

## PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI PADA MARKETPLACE FACEBOOK DI KOTA SORONG

Rafly Saputra Pattisahusiwa <sup>1)</sup>, Akhmad Faqih <sup>2)</sup>, Masrifatun Mahmudah <sup>3)</sup>

<sup>1)2)3)</sup> Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Muhammadiyah Sorong

### Correspondence

Email: raflysaputra586@gmail.com

No. Telp:

Submitted 28 September 2024

Accepted 3 Oktober 2024

Published 4 Oktober 2024

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk Menganalisis perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam transaksi jual beli di *Marketplace* Facebook berdasarkan KUHPperdata. Dan Menyusun mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif untuk kasus ketidaksesuaian barang dalam transaksi di *Marketplace* Facebook, guna melindungi hak-hak konsumen. Penelitian ini merupakan penelitian normatif dengan menggunakan pendekatan perundang – perundangan. Sumber data dalam penelitian ini berupa data sekunder dan terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Data diperoleh dengan teknik Studi kepustakaan dan analisis secara deksriptif analitis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) konsumen yang melakukan transaksi jual beli melalui fitur Marketplace di aplikasi Facebook memiliki perlindungan hukum yang kuat berdasarkan KUHPperdata, Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), dan UU ITE. Pasal-pasal dalam KUHPperdata mengatur kewajiban penjual untuk menyerahkan barang yang sesuai dengan deskripsi dan memberikan jaminan atas barang yang dijual, serta syarat sahnya perjanjian. Perlindungan ini diperkuat dengan jaminan hak konsumen atas informasi dan kompensasi dari UUPK, serta keamanan transaksi dari UU ITE. Jika terjadi wanprestasi, (2) konsumen memiliki hak untuk menuntut penjual melalui jalur litigasi yang memberikan kepastian hukum, meskipun prosesnya panjang dan mahal, atau melalui jalur non-litigasi yang lebih cepat dan efisien, seperti ADR, ODR, negosiasi langsung, dan mediasi.

**Kata kunci:** Perlindungan Konsumen, KUHPperdata, UUPK, UU ITE, *Marketplace* Facebook, Litigasi, Non-Litigasi, ADR, ODR, Mediasi, Negosiasi

### Pendahuluan

Suatu perjanjian dapat dikatakan sah pada dasarnya mengacu pada persyaratan yang terdapat di KUHPperdata pasal 1320 yang menyebutkan bahwa syarat sahnya suatu perjanjian yaitu kesepakatan para pihak, kecakapan untuk membuat suatu perikatan, suatu hal tertentu, dan suatu sebab yang halal dapat diterapkan untuk menentukan keabsahan perjanjian jual beli (KUHP Pasal 1320). Adanya suatu perjanjian dalam pelaksanaan jual beli nyatanya syarat tersebut tidak terpenuhi secara utuh, terutama dalam hal kecakapan, karena sulit untuk mengetahui apakah para pihak dalam jual-beli tersebut terutama *customer* sudah berwenang untuk melakukan suatu perbuatan hukum tidak merugikan bagi kedua belah pihak, maka transaksi dianggap sah karena hak dan kewajiban penjual dan pembeli telah terpenuhi (Panrizki, 2022).

Seperti kita ketahui, jual beli adalah salah satu bentuk kegiatan ekonomi yang pada dasarnya adalah saling tolong-menolong antar manusia dan telah diatur oleh hukum. Dalam Pasal 1457 KUH Perdata, dijelaskan bahwa jual beli adalah suatu perjanjian di mana satu pihak mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak lainnya membayar harga yang telah disepakati (Undang-Undang KUHP Pasal 1457). Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) di Indonesia sangat penting dalam mengatur transaksi di marketplace, memberikan perlindungan bagi konsumen dan menegakkan tanggung jawab penjual. UU ITE memastikan bahwa konsumen mendapatkan informasi yang akurat dan jujur mengenai produk yang ditawarkan, serta menjaga kerahasiaan data pribadi mereka (UU No. 11 Tahun 2008).

Perlindungan hukum bagi transaksi jual beli di marketplace di Indonesia diatur melalui berbagai peraturan, termasuk Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Kedua undang-undang ini memastikan bahwa konsumen mendapatkan informasi yang akurat dan jujur mengenai produk, serta menjaga kerahasiaan data pribadi mereka. Meskipun telah memiliki dasar hukum yang melindungi kepentingan-kepentingan pihak yang melakukan transaksi jual beli secara *online*, berdasarkan fakta lapangan masih ditemukan permasalahan yang terjadi antara penjual dan pembeli secara *online* khususnya melalui *marketplace* facebook di kota sorong. Permasalahan yang banyak ditemukan adalah masalah jual beli online pakaian dan aksesoris pria/wanita yaitu barang yang di beli tidak sesuai dengan deskripsi atau foto yang di tampilkan oleh penjual.

Berdasarkan data dari Napoleon Cat, pada Oktober 2023, terdapat 198,3 juta pengguna Facebook di Indonesia. Angka ini mencakup sekitar 70% dari total populasi negara. Mayoritas pengguna Facebook di Indonesia berasal dari kelompok usia generasi Z. Pengguna Facebook di Indonesia yang berusia 18-24 tahun berjumlah 63,7 juta orang, atau 32,1% dari total pengguna di dalam negeri. Untuk pengguna termuda, dari rentang usia 13-17 tahun, tercatat ada 16,2 juta pengguna (8,2%). Selain itu, terdapat sekitar 61,3 juta pengguna Facebook dari kelompok usia 25-34 tahun (30,9%). Kelompok usia 35-44 tahun memiliki 34 juta pengguna atau 17,1%, disusul oleh kelompok usia 45-54 tahun dengan 14,6 juta pengguna (7,4%), dan kelompok usia 55-64 tahun yang berjumlah 4,8 juta pengguna (2,4%). Pengguna paling sedikit adalah dari kelompok usia 65 tahun ke atas, dengan 3,7 juta pengguna (1,9%). Sebagian besar pengguna Facebook di dalam negeri adalah laki-laki, yaitu 51,7%, sementara perempuan sebanyak 48,3% (Muhamad, 2023).

Dalam survei yang melibatkan 163 responden di Kota Sorong, Papua Barat Daya, ditemukan bahwa 65,6% responden mengalami ketidaksesuaian barang dengan deskripsi atau foto yang tercantum pada marketplace Facebook. Ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen menghadapi masalah ketika membeli barang melalui platform ini, yang dapat mencakup perbedaan dalam kualitas, ukuran, warna, atau kondisi barang dibandingkan dengan apa yang diiklankan. Temuan ini menyoroti perlunya tindakan lebih lanjut untuk meningkatkan transparansi dan keandalan informasi produk di *marketplace*, serta memastikan perlindungan konsumen yang lebih baik. Oleh karena itu, sangat penting bagi pembeli atau konsumen untuk mendapatkan perlindungan yang memadai saat melakukan transaksi jual beli, terutama dalam konteks perdagangan online melalui marketplace facebook.

Penelitian ini penting untuk memahami sejauh perlindungan hukum dalam transaksi jual beli di marketplace Facebook pada Kota Sorong. Melalui penelitian ini, diharapkan akan ditemukan solusi yang konkret dan aplikatif untuk meningkatkan keamanan dan keadilan dalam transaksi online di Kota Sorong. Maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis perlindungan hukum konsumen dan menyusun mekanisme penyelesaian sengketa.

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas maka penulis akan melakukan penelitian tentang “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Pada Marketplace Facebook Di Kota Sorong”

### Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian normatif, yaitu penelitian yang mengkaji studi dokumen menggunakan berbagai data sekunder seperti, peraturan perundang undangan, teori hukum, dan pendapat para ahli.

Berdasarkan objek yang digunakan maka penelitian ini adalah penelitian Normatif yaitu mengkaji kaidah-kaidah hukum dan teori hukum yang menjelaskan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli di marketplace Facebook. Sifat penelitian ini

bersifat deskriptif analitis merupakan suatu penelitian yang menggambarkan, menelaah, menjelaskan, dan menganalisis suatu peraturan hukum.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berupa : 1) bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan yang diurutkan berdasarkan hierarki peraturan perundang-undangan seperti peraturan yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu undang-undang KUHPerdara tentang perjanjian, jual beli, yang terdapat dalam pasal 1320-1342, 1457-1540. Serta UUPK No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik: UU ITE 2008. serta Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE). 2) Bahan hukum sekunder berupa buku-buku rujukan yang sesuai dan relevan, hasil karya tulis ilmiah baik itu jurnal maupun artikel. 3) Bahan hukum Tersier berupa internet.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan (*Library Research*). Untuk menganalisis data yang diperoleh, akan menggunakan analisis normatif. Metode analisis normatif adalah cara untuk menafsirkan dan membahas hasil penelitian dengan berdasarkan pada pemahaman hukum, aturan hukum, teori-teori hukum, dan prinsip-prinsip yang terkait dengan masalah yang dibahas.

## Hasil dan Pembahasan

### 1. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen yang Melakukan Transaksi Jual Beli Melalui Fitur *Marketplace* Di Aplikasi Facebook Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Dalam transaksi jual beli melalui fitur *Marketplace* di Facebook, konsumen sering kali menghadapi masalah seperti barang yang tidak sesuai dengan deskripsi, barang rusak, atau bahkan penipuan. Untuk menghadapi situasi ini, konsumen di Indonesia dapat menggunakan dasar-dasar perlindungan hukum yang ada dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdara). Pasal 1457 KUHPerdara menjelaskan bahwa jual beli adalah suatu perjanjian di mana penjual mengikatkan diri untuk menyerahkan suatu barang, dan pembeli mengikatkan diri untuk membayar harga barang tersebut (Yustisia, 2019).

Sedangkan dalam Pasal 1491 KUHPerdara menjelaskan bahwa penjual wajib memberikan jaminan atau garansi atas barang yang dijual, termasuk jaminan bahwa barang bebas dari cacat tersembunyi dan tidak ada gangguan dari pihak ketiga yang dapat mengganggu hak pembeli (Yustisia, 2019). Hal ini berarti penjual harus memastikan bahwa barang yang dijual tidak hanya sesuai spesifikasi, tetapi juga bebas dari masalah hukum atau kepemilikan. Di *Marketplace* Facebook, hal ini dapat mencakup barang yang tidak ilegal atau tidak dalam sengketa, sehingga pembeli dapat menggunakan barang tersebut dengan aman tanpa adanya klaim dari pihak lain.

Dalam konteks perlindungan hukum konsumen, Pasal 1457, pasal 1474, dan pasal 1491 KUH Perdata berfungsi sebagai landasan utama dalam memberikan hak-hak kepada pembeli di *Marketplace* Facebook. Konsumen, sebagai pihak yang membeli barang, memiliki hak untuk mendapatkan barang yang sesuai dengan deskripsi yang telah dijanjikan oleh penjual. Pasal 1320 KUHPerdara telah mengatur bahwa suatu perjanjian, termasuk perjanjian jual beli yang dilakukan di *marketplace* dapat dianggap sah apabila memenuhi empat syarat berikut:

#### a. Kesepakatan Antar Para Pihak

Dalam Kesepakatan menunjukkan adanya kehendak dan persetujuan dari kedua pihak untuk membuat perjanjian. Seperti yang ditegaskan dalam Pasal 1321 KUH Perdata,

bahwa persetujuan tidak memiliki kekuatan apabila diberikan karena kekeliruan atau diperoleh melalui paksaan atau penipuan (Gumanti, 2012).

b. Kesepakatan Untuk Membuat Perjanjian

Pasal 1330 KUH Perdata mengatur bahwa yang tidak berwenang untuk membuat perjanjian adalah anak di bawah umur, orang yang berada di bawah pengampuan, serta perempuan yang telah menikah dalam kondisi yang diatur oleh undang-undang, dan secara umum semua individu yang oleh undang-undang dilarang membuat perjanjian tertentu (Gumanti, 2012).

c. Suatu Hal tertentu

Menurut Pasal 1234 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata), "suatu hal tertentu" dalam syarat sah perjanjian adalah objek yang harus dipenuhi dalam perjanjian, yaitu prestasi. Prestasi tersebut dapat berupa memberikan sesuatu, melakukan suatu tindakan, atau menahan diri untuk tidak melakukan sesuatu (Gumanti, 2012).

d. Sebab Yang Halal

Sebab dari perjanjian Menurut Pasal 1337 KUH Perdata, suatu sebab dianggap terlarang jika bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan, atau ketertiban umum (Gumanti, 2012). contohnya Bertentangan dengan undang-undang Seseorang membuat perjanjian untuk menjual minuman keras kepada anak di bawah umur.

Pada transaksi di *Marketplace* Facebook, prinsip ini tetap berlaku, meskipun dilakukan secara online. Transaksi di marketplace tersebut adalah bentuk jual beli yang diatur oleh hukum perdata, dan apabila salah satu pihak gagal memenuhi kewajibannya, maka dapat terjadi wanprestasi. Wanprestasi berasal dari bahasa Belanda yang berarti prestasi yang buruk. Wanprestasi memiliki hubungan erat dengan somasi. Wanprestasi terjadi ketika seseorang tidak memenuhi atau lalai menjalankan kewajibannya sesuai dengan ketentuan dalam perjanjian antara kreditur dan debitur (Subekti, 1991).

Wanprestasi, menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), merujuk pada keadaan di mana salah satu pihak dalam perjanjian tidak memenuhi kewajibannya sesuai dengan yang telah disepakati. Pasal 1238 KUHPerdata menyatakan bahwa debitur dikatakan wanprestasi jika ia tidak memenuhi prestasi pada waktu yang ditentukan dalam perjanjian, atau jika ia lalai dalam menjalankan kewajibannya. Pasal 1460 KUHPerdata menyatakan bahwa risiko barang beralih kepada pembeli sejak barang tersebut dijual, bahkan jika barang tersebut belum diserahkan kepada pembeli meskipun barang tersebut belum diserahkan (Subekti, 1991).

Dalam konteks jual beli online seperti di *Marketplace* Facebook, aturan ini menegaskan bahwa begitu konsumen setuju untuk membeli barang dan harga telah disepakati, risiko terhadap kerusakan atau kehilangan barang mulai dialihkan kepada pembeli. Namun, dalam praktiknya, Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dapat memodifikasi pengalihan risiko ini. Misalnya, jika barang tidak sesuai deskripsi atau rusak akibat kelalaian penjual atau pengirim, pembeli tetap memiliki hak untuk mendapatkan ganti rugi. Di platform seperti *Marketplace* Facebook, hal ini sering menjadi masalah ketika barang tidak sampai dalam kondisi yang baik. Oleh karena itu, meskipun Pasal 1460 KUH Perdata mengatur bahwa risiko beralih pada pembeli, perlindungan konsumen tetap berlaku, dan penjual bisa dimintai tanggung jawab jika ada unsur kelalaian atau pelanggaran terhadap hak-hak konsumen.

KUHPerdata memberikan perlindungan yang cukup jelas bagi konsumen yang melakukan transaksi jual beli, termasuk di *Marketplace Facebook*. Pasal-pasal dalam KUHPerdata mengatur hak dan kewajiban penjual dan pembeli, serta memberikan dasar hukum bagi konsumen untuk menuntut hak mereka jika terjadi pelanggaran perjanjian atau penipuan. Namun, Dalam Pelaksanaannya meskipun sudah di perjanjikan, namun si penjual tidak dapat melaksanakan perjanjiannya sebagaimana mestinya. Jika terjadi permasalahan dalam transaksi jual beli di *marketplace Facebook*, Khususnya Terkait dengan wanprestasi, jika dalam wanprestasi tersebut terdapat unsur penipuan atau kecurangan (*fraud*) yang disengaja, maka persoalan dapat masuk ke ranah hukum pidana.

Selain diatur dalam KUHPerdata dan KUHPidana, perlindungan bagi pembeli di *marketplace* yang menjadi korban penipuan juga sudah diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), konsumen yang bertransaksi di *marketplace Facebook* memiliki sejumlah hak yang dijamin, antara lain: Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan; Hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur; serta Hak atas kompensasi, ganti rugi, atau penggantian.

Jika dalam transaksi di *marketplace Facebook* terjadi pelanggaran terhadap hak-hak tersebut misalnya, barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi atau mengalami cacat, konsumen berhak menuntut penjual untuk memenuhi kewajiban sesuai dengan apa yang dijanjikan atau mengajukan kompensasi dan ganti rugi. Jika penjual di *marketplace Facebook* tidak memenuhi kewajiban ini misalnya dengan memberikan informasi yang tidak akurat atau barang cacat konsumen dapat menuntut berdasarkan ketentuan ini. Penjual juga diwajibkan untuk memberikan kompensasi, baik berupa ganti rugi, penggantian barang, maupun pengembalian uang. Menurut KUHPidana, penipuan diatur dalam Pasal 378 yang menyatakan bahwa barang siapa dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum dengan memakai nama palsu, martabat palsu, tipu muslihat, atau rangkaian kebohongan, dapat diancam dengan pidana penjara paling lama 4 tahun.

Selain Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), transaksi online di *marketplace* seperti Facebook juga mendapatkan perlindungan melalui Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). UU ITE berperan penting dalam menjaga keamanan transaksi online dengan melindungi konsumen dari penipuan yang sering terjadi di dunia digital. Undang-undang ini mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang akurat, jujur, dan transparan mengenai barang atau jasa yang mereka tawarkan. Dengan demikian, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan barang yang sesuai dengan deskripsi dan tidak tertipu oleh informasi yang menyesatkan.

Jika terjadi pelanggaran, seperti penipuan atau pelanggaran privasi data, UU ITE menyediakan Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik “Setiap Orang dengan sengaja, dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik” (Humas Polda Jateng, 2023). Sebagai landasan hukum yang kuat bagi konsumen untuk menuntut pertanggungjawaban dari pelaku usaha. Misalnya, jika penjual di *marketplace Facebook* memberikan informasi palsu mengenai produk yang dijual atau menyalahgunakan data konsumen, konsumen dapat mengajukan tuntutan berdasarkan ketentuan yang ada di UU ITE. Dengan adanya undang-undang ini, konsumen mendapatkan

perlindungan yang lebih menyeluruh dalam bertransaksi online, sehingga hak-hak mereka tetap terjamin, dan pelanggaran yang merugikan konsumen dapat diproses secara hukum.

Dengan demikian, dalam permasalahan transaksi di *marketplace* Facebook, konsumen dilindungi oleh berbagai ketentuan dalam UUPK yang mengatur hak-hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, serta sanksi jika pelaku usaha melanggar aturan.

## **2. Metode Penyelesaian Kasus Perlindungan Konsumen Terhadap Jual beli yang Tidak Sesuai Dengan Barang Yang Dibeli Melalui Fitur *Marketplace* Facebook**

Metode penyelesaian kasus perlindungan konsumen terkait jual beli yang tidak sesuai dengan barang yang dibeli melalui fitur *Marketplace* Facebook dapat ditempuh melalui dua jalur utama: litigasi (jalur pengadilan) dan non-litigasi (jalur di luar pengadilan). Berikut penjelasan mengenai masing-masing jalur tersebut:

### **a. Penyelesaian Sengketa Melalui Litigasi**

Litigasi adalah proses penyelesaian sengketa yang dilakukan melalui pengadilan, di mana kedua belah pihak yang bersengketa (konsumen dan penjual) akan menyampaikan argumen, bukti, dan pembelaan mereka di hadapan hakim. Dalam konteks kasus penipuan atau barang yang tidak sesuai di *Marketplace* Facebook, litigasi melibatkan langkah-langkah formal yang diatur oleh hukum. Langkah-langkah penyelesaian sengketa melalui litigasi adalah sebagai berikut:

#### **1) Gugatan Perdata**

Konsumen dapat mengambil jalur hukum dengan mengajukan gugatan perdata berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK). Gugatan tersebut dapat diajukan ke pengadilan negeri di wilayah konsumen, dengan dasar pelanggaran hak-hak konsumen, seperti : Barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau deskripsi, atau pelanggaran terhadap hak untuk mendapatkan informasi yang benar dan jujur.

Gugatan tersebut dapat diajukan ke pengadilan negeri di wilayah konsumen, dengan dasar pelanggaran hak-hak konsumen, dengan prosedur pengajuan gugatan, proses persidangan, putusan pengadilan, dan eksekusi putusan.

#### **2) Penegakan Hukum Pidana (Jika Ada Unsur Penipuan)**

Jika dalam proses transaksi jual beli di *Marketplace* Facebook terbukti ada unsur penipuan (misalnya penjual sengaja menjual barang yang tidak ada atau menipu konsumen dengan barang palsu), maka kasus tersebut dapat dibawa ke ranah hukum pidana. Berdasarkan Pasal 378 KUHP, penipuan adalah tindakan yang dilakukan dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum, dengan cara menggunakan nama palsu atau tipu muslihat.

Jika konsumen merasa ditipu, mereka bisa melaporkan kasusnya ke pihak kepolisian dengan membawa bukti-bukti seperti:

- 1) Bukti Komunikasi dengan Penjual.
- 2) Bukti pembayaran dan barang yang tidak sesuai.
- 3) Dokumen transaksi lainnya.

Penjual yang terbukti melakukan penipuan dapat dijatuhi hukuman pidana berupa penjara hingga 4 tahun atau denda sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

#### **3) Kelebihan dan Kekurangan Litigasi**

##### **a) Kelebihan:**

- Keputusan pengadilan bersifat final dan mengikat, sehingga memberikan kepastian hukum bagi konsumen.
- Jika konsumen menang, penjual diwajibkan secara hukum untuk memberikan ganti rugi atau kompensasi.

b) Kekurangan:

- Proses litigasi seringkali memakan waktu yang lama dan biaya yang tinggi.
- Prosesnya formal dan membutuhkan pemahaman hukum yang mendalam, sehingga biasanya melibatkan pengacara.
- Tidak semua konsumen mau atau mampu menjalani proses hukum yang panjang dan melelahkan.

b. Penyelesaian Sengketa Melalui Non-Litigas

Non-litigasi adalah proses penyelesaian sengketa yang dilakukan di luar pengadilan. Proses ini cenderung lebih sederhana, cepat, dan tidak terlalu formal dibandingkan litigasi. Non-litigasi menekankan pada penyelesaian damai antara kedua pihak yang bersengketa. Metode penyelesaian sengketa melalui non-litigasi meliputi:

1) *Alternative Dispute Resolution* (ADR)

ADR (*Alternative Dispute Resolution*) adalah alternatif menarik dibandingkan litigasi untuk menyelesaikan sengketa dalam transaksi konsumen, baik *offline* maupun *online*, karena lebih hemat biaya, menawarkan penyelesaian yang lebih cepat, dan memberikan fleksibilitas dalam kompensasi. ADR memiliki daya tarik khusus dalam dunia internet, di mana transaksi *e-commerce* biasanya berlangsung cepat, sehingga harapannya sengketa dapat diselesaikan dengan cepat pula. Banyak perselisihan yang mungkin timbul dalam transaksi konsumen online dapat diatasi dengan ADR, memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak. Bentuk-bentuk ADR dapat dikelompokkan menjadi dua: Pertama, alternatif dari adjudikasi yang mencakup "negosiasi" dan "mediasi". Kedua, alternatif dari litigasi yang mencakup "negosiasi", "mediasi", dan "arbitrase" (Barkatullah, 2020).

Dalam sengketa konsumen di *Marketplace* Facebook, ADR menjadi pilihan yang efektif untuk menangani masalah seperti ketidaksesuaian barang, penipuan, atau pelanggaran kontrak yang sering terjadi dalam transaksi online. ADR melibatkan metode seperti negosiasi, mediasi, atau arbitrase, di mana pihak-pihak yang bersengketa dapat mencari kesepakatan bersama dengan bantuan pihak ketiga yang netral, tanpa harus menempuh proses peradilan yang panjang dan kompleks. Penerapan ADR dalam kasus konsumen di *marketplace*, seperti Facebook, membantu konsumen menghindari kerugian waktu dan biaya yang lebih besar jika mereka harus membawa masalah ke pengadilan.

Dalam kasus sengketa di *Marketplace* Facebook, konsumen dapat mengajukan masalah ke lembaga seperti BPSK atau mencari penyelesaian langsung dengan penjual melalui mediasi. Dengan adanya ADR, konsumen memiliki alternatif yang lebih praktis untuk memperoleh penyelesaian yang adil dan efisien, yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan terhadap transaksi online di *marketplace*.

2) *Online Dispute Resolution* (ODR)

Dalam penyelesaian sengketa *e-commerce* lintas negara, terutama untuk sengketa dengan nilai kecil, dapat diselesaikan di forum yang sesuai bagi konsumen dan pelaku usaha melalui "Online Dispute Resolution (ODR)" atau "ADR Online." Metode ini menjadi cara praktis untuk memberikan solusi yang tepat, terjangkau, dan efektif bagi

konsumen, sekaligus mengurangi perlunya menuntut perkara di negara asing (Barkatullah, 2020).

Keuntungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* yang menyelesaikan sengketa melalui ODR antara lain: Pertama, penghematan waktu dan biaya. Kedua, biasanya, biaya penyelesaian sengketa perdata terdiri dari biaya lembaga penyelesaian sengketa, biaya pihak netral, dan biaya para pihak, termasuk biaya hukum. Ketiga, pengguna internet merasa lebih nyaman menghadapi proses ini karena mereka dapat dengan mudah memantau dan menanggapi apa yang terjadi selama proses berlangsung. Keempat, jika para pihak tidak ingin bertemu secara langsung, mereka dapat menghindari pertemuan tatap muka dengan lawannya.

Pada Konteks *Marketplace* Facebook, ODR menjadi solusi yang relevan karena transaksi terjadi secara *online*, sehingga penyelesaian sengketanya juga bisa dilakukan secara *online* tanpa perlu bertemu langsung. ODR memungkinkan konsumen yang merasa dirugikan untuk mengajukan keluhan dan berkomunikasi dengan penjual melalui platform digital, dengan bantuan pihak ketiga seperti mediator atau arbitrator. Hal ini mempermudah proses penyelesaian sengketa, terutama bagi konsumen yang tidak memiliki akses mudah ke pengadilan atau lembaga formal lainnya.

Penerapan ODR dalam kasus konsumen di *Marketplace* Facebook membawa banyak keuntungan, terutama dari segi efisiensi dan biaya. Konsumen dapat mengajukan klaim secara cepat dan transparan, tanpa harus melalui proses pengadilan yang rumit dan memakan waktu. Banyak platform *e-commerce* besar, termasuk Facebook *Marketplace*, sudah mulai menerapkan mekanisme ODR untuk menangani keluhan konsumen. Dengan ODR, konsumen yang mengalami masalah seperti barang yang tidak sesuai atau penipuan dapat mendapatkan solusi yang lebih cepat dan efektif.

### 3) Penyelesaian Sengketa Konsumen Pergantian Kerugian Secara Langsung

Salah satu alternatif penyelesaian sengketa konsumen adalah melalui jalur non litigasi yaitu melalui forum musyawarah antara pelaku usaha dengan konsumen yang untuk mencapai kesepakatan hal ini berdasarkan pasal 45 ayat 2 UUPK yaitu: 1) Ketentuan pada pasal 45 ayat 2 UUPK ini memungkinkan konsumen langsung bernegosiasi dengan pelaku usaha sehingga sengketa konsumen ini dapat diselesaikan antara kedua belah pihak saja dengan jalan damai. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan ini adalah ketika konsumen menuntut pergantian kerugian secara langsung kepada pelaku usaha dengan jalan damai. 2) Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa". Menurut penjelasan undang-undang ini, ayat 2 menjelaskan bahwa "Penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud dalam ayat ini tidak menghalangi kemungkinan tercapainya penyelesaian damai antara pihak-pihak yang bersengketa. Pada setiap tahap diusahakan untuk menggunakan penyelesaian damai oleh kedua belah pihak yang bersengketa.

Adapun yang dimaksud dengan penyelesaian secara damai adalah penyelesaian yang dilakukan oleh kedua belah pihak yang bersengketa (pelaku usaha dan konsumen) tanpa melalui pengadilan atau Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dan tidak bertentangan dengan undang-undang ini (Muthiah, 2018).

Penyelesaian sengketa konsumen melalui penggantian kerugian secara langsung di marketplace Facebook merupakan proses yang mengutamakan kecepatan dan efisiensi dalam menyelesaikan masalah antara pembeli dan penjual. Dalam konteks ini, konsumen memiliki

hak untuk mengajukan tuntutan ganti rugi jika barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Namun, tantangan yang dihadapi dalam penyelesaian sengketa ini termasuk ketidakpastian dalam hasil negosiasi dan potensi ketidakpuasan dari kedua belah pihak. Selain itu, banyak pelaku usaha yang mungkin tidak sepenuhnya memahami tanggung jawab mereka terkait penggantian kerugian, yang dapat menyebabkan sengketa lebih lanjut.

Meskipun marketplace Facebook menyediakan platform untuk interaksi, tidak adanya regulasi yang ketat dapat mengakibatkan konsumen merasa dirugikan. Oleh karena itu, penting bagi konsumen untuk memahami hak-hak mereka dan pelaku usaha untuk memiliki pengetahuan yang cukup mengenai kewajiban mereka, agar proses penyelesaian sengketa dapat berlangsung dengan baik dan memberikan kepuasan bagi semua pihak yang terlibat.

#### 4) Negosiasi Langsung

Konsumen dan penjual dapat mencoba menyelesaikan masalah melalui komunikasi langsung. Konsumen dapat meminta pengembalian dana, penggantian barang, atau solusi lain yang disepakati bersama. Negosiasi ini seringkali dilakukan secara informal melalui pesan atau email di platform Facebook *Marketplace*. Hasilnya sangat bergantung pada kesediaan kedua pihak untuk berkompromi. Keuntungan dari negosiasi langsung adalah prosesnya cepat dan biaya yang dibutuhkan minimal. Namun, kelemahannya adalah penjual tidak selalu bersedia menanggapi atau memberikan solusi

Langkah pertama yang harus dilakukan konsumen jika mendapati barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi atau foto adalah berkomunikasi langsung dengan penjual. Proses ini dapat dilakukan melalui fitur pesan di *platform* Facebook untuk:

- Mengajukan komplain terkait perbedaan barang.
- Meminta penggantian barang yang sesuai atau pengembalian dana (*refund*).
- Menyelesaikan masalah secara baik-baik tanpa perlu melibatkan pihak ketiga.

#### 5) Mediasi

Jika negosiasi langsung tidak berhasil, konsumen dapat meminta bantuan mediator. Mediator adalah pihak ketiga yang netral dan bertugas membantu kedua pihak mencapai kesepakatan. Mediator tidak memiliki kewenangan untuk memutuskan perkara, tetapi bertindak sebagai fasilitator untuk memediasi masalah. Mediasi dapat dilakukan oleh lembaga perlindungan konsumen atau organisasi non-pemerintah yang memiliki otoritas dalam menangani sengketa konsumen. Mediasi biasanya dilakukan dengan lebih cepat dibandingkan litigasi, dan solusi yang dihasilkan lebih bersifat kompromi

#### 6) Pelaporan Ke Facebook *Marketplace*

Jika tidak ada solusi yang memuaskan dari penjual, konsumen dapat melaporkan kasus tersebut langsung ke pihak Facebook. Facebook *Marketplace* menyediakan fitur “*Report a Problem*” untuk melaporkan penjual yang dianggap melakukan pelanggaran, seperti: Menjual Barang yang tidak sesuai dengan deskripsi. Serta melakukan penipuan. Facebook dapat melakukan penyelidikan dan mengambil tindakan seperti menonaktifkan akun penjual, menurunkan listing barang, atau melarang penjual berjualan di *Marketplace*.

#### 7) Pengaduan ke Lembaga Perlindungan Konsumen

Jika penyelesaian melalui jalur internal *Platform* Facebook tidak berhasil, konsumen dapat mengajukan pengaduan ke lembaga-lembaga yang berfokus pada perlindungan konsumen, seperti :

- a) Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI): Konsumen dapat mengajukan permasalahan melalui YLKI, yang akan membantu mediasi antara konsumen dan penjual. YLKI juga dapat memberi nasihat hukum bagi konsumen yang dirugikan.
- b) Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK): BPSK adalah lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa konsumen di luar pengadilan dengan cara mediasi, konsiliasi, atau arbitrase. Konsumen dapat mengajukan pengaduan tertulis ke BPSK di daerah tempat tinggal mereka. Jika BPSK memutuskan penjual bersalah, penjual diwajibkan untuk memberikan kompensasi, seperti pengembalian dana atau penggantian barang.
- 8) Langkah-langkah pengaduan
- Ajukan laporan secara tertulis, jelaskan detail masalah dan lampirkan bukti seperti percakapan, foto barang yang tidak sesuai, serta bukti pembayaran.
  - Tunggu proses mediasi atau keputusan BPSK. Jika disepakati, hasil mediasi akan menjadi keputusan final dan mengikat kedua belah pihak.
- 9) Kelebihan dan Kekurangan Non-Litigasi
- a) Kelebihan:
- Proses lebih cepat dan tidak memerlukan biaya yang besar.
  - Konsumen dan penjual memiliki peluang lebih besar untuk mencapai solusi yang bersifat kompromi dan saling menguntungkan.
- b) Kekurangan:
- Hasil dari proses non-litigasi tidak bersifat mengikat seperti putusan pengadilan, sehingga tergantung pada itikad baik kedua belah pihak.
  - Jika penjual tidak bersedia bekerja sama, konsumen mungkin harus kembali ke jalur litigasi untuk mendapatkan keadilan.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dalam transaksi jual beli melalui fitur *Marketplace* di aplikasi Facebook, konsumen memiliki perlindungan hukum yang kuat berdasarkan ketentuan dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPperdata) dan undang-undang lainnya. Pasal-pasal dalam KUHPperdata menetapkan kewajiban penjual untuk menyerahkan barang yang sesuai dengan deskripsi dan dalam kondisi baik, serta memberikan jaminan atas barang yang dijual, serta menjelaskan syarat sahnya perjanjian, seperti kesepakatan, kecakapan para pihak, objek yang tertentu, dan sebab yang halal. Perlindungan konsumen juga dikuatkan oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang menjamin hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar, kenyamanan, serta kompensasi jika terjadi pelanggaran. Selain itu, UU ITE turut serta dalam menjaga keamanan transaksi online dengan mewajibkan penjual untuk memberikan informasi yang akurat dan transparan. Jika terjadi wanprestasi atau penipuan dalam transaksi, konsumen memiliki hak untuk menuntut penjual berdasarkan ketentuan yang ada di KUHPperdata, UUPK, serta UU ITE. Dengan demikian, meskipun ada tantangan dalam transaksi di marketplace, konsumen dilindungi oleh berbagai hukum yang memberikan landasan bagi

mereka untuk menuntut hak-hak mereka dan mempertahankan kepentingan mereka dalam bertransaksi secara online.

2. Metode Penyelesaian kasus perlindungan konsumen terhadap jual beli yang tidak sesuai melalui fitur Marketplace Facebook dapat dilakukan melalui dua jalur: litigasi dan non-litigasi. Untuk Litigasi: Proses ini lebih formal dan melibatkan pengadilan, di mana konsumen dapat mengajukan gugatan berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Meskipun memberikan kepastian hukum dan keputusan yang mengikat, proses ini sering kali panjang, mahal, dan membutuhkan pemahaman hukum yang mendalam. Sedangkan, Non-Litigasi: Pendekatan ini lebih cepat, efisien, dan lebih sedikit biaya. Terdapat berbagai metode seperti ADR, ODR, negosiasi langsung, dan mediasi yang memungkinkan penyelesaian sengketa secara damai. Meskipun hasilnya tidak mengikat, non-litigasi memberikan ruang bagi konsumen dan penjual untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan.

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Bagi Masyarakat
  - a. Pahami Hak dan Kewajiban: Masyarakat perlu memahami hak-hak mereka sebagai konsumen, sesuai dengan KUHPerdata, UUPK, dan UU ITE.
  - b. Verifikasi Penjual: Sebelum melakukan pembelian, masyarakat sebaiknya memverifikasi identitas dan reputasi penjual untuk meminimalisir risiko penipuan.
  - c. Laporkan Pelanggaran: Jika mengalami masalah, masyarakat sebaiknya tidak ragu untuk melaporkan penjual yang melanggar hukum kepada pihak berwenang, seperti Lembaga Perlindungan Konsumen atau pihak kepolisian.
2. Bagi Pengusaha atau Pejual
  - a. Patuhi Aturan Perlindungan Konsumen: Pengusaha harus mematuhi ketentuan hukum terkait perlindungan konsumen, termasuk memberikan informasi yang akurat dan tidak menyesatkan mengenai produk yang dijual.
  - b. Tingkatkan Transparansi: Menyediakan deskripsi produk secara rinci dan jujur, serta memberikan jaminan terhadap produk, akan meningkatkan kepercayaan konsumen dan mengurangi potensi perselisihan.
  - c. Berikan Layanan *Purna Jual* (Layanan Setelah Penjualan): Pengusaha perlu memberikan layanan purna jual yang baik, termasuk menanggapi keluhan konsumen secara cepat dan profesional untuk menjaga reputasi bisnis.
  - d. Manfaatkan Mediasi: Apabila terjadi perselisihan, pengusaha sebaiknya memilih jalur mediasi atau negosiasi untuk menyelesaikan masalah dengan konsumen secara damai dan menghindari kerugian lebih lanjut.
3. Bagi Pemerintah Kota Sorong
  - a. Sosialisasi Perlindungan Konsumen: Pemerintah perlu mengadakan sosialisasi mengenai hak-hak konsumen dan kewajiban penjual, terutama dalam transaksi online agar masyarakat lebih sadar dan berhati-hati dalam bertransaksi.
  - b. Fasilitasi Pengaduan Konsumen: Membentuk pusat pengaduan khusus untuk menangani keluhan konsumen di sektor *e-commerce* dapat mempermudah masyarakat mengakses layanan hukum ketika menghadapi masalah.

- c. Penguatan Regulasi Lokal: Pemerintah daerah dapat merumuskan peraturan daerah yang mendukung dan melengkapi regulasi nasional terkait e-commerce agar perlindungan konsumen di tingkat lokal semakin kuat dan terjamin.

### Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dosen Pembimbing atas bimbingan, arahan, serta saran yang sangat berharga selama proses penyusunan jurnal ini. Penulis juga berterima kasih kepada konsumen dalam transaksi jual beli di marketplace Facebook yang telah memberikan dukungan berupa data dan informasi penting dalam penelitian ini. Tak lupa, penulis menghaturkan terima kasih kepada rekan-rekan dan teman-teman yang selalu memberikan dorongan dan semangat. Ucapan terima kasih yang paling dalam juga penulis tujukan kepada keluarga tercinta yang selalu memberikan doa dan dukungan tanpa henti.

### Referensi

- Barkatullah, H. A. (2020). *Hukum Transaksi Elektronik (Sebagai Pedoman Dalam Menghadapi Era Digital Bisnis E-Commerce di Indonesia)*. Bandung: Nusa Media
- Gumanti, R. Syarat Sahnya Perjanjian (Ditinjau dari KUHPerdota). *Jurnal Pelangi Ilmu*, Vol. 5, No. 1, 2012.
- Humas Polda Jateng. (2023). Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (“UU ITE”) melarang: <https://mediahub.polri.go.id/image/detail/11456-pasal-28-ayat-1-undangundang-nomor-19-tahun-2016-tentang-informasi-dan-transaksi-elektronik-uu-ite-melarang>
- Kitab Undang Undang Hukum Perdata. Buku III Pasal 1320 Tentang Perikatan.
- Muhamad, Nabilah. (2023). Ada 198 Juta Pengguna Facebook di Indonesia, Gen Z Mendominasi. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/9827cd71305d811/ada-198-juta-pengguna-facebook-di-indonesia-gen-z-mendominasi>
- Muthiah, A. (2018). *Hukum Perlindungan Konsumen Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Panrizki, F. (2022). Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Perjanjian Jual-Beli Di E-Commerce Shopee (Studi Kasus di Kota Pekanbaru). *Skripsi Sarjana Pada Fakultas Hukum Universitas Islam Riau Pekanbaru*.
- Pasal 1457 Kitab Undang Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) Indonesia.
- Subekti, R. (2009). *Hukum Perjanjian*. Jakarta: PT Intermasa.
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik: UU ITE 2008
- Yustisia, P.P. (2019). *Kitab Lengkap KUHP, KUHP, KUHD*. Jakarta Selatan: PT. Buku Seru.