

Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Bertransaksi Jual Beli Online Melalui Media Sosial Dihubungkan Dengan UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Agung Muhamad Qa'bah Budiman. Fakultas Hukum, Universitas Pasundan, agung26budiman@gmail.com

ABSTRACT: The development of information technology has changed people's consumption patterns, including increasing online buying and selling transactions via social media. Even though it provides convenience, this transaction can also pose high risks for consumers such as fraud, there are many cases where the consumer has made a payment, the business actor does not send the goods or the goods sent do not match the information provided by the business actor. This research aims to analyze legal protection for consumers in online buying and selling transactions via social media based on Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection, as well as to find out the legal remedies that consumers can take if a loss occurs in an online buying and selling transaction. The research method used is a normative research method, by processing primary and secondary legal materials that have been collected. The results of this research show that it is important to provide legal protection to consumers who carry out online buying and selling transactions by enforcing their rights as regulated in Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection. If a consumer becomes a victim of fraud, he or she can report the case to the nearest Resort Police (POLRES) for further processing of the criminal act of fraud they have experienced. Efforts that consumers can take when they experience losses or there are disputes from online buying and selling transactions can be taken through litigation and non-litigation, litigation is filing a lawsuit at the District Court while non-litigation is through a dispute resolution body such as the Consumer Dispute Resolution Agency (BPSK).

KEYWORDS: Online Buying and Selling, Social Media, Legal Protection.

ABSTRAK: Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola konsumsi masyarakat, termasuk meningkat transaksi jual beli secara online melalui media sosial. Meskipun memberikan kemudahan, transaksi ini juga dapat menimbulkan risiko tinggi bagi konsumen seperti penipuan, banyak kasus seperti di mana pihak konsumen telah melakukan pembayaran, pihak pelaku usaha tidak mengirimkan barangnya atau barang yang dikirim tidak sesuai dengan informasi yang diberikan oleh pelaku usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli online melalui media sosial berdasarkan "UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen", serta untuk mengetahui upaya hukum yang dapat ditempuh oleh konsumen jika terjadi kerugian dalam transaksi jual beli secara online. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian normatif, dengan mengolah bahan-bahan hukum primer dan sekunder

yang telah dikumpulkan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pentingnya memberikan perlindungan hukum kepada konsumen yang melakukan transaksi jual beli secara online dengan cara menegakkan hak-hak mereka sebagaimana diatur dalam “Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen”. Apabila konsumen menjadi korban penipuan, maka dapat melaporkan kasus tersebut ke Kepolisian Resor (POLRES) terdekat untuk memproses lebih lanjut tindak pidana penipuan yang dialaminya. Upaya yang dapat dilakukan konsumen ketika mengalami kerugian atau terdapat sengketa dari transaksi jual beli online dapat ditempuh dengan jalur litigasi dan non litigasi, litigasi adalah mengajukan gugatan ke Pengadilan Negeri sedangkan non litigasi melalui badan penyelesaian sengketa seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

KATA KUNCI: Jual Beli Online, Media Sosial, Perlindungan Hukum.

I. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi, khususnya internet dan media sosial, telah merubah lanskap perdagangan global, termasuk dalam praktik jual beli secara online. Kemunculan media sosial sebagai platform baru untuk bertransaksi jual beli online semakin populer di kalangan masyarakat. Fenomena ini memberikan peluang besar bagi konsumen untuk melakukan transaksi tanpa batasan geografis dan waktu. Namun, bersamaan dengan kemudahan tersebut, muncul pula berbagai risiko dan tantangan baru terkait dengan perlindungan konsumen.

Di Indonesia, teknologi informasi telah diatur melalui “UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik” serta “UU No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (disingkat UU ITE)”. UU ITE merupakan kerangka hukum pertama yang mengatur aktivitas transaksi elektronik di Indonesia dan memberikan pembaruan hukum untuk menjamin kepentingan masyarakat terkait kepastian hukum dalam bertransaksi menggunakan media elektronik (Kamran & Maskun, 2011).

Contoh kasus penipuan dalam transaksi jual beli masker secara *online* terjadi di Kabupaten Barru, Sulawesi Selatan pada tahun 2020. Korban bernama F membuat kesepakatan dengan pelaku NBH melalui *Facebook* untuk membeli masker sensi yang diiklankan oleh pelaku di aplikasi tersebut. Mereka menyetujui harga Rp. 170.000 per box, dengan pembelian 15 box masker seharga Rp. 2.550.000. Korban kemudian berkomunikasi dengan pelaku lewat *WhatsApp* dan menerima nomor rekening untuk pembayaran. Setelah mentransfer uang, pelaku tidak mengirimkan masker yang dipesan. Sebagai gantinya, pelaku mengirimkan paket berisi buku tulis dan handuk bayi bekas yang dikemas rapi. Pelaku kemudian memblokir nomor *WhatsApp* dan akun *Facebook* korban. Korban melaporkan kejadian ini ke Polres Kabupaten Barru. Dalam penyelidikan, polisi mengamankan barang bukti berupa satu handphone merek Oppo warna emas, satu kartu SIM, sebuah buku,

serta selimut bayi bekas dan uang Rp. 450.000. Kasus ini mengungkap praktik penipuan dalam transaksi jual beli online (Kamran & Maskun, 2011)

Contoh kasus yang kedua yaitu dilakukan oleh salah satu pengguna sosial media Instagram, dimana dalam kasus ini seorang konsumen membeli beberapa buah baju disalah satu akun online shop pada bulan November 2021. Saat itu konsumen tidak sengaja melihat suatu iklan yang menjual baju berupa jaket dan sweater, sebelumnya konsumen sudah memastikan akun tersebut terpercaya karena memiliki banyak pengikut dan ia pun memutuskan untuk membeli beberapa buah baju dari online shop tersebut. Namun setelah beberapa hari menunggu, barang tersebut tak kunjung tiba. Sampai akhirnya konsumen menyadari bahwa ia baru saja tertipu oleh online shop tersebut, karena hal ini konsumen mengalami kerugian sebesar Rp. 2.500.000,00 (Fitriani, 2023).

Berdasarkan kasus di atas, perlindungan hukum bagi konsumen dalam proses jual beli online melalui media sosial menjadi penting untuk menjamin kepastian hukum dan memberikan rasa aman bagi para pihak yang terlibat. Dalam konteks ini, “Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen” (UUPK) di Indonesia menjadi landasan hukum utama untuk melindungi hak-hak konsumen. Namun, keberlakuan undang-undang tersebut terutama ditujukan untuk transaksi konvensional di toko fisik dan belum secara eksplisit mengakomodasi perubahan pola transaksi yang dominan dilakukan melalui media sosial.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan munculnya platform baru seperti media sosial, ada beberapa aspek yang perlu diteliti lebih lanjut untuk memastikan perlindungan hukum bagi konsumen diterapkan secara efektif. Oleh karena itu, penting untuk melakukan kajian mendalam tentang perlindungan hukum konsumen dalam konteks transaksi jual beli online melalui media social dan menghubungkannya dengan kerangka hukum yang telah ada, seperti “Undang-Undang No. 8 Tahun 1999”. Penelitian ini penting untuk memberi pemahaman terkait sejauh mana kerangka hukum yang ada

sudah mampu melindungi konsumen dalam konteks perdagangan Online yang terus berkembang.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli online melalui media sosial berdasarkan UUPK, serta mengidentifikasi upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan rasa aman bagi konsumen dalam transaksi tersebut. Dengan menyoroti aspek perlindungan hukum konsumen dalam transaksi online melalui media sosial dan mengaitkannya dengan undang-undang yang ada, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pembaruan kebijakan serta penegakan hukum yang lebih efektif untuk melindungi konsumen di era digital saat ini. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memahami dan mengevaluasi implementasi perlindungan konsumen yang mengalami kerugian dalam transaksi jual beli online melalui media sosial.

II. METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah metode penelitian hukum normatif melalui pendekatan perundang-undangan (statute approach). Analisis data dilakukan dengan mengolah bahan hukum primer dan sekunder yang telah dikumpulkan. Bahan hukum primer mencakup peraturan perundang-undangan dan data terkait, sedangkan bahan hukum sekunder meliputi literatur dan dokumen yang relevan dengan permasalahan yang diteliti. Penulis berupaya menganalisis sumber data yang diperoleh, peraturan perundang-undangan, literatur, pendekatan kasus, dan berbagai dokumen yang terkait dengan permasalahan ini.

III. HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

Perlindungan Hukum adalah upaya melindungi yang dilakukan pemerintah dengan sejumlah peraturan yang ada. Selanjutnya, perlindungan konsumen diatur dalam “Undang-Undang No. 8 Tahun

1999 tentang Perlindungan Konsumen”. Dalam “Pasal 1 Ayat (1) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen” telah tercantum bahwa “Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”. Kemudian “Pasal 1 Ayat (2)” menjelaskan bahwa “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”. Menurut “Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008” yang dimaksud dengan transaksi elektronik merupakan tindakan hukum yang dilakukan melalui penggunaan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.

Dalam aktivitas jual beli online, terdapat perjanjian jual beli digital, yang dapat dilakukan melalui kesepakatan langsung antara para pihak melalui chat atau dengan menggunakan platform media sosial. Perjanjian jual beli ini dianggap telah disepakati ketika pihak pembeli melakukan pembayaran transaksi, setelah itu pihak penjual akan memproses pesanan dan mengirimkan barang yang dipesan oleh pembeli. Namun, kegiatan ini tidak selalu berjalan dengan lancar karena perjanjian jual beli online sering kali rawan penipuan berdasarkan kasus-kasus yang telah terjadi. Contoh yang umum adalah ketika pembeli sudah membayar pesannya tetapi barang tidak dikirim karena barang tersebut fiktif, atau produk yang diterima dalam kondisi rusak dan tidak sesuai dengan spesifikasi yang dijanjikan (Haryani Putri & Endang Hadrian, 2022).

Walaupun transaksi jual beli online memberikan kenyamanan dan efisiensi dengan tidak perlu bertatap muka langsung dengan penjual, pembeli tidak memiliki kesempatan untuk memeriksa barang secara langsung sebelum melakukan pembelian. Jika terjadi penipuan atau penjual tidak memenuhi kewajibannya (wanprestasi), maka penjual dapat dikenakan sanksi yang tepat. Hal ini dilakukan untuk memberikan perlindungan hukum yang komprehensif bagi konsumen dalam melakukan transaksi jual beli secara online. Dengan adanya perlindungan hukum, konsumen dapat merasa lebih aman dan

terlindungi dari potensi penipuan atau tindakan wanprestasi penjual dalam transaksi online.

Transaksi jual beli online menimbulkan risiko kerugian yang lebih tinggi bagi konsumen daripada bagi pelaku usaha. Selain jaminan yang diberikan oleh pelaku usaha, diperlukan juga jaminan dari pemerintah. Jaminan dari pemerintah ini diharapkan berupa undang-undang yang dapat memberikan perlindungan hukum yang lebih kuat bagi konsumen (Sinaga dkk., 2023).

Risiko penipuan dalam transaksi jual beli online dapat dikurangi dengan menggunakan *platform e-commerce* terdaftar seperti Tokopedia, Lazada, Bukalapak, Shopee, dan lainnya. *Platform-platform* ini sudah dilengkapi dengan sistem keamanan terintegrasi yang dirancang untuk menghindari penipuan dalam proses transaksi jual beli *online*. Hal ini menyediakan tingkat keamanan yang lebih tinggi dibandingkan dengan melakukan transaksi secara langsung antara penjual dan pembeli tanpa melalui *platform e-commerce* (Haryani Putri & Endang Hadrian, 2022).

Pranata (2023) menyatakan bahwa *platform* media sosial seharusnya melakukan proses verifikasi akun dan profil saat pengguna mendaftar. Verifikasi ini dapat meliputi langkah-langkah seperti memverifikasi nomor telepon, alamat email, atau identitas pengguna. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa pengguna yang melakukan transaksi adalah orang yang sah dan dapat dipercaya.

Konsumen seharusnya memastikan terlebih dahulu bahwa platform media sosial yang digunakan telah memiliki fitur pelaporan. Sehingga ketika terjadi masalah dapat menggunakan fitur tersebut untuk melaporkan masalah. Platform media sosial akan mengevaluasi laporan tersebut dan mengambil langkah-langkah yang tepat, seperti melakukan penyelidikan terhadap pelanggaran yang dilaporkan, menghapus konten yang melanggar kebijakan, atau melibatkan pihak berwenang jika diperlukan (Pranata, 2023).

Menurut Kamran & Maskun (2011) perjanjian jual beli online rentan terhadap penipuan karena tidak melibatkan pertemuan langsung

antara para pihak dan sering kali mereka tidak saling mengenal satu sama lain. Dalam kasus yang disebutkan, terdapat fakta bahwa perjanjian jual beli online dapat menjadi sarana untuk melakukan penipuan. Masalah hukum yang sering muncul dalam penipuan perjanjian jual beli online adalah ketika pembeli telah melakukan pembayaran namun penjual tidak mengirimkan barang dalam waktu yang lama atau bahkan sama sekali, karena barang tersebut sebenarnya tidak pernah ada. Selain itu, barang yang diterima pembeli dapat rusak atau tidak sesuai dengan yang seharusnya sehingga tidak dapat digunakan.

Kerentanan terhadap penipuan terjadi karena dalam perjanjian aktivitas jual beli online, para pihak tidak berjumpa langsung dan seringkali tidak saling mengenal. Hal ini menyebabkan subjek hukum dalam perjanjian serta objek yang diperjanjikan tidak dapat diverifikasi secara langsung. Situasi ini memicu potensi terjadinya penipuan dalam transaksi jual beli online yang pelaksanaannya tanpa pertemuan fisik antara penjual dan pembeli (Kamran & Maskun, 2011).

Dalam konteks ini, perlindungan hukum bagi konsumen sangat krusial, terutama dalam transaksi jual beli yang dilakukan melalui platform media sosial seperti *Facebook*. Di era digital saat ini, banyak orang menggunakan *Facebook* sebagai sarana untuk melakukan jual beli. Namun, pada praktiknya, konsumen berpotensi mengalami kerugian karena tindakan dari penjual atau produsen. Contohnya, barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi atau gambar yang ditampilkan oleh penjual, atau bahkan barang yang sudah dibayar tidak pernah dikirim. Oleh karena itu, dibutuhkan perlindungan hukum yang kuat untuk memastikan hak-hak konsumen terlindungi dalam transaksi jual beli menggunakan *Facebook*, agar mereka terlindungi dari praktik-praktik curang atau merugikan dari pihak penjual (Aprinelita, 2020).

Dalam melakukan transaksi, terdapat perlindungan hukum yang muncul dari hak dan kewajiban para pihak yang terlibat. Khususnya bagi konsumen, mereka seharusnya memahami hak-hak mereka yang diatur dalam undang-undang perlindungan konsumen. Pengetahuan akan hak-

hak tersebut penting agar konsumen dapat mengupayakan perlindungan yang semestinya diterima ketika melakukan transaksi. Hak-hak konsumen terdapat di dalam “Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen”, yaitu sebagai berikut:

1. Hak untuk merasa nyaman, aman, dan terlindungi saat menggunakan barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta menerima mereka sesuai dengan nilai tukar, kondisi, dan jaminan yang dijanjikan;
3. Hak atas informasi yang akurat, jelas, dan jujur tentang kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. Hak untuk mengemukakan pendapat dan keluhan mengenai barang dan/atau jasa yang digunakan;
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen yang adil;
6. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan edukasi sebagai konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan dengan benar, jujur, dan tanpa diskriminasi saat dilayani;
8. Hak untuk menerima kompensasi, ganti rugi, atau penggantian jika barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau standar yang seharusnya;
9. Hak-hak yang diatur dalam peraturan perundang-undangan lainnya.

Selanjutnya, “Pasal 1 Ayat (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen” menyebutkan bahwa “Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui

perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”. Kewajiban pelaku usaha tertuang di dalam “Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK)”, diantaranya:

- a. Bertindak dengan niat baik dalam menjalankan kegiatan usaha.
- b. Menyampaikan informasi yang akurat, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, serta memberikan penjelasan mengenai penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaannya.
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen dengan cara yang benar, jujur, dan tidak mendiskriminasi.
- d. Menjamin kualitas barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan sesuai dengan standar mutu yang berlaku.
- e. Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu, serta memberikan jaminan atau garansi atas barang yang diproduksi dan/atau diperdagangkan.
- f. Memberikan kompensasi, ganti rugi, atau penggantian atas kerugian yang timbul akibat penggunaan, pemakaian, atau pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- g. Memberikan kompensasi, ganti rugi, atau penggantian jika barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Aprinelita (2020) menyebutkan bahwa dalam menawarkan produk, pelaku usaha wajib:

1. Memberikan informasi yang jelas dan komprehensif tentang produk yang ditawarkan, untuk menghindari kebingungan konsumen, terutama terkait aspek-aspek dasar seperti kualitas, keaslian, kondisi (baru atau bekas), dan jenis produk. Selain itu,

perlu juga disampaikan informasi tambahan mengenai keunggulan produk tersebut.

2. Mengkomunikasikan informasi tentang produk baru dengan bahasa yang mudah dimengerti.
3. Menyediakan jaminan bahwa produk yang ditawarkan aman atau nyaman digunakan atau dikonsumsi.
4. Menjamin bahwa produk yang ditawarkan sesuai dengan apa yang diiklankan atau dipromosikan oleh pelaku usaha.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengharuskan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang akurat dan jelas mengenai barang dan/atau jasa yang mereka tawarkan, termasuk jaminan dan panduan tentang cara penggunaan, perbaikan, serta pemeliharannya. Ini merupakan aspek yang krusial karena informasi adalah hak konsumen. Ketidaktertiban dalam informasi produk dapat mengakibatkan cacat pada produk yang merugikan konsumen. Penyampaian informasi produk sangat penting agar konsumen tidak salah dalam memanfaatkannya. Informasi yang diberikan kepada konsumen dapat berupa deskripsi, peringatan, atau instruksi (Abdullah & Ramadhan, 2022).

“Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 Pasal 45 Ayat (1)” menyatakan bahwa konsumen yang mengalami kerugian untuk mengajukan tuntutan terhadap pelaku usaha melalui lembaga penyelesaian sengketa konsumen atau ke pengadilan untuk mendapatkan perlindungan hukum atas keluhan mereka. Undang-undang ini diterbitkan sebagai tanggapan terhadap keprihatinan dari sejumlah konsumen. Ada dua cara untuk menyelesaikan sengketa, yakni melalui jalur litigasi (melalui pengadilan) dan non-litigasi (di luar pengadilan). Penyelesaian sengketa non-litigasi dapat berlangsung melalui mediasi, konsiliasi, atau arbitrase (Al Irsyad & Irawan, 2022).

Jika terjadi perselisihan antara konsumen dan penjual, ada beberapa cara penyelesaian sengketa yang dapat digunakan, seperti

mediasi, arbitrase, atau melibatkan lembaga perlindungan konsumen yang ditunjuk pemerintah. Langkah pertama yang disarankan adalah mencoba menyelesaikan sengketa secara langsung antara pembeli dan penjual melalui komunikasi. Jika negosiasi langsung tidak berhasil, mediasi bisa menjadi pilihan dengan melibatkan mediator netral sebagai pihak ketiga. Mediator akan memfasilitasi dialog dan membantu mencapai solusi yang diterima oleh kedua belah pihak. Mediasi adalah proses sukarela, dimana keputusan akhir tetap ditentukan oleh pembeli dan penjual (Pranata, 2023).

Jika sengketa melibatkan pelanggaran hak konsumen, konsumen dapat mengajukan pengaduan ke lembaga perlindungan konsumen yang berwenang seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). BPSK adalah salah satu lembaga yang bertanggung jawab atas penyelesaian sengketa konsumen. Namun, jika semua upaya penyelesaian tersebut tidak berhasil, konsumen dapat memilih untuk membawa sengketa ke pengadilan (Pranata, 2023).

Pada kasus penipuan online, meskipun “Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)” belum mengatur secara khusus mengenai tindak pidana penipuan yang dilakukan secara online. Namun, terdapat perbuatan yang dilarang dalam “UU ITE”, salah satunya yaitu tertuang dalam “pasal 28 ayat (1)” disebutkan bahwa “Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik”. Selanjutnya ditegaskan dalam “pasal 45A ayat (1)” yang berbunyi “Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud dalam “Pasal 28 ayat (1)” dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)”.

IV. KESIMPULAN

Transaksi jual beli online melalui media sosial semakin marak dan diminati karena kemudahan serta efisiensinya. Namun, konsumen seringkali menghadapi risiko seperti penipuan, barang yang tidak sesuai pesanan, atau barang tidak dikirimkan. Oleh karena itu, perlindungan hukum bagi konsumen dalam bertransaksi online sangat diperlukan. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dapat menjadi payung hukum yang melindungi hak-hak konsumen saat berbelanja online serta memberikan rasa aman terhadap konsumen dalam melakukan transaksi online melalui media sosial. Jika konsumen menjadi korban penipuan, maka dapat melaporkan kasus tersebut ke Kepolisian Resor (POLRES) terdekat untuk memproses tindak pidana penipuan yang dialaminya. Upaya hukum konsumen ketika mengalami kerugian dalam melakukan transaksi jual beli online dapat ditempuh melalui jalur litigasi dan non litigasi, jalur litigasi adalah mengajukan gugatan ke Pengadilan Negeri sedangkan jalur non litigasi melalui badan penyelesaian sengketa seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada bapak Deden Firman Fauzi, S.H., M.H., selaku dosen fasilitator dalam proses penulisan penelitian ini atas bimbingan, arahan, saran, dan motivasi yang telah diberikan selama proses penelitian ini. Tidak lupa juga penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada bapak Mohammad Alvi Pratama, S.Fil., M.Phil. selaku dosen pengampu mata kuliah Metode Penelitian dan Teknik Penulisan Hukum yang telah memberikan edukasi mengenai penulisan yang baik dan benar.

DAFTAR REFERENSI

- Abdullah, A., & Ramadhan, A. (2022). Kepastian Hukum Terhadap Hak Konsumen Di Era Digital Pada Transaksi Jual Beli Online (Studi Kasus Pada Onlineshop Hadia Collection) (Vol. 4).
- Al Irsyad, R. I. H. R., & Irawan, A. D. (2022). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Jual Beli Online Atas Barang Tidak Sesuai.
- Aprinelita. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Online Melalui Facebook Berdasarkan Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
- Fitriani, N. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Transaksi Jual Beli Online Dalam Hal Terjadinya Kerugian.
- Haryani Putri, A., & Endang Hadrian. (2022). Perlindungan Hukum Bagi Korban Penipuan Jual Beli Online. *KRTHA BHAYANGKARA*, 16(1), 131–138. <https://doi.org/10.31599/krtha.v16i1.1018>
- Kamran, M., & Maskun. (2011). Penipuan Dalam Jual Beli Online: Perspektif Hukum Telematika. *Jurnal Dinamika Hukum*, 11(2). <https://doi.org/10.20884/1.jdh.2011.11.2.185>
- Pranata, S. P. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui Sosial Media. *Dalam Realism: Law Review* (Vol. 1).
- Sinaga, O. P., Herlina, N., & Manik, H. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui Media Facebook. <http://online-journal.unja.ac.id/zaaken>
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008