingga menciptakan ekosistem perdagangan online yang lebih aman dan terpercaya.

### **b. Pemantauan terhadap Pembeli.**

Pasal 30 (1) Undang-Undang Perlindungan Pembeli (UUPK) menegaskan pentingnya Pemantauan ketika melakukan langkah-langkah untuk melindungi Pembeli dan mematuhi aturan dan peraturan yang relevan. Pemantauan ini dilakukan oleh berbagai pihak, termasuk entitas publik dan swasta serta kelompok yang mendukung Nasabah. Tugas Pemantauan ini mencakup memastikan bahwa hak-hak pembeli dilindungi, serta menindaklanjuti pelanggaran yang mungkin terjadi dalam transaksi jual beli. selain itu, Pasal 7 PPNo58 Tahun 2001. tentang

Pengayoman serta Pemantauan Penyelenggaraan Perlindungan Pembeli juga mengatur hal yang sama dengan lebih terperinci. Pemerintah, komunitas, dan lembaga perlindungan Nasabah/Pembeli non-pemerintah semuanya ditekankan dalam peraturan ini sebagai memiliki peran untuk memainkan dalam mengawasi pelaksanaan perlingkungannya Pembeli dan ketentuan undang-undang. Pemantauan ini bertujuan untuk memastikan bahwa praktik-praktik bisnis yang merugikan pembeli dapat diminimalisir, dan hak-hak pembeli dapat terlindungi dengan lebih efektif.

Pemantauan oleh pemerintah melibatkan berbagai instansi yang bertanggung jawab dalam mengawasi implementasi kebijakan dan peraturan terkait perlindungan pembeli. Masyarakat juga memiliki peran penting dalam melaporkan pelanggaran dan membantu meningkatkan kesadaran akan hak-hak pembeli. Lembaga perlindungan pembeli swadaya masyarakat berfungsi sebagai mitra pemerintah dalam memberikan edukasi, advokasi, dan dukungan kepada pembeli. Dengan sinergi antara pemangku kepentingan dalam melindungi pembeli, termasuk lembaga pemerintah, komunitas, dan lembaga amal, diharapkan upaya Pemantauan ini dapat berjalan dengan lebih efektif. Ini berarti signifikan dalam menciptakan lingkungan perdagangan adil serta transparan, serta untuk memastikan bahwa hak-hak pembeli dihormati dan dilindungi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Perlindungan hukum yang bersifat diktator, menurut Philipus M. Hadjon<sup>5</sup>, adalah sistem hukum yang terutama berkaitan dengan penyelesaian konflik. Penyelesaian sengketa dalam Undang-Undang Perlindungan Pembeli (UUPK) diatur dalam Klausula 45 (2), yang menyatakan bahwa Peserta dalam sengketa klien memiliki pilihan untuk menyelesaikannya melalui litigasi atau melalui proses penyelesaian damai, tergantung pada preferensi mereka sendiri.

Upaya perlindungan hukum dalam transaksi jual beli elektronik di marketplace media sosial seperti Facebook dan Instagram dapat dilakukan melalui berbagai cara, antara lain:

a. Upaya hukum jalur Litigasi

Upaya hukum jalur litigasi, sebagai langkah penyelesaian sengketa melalui proses pengadilan, memiliki beberapa implikasi yang layak dipertimbangkan. Meskipun dapat memberikan akses kepada pembeli untuk memperjuangkan hak-haknya secara hukum, proses litigasi sering kali melibatkan biaya yang signifikan dan memakan waktu yang cukup lama. Tidak jarang pula, penumpukan perkara di pengadilan dapat mengakibatkan lamanya proses pengadilan dan kebingungan dalam penjadwalan sidang.

Namun, di sisi lain, jalur litigasi memberikan landasan hukum yang kuat bagi pembeli untuk menegakkan hak-haknya secara resmi. Dengan mengikuti proses hukum yang ditetapkan, pembeli dapat memperoleh keputusan yang mengikat secara hukum dan mungkin juga mendapatkan Pembayaran sesuai dengan kerusakan yang disebabkan yang Kerugian. Selain itu, melalui proses litigasi, pembeli juga dapat memberikan sinyal kepada pelaku usaha bahwa pelanggaran hak-hak pembeli tidak akan ditoleransi dan dapat mengurangi kecenderungan pelanggaran di masa mendatang.

Dalam keseluruhan, sementara upaya litigasi tidak selalu menjadi pilihan yang paling efisien atau hemat biaya, tetapi tetap merupakan opsi yang penting dalam menegakkan keadilan dan perlindungan hukum bagi pembeli. Diperlukan keseimbangan antara

---

<sup>5</sup> Philipus M. Hadjon, dkk 2005, *Hukum Administrasi Negara*, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.

kebutuhan akan akses terhadap proses hukum yang adil dan efisien dengan keterbatasan biaya dan waktu yang terkait dengan jalur litigasi.

b. Upaya hukum jalur non-Litigasi

Upaya hukum non-litigasi, yang merupakan langkah hukum di luar pengadilan, berfungsi sebagai alternatif penyelesaian sengketa dalam konteks transaksi jual beli. Terdapat dalam Klausula 47 Undang-Undang Perlindungan Pembeli (UUPK). Di perusahaan yang mengelola aplikasi Facebook dan Instagram, mereka menerapkan kebijakan khusus terkait penyelesaian sengketa dalam transaksi jual beli di fitur marketplace mereka. Kebijakan ini mencakup serangkaian tindakan yang bertujuan untuk menyelesaikan sengketa tanpa melibatkan pengadilan, namun memastikan keadilan dan kepuasan bagi kedua belah pihak. Beberapa langkah yang diterapkan adalah:

- 1) Pemblokiran pembeli atau penjual di platform Facebook.
- 2) Pelaporan pembeli, penjual, atau tawaran yang tidak pantas kepada Facebook.
- 3) Memberikan penilaian terhadap pembeli atau penjual.
- 4) Menghubungi penegak hukum setempat dalam kasus yang mengancam keselamatan diri, pencurian, atau penipuan.

Selain itu, terdapat beberapa metode penyelesaian sengketa di luar pengadilan yang umum dilakukan, antara lain:

- 1) Jalur Negosiasi: Para pihak dalam transaksi jual beli dapat melakukan negosiasi secara online melalui aplikasi WhatsApp atau Messenger untuk membicarakan penggantian kerugian. Facebook memberikan arahan kepada pembeli untuk memberikan penilaian dan berkomunikasi kembali dengan penjual untuk menyelesaikan permasalahan secara kekeluargaan, menghindari proses litigasi.
- 2) Jalur Mediasi: Dalam kebanyakan kasus, penyelesaian sengketa di luar pengadilan menggunakan negosiasi. Namun, platform seperti Facebook dan Instagram juga menyediakan mediasi yang bersifat fasilitatif, di mana mediator bertindak sebagai fasilitator tanpa memberikan opini atau rekomendasi penyelesaian. Para pihak diberi kesempatan untuk menemukan penyelesaian sendiri. penyelesaian sengketa melalui mediasi ini dapat melibatkan mediator yang memberikan masukan dan saran hukum serta fakta. Pembeli yang menghadapi masalah dapat mengajukan laporan ke Badan Penyelesaian Sengketa Pembeli (BPSK) di lingkungan setempat untuk mendapatkan mediasi yang cepat dan sederhana, sesuai dengan fungsi BPSK. BPSK berperan dalam menyediakan proses mediasi yang efisien, membantu pembeli dan pelaku usaha mencapai kesepakatan tanpa perlu melalui proses pengadilan yang lebih panjang dan kompleks. Melalui jalur mediasi ini, diharapkan sengketa dapat diselesaikan dengan lebih efektif, cepat, dan adil bagi semua pihak yang terlibat.

## **PENUTUP**

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan paparan di atas, penelitian ini menyimpulkan beberapa hal penting. Pertama, Hak Pelanggan Terhadap Pertahanan Hukum Dengan transaksi online melalui platform Marketplace Facebook belum diterapkan secara optimal sesuai dengan Undang-Undang

Perlindungan Pembeli (UUPK). Hak pembeli, terutama yang berkaitan dengan keamanan dan anonimitas, sering dilanggar oleh entitas perusahaan. Sebagai contoh, ada beberapa kasus penipuan atau produk yang tidak sesuai dengan deskripsi yang dinyatakan. Selain itu, ada kekhawatiran keamanan terkait dengan data pribadi pelanggan, yang dapat disalahgunakan. Namun, mereka yang menderita kerusakan kepada klien jarang mendapatkan pengembalian, terutama tidak dengan cara yang sesuai dengan peraturan yang ditetapkan di Pasal 4 huruf h Undang-Undang Perlindungan Pembeli (UUPK). Hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan pembeli mengenai hak-hak mereka, kurangnya transparansi dari pelaku usaha, serta minimnya Pemantauan dan penegakan hukum yang efektif dari pemerintah.

Kedua, Upaya pembeli untuk memecahkan masalah melalui sistem hukum terpisah dalam kasus yang dipertimbangkan oleh penulis. Pembeli telah mencoba untuk mendapatkan bisnis untuk membayar mereka, tetapi jawaban bisnis biasanya tidak cukup baik. Harus ada solusi hukum bagi klien. Namun hal ini belum terlaksana dengan baik. Di Indonesia, terdapat dua Saluran yang tepat melalui mana pelanggan dapat mencari ganti rugi atas kerugian yang dialami dalam transaksi yang dilakukan secara online, termasuk proses litigasi dan penyelesaian sengketa lainnya. Namun, perusahaan kadang-kadang menghindari kewajiban mereka dalam membeli dan menjual barang dan jasa dengan memanfaatkan kesenjangan hukum atau implementasi yang tidak konsisten dari peraturan yang ada. Ada pemenuhan sebagian hak pembeli untuk meminta pengembalian dari penjual dalam kasus ketika barang yang diperoleh tidak sesuai dengan kontrak atau perwakilan.

Dalam Penelitian ini, pentingnya adanya peningkatan kesadaran dan pemahaman hukum bagi pembeli serta penegakan hukum yang efektif oleh pemerintah menjadi hal yang tidak dapat dipungkiri. Selain itu, diperlukan upaya yang lebih besar dari pemerintah untuk meningkatkan keterlibatan pembeli dalam proses hukum, serta untuk memastikan bahwa hak-hak pembeli dipenuhi Tergantung pada peraturan yang berlaku. Langkah yang diambil adalah dengan menyediakan akses yang lebih mudah bagi pembeli untuk mendapatkan bantuan hukum, baik melalui lembaga penegak hukum maupun organisasi masyarakat sipil yang peduli terhadap hak-hak pembeli. Dengan demikian, diharapkan akan terjadi perbaikan yang signifikan dalam pertahanan pembeli beserta keadilan Saat melakukan bisnis melalui web saat masa mendatang.

## **SARAN**

Penulis mengusulkan agar pemerintah melakukan revisi serta penegasan terhadap *Rules* berhubungan Platform online untuk perdagangan dan pembelian. Hal ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada pembeli mengenai hak-hak yang mereka miliki, sementara pelaku usaha juga harus diberikan pemahaman yang lebih tegas tentang kewajiban-kewajibannya. Keberadaan pemerintah dalam mengawasi dan menegakkan aturan yang ada, terutama terkait dengan Undang-Undang Perlindungan Pembeli (UUPK), adalah suatu hal yang tidak boleh diabaikan.

Tak hanya itu, penulis juga mengusulkan agar dilakukan sosialisasi yang lebih luas dan terarah oleh pemerintah mengenai hak dan kewajiban pelaku usaha. Tujuannya adalah agar baik pelaku usaha maupun pembeli memiliki pengetahuan yang cukup untuk membela diri mereka sendiri. Dengan demikian, diharapkan akan terjadi peningkatan kesadaran pelaku usaha akan tanggung jawab mereka dan penegakan hukum yang lebih baik. Semua upaya ini diharapkan dapat mengurangi tingkat pelanggaran dan membe perlindungan kedepan, sehingga mereka dapat berbelanja secara online dengan rasa aman dan nyaman.

## DAFTAR PUSTAKA

### SUMBER BUKU:

- A.Qirom Syamsuddin Meliala, 1985, *Prinsip-prinsip hukum kontrak*, Yogyakarta: Liberty.
- Abdul Halim Barkatullah, 2016, *Framework Sistem Perlindungan Konsumen Indonesia*, ctk. Pertama Bandung: Nusa Media.
- Abdul K.M, 2000, *Hukum Perdata Indonesia*, Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Ahmadi Miru dan Sakapati, 2020, *Hukum Perjanjian: Penjelasan tentang Pentingnya Perjanjian Ternama dalam Kode Sipil*, Ctk. Pertama, Jakarta: Sinar Grafika.
- Andi Sri Rezky Wulandari dan Nurdiana Tadjuddin, 2018, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mitra Wacana Media.
- Asril Sitompul, 2014, *Hukum Internet*, Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Ashibly dan Fitri, Sherly Nelsa, 2023, *Panduan Menulis Manual laporan Akhir*, Fakultas Hukum Universitas Prof.Dr.Hazairin.
- Barkatullah, Abdul Halim, 2018, *Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia*, Bandung: Penerbit Nusa Media.
- Fauzie, Muhamad Alfat, 2017, *Perlindungan Konsumen Dalam Kontrak Elektronik Menurut Hukum Internasional dan Hukum Nasional*, Fakultas Hukum. Universitas Lampung.
- Ghafur, Uly Fathikul, 2018, *Perenarapan Asas Kejujuran dan Kebenaran dalam Akad Murabahah Terhadap Produk Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat Menurut Fatwa DSN Mui Nomor 04/DSNMUI/IV/2000 Tentang Murabahah*. Fakultas Syariah. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Kafang, F. Y, 2009, *Planet Facebook 6 Jurus Menguasai Facebook*, Yogyakarta: Cemerlang Publishing.
- Rosmawati, 2018, *Fundamentals of safeguarding consumer legislation*, 1st Edition, Jakarta: Kencana.
- Setiono, *Sistem Kehakiman (The Rule of Legislation)*. Surakarta: Gelar Magister Hukum di Sebelas Maret College.
- Tedi Sudrajat dan Endra Wijaya, 2020, *Jaminan konstitusional Terhadap Tindakan Pemerintahan*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Wahyu Sasongko, 2007, *Prinsip-prinsip dasar hukum keamanan konsumen Bandar Lampung*: Universtas Lampung.
- Yapiter Marpi, 2020, *Jaminan konstitusional Terhadap Nasabah atas KeabsahanKontrak digital dalam Kesepakatan warung digital*, Tasikmalaya: Media Mandiri.
- Zulham, 2013, *Jaminan konstitusional untuk pembeli*, edisi pertama, est Pertama, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

### SUMBER LAIN:

- Bella Citra Ramadhona dan Anak Agung Gede Agung Dharmakusuma, “*Jaminan konstitusional Terhadap Konsumen Akibat Wanprestasi Dalam Transaksi Elektronik*”, Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum, (2018)
- Cindy Aulia Khotimah dan Jeumpa Crisan Chairunnisa, “*Hak konsumen untuk dilindungi dalam transaksi belanja online*”, BUSINESS LAW REVIEW, Vol. 1, No. 1, (2016)
- Deky Pariadi, *Peraturan Perdagangan Elektronik dalam Kerangka Hukum Perdagangan dan Perlindungan Pembeli*”, Jurnal Hukum & Pembangunan, Vol. 48, No. 3, (Juli-September, 2018).
- Mujiyana, Elissa.I, *Analisis Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet. Melalui Toko Online*, Jurnal Undip, Vol VIII, No 3, (September 2013)

Rafael La Porta, "Investor Protection and Corporate Governance," by published in the October 1999 issue of the Journal of Financial Economics, volume 58, issue 1.