

 <p>Hlm 35-46</p>	<p>E- ISSN <a href="#">2809-8641</a></p>	<p>Naskah dikirim: Tgl/bln/thn  16/01/2024</p>	<p>Naskah direview: Tgl/bln/thn  13/02/2024</p>	<p>Naskah diterbitkan: Tgl/bln/thn  17/03/2024</p>
--	--	--	---	--

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI  
JUAL BELI MELALUI *INSTAGRAM* MENGENAI BARANG YANG TIDAK  
SESUAI KESEPAKATAN MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN  
1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

**Yuyun Budi Lestari<sup>1</sup>, Slamet Riyanto<sup>2</sup>, Mohammad Zakky Abdullah<sup>3</sup>**

<sup>1</sup> *Universitas Islam As-Syafi'iyah, Indonesia, yuyunbudilestari@gmail.com*

<sup>2</sup> *Universitas Islam As-Syafi'iyah, Indonesia, slametriyanto2001@gmail.com*

<sup>3</sup> *Universitas Islam As-Syafi'iyah, Indonesia, mzakky@gmail.com*

**ABSTRAK**

Dengan adanya transaksi jual beli *online* melalui media sosial *instagram* sering terjadi adanya barang yang tidak sesuai kesepakatan yang diterima oleh konsumen. Sehingga diperlukan sebuah kajian mendalam untuk memberikan pemahaman dan edukasi agar dapat meminimalisir kesalahan yang akan terjadi dimasa yang akan datang. Dalam penulisan ini, penulis menitikberatkan pada rumusan masalah yaitu 1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli melalui *instagram* mengenai barang yang tidak sesuai kesepakatan menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen? dan 2. Bagaimana cara penyelesaian sengketa wanprestasi mengenai barang yang tidak sesuai kesepakatan dalam transaksi melalui *Instagram*?. Dan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli melalui *instagram* mengenai barang yang tidak sesuai kesepakatan dan mengetahui cara penyelesaian sengketa wanprestasi mengenai barang yang tidak sesuai kesepakatan dalam transaksi melalui *instagram*. Penelitian ini merupakan penelitian yuridis empiris. Metode pendekatan masalah yang diteliti mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli melalui *Instagram* mengenai barang yang tidak sesuai kesepakatan Dan pendekatan dengan meneliti data sekunder atau data yang didapat dari landasan teoritis seperti pendapat atau tulisan para ahli atau perundang-undangan dahulu, kemudian dilanjutkan dengan mengadakan penelitian data primer di lapangan seperti wawancara. Dari hasil penelitian menyimpulkan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli melalui *instagram* mengenai barang yang tidak sesuai kesepakatan belum terpenuhi dan penyelesaian sengketa wanprestasi barang yang tidak sesuai kesepakatan dalam transaksi melalui *instagram* melalui jalur Non Litigasi (diluar pengadilan) yaitu dengan cara negosiasi dan komperehensip.

**Kata Kunci : *Perlindungan Konsumen, Penyelesaian Sengketa, Instagram***

## ABSTRACT

With online buying and selling transactions through *Instagram* social media, there are often goods that do not match the agreement received by consumers. So an in-depth study is needed to provide understanding and education in order to minimize mistakes that will occur in the future. In this writing, the author focuses on the formulation of the problem, namely 1. How is the legal protection for consumers in buying and selling transactions through *Instagram* regarding goods that are not in accordance with the agreement according to Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection? and 2. How do I resolve default disputes regarding goods that do not match the agreement in transactions through *Instagram*?. And this study aims to determine legal protection for consumers in buying and selling transactions through *Instagram* regarding goods that are not in accordance with the agreement and find out how to resolve default disputes regarding goods that are not in accordance with the agreement in transactions through *Instagram*. This research is an empirical juridical research. The method of approaching the problem studied regarding legal protection for consumers in buying and selling transactions through *Instagram* regarding goods that are not in accordance with the agreement And the approach by examining secondary data or data obtained from theoretical foundations such as opinions or writings of experts or legislation first, then continued by conducting primary data research in the field such as interviews. From the results of the study, it was concluded that legal protection for consumers in buying and selling transactions through *Instagram* regarding goods that are not in accordance with the agreement has not been fulfilled and the settlement of disputes over defaults of goods that are not in accordance with the agreement in transactions through *Instagram* through Non-Litigation channels (outside the court), namely by negotiation and comprehension.

***Keywords : Consumer Protection, Dispute Resolution, Instagram***

## PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada belakangan ini bertumbuh dengan pesat dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Dengan berkembangnya berbagai aspek dalam kehidupan manusia mendorong tercipta lalu lintas bisnis di seluruh wilayah yang memberikan dampak baik terhadap ekonomi. Media sosial menjadi pilihan untuk masyarakat dalam transaksi jual beli *online*, salah satunya adalah media sosial *Instagram*, *Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *Instagram* sendiri.<sup>1</sup> *Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *Instagram* sendiri.<sup>2</sup>

Akhir-akhir ini media sosial *instagram* mengalami perkembangan pesat. Ramai nya pengguna *instagram* jadi salah satu alasan kuat kenapa orang-orang menggemari media sosial tersebut sebagai tempat berjualan *online*. Akhir-akhir ini media sosial *instagram* mengalami perkembangan pesat. Ramai nya pengguna *instagram* jadi salah satu alasan kuat kenapa orang-orang menggemari media sosial tersebut sebagai tempat berjualan *online*.

Pada umumnya media sosial *instagram* hanya digunakan bagi kepentingan pribadi saja. Tetapi dalam kenyataannya, seiring waktu banyak yang memanfaatkan media sosial *instagram* untuk memaparkan barang jualan serta menawarkannya ke pengguna lainnya. *Instagram* saat ini merupakan toko yang berbasis *online* yang paling cukup diminati dan dijadikan sebagai ajang bisnis jual beli, khususnya untuk kalangan wanita, yang notabene nya sangat menggemari belanja karena terdapat faktor kepraktisan di dalamnya. Sebab tidak dipungkiri, kalau kepraktisan yang ditawarkan oleh transaksi jual beli melalui media sosial ini memanglah membuat masyarakat jadi lebih banyak memilih melakukan pembelian secara *online* dari pada secara konvensional. Ramainya pengguna *instagram* jadi salah satu alasan kuat kenapa orang-orang menggemari media sosial tersebut sebagai tempat berjualan *online*. Banyak kelebihan dalam bertransaksi melalui *Instagram* sehingga pembeli serta penjual tertarik melaksanakan melakukan transaksi elektronik ini. Semacam biaya promosi yang lebih murah, produk bisa dilihat 24 jam oleh siapapun serta kapanpun, serta penjual bisa mengelola bisnis

---

<sup>1</sup> <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>

<sup>2</sup> <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>

dengan lebih fleksibel dan santai, sebab bisa dicoba saat lagi santai sekalipun<sup>3</sup> Sebagaimana uraian di atas tidak memungkinkan pula terdapatnya resiko terjadinya wanprestasi oleh pelaku usaha. Dalam penjualan barang melalui media sosial *instagram* sering sekali ditemukan kerusakan barang, barang yang tidak sesuai kesepakatan, cacat barang dan kesalahan lain yang sangat mungkin terjadi yang disebabkan oleh pelaku usaha. Pada dasarnya dalam transaksi tersebut dilakukan tanpa adanya pertemuan antara para pihak penjual dan pembeli. Mereka mendasarkan transaksi jual beli ini atas rasa keyakinan satu sama lain karna bagaimanapun transaksi jual beli tidak lepas dari permasalahan perjanjian. Oleh sebab itu, perjanjian jual beli yang terjalin diantara para pihak juga dilakukan secara elektronik pula, serta tidak terdapat berkas perjanjian semacam pada transaksi jual beli pada biasanya. Keadaan semacam ini pasti bisa memunculkan berbagai akibat hukum.

Berdasarkan salah satu kasus transaksi jual beli melalui Media *Instagram* di tahun 2021 yang menimpa Siti Alina saat melakukan jual beli online melalui media sosial *Instagram*, Alina Menceritakan tentang pengalamannya yang membeli barang Sepatu Adidas Ukuran 40 Warna Putih Seharga Rp. 300.000 dan dibebankan biaya ongkos kirim sebesar Rp. 20.000 Sehingga jumlah yang harus dibayarkan yaitu Rp. 320.000 pada tanggal 16 Juni 2021, namun pelaku usaha mengarahkan transaksi tersebut melalui whatsapp. Ketika sudah sepakat pelaku usaha memberikan Nomor Rekening ATM agar barang tersebut bisa langsung dibayarkan pada tanggal 16 Juni 2021 pada saat barang yang dipesan telah sampai ditangan alina pada tanggal 21 Juni 2021, ternyata barang yang dipesan tersebut berwarna Hitam tidak seperti barang yang di inginkan dalam kesepakatan awal warna Putih, sehingga Alina berinisiatif untuk menghubungi pelaku usaha melalui whatsapp dan ingin mengembalikan barang tersebut atau ingin menukar kembali pesanan nya yang dalam kesepakatan awal warna Putih, Namun sangat disayangkan Pelaku usaha tidak merespon dan justru malah Pelaku usaha tersebut Memblokir Kontak Whatsap Alina.<sup>4</sup>

Dari kasus di atas, menyebabkan kerugian bagi konsumen, dikarenakan pihak konsumen tidak mendapatkan hak nya dan konsumen menerima barang yang tidak sesuai dengan kesepakatan. Tindakan di atas telah melanggar Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

---

<sup>3</sup> Fathul Husnan & Java Creativity. (2015). *Buku Pintar Bisnis Online*. Jakarta: Elex Media Komputindo, hal. 4.

<sup>4</sup> Hasil Wawancara dengan Konsumen. Pada 11 Desember 2022. Pukul 09:00 WIB.

## **RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan uraian sebagaimana dipaparkan pada latar belakang di atas, maka pokok masalah penelitian ini adalah bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli melalui *instagram* mengenai barang yang tidak sesuai kesepakatan menurut undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Pokok masalah tersebut dapat diperinci dalam beberapa sub pokok masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli melalui *instagram* mengenai barang yang tidak sesuai kesepakatan menurut undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen ?
2. Bagaimana cara penyelesaian sengketa wanprestasi mengenai barang yang tidak sesuai kesepakatan dalam transaksi melalui *instagram* ?

## **TUJUAN PENELITIAN**

Sejalan dengan perumusan masalah tersebut di atas, pokok tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli melalui *instagram* mengenai barang yang tidak sesuai kesepakatan menurut undangundang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

Adapun sub pokok tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli melalui *instagram* mengenai barang yang tidak sesuai kesepakatan menurut undangundang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen
2. Untuk mengetahui cara penyelesaian sengketa wanprestasi mengenai barang yang tidak sesuai kesepakatan dalam transaksi melalui *Instagram*.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian yuridis empiris, dengan menggunakan pendekatan yuridis empiris. Sumber data yang dikumpulkan dalam penelitian hukum yuridis empiris adalah bahan hukum primer, sekunder, dan tersier yang berupa bahan hukum yang dipakai sebagai pendukung.

## PEMBAHASAN

### A. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN A. PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MELALUI *INSTAGRAM* MENGENAI BARANG YANG TIDAK SESUAI KESEPAKATAN

Beragam kasus yang muncul berkaitan dengan pelaksanaan transaksi jual beli *online* melalui media sosial *Instagram*, tentu saja sangat merugikan pihak konsumen. Padahal jaminan keamanan transaksi jual beli *online* sangat diperlukan untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen para pengguna *Instagram*.

Beberapa kasus yang dialami konsumen tersebut memiliki keterkaitan yang sangat erat dengan hukum perlindungan konsumen dilihat dari pendekatan utama Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE). Peraturan pemerintah ini dikeluarkan untuk melaksanakan Pasal 66 Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.

Terkait dengan kasus wanprestasi yang dialami konsumen terkait dengan kasus wanprestasi yang dialami konsumen lebih tegas lagi pasal 8 Undang-undang perlindungan konsumen melarang pelaku usaha untuk memperdagangkan barang/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut dan jelas pelaku usaha melanggar hak-hak konsumen yang tertera pada pasal 4 Undang-undang Perlindungan Konsumen, yang dimana hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Berdasarkan pasal tersebut, ketidaksesuaian spesifikasi barang yang diterima dengan barang yang tertera dalam iklan/foto penawaran barang pada transaksi jual beli online melalui media sosial *Instagram* merupakan bentuk pelanggaran/larangan bagi pelaku usaha dalam memperdagangkan barang begitu juga dengan pelanggaran hak-hak konsumen yang telah dilakukan pelaku usaha.

Di dalam penelitian ini berdasarkan hasil wawancara kepada 10 (sepuluh) konsumen ada 6 (enam) konsumen yang tidak mendapatkan ganti rugi atas ketidaksesuaian barang yang diterima konsumen dari pelaku usaha sesuai dengan peraturan perundang-undangan UUPK dan terdapat 4 (empat) konsumen mendapatkan kompensasi ganti rugi atas ketidaksesuaian barang yang diterima konsumen sesuai dengan pasal 4 Undang-undang Perlindungan Konsumen bahwa konsumen berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan

perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Sedangkan di dalam penelitian ini berdasarkan hasil wawancara 5 (lima) pelaku usaha bertanggung jawab penuh kepada konsumen dengan memberikan kompensasi ganti rugi terhadap barang yang tidak sesuai dengan kesepakatan akan tetapi dengan syarat konsumen harus menanggung biaya ongkos kirim pengembalian barang tersebut sesuai dengan pasal 7 Undang-undang Perlindungan Konsumen yang mana pelaku usaha berkewajiban memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Apabila pelaku usaha tidak melaksanakan kewajibannya, pelaku usaha dapat dipidana berdasarkan pasal 62 Undang-undang Perlindungan Konsumen, yang berbunyi: “Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13, ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2) dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000.00 (dua milyar rupiah)”.

Dalam Undang-Undang No 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan dalam Pasal 1 ayat (1) ketentuan umum tentang definisi dari perlindungan konsumen. Yakni, segala upaya menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Jelas, butir-butir yang tertera dalam Pasal 1 ayat (1) bisa dimaknai sebagai representasi bahwa pentingnya Negara berkomitmen menjamin hak-hak konsumen dalam bertransaksi barang dan jasa dalam dunia usaha. Yang dimaksudkan dengan barang dan jasa dalam Undang-Undang No. 8 tahun 1999 Pasal 1 (4) menyatakan bahwa “Barang” adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen. Serta Pasal 1 ayat (5) Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen. Secara normative, Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa dalam Pasal 4 huruf (a) menyatakan hak konsumen adalah kenyamanan, keamanan, keselamatan dalam mengkonsumsi barang/jasa. Kemudian dijelaskan lagi Pasal 4 huruf (c), (d), (e), (f), (g), (h), (i), yakni hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan, hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut, hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen, hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar

dan jujur serta tidak diskriminatif, hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Disini tertera jelas bahwa secara yuridis normative, Negara telah menjamin hak-hak konsumen dalam melakukan transaksi jual beli barang dan jasa.

## **B. PENYELESAIAN SENGKETA WANPRESTASI MENGENAI BARANG YANG TIDAK SESUAI KESEPAKATAN DALAM TRANSAKSI MELALUI *INSTAGRAM***

Ada beberapa upaya yang dapat dilakukan oleh manusia untuk mengatasi resiko-resiko yang mungkin timbul sehingga akan mengakibatkan kerugian antara lain:

1. Menghindari (*avoidance*) maksudnya, berbuat sesuatu atau tidak berbuat sesuatu dan tidak berbuat sesuatu agar tidak mendapat kerugian.
2. Mencegah (*prevention*) maksudnya, mengadakan tindakan tertentu dengan tujuan paling tidak mengurangi kerugian.
3. Mengalihkan (*transfer*) maksudnya, kemungkinan buruk yang dapat menimpa dirinya dialihkan pihak lain.
4. Menerima (*assumption or retention*).<sup>5</sup>

Dari kebanyakan kasus yang ada wanprestasi dilakukan oleh pelaku usaha misalnya mengirimkan barang yang tidak sesuai kesepakatan, barang yang dibeli tidak sesuai dengan keterangan informasi yang ditampilkan atau bisa juga pelaku usaha yang dengan sengaja berniat tidak memenuhi kewajibannya.

1. Upaya konsumen untuk menuntut ganti rugi dapat dilakukan melalui cara : a. Litigasi  
Sesuai dengan Pasal 38 Undang-Undang ITE yang menjelaskan para pihak dapat menggugat apabila dalam penyelenggaraan transaksi elektronik merugikan pihak lain. Dengan diakuinya alat bukti elektronik sebagai alat bukti yang sah di pengadilan sebagaimana disebutkan dalam Pasal 5 ayat 1,2 dan 3 Undang-Undang ITE, maka alat-alat bukti yang dapat digunakan oleh konsumen di pengadilan adalah bukti transfer atau bukti pembayaran, SMS atau pesan dari media social yang menyatakan kesepakatan melakukan pembelian, nama , alamat, nomor telp dan nomor rekening pelaku usaha.

### b. Non Litigasi

---

<sup>5</sup> Yulistya Adi Nugraha, Pelaksanaan Tanggung Jawab Pihak Penanggung Terhadap Pengajuan Klaim Asuransi Kesehatan Oleh Tertanggung Di PT. Axa Mandiri Financial Services, Jurnal Tesis, Universitas Diponegoro ( Semarang: 2009) hal 69

Dalam pasal 39 ayat (2) Undang-Undang ITE yang menjelaskan bahwa selain penyelesaian gugatan perdata, para pihak dapat menyelesaikan sengketa melalui arbitrase, atau lembaga lainnya. Penyelesaian sengketa melalui jalur non litigasi dapat ditempuh melalui Lembaga Swadaya Masyarakat, Direktorat Perlindungan Konsumen Disperindag, Badan penyelesaian sengketa Konsumen (BPSK) dan pelaku usaha sendiri secara kekeluargaan. Masing-masing badan hukum ini memiliki pendekatan yang berbeda-beda dalam menyelesaikan perkara yang ada.

## 2. Upaya Hukum Melalui Gugatan Perdata Lembaga Peradilan

Secara garis besar, pengertian gugatan adalah suatu tuntutan seseorang atau beberapa orang selaku penggugat yang berkaitan dengan permasalahan perdata yang mengandung sengketa antara dua pihak atau lebih yang diajukan kepada ketua pengadilan negeri di mana salah satu pihak sebagai penggugat untuk menggugat pihak lain sebagai tergugat. Perkataan *contentiosa*, yang berarti penuh semangat bertanding atau berpolemik, itu sebabnya penyelesaian perkara yang mengandung sengketa, disebut yurisdiksi *contentiosa*, yaitu kewenangan peradilan yang memeriksa perkara yang berkenaan dengan masalah persengketaan antara pihak yang bersengketa. Gugatan adalah tuntutan hak yang mengandung sengketa dan diajukan ke pengadilan untuk mendapatkan putusan. Sudikno menjelaskan bahwa tuntutan hak adalah tindakan yang bertujuan memperoleh perlindungan yang diberikan oleh pengadilan untuk mencegah main hakim sendiri (*eigenrechting*), oleh karena itu bahwa gugatan adalah suatu tuntutan yang disampaikan kepada ketua pengadilan negeri yang berwenang oleh seseorang mengenai suatu hal akibat adanya persengketaan dengan pihak lainnya yang kemudian mengharuskan hakim memeriksa tuntutan tersebut menurut tata cara tertentu yang kemudian melahirkan keputusan terhadap gugatan tersebut.<sup>6</sup> Gugatan ganti rugi adalah suatu upaya atau tindakan untuk menuntut hak atau memaksa pihak lain untuk melaksanakan tugas atau kewajibannya, guna memulihkan kerugian yang diderita oleh penggugat melalui putusan pengadilan. Tuntutan hak ini adalah tindakan yang bertujuan memperoleh perlindungan hak yang diberikan oleh pengadilan untuk mencegah tindakan main hakim sendiri. Tidak setiap orang yang mempunyai kepentingan dapat mengajukan tuntutan hak semauanya ke pengadilan. Untuk mencegah agar setiap orang tidak asal saja mengajukan tuntutan hak ke pengadilan yang akan menyulitkan pengadilan, maka hanya kepentingan yang cukup dan layak serta mempunyai dasar

---

<sup>6</sup> Zainal Asikin, *Hukum Acara Perdata Di Indonesia*, (Jakarta: Prenanda Media Group, 2015), hal. 19.

hukum sajalah yang dapat diterima sebagai dasar tuntutan hak Dalam suatu perkara perdata di pengadilan, para pihak dalam gugatan terdiri dari penggugat (eiser/plaintiff), tergugat (gedage/defendant), dan turut tergugat. Secara umum gugatan perdata terbagi atas gugatan wanprestasi dan gugatan perbuatan melawan hukum. Suatu gugatan wanprestasi diajukan karena adanya pelanggaran kontrak (wanprestasi) dari salah satu pihak, karena dasar gugatan wanprestasi adalah pelanggaran perjanjian, maka gugatan semacam itu tidak mungkin lahir tanpa adanya perjanjian terlebih dahulu. Sengketa dalam transaksi jual beli melalui media sosial Instagram telah diakomodasi oleh ketentuan dalam KUH Perdatayaitu bahwa setiap orang berhak menuntut ganti rugi atas suatuperbuatan melawan hukum yang merugikannya.<sup>7</sup>Pasal 1365 Untuk dapat menuntut ganti rugi berdasarkan perbuatan melawan hukum, maka syarat yang perlu dipenuhi adalah adanya perbuatan, perbuatan tersebut melawan hukum, adanya kesalahan, adanya kerugian, dan adanya hubungan sebab-akibat (kausalitas) antara perbuatan melawan hukum dan kerugian. Berdasarkan hal diatas dapat disimpulkan bahwa perlindungan hukum dalam transaksi jual beli melalui media sosial *Instagram* bisa dilaksanakan dengan melaporkannya ke pihak yang berwajib dalam hal ini polisi sesuai dengan ketentuan Pasal 378 KUHP Tentang Penipuan jika sengketa hanya antara penjual dan pembeli tanpa perantara platform (misal: Tokopedia, Shopee, Lazada, dll). Tetapi jika sengketa terjadi dengan perantara platformmaka hal ini masuk ke dalam gugatan perdata sesuai dengan ketentuan Pasal 1365 KUH Perdata Tentang Perbuatan Melawan Hukum. Pada hakikatnya *Instagram* bukanlah platform jual beli melainkan hanya sebagai media sosial. Hanya saja karena banyak orang yang memakai media sosial tersebut para produsen (penjual) menjadikan media sosial *Instagram* sebagai sarana/wadah jual beli *online* untuk menjalankan strategi marketing dengan mengunggah dan mempromosikan barang dagangannya dan ada juga penjual yang menghubungkan akun *Instagram Online Shop* miliknya ke platform karna dianggap lebih meyakinkan bagi pembeli untuk terhindar dari penipuan. Penyelesaian sengketa dalam transaksi jual beli melalui media sosial *Instagram* apabila terjadinya wanprestasi dapat dilakukan dengan cara melaporkan akun Instagram tersebut ke pihak yang berwajib tetapi harus terpenuhi unsur-unsur tindak pidana penipuan sebagaimana yang diatur dalam pasal 28 ayat (1) UndangUndang ITE.

---

<sup>7</sup> Lihat Indonesia, KUH Perdata, Op.Cit., Pasal 1365

## KESIMPULAN

Berdasarkan uraian yang dipaparkan diatas, maka dapat disimpulkan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli melalui *instagram* mengenai barang yang tidak sesuai kesepakatan belum terpenuhi, khususnya dalam hal pengaturan tentang perlindungan konsumen terhadap tindakan wanprestasi pelaku usaha dalam jual beli *online* masih perlu dibenahi lagi. Pada dasarnya, belum ada ketentuan yang mengatur secara khusus mengenai perlindungan konsumen terhadap tindakan penipuan jual beli *online* (melalui *instagram*) Selama ini peraturan yang digunakan untuk melindungi hak-hak konsumen adalah Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, namun undang-undang ini tidak secara khusus mengatur mengenai hak-hak konsumen dalam jual beli *online*. Seperti pada hasil wawancara kepada 10 (sepuluh) konsumen ada 6 (enam) konsumen yang tidak mendapatkan ganti rugi atas ketidak sesuaian barang yang diterima konsumen dari pelaku usaha sesuai dengan peraturan perundangundangan UUPK dan terdapat 4 (empat) konsumen mendapatkan kompensasi ganti rugi atas ketidak sesuaian barang yang diterima konsumen. Dengan kata lain, konsumen sulit menggugat pelaku usaha online dengan Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen karena pelaku usaha jual beli *online* sangat sulit dijangkau. Sedangkan peraturan yang digunakan untuk mengatur mengenai transaksi *online* adalah Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, namun dalam undang-undang ini, tidak ada ketentuan yang secara khusus mengatur mengenai perlindungan konsumen terhadap tindakan penipuan jual beli *online* (melalui *instagram*)/wanprestasi dalam transaksi *online*. Penyelesaian sengketa wanprestasi barang yang tidak sesuai kesepakatan dalam transaksi melalui *instagram*. Berdasarkan hasil wawancara kepada 5 (lima) pelaku usaha, kelima pelaku usaha tersebut menyelesaikan sengketa dengan jalur Non Litigasi (diluar pengadilan) yaitu dengan cara Negosiasi diselesaikan secara komprehensif dan tetap menjaga hubungan baik dari pihak yang bersengketa, dan proses penyelesaiannya sangat cepat dan sederhana. Pelaku usaha bertanggung jawab penuh kepada konsumen dengan memberikan kompensasi ganti rugi terhadap barang yang tidak sesuai dengan kesepakatan akan tetapi dengan syarat konsumen harus menanggung biaya ongkos kirim pengembalian barang tersebut. Dalam hal ini bentuk penyelesaian sengketa wanprestasi yang dilakukan pelaku usaha sudah sesuai berdasarkan pasal 1 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 Tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku-Buku

Fathul Husnan & Java Creativity. (2015). *Buku Pintar Bisnis Online*. Jakarta: Elex Media Komputindo, hal. 4.

Zainal Asikin, (2015) *Hukum Acara Perdata Di Indonesia*, (Jakarta: Prenanda Media Group), hal. 19.

Lihat Indonesia, KUH Perdata, Op.Cit., Pasal 1365

### Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 Tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa

Peraturan Pemerintah ( PP ) Nomor 80 tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

### Jurnal

Batubara, H.C., Marliyah, & Tuti Anggraini, T. (2023). ‘Penerapan Kontrak Jual Beli’, *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi (EMT KITA)*, Vol. 7. No.1.

Yulistya Adi Nugraha (2019) Pelaksanaan Tanggung Jawab Pihak Penanggung Terhadap Pengajuan Klaim Asuransi Kesehatan Oleh Tertanggung Di PT. Axa Mandiri Financial Services, *Jurnal Tesis, Universitas Diponegoro Semarang*:hal 69

Kurniawan. P. (2017). ‘Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada BatikBurneh,Kompetensi. *Journal Of Management Studies*. Vol.11.No.2.

Languyu, N. (2015). “Kedudukan Hukum Penjual Dan Pembeli Dalam Bisnis Jual Beli Online”. *Lex et Societatis*. Vol. 3. No. 9. Manado : Universitas Sam Ratulangi’.

Presley Prayogo, P. (2014). ‘Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Melalui Internet (Kajian Terhadap Pemberlakuan Transaksi Elektronik Dan Perlindungan Hukum). *Lex et Societies*’. Vol. 11. No. 4 .

Pujiyono, Wiyono, P. dkk. (2020).“Nationalization As A Threat to the Economy Market In Visa and Mastercard Business In Indonesia. *Jurnal of Critical Reviews*. Vol. 7. No. 1.

Ridwansyah, R.M, Riyanto,S. dan Fahrudin, M. (2021). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam transaksi E-Commerce (Studi Kasus E-Commerce Pada Media Sosial Instagram), *Jurnal Hukum Jurisdiction* Vol. 3. No. 2.