

TINJAUAN YURIDIS PEMANFAATAN FACEBOOK DALAM TRANSAKSI JUAL-BELI DIHUBUNGKAN DENGAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN JO UNDANG-UNDANG NOMOR 11 TAHUN 2008 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK JO KUHPERDATA

ABSTRAK

Dunia Maya/Internet berkembang pesat, seiring dengan perkembangan global yang terjadi dalam masyarakat melalui penggunaan teknologi secara online. Salah satu media sosial secara online adalah *facebook*, namun beberapa permasalahan timbul akibat ketidaksadaran konsumen akan hak-haknya sehingga pelaku usaha berada di *bargaining position* yang lebih tinggi sehingga kerap merugikan konsumen. *Facebook* juga digunakan sebagai ladang bisnis karena dapat menjangkau semua lapisan masyarakat. Permasalahan terhadap konsumen dalam transaksi jual beli pada media sosial Facebook menimbulkan permasalahan hukum di masyarakat. Penelitian ini menganalisis mengenai sejauh mana ketentuan hukum normatif dalam mengakomodasi permasalahan tersebut.

Metode penelitian yang digunakan ialah Yuridis Normatif dengan menggunakan bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Sifat Penelitian deskriptif analitis, yaitu menggambarkan dan meneliti bagaimana perlindungan konsumen yang melakukan transaksi jual beli *online* melalui *facebook* dengan peraturan perundang-undangan, yakni Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan transaksi elektronik dan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Hasil penelitian ini dapat dikemukakan melalui Perlindungan Konsumen dalam transaksi jual beli online ini diakomodir secara general melalui sistem terbuka dalam KUHPdata dan diatur secara lebih spesifik dalam UUPK dan UU ITE diantaranya diatur dalam Pasal 9 UU ITE dan Pasal 16 UUPK. Berbagai upaya baik secara preventif dengan hal ini dapat dilihat dari rendahnya kesadaran konsumen mengenai hak-hak yang dimilikinya dan masih rendahnya keberanian konsumen untuk menuntut pelaku usaha. Sehingga dibutuhkan langkah represif bahwa apabila pelaku usaha pabrikan dan/atau pelaku usaha distributor menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen, maka konsumen diberikan hak untuk menggugat pelaku usaha dan menyelesaikan perselisihan yang timbul melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau dengan cara mengajukan gugatan kepada pengadilan di tempat kedudukan konsumen tersebut.

Sistem terbuka KUHPdata telah mengakomodir transaksi jual beli *online* melalui *facebook*, telah didukung oleh peraturan lain yang lebih spesifik, diantaranya ialah UU ITE maupun UU perlindungan Konsumen. Peraturan tersebut dalam pelaksanaan berdasarkan kasus yang dibahas oleh penulis, dalam penerapannya sepatutnya terdapat berbagai peraturan yang substansinya memiliki irisan. Sehingga hakim dapat memberikan penafsiran hukum yang baik untuk mengakomodir transaksi jual-beli media sosial *facebook*.

**Juridical Review of Consumer Protection in Sell and Purchase Transaction Through
Facebook as Social Media Connected with Act Number 8, 1999 about Consumer Protection
Jis Act Number 11, 2008 about Information and Electronic Transaction Jo. Indonesian
Civil Code.**

ABSTRACT

Internet has become media of sale and purchase transactions. Facebook has become one of the social media that has been used as online sale and purchase transactions. several problems arise from consumer ignorance about their rights so merchant has more bargaining position, this is often detrimental to consumers. The problem for consumers in buying and selling on social media Facebook raises legal issues in society. This study analyzes the extent to which normative legal provisions to accommodate these problems.

To adress the issues in this paper, the author used normative juridical approach to the material in the form of primary legal materials, secondary and tertiary. This study uses descriptive analytical methodology to analyze consumer protection of online sale and purchase transaction based on Law of Information and Electronic Transaction, Consumer Protection Act and Indonesian Civil Law Code. Consumer protection of online sale and purchase transaction has generally accommodated in open system of Indonesian Civil Code and spesifically regulated in UUPK and UU ITE including Article 9 of UU ITE and Article 16 of UUPK. Efforts both preventive and repressive has been done so that consumer protection in online transaction can be guarantee, but there still remain many obstacle, both in terms of the role of government as well as business people and consumers.

Open system adopted by Book III Indonesian Civil Code has accommodate the online sale and purchase transaction but needs to be supported by other, more specific regulations like UU ITE and UUP. Those regulations should provide clarity so that there is no overlap or legal vacuum to governing consumer protection in online sale and purchase transactions. Effort that has been made to avoid the dispute from online sale and purchase transaction are divided into preventive and repressive, good effort in terms of preparation of adequate regulation and the creation of institutions for consumer complaints, but after all, the judicial decision so far has not accommodate consumer protection through facebook.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PANITIA SIDANG.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PENGUJI	iv
ABTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penulisan	11
D. Kegunaan Penulisan	12
E. Kerangka Pemikiran	13
F. Metode Penelitian	20
G. Sistematika Penulisan	25

BAB II PERIKATAN YANG TERBENTUK DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MELALUI MEDIA SOSIAL (*FACEBOOK*) SEBAGAI SUMBER PERIKATAN

A. Perjanjian Berdasarkan Hukum Positif Indonesia	27
---	----

1. Perikatan yang lahir dari perjanjian	27
a. Pengertian perikatan	28
b. Pengertian Perjanjian	29
c. Korelasi (hubungan) antara perikatan dan perjanjian	31
2. Perjanjian dalam Sistem Hukum KUHPerdara	32
a. Sistem Hukum Perjanjian dalam KUHPerdara	32
b. Perjanjian Bernama	35
c. Perjanjian tidak bernama	36
3. Keabsahan Perjanjian menurut KUHPerdara	36
a. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya	36
b. Cakap untuk membuat suatu perikatan	38
c. Suatu hal tertentu	41
d. Suatu sebab yang halal	42
B. Daya Kerja bagi Pemenuhan Prestasi diantara para pihak	43
1. Prestasi dan Kontra Prestasi di dalam suatu perjanjian Jual-Beli	43
2. Wanprestasi Dalam Perjanjian	53
3. Pemenuhan kewajiban para pihak di dalam terjadinya suatu Wanprestasi	55
C. Facebook sebagai Media Sosial SaranaPerdagangan (<i>e-commerce</i>)	59
1. Pengertian Media Sosial	59
2. Facebook sebagai Media Sosial	61
3. Pengaturan Perdagangan secara elektronik dalam Regulasi di Indonesia	64

BAB III PERKEMBANGAN TRANSAKSI JUAL BELI DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 11 TAHUN 2008

TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK JUNCTO UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

A. Transaksi Jual beli Elektronik sebagai bentuk perkembangan jual beli dalam komunitas perekonomian di Indonesia	71
1. Perkembangan Transaksi Jual Beli Secara Elektronik	71
2. Pembentukan Lembaga <i>Computer Emergency Response Team</i> (CERT) dalam keamanan Transaksi Elektronik	76
3. Tahapan dalam Transaksi Elektronik	79
a. Penawaran	79
b. Penerimaan	81
c. Pembayaran	81
d. Pengiriman	82
B. Perlindungan Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Secara Elektronik	84
1. Konsumen sebagai Pihak Posisi tawar yang rendah	84
2. Hak dan Kewajiban Konsumen	86
3. Perjanjian Baku dalam Transaksi Jual Beli melalui Media Sosial <i>Online</i>	95
a. Klausula Baku	95
b. Tahapan Dalam bertransaksi online	97
1) <i>Find it</i>	98
2) <i>Explore it</i>	98
3) <i>Select it</i>	99
4) <i>Buy it</i>	99
5) <i>Ship it</i>	99

C. Perlindungan Hukum dalam transaksi Elektronik	100
1. Pengaturan Perlindungan Hukum	100
2. Urgensi perlindungan Hukum dalam Transaksi elektronik	102
3. Kasus-kasus yang berkaitan dalam transaksi jual-beli pada media sosial ...	104

BAB IV PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL-BELI PADA MEDIA SOSIAL (*FACEBOOK*) DIHUBUNGKAN DENGAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN JIS UNDANG-UNDANG NOMOR 11 TAHUN 2008 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK JO KUHPERDATA

A. Kedudukan Hukum Transaksi Jual Beli <i>Online</i> pada Media Sosial <i>Facebook</i> ..	107
1. Sistem terbuka KUHPerdata dalam mengakomodir Transaksi Jual Beli Elektronik pada Media Sosial <i>Facebook</i>	107
2. Hubungan Hukum Antara Penjual, Konsumen, <i>Issuer</i> , <i>Acquirer</i> , Dan <i>Certification Authorities</i>	110
3. Kedudukan Media Sosial <i>Facebook</i>	117
B. Mekanisme Transaksi Jual Beli melalui Media Sosial <i>Facebook</i>	118
1. Mekanisme dalam Transaksi Jual Beli melalui <i>Facebook</i>	118
2. Perlindungan Hukum dalam Transaksi Elektronik melalui Facebook	122
C. Upaya serta Kendala Penyelesaian Sengketa Menurut UU ITE dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen	
1. Upaya Hukum bagi Penyelesaian Sengketa Konsumen menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen	129
a. Upaya hukum preventif	129

b. Upaya hukum Represif	132
2. Kendala yang dihadapi dalam Penyelesaian Sengketa Transaksi Jual Beli Online melalui <i>Facebook</i>	137
3. Putusan Pengadilan dalam Mengakomodir Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli melalui <i>Facebook</i>	139

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	146
B. SARAN	149

DAFTAR PUSTAKA	xiii
-----------------------------	------

CURICULUM VITAE	xviii
------------------------------	-------