

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN YANG
MENGALAMI PENIPUAN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI
ONLINE DI INSTAGRAM**

Skripsi ini Diajukan

Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)

Dalam Ilmu Hukum Ekonomi Syariah



Oleh:

Avrilia Ayu Syadillah

NIM: 18110921

PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

INSTITUT ILMU AL-QUR'AN (11Q) JAKARTA

1443H/2022 M

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN YANG
MENGALAMI PENIPUAN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI
ONLINE DI INSTAGRAM**

Skripsi ini Diajukan

Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)

Dalam Ilmu Hukum Ekonomi Syariah



Oleh:

Avrilia Ayu Syadillah

NIM: 18110921

Dosen Pembimbing:

Siti Widya Umiyati, S.HI., M.H.

PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

INSTITUT ILMU AL-QUR'AN (11Q) JAKARTA

1443H/2022M

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Mengalami Penipuan Dalam Transaksi Jual Beli Online di Instagram” yang disusun oleh Avriia Ayu Syadillah Nomor Induk Mahasiswa 18110921 telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan ke sidang munaqasyah.

Jakarta, 27 Juli 2022

Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Siti' followed by a stylized surname.

Siti Widya Umiyati, S.HI., M.H

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Mengalami Penipuan Dalam Transaksi Jual Beli Online di Instagram*” oleh Avrilia Ayu Syadillah dengan NIM 18110921 telah diajukan pada sidang musaqasyah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Ilmu Al-Qur’an (IIQ) Jakarta Pada tanggal 4 Agustus 2022 skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H).

No.	Nama	Jabatan	TandaTangan
1.	Dra. Muzayanah, M.A	Ketua Sidang	
2.	Dra. Nur Izzah, M.A.	Sekretaris Sidang	
3.	Dr. Romlah Widayati, M.Ag	Penguji 1	
4.	Syafaat Muhari, S.E.Sy, M.E	Penguji II	
5.	Siti Widya Umiyati, S.HI, M.H	Pembimbing	

Tangerang Selatan, 4 Agustus 2022

Mengetahui, Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IIQ Jakarta


Dra. Muzayanah, M.A

PERNYATAAN PENULIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Avrihia Ayu Syadillah

NIM : 18110921

Tempat/Tgl Lahir : Jakarta, 27 April 2000

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul "*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Mengalami Penipuan Dalam Transaksi Jual Beli Online di Instagram*" adalah benar-benar asli karya saya kecuali kutipan-kutipan yang sudah disebutkan. Kesalahan dan kekurangan di dalam karya saya ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Jakarta, 27 Juli 2022

Penulis,



Avrihia Ayu Syadillah

MOTTO

“Pilihan yang kita pilih pada akhirnya adalah tanggung jawab kita sendiri.”

-Penulis-

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan karunia dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Mengalami Penipuan Dalam Transaksi Jual Beli Online di Instagram” shalawat serta salam selalu turunkan kepada tauladan kita, Nabi Muhammad Saw. Semoga kita mendapatkan syafaatnya di akhirat kelak.

Penulis berusaha memberikan yang terbaik dalam penyelesaian skripsi dan semua bisa dilalui berkat bimbingan, motivasi, dan do'a yang tiada hentinya dari orang-orang terdekat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu sepatutnya penulis berterima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Rektor Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta, Ibu Dr. Nadjematul Faizah, S.H., M.Hum beserta stafnya yang telah memberikan fasilitas selama proses belajar mengajar.
2. Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Ibu Dra. Hj. Muzayyanah, M.A. Terima kasih atas bimbingan dan ilmu yang telah ibu berikan kepada penulis selama penulis berkuliah di Institut Ilmu Al-Qur'an.
3. Dosen Pembimbing Skripsi, Ibu Siti Widya Umiyati, S.HI., M.H yang telah membimbing dan mengarahkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas kebaikan, kesabaran, dan semangat yang ibu berikan kepada penulis. Semoga ibu selalu diberikan kesehatan serta keberkahan oleh Allah SWT.
4. Para dosen dan civitas akademika Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta, terima kasih atas jasa bapak dan ibu dalam memberikan wawasan dan pengetahuan dalam bidang ilmu Al-Qur'an

5. Para Instruktur Tahfidz yang senantiasa memotivasi penulis agar tidak lelah dalam menghafal dan memuroja'ah Al-Qur'an.
6. Para Staf Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Prodi Hukum Ekonomi Syariah yang membantu kelancaran akademik penulis
7. Kepala dan Staf Perpustakaan Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta
8. Kepada kedua orang tua tercinta mamah dan ayah, yang selalu memberikan do'a, semangat, dukungan serta pengorbanan kepada penulis, yang tidak bisa penulis balas selain memberikan do'a setiap harinya.
9. Untuk adikku dan sepupuku, terima kasih sudah membantu, mendukung dan menghiburku dari awal perkuliahan hingga saat ditahap mengerjakan skripsi ini
10. Untuk Nada, teman seperbimbinganku terima kasih sudah membantu, mengajari, memberi semangat, berjuang bersama dari proses pengerjaan skripsi hingga skripsi ini selesai.
11. Untuk Cece Nur Hafidzoh, terima kasih telah mendengarkan keluh kesah, memberikan semangat dan selalu meyakinkan penulis ketika penulis merasa tidak mampu menyelesaikan skripsi ini
12. Untuk teman-teman tersayang, Lulu Aliya Ahmad, Ka Isma Aulia, dan Annissa Dwi Fitriani Terima kasih telah banyak membantu, mendengarkan keluh kesah, berjuang bersama, dari mahasiswa baru hingga sampai dititik ini
13. Untuk teman-teman sekelasku "Kelas A HES" yang tidak dapat aku sebutkan satu persatu. Terima kasih atas kebersamaan kalian dari semester satu hingga semester akhir selalu memberikan dampak positif, memberikan kebahagiaan disetiap langkah penulis menempuh pembelajaran di kampus, terima kasih sudah membantu, mengajari sekaligus menjadi saudara untuk penulis

14. Untuk teman-teman prodi hukum ekonomi syariah angkatan 2018 yang tidak dapat aku sebutkan satu persatu, terima kasih atas kebersamaan kalian selama kuliah di IIQ Jakarta.
15. Untuk diriku, terima kasih karena sudah mampu berjuang, bertahan dan menyelesaikan semua ini dengan tuntas, untuk kedepannya semoga bisa menjadi lebih baik dan bermanfaat untuk orang banyak.

Semoga setiap bantuan yang diberikan untuk penulis tercatat sebagai amal ibadah dan diterima oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis mengharapkan saran, kritikan dan masukan serta penulis memohon maaf sebesar-besarnya untuk beberapa pihak yang sudah penulis repotkan. Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis berharap bahwa skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan bagi yang membaca.

Jakarta, 27 Juli 2022

Penulis,



Avrilia Ayu Syadillah

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi adalah penyalinan dengan penggantian huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Dalam penulisan skripsi di IIQ Jakarta, transliterasi Arab-Latin mengacu pada berikut ini:

1. Konsonan

ا	: a	ط	: th
ب	: b	ظ	: zh
ت	: t	ع	: ‘
ث	: ts	غ	: gh
ج	: j	ف	: f
ح	: h	ق	: q
خ	: kh	ك	: k
د	: d	ل	: l
ذ	: dz	م	: m
ر	: r	ن	: n
ز	: z	و	: w
س	: s	ه	: h
ش	: sy	ء	: ’
ص	: sh	ي	: y
ض	: dh		

2. vokal

Vokal Tunggal	Vokal Panjang	Vokal Rangkap
Fathah : a	أ:â	أَي : ai
Kasrah : i	ي:î	أُو : au
Dhammah :u	و :ù	

3. Kata Sandang

- a. Kata sandang yang diikuti alif lam (ال) *qamariyah*

Kata sandang yang diikuti oleh alif lam (ال) *qamariyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya.

Contoh:

الْبَقْرَةُ : al-Baqarah

الْمَدِينَةُ : al-Madinah

- b. Kata sandang yang diikuti oleh alif-lam (ال) *syamsiyah*

Kata sandang yang diikuti oleh alif lam *syamsiyah* (ال) ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Contoh:

الرَّجُلُ : ar-Rajul

الشَّمْسُ : asy-Syams

- c. Syaddah (Tasydid)

Syaddah (Tasydid) dengan sistem aksara Arab digunakan lambang, sedangkan untuk alih aksara ini dilambangkan dengan huruf yang bertanda tasydid. Aturan ini berlaku secara umum, baik tasydid yang berada di tengah kata, diakhir kata, ataupun yang terletak setelah kata sandang yang diikuti oleh huruf-huruf *syamsiyah*.

Contoh:

امَّنَّا بِاللَّهِ : *Amannabillahi*

امَنَّ السُّفَهَاءُ : *Amnna as-Sufaha'u*

إِنَّ الدِّينَ : *Inna al-Ladzina*

- d. Ta Marbuta

Ta marbuta apabila berdiri sendiri, waqaf atau diikuti oleh kata sifat (*na'at*) maka huruf tersebut dialih aksarakan menjadi huruf "h".

Contoh:

الْأَفْئِدَة : *al-Af'idah*

الْجَامِعَةُ الْإِسْلَامِيَّةُ : *al-Jami'ah al-Islamiyah*

Sedangkan Ta Marbuttha (ة) yang diikuti atau disambungkan (diwasha) dengan kata benda (isim), maka dialih aksarakan menjadi huruf “t”.

Contoh :

عَامِلَةٌ نَاصِبَةٌ : AmilatunNashibah

الْآيَةُ الْكُبْرَى : al-Ayat al-Kubra

e. Huruf Kapital

Sistem penulisan huruf Arab tidak mengenal huruf kapital, akan tetapi apabila telah dialih aksarakan maka berlaku ketentuan Ejaan yang Disempurnakan (EYD) Bahasa Indonesia, seperti penulisan awal kalimat, huruf awal nama tempat, nama bulan, nama diri, dan lain-lain. Ketentuan yang berlaku pada EYD berlaku pula dalam alih aksara ini, seperti cetak miring (italic) atau cetak tebal (bold) dan ketentuan lainnya. Adapun untuk nama diri yang diawali dengan kata sandang, maka huruf yang ditulis kapital adalah awal nama diri, bukan kata sandangnya. Contoh : `Ali Hasan al-`Aridh, al-`Asqallânî, al-Farmawî dan seterusnya. Khusus untuk penulisan kata Al-Qur`an dan namanama surahnya menggunakan huruf kapital. Contoh : Al-Qur`an, AlBaqarah, Al-Fâtihah dan seterusnya.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
MOTTO.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Permasalahan.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat penelitian.....	8
E. Tinjauan Pustaka.....	8
F. Sistematika Penulisan.....	17
BAB II LANDASAN TEORI.....	18
A. Tinjauan Umum Jual Beli Online.....	18
B. Akad Salam Dalam Jual Beli Online.....	28
C. Pengertian Media Sosial Instagram.....	33
D. Tinjauan Umum Kejahatan Dunia Maya(Cyber Crime).....	39

E. Tinjauan Umum Perlindungan Konsumen	48
BAB III METODE PENELITIAN.....	64
A. Pengertian Metode Penelitian.....	64
B. Pendekatan Penelitian.....	64
C. Jenis Penelitian	65
D. Teknik Analisis Data	65
E. Sumber Data Penelitian	66
F. Pengumpulan Data	67
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	68
A. Mekanisme Transaksi Jual Beli Online di Instagram.....	68
B. Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Mengalami Penipuan Dalam Transaksi Jual Beli Online di Instagram.....	78
BAB V PENUTUP	92
A. Kesimpulan.....	92
B. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....	94

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Review Tinjauan Pustaka 1	7
--	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Instagram Video	67
Gambar 2: Instagram Live Video	68
Gambar 3: IGTV	69
Gambar 4: Instagram Stories	70
Gambar 5: Tag Belanja.....	70
Gambar 6: Fitur Linktree.....	71

ABSTRAK

Avrilia Ayu Syadillah. NIM 18110921. PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN YANG MENGALAMI PENIPUAN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE DI INSTAGRAM. Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta, 1443H/2022M.

Transaksi jual beli online telah berkembang pesat di Indonesia. Dapat dilihat dari banyaknya online shop yang menjamur di internet. Instagram merupakan salah satu media sosial yang melakukan transaksi jual beli online. Pemerintah telah menjamin hak-hak konsumen melalui undang-undang. Namun, masih banyak pelaku usaha yang melanggar hak-hak konsumen dengan melakukan penipuan jual beli online di instagram. Maka penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui mekanisme transaksi jual beli online di instagram dan perlindungan hukum terhadap konsumen yang mengalami penipuan dalam transaksi jual beli online di instagram.

Skripsi ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi pustaka dan wawancara sebagai data pendukung. Sumber data dengan bahan hukum primer dan sekunder. Dan analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: **pertama** mekanisme yang digunakan untuk melakukan transaksi jual beli online yaitu: konsumen melihat iklan pada instagram stories milik penjual. Kemudian konsumen mengikuti akun penjual barang yang ingin dibeli. Konsumen melihat produk yang ingin dibeli terlebih dahulu. Setelah konsumen menyatakan cocok terhadap suatu barang, konsumen bisa mengirimkan pesan ke no whatsapp yang tertera pada biodata akun penjual untuk melakukan pemesanan. Kemudian konsumen melakukan transfer ditunjukkan kepada penjual. Penjual melakukan proses pengiriman. Barang dikirim kepada pihak konsumen melalui layanan ekspedisi. **Kedua**, perlindungan konsumen terkait penipuan jual beli online di instagram dapat dikenakan Pasal 28 Ayat (1) UU ITE, pelaku dapat dijerat sanksi pidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 serta konsumen dapat melaporkan pelaku usaha yang melakukan penipuan jual beli online melalui YLKI atau BPKN.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum Konsumen, Jual Beli Online, Penipuan.

ABSTRACT

AvriliaAyuSyadillah. NIM 18110921. Legal Protection For Consumers Who Experience Fraud In Online Buying and Selling Transactions On Instagram. Sharia Economic Law Study Program, Faculty of Sharia and Islamic Economics, Institut For Quranic Studies (IIQ) Jakarta, 1443 H/2022M.

Online buying an selling transactions have grown rapidly in Indonesia. Can be seen from the many online shops that are mushrooming on the internet. Instagram is one of the social media that makes online buying and selling transactions. The government has guaranteed consumer rights throught law, however, there are still many bussiness actors who violate consumer rights by comitting online buying and selling fraud on instagram. This study aims to determine the mecanism of online buying and selling transactions on instagram and legal protection for consumers who experience fraud in online buying and selling transactionson in instagram.

This thesis uses a normative legal research method with a statutory approach. The data collection technique used is literature study. Sources of data with primary and secondary legal material. And data analysis using qualitative descriptive analysis.

The results of this study indicate, that the first mechanism used to conduct online buying and selling transactions is: a consumer sees an ad on a seller's instagram stories. Then the consumer follows the account of the seller of the goods he wants to buy. Consumers see the product they want to buy first. After the consumer states that it is suitable for an item, the consumer can send message to the whatsapp number listed in the seller's account bio to place an order. Then the consumer makes a transfer addressed to the seller. The seller performs the shipping process. Goods are sent to the consumer throught an expedition service. Second, consumer protection related to online buying and selling fraud on instagram can be subject to Article 28 paragraph 1 of the ITE Law, perpetrators can be charged with criminal sanctions with a maximum imprisonment of 6 years and/or a maximum fine of Rp 1.000.000.000,00 Consumer can report business actors who commit online buying and selling fraud throught YLKI or BPKN.

Keywords: Consumer Legal Protection, Online Buying and Selling, Fraud.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dampak globalisasi dengan pemanfaatan fasilitas teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah dan mengembangkan gaya hidup masyarakat, tatanan kehidupan baru dan mendorong sosial budaya, pertahanan, keamanan, penegakan hukum tentu saja dibidang ekonomi. Oleh karena itu pesatnya perkembangan dan kemajuan teknologi informasi yang hal tersebut merupakan salah satu penyebab terjadinya perubahan aktivitas kehidupan manusia dalam berbagai bidang yang secara langsung mempengaruhi lahirnya bentuk-bentuk tindakan hukum baru.¹

Transaksi atau bisnis melalui dunia maya atau media internet yang dikenal sebagai e-commerce sudah lama dikenal di Indonesia. Istilah ini semakin populer karena digunakan untuk berbagai keperluan salah satunya dalam jual beli.²

Jual beli online adalah segala kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan komersil (jual beli) dengan menggunakan media internet untuk mencapai tujuannya, dimana pedagang dan pembeli tidak harus bertatap muka untuk melakukan transaksi jual beli. Kecepatan waktu dan penawaran adalah keuntungan dari jejaring sosial. Situs jual beli online yang menawarkan berbagai macam kebutuhan hidup memungkinkan

¹ Siswanto Sunarso, *Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik*,(Jakarta: Rineke Cipta, 2009), h. 5.

²Ahmad Miru, *Hukum Kontrak Bernuansa Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), h. 53.

terjadinya transaksi jual beli yang sederhana dan cukup mudah dilakukan, dengan memilih kebutuhan yang dibutuhkan dalam katalog yang disediakan oleh pelaku bisnis, konsumen bisa mendapatkan barang tersebut hanya dengan melakukannya pembayaran melalui transfer atau cara lain. Semua kemudahan jual beli online dan keterbatasan waktu masyarakat saat ini mendorong besarnya aktivitas belanja online. Ada beberapa jenis situs jual beli online yaitu Facebook, BBM, twitter, Instagram dan Whatsaap. Diantara sekian banyak situs online, salah satu situs jual beli online saat ini yang digunakan atau populer di kalangan pelajar yaitu media sosial instagram.³

Instagram adalah salah satu platform media sosial populer saat ini. Dalam aplikasi ini pengguna dapat berbagi banyak gambar dan berinteraksi dengan pengguna lain. Tujuan instagram adalah untuk memungkinkan penggunanya berbagi foto atau video dengan audiens mereka. Sejak diluncurkan, instagram telah menambahkan banyak fitur yang menguntungkan pemasar atau bisnis, baik itu iklan berbayar atau posting.⁴

Semakin banyak masyarakat yang melakukan transaksi jual beli online, seolah-olah masyarakat tidak memperdulikan adanya perbuatan melawan hukum. Semakin banyak masyarakat melakukan transaksi secara online, banyak juga yang mengalami penipuan dalam melakukan transaksi jual beli online. Namun tidak semua masyarakat yang pernah mengalami penipuan jual beli online ini melaporkan kejadian penipuan tersebut.

³Lucas Setyaputra, *Toko Sovenir Online dengan Joomla& Virtuermart*, (Yogyakarta: Skripta Media Creative, 2011), h. 1.

⁴ Edelweis Lararenjana, "Fungsi Instagram Yang Paling Utama, Bisa untuk Kembangkan Bisnis", Merdeka.com, <https://m.merdeka.com/jatim/berikut-fungsi-instagram-yang-paling-utama-bisa-untuk-kembangkan-bisnis-klm.html?page=4>, diakses pada tanggal 8 februari 2022

Berbagai macam penipuan yang kerap kali ditemukan diantaranya yaitu seperti keberadaan pelaku usaha yang ternyata hanyalah toko fiktif, kemudian barang yang dibeli oleh konsumen tidak seperti apa yang ditawarkan, harga barang yang juga bermasalah, pembayaran oleh konsumen, dan permasalahan mengenai penipuan juga menjadi suatu resiko bagi konsumen dalam melakukan transaksi jual beli melalui media sosial instagram, yaitu dimana apabila pihak penjual tidak memenuhi kewajibannya untuk mengirimkan barang kepada pihak pembeli setelah dilakukannya pembayaran oleh pihak pembeli, masalah lain seperti tidak adanya kewajiban dari pihak penjual untuk melakukan konfirmasi kepada pembeli juga merupakan suatu permasalahan yang harus diselesaikan.⁵

Kasus yang dialami oleh Nadia, Dinda, dan Yuda seorang pengguna Instagram ditipu saat membeli barang dari toko online di instagram. Awalnya mereka menginginkan barang tersebut. Ketika Nadia, Dinda, dan Yuda membuka Instagram, muncul iklan produk-produk dengan harga murah dan gratis ongkos kirim. Ketika Nadia, Dinda, dan Yuda mengklik iklan itu langsung diarahkan pada halaman Instagram toko produk tersebut. Namun, pemesanan melalui nomor whatsApp yang tertera di akun tersebut. Setelah memesan dan melakukan transaksi melalui WhatsApp Nadia, Dinda, dan Yuda meminta penjual produk mengirimkan resi pengiriman untuk melacak produk tersebut. Namun penjual hanya membaca pesan saja. Setelah itu, mereka mencoba menghubungi penjual dengan mengirim pesan atau meneleponnya. Kemudian Nadia, Dinda, dan Yuda melakukan pengecekan akun melalui akun produk Center. Ternyata Akun tersebut memiliki cerita telah menipu banyak korban. Beberapa waktu berlalu setelah Nadia, Dinda dan Yuda mencoba untuk tetap menghubungi si

⁵ Setiawan, *Electronic Commerce: Tinjauan Dari Segi Hukum Kotrak*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), h. 4.

penipu, nomor dan akun Instagram mereka diblokir penjual yang menipu tersebut. Transaksi yang dilakukan senilai Rp200.000 ke rekening penipu, hingga sampai saat ini barang belum diterima.⁶

Dalam kasus penipuan ini dapat diartikan atau disebut *cyber crime*. *Cyber crime* adalah tindakan ilegal yang dilakukan oleh pelaku kejahatan dengan menggunakan teknologi komputer dan jaringan internet untuk menyerang korban.⁷ Faktor dominan terjadinya *cyber crime* adalah pesatnya perkembangan teknologi komunikasi seperti telepon, handphone, dan alat telekomunikasi lain yang dipadukan dengan perkembangan teknologi internet.

Hadirnya perkembangan teknologi tersebut juga memberikan kewaspadaan untuk pemerintah, yaitu dengan memberlakukan undang-undang tentang kejahatan atau penipuan yang mungkin terjadi di dunia maya. Tindak pidana penipuan dapat di jerat dengan pasal 378 kitab undang-undang hukum pidana (KUHP) sebagai tindak pidana penipuan, kemudian pengaturan mengenai penipuan menggunakan barang elektronik juga dilarang pada pasal 28 ayat (1) UU ITE mengatur larangan menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan timbulnya kerugian konsumen dalam transaksi elektronik.⁸

Konsumen merupakan salah satu pihak dalam hubungan dan transaksi ekonomi yang haknya sering diabaikan oleh sebagian pelaku usaha. Akibatnya hak-hak konsumen perlu dilindungi. “Menurut UU

⁶ Kurnia Levanna, “Modus Penipuan Online Shop Melalui Iklan Instagram”, Viva.co.id, <https://www.viva.co.id/amp/vstory/opini-vstory/1337555-modus-penipuan-online-shop-melalui-iklan-instagram>, diakses tanggal 7 Juni 2022

⁷ Fiki Ariyanti, “13 Jenis Cyber Crime Kejahatan Internet Yang Merugikan”, Cermati.com, <https://www.google.com/amp/s/www.cermati.com/artikel/amp/13-jenis-cyber-crime-kejahatan-internet-yang-merugikan> diakses tanggal 9 Februari 2022

⁸ Erizka Permatasari, “Pasal Untuk Menjerat Penipu dalam Jual Beli Online”, Hukumonline.com, <https://www.hukumonline.com/klinik/a/pasal-untuk-menjerat-penipu-dalam-jual-beli-ionline-i-1t4f0db1bf87ed3>. diakses tanggal 9 Februari 2022

Perlindungan Konsumen pasal 1 angka 2 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”.⁹

Menurut penjelasan umum undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, faktor utama yang menyebabkan sering terjadinya eksploitasi terhadap konsumen adalah rendahnya kesadaran konsumen akan hak-haknya. Tentunya hal ini erat kaitannya dengan rendahnya tingkat pendidikan konsumen. Oleh karena itu, keberadaan UU Perlindungan Konsumen menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen non pemerintah untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan edukasi konsumen. Konsumen tidak hanya menghadapi masalah kurangnya kesadaran dan edukasi akan hak-haknya sebagai konsumen. Hak yang dimaksud misalnya, Konsumen tidak mendapatkan barang atau jasa yang dikonsumsi. Berdasarkan keadaan tersebut, upaya pemberdayaan konsumen menjadi sangat penting. Untuk mencapai pemberdayaan konsumen, akan sulit jika mengharapkan kesadaran dari pelaku usaha terlebih dahulu. Karena prinsip yang digunakan para pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan ekonominya adalah dengan prinsip ekonomi yaitu memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dengan modal yang sekecil-kecilnya. Artinya, dengan pemikiran umum ini konsumen sangat mungkin dirugikan baik secara langsung maupun tidak langsung.¹⁰

⁹Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, (Jakarta: Transmedia Pustaka, 2008),h. 4

¹⁰ Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, h. 3.

Setiap orang rentan terhadap kejahatan dunia maya karena pesatnya perkembangan teknologi. Efek negatif yang parah dari teknologi, terutama internet, akan meningkatkan insiden kejahatan dunia maya.

Peran korban dalam teradinya kejahatan elektronik dalam kasus penipuan jual beli online tidak bisa diabaikan begitu saja. Peran yang dimaksud adalah sikap dan kondisi seseorang yang menjadi korban, atau kondisi seseorang yang memicu seseorang berbuat kejahatan. Kenyataannya tidak mungkin timbul tindak kejahatan apabila tidak ada korban.

Tidak cukup hanya dengan mencegah dan mengatasi masalah tindak pidana penipuan dalam transaksi jual beli online dengan tuduhan awal suara, tetapi juga berupa tindakan pemerintah untuk memerangi kasus penipuan di dunia maya ini. Aturan dapat ditegakkan secara efektif jika ada kerja sama antarpihak-pihak yang terlibat langsung.

Melihat latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dalam sebuah skripsi yang berjudul **“PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN YANG MENGALAMI PENIPUAN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE DI INSTAGRAM”**.

B. Permasalahan

Berdasarkan latar belakang di atas Penulis merasa perlu untuk mengidentifikasi, membatasi, dan merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

- a. Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menyebabkan terjadinya tindakan ilegal yang dilakukan oleh pelaku kejahatan dunia maya

- b. Dampak globalisasi dengan pemanfaatan fasilitas teknologi informasi dan komunikasi salah satu penyebab terjadinya perubahan aktivitas kehidupan masyarakat dalam berbagai bidang termasuk dalam bentuk praktik transaksi jual beli online di instagram
- c. Rendahnya tingkat pendidikan konsumen membuat konsumen tidak memperdulikan adanya perbuatan melawan hukum
- d. Konsumen yang mengalami penipuan dalam transaksi jual beli online di instagram tidak melaporkan kejadian penipuan tersebut
- e. Terjadinya eksploitasi terhadap konsumen karena rendahnya kesadaran konsumen akan hak-haknya.

2. Pembatasan Masalah

Melihat latar belakang masalah dan identifikasi masalah diatas supaya memperjelas permasalahan yang akan dibahas, maka diperlukan pembatasan dan perumusan masalah. Dalam penulisan ini, penulis membatasi permasalahannya yaitu membahas transaksi jual beli online melalui instagram dan perlindungan hukum bagi konsumen yang mengalami penipuan dalam melakukan transaksi jual beli online di instagram.

3. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis akan menarik suatu rumusan pokok masalah agar Pembahasan skripsi ini terarah dan sistematis, sebagai berikut:

- a. Bagaimana mekanisme transaksi jual beli online di instagram?
- b. Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen yang mengalami penipuan dalam transaksi jual beli online di instagram?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui transaksi dalam jual beli online di instagram
2. Untuk mengetahui perlindungan hukum bagi konsumen yang mengalami penipuan dalam transaksi jual beli online di instagram

D. Manfaat penelitian

Selain untuk menjawab pertanyaan dari rumusan masalah, tujuan penelitian ini juga diharapkan bisa memberi manfaat, baik itu manfaat secara teoritis juga secara praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis

Penelitian diharapkan mampu memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan di bidang hukum dan jual beli khususnya yang berkaitan dengan hukum ekonomi syariah.

2. Manfaat praktis

Manfaat bagi penulis dan masyarakat terutama mahasiswa menambah wawasan keilmuan mengenai jual beli online melalui media sosial dan mengetahui perlindungan hukum bagi konsumen yang mengalami penipuan

E. Tinjauan Pustaka

Tabel 1: Review Tinjauan Pustaka 1

1.	Judul Jurnal	Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Praktik Jual Beli Pakaian Bekas Impor di Pasar Senen Jaya ¹¹
----	--------------	--

¹¹Firda Khoirun Nisya, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Praktik Jual Beli Pakaian Bekas Impor di Pasar Senen Jaya”, Jurnal Humani: Jurnal Universitas Semarang 11, No. 2 November 2021

	<p style="text-align: center;">Identitas</p>	<p>Firda Khoirun Nisya, jurnal humani: Jurnal Universitas Semarang, Vol. 11, No. 2 November 2021.</p>
	<p style="text-align: center;">Hasil Penelitian</p>	<p>Hasil yang didapatkan praktik penjualan Pakaian bekas impor di pasar senan jaya terdapat ada sejumlah pelaku usaha banyak yang melanggar aturan. Belum adanya pengawasan terhadap pengelolaan bisnis pakaian bekas impor yang terjadi di Pasar Senen Jaya dalam melayani konsumen, membuat rentan para konsumen untuk dirugikan, mengingat produk yang dijual oleh pelaku usaha merupakan barang bekas impor</p>
	<p style="text-align: center;">Persamaan</p>	<p>Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian penulis sama-sama membahas tentang perlindungan hukum</p>
	<p style="text-align: center;">Perbedaan</p>	<p>Perbedaannya jurnal tersebut dengan skripsi ini adalah jurnal tersebut obyek penelitiannya di Pasar Jaya Senen. sedangkan skripsi ini obyek penelitiannya melalui media sosial instagram.</p>

2.	Judul Jurnal	Perlindungan Hukum terhadap pelaku usaha online shop yang mengalami kerugian yang disebabkan oleh konsumen di kota Singaraja ¹²
	Identitas	Chory Ayu Sugesti, Mahasiswi Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Pendidikan Ganesha, Jurnal Komunitas Yustisia, vol. 3 No. 3, 2020
	Hasil Penelitian	dapat diketahui bahwa perlindungan hukum terhadap pelaku usaha yang mengalami kerugian adalah berupa ganti kerugian dan/atau sanksi pidana terhadap konsumen bilamana konsumen tetap tidak mengganti kerugian sebagaimana dimaksud dan perbuatannya telah memenuhi unsur pidana. Akibat hukum terhadap konsumen yang tidak melakukan itikad baik dalam bertransaksi yaitu (1) Menimbulkan tanggung jawab

¹² Chory Ayu Sugesti, “ Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Online Shop yang Mengalami Kerugian Yang Disebabkan Oleh Konsumen di Kota Singaraja”, Jurnal Komunitas Yustisia: Universitas Pendidikan Ganesha 3, 3 2020.

		mutlak (strict liability) terhadap kerugian yang dialami pelaku usaha;(2)Menimbulkan gugatan ganti kerugian dari pelaku usaha;(3) Menimbulkan tuntutan pidana berdasarkan ketentuan pidana pada UU ITE, BAB 13 UUPK dan/atau ketentuan pidana dalam KUHP.
	Persamaan	Persamaanjurnal tersebut dengan skripsipenulis sama-sama membahas tentang perlindungan hukum
	Perbedaan	Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian penulis adalah jurnal tersebut fokus kepada perlindungan hukum terhadap pelaku usaha sedangkan skripsi ini membahastentang perlindungan hukum terhadap konsumen
3.	Judul Jurnal	Perlindungan Hukum Terhadap Kerugian User Dalam Transaksi Jual Beli Online Pada Media Facebook Studi di Kota Mataram

	Identitas	Anggara Dwi Setiawan, Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram, vol. 4, No. 2, November 2021. ¹³
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen melalui jual beli online pada media Facebook dengan transaksi jual beli konvensional memiliki status sama di mata hukum perlindungan hukum bagi para pihak apapun pada intinya sama di mata hukum yaitu adanya peran pemerintah untuk melindungi kepentingan produsen dan konsumen dalam perdagangan baik itu perdagangan secara konvensional maupun perdagangan melalui media online dandiatur dalam undang-undang nomor 8 Tahun 1999

¹³Anggara Dwi Setiawan, “ perlindungan hukum terhadap kerugian user dalam transaksi jual beli online pada media Facebook studi di Kota Mataram”, Jurnal Hukum Agama Hindu Widya Kerta: Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram 4, 2 November 2021.

	Persamaan	Persamaannya jurnal tersebut dengan skripsi ini yaitu membahastentang perlindungan hukum terhadap konsumen
	Perbedaan	Perbedaannya jurnal tersebut dengan skripsi ini adalah jurnal tersebut obyek penelitiannya melalu media facebook sedangkan skripsi ini obyek penelitiannya melalui media sosial instagram
4.	Judul Skripsi	Perlindungan Hukum Akibat Pembatalan Sepihak Oleh Konsumen Dalam Sistem pre-Order Jual Beli Online Menurut Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus di Instagram @Inna_hijab ¹⁴
	Identitas	Ucu Auliawati, Mahasiswi UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2021.
	Hasil Penelitian	Penelitian ini menunjukkanbahwaperbuatan pembatalan yang dilakukan

¹⁴ Ucu Auliawati, *perlindungan hukum akibat pembatalan sepihak oleh konsumen dalam sistem pre order jual beli online menurut perspektif hukum Islam studi kasus di Instagram@ina_hijab*, (Skripsi Sarjana: UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2021)

		<p>sepihak oleh konsumen ini sangat merugikan pelaku usaha dengan pembatalan tanpa adanya kesepakatan kedua belah pihak, maka dari itu konsumen telah melanggar hak dari pelaku usaha. Selanjutnya pada sistem per-order ini, dalam tinjauan fiqih yaitu jual beli salam, dimana jual beli salam ini harus dilakukan dengan cara khiyar.</p>
	Persamaan	<p>Persamaannya skripsi tersebut dengan skripsi ini yaitu sama-sama membahas tentang perlindungan hukum</p>
	Perbedaan	<p>Perbedaannya skripsi tersebut dengan skripsi ini adalah skripsi tersebut fokus kepada perlindungan hukum terhadap pelaku usaha sedangkan skripsi ini membahas tentang perlindungan hukum terhadap konsumen</p>
5.	Judul Skripsi	<p>Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Perlindungan Konsumen Jual Beli Kosmetik Melalui Aplikasi Shopee di</p>

		Desa Bataal Barat Kecamatan Gading Kabupaten Sumenep ¹⁵
	Identitas	Fina Saadah, Mahasiswi IAIN Madura, 2021
	Hasil Penelitian	Penelitian ini menunjukkan bahwatransaksi jual beli kosmetik antara konsumen dan produsen dilakukan melalui aplikasi shopee, yaitu konsumen tertarik atas produk yang ada di aplikasi shopee kemudian membelinya dengan pembayaran transfer ke rekening si pelaku usaha atau juga dengan melakukan pembayaran ditempat (COD), dilihat dari tinjauan hukum ekonomi syariah bahwa terdapat kasus dimana transaksi antara konsumen dan produsen bertentangan dengan hukum ekonomi syariah, karena adanya beberapa kasus apabila ditinjau dari beberapa jenis khiyar terdapat hak-hak

¹⁵ Fina Saadah, “ Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Perlindungan Konsumen Jual Beli Kosmetik Melalui Aplikasi Shopee di desa Bataal Barat Kecamatan Gading Kabupaten Sumenep”, (Skripsi Sarjana: IAIN Madura: 2021)

		konsumen yang dilanggar serta kewajiban dari konsumen tidak dipenuhi secara maksimal. 2 Begitu pula dengan pelaku usaha yang tidak memenuhi hak dan kewajibannya sebagai pelaku usaha dengan baik, dan jujur.
	Persamaan	Persamaannya skripsi tersebut dengan skripsi ini yaitu membahas tentang perlindungan hukum terhadap konsumen
	Perbedaan	Perbedaan skripsi tersebut dengan skripsi ini adalah skripsi tersebut fokus kepada hukum ekonomi syariahnya dan objek penelitiannya melalui shopee sedangkan skripsi ini fokus kepada hukum perlindungan konsumennya dan objek penelitiannya melalui media sosial Instagram

F. Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini merujuk pada buku petunjuk Teknis Penulisan Proposal dan Skripsi Institut Ilmu Al-Quran (IIQ) Jakarta, yang diterbitkan oleh LPPI IIQ Jakarta tahun 2021.¹⁶

Penulisan skripsi nanti terbagi menjadi 5 bab, masing-masing bab tersebut memiliki hubungan yang erat antara yang satu dengan yang lainnya. Diantaranya:

- BAB I** : Pendahuluan. Bab ini membahas latar belakang masalah, permasalahan (mencakup identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah), tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.
- BAB II** : Landasan Teori. Dalam bab ini membahas landasan teori umum terkait penelitian ini, teori yang dibahas yaitu: tinjauan umum transaksi jual beli online, pengertian media sosial instagram, tinjauan umum kejahatan dunia maya (*cyber crime*), dan tinjauan umum perlindungan konsumen
- BAB III** : Metode Penelitian. Membahas tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, waktu penelitian, sumber data, dan teknik pengumpulan data
- BAB IV** : Pada bab ini penulis akan menguraikan tentang transaksi jual beli online melalui media sosial instagram hingga perlindungan hukum bagi konsumen yang mengalami penipuan dalam transaksi jual beli online di instagram.
- BAB V** : Penutup. Pada bab ini penulis akan menyampaikan kesimpulan berdasarkan hasil penelitian dan saran.

¹⁶ Tim Penulis, *Pedoman Penulisan Proposal dan Skripsi Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta*, (Jakarta: LPPI IIQ, 2021), h. 3.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Umum Jual Beli Online

1. Pengertian Jual Beli Online

Jual beli menurut bahasa dari dua kata, yaitu jual dan beli. Yang dimaksud dengan jual beli adalah berdagang, menjual atau membeli barang dagangan dengan uang. Pengertian tersebut dapat dipahami bahwa jual adalah tukar menukar, baik antara barang dagangan dengan barang dagangan maupun dengan uang.¹⁷

Jual beli online adalah aktivitas Menjual dan membeli produk pada platform layanan online melalui internet. Pada dasarnya jual beli online menggunakan banyak sekali macam teknologi, seperti transfer secara elektronik, internet marketing, pemrosesan secara online, serta pertukaran data. Secara umum konsep primer dari jual beli online adalah perdagangan yang proses transaksinya menggunakan perantara elektronik yang saling terhubung satu sama lain pada ruang virtual.¹⁸

Jual beli online menurut Kalakota dan Whinston pengertian jual beli online dari beberapa perspektif:¹⁹

a. Perspektif Komunikasi

Pada perspektif komunikasi jual beli online adalah proses pengiriman barang, layanan informasi, pembayaran melalui komputer, atau peralatan elektronik lainnya.

¹⁷ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana, 2012), h. 101.

¹⁸ Prof. Dr. Sri Adiningsih, S.E.,M.Sc., *Transformasi Ekonomi Berbasis Digital di Indonesia*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2019), h. 74.

¹⁹ Arsyad Sanusi, *Hukum E-Commerce*, (Jakarta: Sasrawarna, 2011), h. 217

b. Perspektif Proses Bisnis

Pada perspektif proses bisnis jual beli online merupakan aplikasi teknologi untuk mengotomatisasi transaksi bisnis dan alur kerja.

c. Perspektif Layanan

Pada perspektif ini, jual beli online adalah alat memenuhi keinginan perusahaan manajemen, dan konsumen untuk mengurangi biaya layanan. Di satu sisi, meningkatkan kualitas barang dan meningkatkan kecepatan pengiriman layanan.

d. Perspektif Online

Pada perspektif ini, jual beli online memberikan kemampuan untuk membeli dan menjual produk atau barang dan informasi melalui layanan internet serta sarana online lainnya.

Transaksi jual beli online adalah perbuatan hukum yang dilakukan oleh penggunaan jaringan komputer, dan media elektronik lainnya. Yang dimaksud dengan perbuatan hukum adalah “setiap perbuatan badan hukum (manusia atau badan hukum) yang dilakukan dengan maksud untuk menimbulkan hak dan kewajiban”. Akibat dari tindakan ini diatur oleh hukum, karena akibat dapat diambil sebagai kehendak orang yang menegakkan hukum.²⁰

Transaksi secara online pada dasarnya bersifat partisipatif atau hubungan hukum yang dibuat secara elektronik dengan menggabungkan jaringan sistem elektronik berbasis komputer dan sistem komunikasi. Hal ini dipermudah dengan adanya jaringan komputer dan internet. Konsep ini menggunakan kemajuan teknologi untuk mengubah sistem ekonomi tradisional menjadi sistem ekonomi global yang terintegrasi.²¹

²⁰Soeroso, *Pengantar Ilmu Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), h. 291

²¹Cita Yustisia Serfiani, *Bisnis Online dan Transaksi Elektronik*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), h. 35

Mekanisme transaksi jual beli online tidak sama dengan jual beli tradisional karena setiap transaksi jual beli online dimulai dengan tahap penawaran online, tahap penerimaan konsumen, kesepakatan antara para pihak, tahapan pembayaran melalui layanan perbankan, dan diakhiri dengan tahap pengiriman produk yang dibutuhkan melalui layanan pengiriman (jasa ekspedisi).

2. Perkembangan Jual Beli Online Di Indonesia

Munculnya jual beli online di Indonesia pada tahun 1999 lahirlah Forum KASKUS yang menjadi toko online pertama yang didirikan oleh Andrew Derwis dan disusul dengan munculnya Bhinneka.com. Pemerintah Indonesia membuat undang-undang, mengakui pesatnya perkembangan transaksi jual beli online yang mulai diminati masyarakat. Hingga tahun berikutnya muncul Tokobagus.com. Kemudian dalam dua tahun berikutnya, Tokopedia berdiri dan pada tahun 2010 lahirlah Gojek sebagai layanan transportasi online pertama di Indonesia dan disusul dengan kemunculan Bukalapak.²²

Kemungkinan perkembangan pesat jual beli online hal ini tidak terlepas dari promosi yang ditawarkan. Promosi yang ditawarkan semakin menguntungkan pembeli. Kemudahan yang ditawarkan oleh tamu perusahaan jual beli online merupakan hal terpenting yang dipilih masyarakat. Akses mudah ke Internet dimana saja, kapan saja tanpa harus mengeluarkan banyak waktu dan energi ke dalam bertransaksi. Perubahan perilaku masyarakat dalam bertransaksi jual beli online tidak muncul secara langsung dan pasti. Ada penolakan, penolakan dapat berupa kurang percaya diri dengan apa yang ditawarkan. Kenyamanan yang ditawarkan belum tentu berdampak baik bagi

²²Tutik Mustajibah, “*Dinamika E-Commerce di Indonesia Tahun 1999-2005*”, Jurnal Pendidikan Sejarah, no. 3 (2021), h. 3

masyarakat, misalnya toko dan pusat perbelanjaan semakin sepi pembeli. Hal ini disebabkan karena perubahan kebiasaan masyarakat yang memilih untuk melakukan transaksi jual beli secara online. Pengusaha di toko tradisional dipaksa untuk memasarkan produknya secara online. Jika tidak, para pelaku komersial ini kehilangan daya saing dan mengakhiri usahanya.

Menurut M. Suyanto, jual beli online memiliki manfaat bagi masyarakat, karena jual beli online memungkinkan masyarakat tidak perlu keluar rumah untuk berbelanja, memungkinkan sejumlah barang dagangan dijual dengan harga rendah, dan memungkinkan orang-orang di daerah pedesaan untuk menikmati berbagai produk dan layanan yang sebelumnya akan sulit diperoleh tanpa melalui jual beli online.²³

Manfaat yang bisa didapat penjualdengan adanya jual beli online, Diantaranya:²⁴

- a. Dapat memperluas pangsa pasar
- b. Dapat menghemat biaya untuk promosi
- c. Tidak memerlukan dana besar untuk menyewa tempat
- d. Barang dagangan bisa dipajang selama 24 jam
- e. Efisiensi biaya operasional dalam hal gaji karyawan karena jumlah karyawan yang dibutuhkan lebih sedikit
- f. Semua orang dapat bertransaksi tanpa mengenal ruang dan waktu
- g. Meningkatkan customer loyalty dengan adanya informasi yang lengkap dan bisa diakses setiap saat tanpa mengenal waktu.

3. Legalitas Transaksi Jual Beli Online

²³M. Suyanto, *Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2003), h. 35.

²⁴Kata Data, "E-Commerce Adalah Kegiatan Jual Beli Online, Ini Penjelasanannya", SitusResmi<https://www.google.com/amp/s/katadata.co.id/amp/intan/berita/620639c443064/e-commerce-adalah-kegiatan-jual-beli-online-ini-penjelasanannya> diakses pada tanggal 1 Juni 2022.

Proses jual beli secara online berawal dari perjanjian yang dibuat oleh penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli. Perjanjian ini disebut kontrak. Kontrak dapat diartikan sebagai kesepakatan. Menurut KUHPerdota adanya suatu perjanjian tidak berarti berpindahnya hak atas barang kepada pembeli. KUHPerdota tampak menganut asas kewajiban, artinya perjanjian baru menimbulkan hak dan kewajiban untuk menuntut penyerahan barang dan pembayaran dengan uang. Terjadinya perjanjian tidak serta merta terjadi perpindahan hak milik. Pembeli baru menjadi pemilik barang yang dibeli jika pengiriman dilakukan.²⁵

Pelaksanaan transaksi jual beli online tidak luput dari akibat hukum transaksi tersebut. Masalah yang timbul tentunya berkenaan dengan keabsahan perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdota. Tentu saja, persyaratan hukum untuk operasi jual beli online harus memenuhi empat syarat yaitu

a. Syarat Subjektif

1) Kesepakatan para pihak dalam perjanjian

Salah satu poin utamadalam suatu perjanjian hukum atau kontrak adalah kesepakatan para pihak yang mengikatnya sama untuk pihak lain atau asas konsensualisme

2) Kecakapan para pihak dalam perjanjian

b. Syarat Objektif

1) Suatu hal tertentu

Ketentuan keabsahan perjanjian dalam hal tertentu memiliki makna bahwa objek dari suatu perjanjian tersebut harus jelas dan disepakati oleh para pihak

2) Sebab yang halal

²⁵Fauzi Bowo, *Hukum Dagang Indonesia*, (Yogyakarta: Legality, 2017), h. 214.

Semua hal yang berkaitan dengan hal-hal yang disepakati bersama, harus tentang sesuatu yang halal dan tidak boleh melanggar peraturan perundang-undangan yang ada.

Jual beli online telah sah menurut hukum selama memenuhi pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Syarat pertama dan kedua disebut syarat subjektif, karena berkaitan dengan pihak-pihak yang terlibat dalam jual beli online. Sedangkan syarat ketiga dan keempat merupakan syarat objektif, karena berkaitan dengan hal dalam jual beli online.²⁶

Menurut asas konsesualisme kesepakatan lahir pada detik tercapainya kesepakatan atau persetujuan para pihak tentang pokok-pokok masalah dari apa yang menjadi objek kesepakatan. Sepakat adalah kesesuaian kehendak antara dua pihak.

Ada beberapa teori yang menjelaskan saat-saat perjanjian antar pihak, yaitu:²⁷

- a. Teori kehendak mengajarkan bahwa kesepakatan terjadi pada saat kehendak penerima dinyatakan.
- b. Teori pengiriman mengajarkan bahwa suatu kesepakatan terjadi pada saat kehendak yang dinyatakan itu dikirim oleh pihak yang menerima
- c. Teori pengetahuan mengajarkan bahwa pihak yang menawarkan seharusnya sudah mengetahui tawarannya diterima.
- d. Teori Kepercayaan mengajarkan bahwa kesepakatan terjadi ketika pernyataan kehendak dianggap layak diterima oleh pihak yang menawarkan.

²⁶Subekti, *Aspek-Aspek Hukum Perikatan Nasional*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1992), h. 16

²⁷Mariam Darus Badruzaman, *Kompilasi Hukum Perikatan*, (Jakarta: Citra Aditya Bakti, 2001), h. 73

4. Jenis-Jenis Transaksi Dalam Jual Beli Online

Perkembangan dunia usaha saat ini dalam perkembangan perdagangan tidak lagi membutuhkan pertemuan langsung antar pelaku usaha. Kemajuan teknologi memungkinkan para pengusaha untuk menjalin hubungan bisnis secara online, baik dalam kegiatan penawaran maupun pembelian. Jenis-jenis transaksi dalam e-commerce meliputi 3 aspek, yaitu:²⁸

a. *Business to business*

Merupakan sistem komunikasi bisnis antar pelaku bisnis atau dengan kata lain secara elektronik yang dilaksanakan secara berkala dan dengan kapasitas atau volume produk yang besar. Kegiatan e-commerce dalam ruang lingkup ini ditujukan untuk mendukung kegiatan para pengusaha itu sendiri. Karakteristik yang umum dalam lingkup *Business to business*:

- 1) Mitra bisnis yang sudah saling mengenal dan memiliki hubungan yang berlangsung cukup lama
- 2) Pertukaran yang sering dan berkala dalam format data yang disepakati
- 3) Satu perwakilan tidak harus menunggu minta lain untuk mengirim data
- 4) Model yang umum digunakan adalah peer to peer, dimana kecerdasan pemrosesan dapat didistribusikan kedua perusahaan

Pihak-pihak yang mengadakan perjanjian dalam transaksi ini adalah *internet service provider* (ISP) dengan website. ISP itu sendiri adalah pengusaha yang menyediakan akses ke Internet.

²⁸ Abdul Halim Barkatullah, *Bisnis E-Commerce (Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), h. 18.

Internet itu sendiri adalah cara bagi pihak untuk tetap berkomunikasi melalui komputer.

b. *Business to consumer*

Bisnis ke konsumen adalah transaksi yang dilakukan oleh pelaku usaha dan konsumen untuk memenuhi kebutuhan tertentu dan pada waktu tertentu. Produk yang diperjualbelikan dalam transaksi ini adalah barang dan jasa, baik berwujud maupun berwujud, dalam bentuk elektronik yang siap digunakan. Perkembangan transaksi ini membawa manfaat tidak hanya bagi pelaku usaha, tetapi juga bagi konsumen, meskipun berpotensi melakukan kesalahan dunia maya. Karakteristiknya:

- 1) Terbuka untuk umum, dimana informasi dibagikan secara publik
- 2) Layanan yang diberikan juga bersifat public, sehingga mekanismenya juga dapat digunakan oleh banyak orang
- 3) Layanan yang disediakan berdasarkan permintaan
- 4) Kebijakan client-server sering digunakan

c. *Consumer to consumer*

Konsumen ke konsumen adalah transaksi perdagangan elektronik ini terjadi antara konsumen dan konsumen untuk memenuhi kebutuhan tertentu dan pada waktu tertentu. Cakupan ini lebih spesifik karena transaksi dilakukan oleh konsumen dengan konsumen yang membutuhkan transaksi online sebagai sarana pertukaran informasi tentang produk, harga, kualitas dan layanan. Pelanggan dapat bentuk komunitas sebagai pengguna atau penggemar produk memberikan evaluasi atas pelayanan perusahaan agar klien memiliki posisi tawar yang tinggi.

5. Pihak-Pihak Yang Terlibat dalam Transaksi jual Beli Online

Jual beli secara online sama halnya dengan transaksi jual beli biasa yang dilakukan di dunia nyata, dilakukan oleh pihak-pihak yang terlibat, walaupun dalam jual beli online ini kedua pihak tidak bertemu secara langsung, melainkan berkomunikasi melalui internet. Pihak-pihak yang terkait antara lain:²⁹

- a. Penjual adalah perusahaan atau produsen yang menampilkan produknya secara online. Untuk menjadi seorang penjual online, seseorang harus membuka rekening di bank, tentunya hal ini dimaksudkan agar penjual tersebut dapat menerima uang pembayaran dari pelanggan.
- b. Konsumen adalah orang-orang yang ingin mendapatkan produk (barang atau jasa) melalui pembelian online. Konsumen yang ingin berbelanja online bisa perorangan atau perusahaan. Jika konsumen perorangan ya harus diperhatikan dalam transaksi jual beli online adalah cara kerja sistem pembayaran yang digunakan, baik pembayaran dilakukan dengan menggunakan kartu kredit atau bisa juga melakukan pembayaran secara langsung manual/transfer bank. Hal ini penting untuk diketahui, mengingat tidak semua konsumen akan melakukan hal ini. Pemegang Kartu Kredit adalah orang yang namanya tertera pada kartu kredit yang diterbitkan oleh penerbit berdasarkan kesepakatan yang dibuat.
- c. *Acquirer* adalah perantara penagihan (antara penjual dan penerbit) dan perantara pembayaran (antara pemilik dan penerbit). Perantara penagihan adalah pihak yang meneruskan tagihan kepada penerbit berdasarkan tagihan yang dikirimkan kepadanya oleh penjual barang atau jasa. Perantara pembayaran antara pemegang dan

²⁹Didik M. Arif Mansur, *Cyber Law Aspek Hukum Teknologi Informasi*, (Bandung: Refika Adhitama, 2005), h. 152-154.

penerbit adalah bank tempat pembayaran kartu kredit dilakukan oleh pemilik kartu kredit, kemudian bank penerima pembayaran tersebut mengirimkan dana pembayaran kepada penerbit kartu kredit.

- d. *Provider*, sebagai penyedia layanan akses internet dianggap sebagai pihak ketiga dalam jual beli online, dalam hal ini provider wajib memberikan layanan akses 24 jam kepada calon pembeli agar dapat melakukan transaksi jual beli secara online melalui internet media.

Transaksi jual beli online itu dilakukan sepenuhnya secara online. Selain pihak-pihak di atas, pihak lain yang tidak termasuk dalam transaksi jual beli online adalah jasa pengiriman barang (ekspedisi).

6. Karakteristik Jual Beli Online

Transaksi melalui jual beli online memiliki beberapa perbedaan dengan perdagangan tradisional biasa. Adapun karakteristik jual beli online antara lain:³⁰

a. Transaksi Tanpa Batas

Sebelum ada internet, berbatasan geografi menjadi penghalang bagi sebuah perusahaan atau individu yang ingin go internasional. Sehingga hanya perusahaan atau individu dengan modal besar yang dapat memasarkan produknya ke luar negeri. Saat ini dengan adanya internet usaha kecil menengah dapat memasarkan produknya secara internasional, dengan membuat website hanya dengan memasang iklan di website tanpa batas waktu 24 jam dan

³⁰ Muchlisin Riadi, "E-Commerce-pengertian, karakteristik, jenis, manfaat, dan permasalahan", KajianPustaka.com, <https://www.kajianpustaka.com/2022/01/ecommerce.html?m=1> diakses tanggal 12 Juni 2022

tentunya pelanggan dari seluruh dunia dapat mengakses website dan melakukan transaksi secara online

b. Transaksi Bersifat Anonim

Penjual dan pembeli dalam transaksi online tidak harus saling bertatap muka titik penjual tidak memerlukan nama pembeli selama pembayarannya telah diotorisasi oleh penyedia layanan yang ditentukan, biasanya pembayaran dilakukan dengan menggunakan transfer via bank

c. Produk yang di perdagangkan

Produk yang diperdagangkan melalui internet produk digital maupun non digital. Produk digital seperti software komputer, musik, dan produk digital lainnya dapat dipasarkan secara online dengan cara download secara. Dalam perkembangannya hal-hal yang ditawarkan secara online juga mencakup kebutuhan hidup lainnya.

B. Akad Salam Dalam Jual Beli Online

Penjualan produk secara online melalui internet seperti media sosial instagram. Dalam jual beli online ini, dukungan dan pelayanan terhadap konsumen menggunakan website atau whatsapp sebagai alat bantu mengirimkan kontak melalui whatsapp tersebut.

Dari karakteristik yang ada pada jual beli online, bahwa yang membedakan jual beli online dengan jual beli secara langsung yaitu proses transaksi (akad) dan media utama dalam proses tersebut. Akad merupakan unsur penting dalam suatu bisnis. Secara umum, bisnis dalam islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan objek pada saat transaksi atau tanpa menghadirkan objek yang dipesan, tetapi dengan syarat yang harus dilakukan. Sifat benda itu ditentukan

secara jelas, baik diserahkan secara langsung maupun diserahkan kemudian sampai batas waktu tertentu, seperti dalam transaksi salam.³¹

Transaksi salam merupakan bentuk transaksi dengan sistem pembayaran secara tunai/disegerakan tetapi penyerahan barang ditangguhkan. Dasar hukum bisnis online sama seperti akad jual beli dan akad salam yaitu diperbolehkan dalam islam. Adapun keharaman bisnis online karena beberapa sebab:

1. Barang atau jasa yang menjadi objek transaksi adalah barang yang diharamkan, seperti narkoba, video porno, pelanggaran hak cipta, situs-situs yang bisa membawa penunjang perzinaan
2. Karena melanggar perjanjian atau mengandung unsur penipuan
3. Barang yang tidak membawa kemanfaatan tetapi mengakibatkan kemudharatan.

Akad salam merupakan bentuk jual beli dengan pembayaran dimuka, dan penyerahan barang dikemudian hari dengan harga, spesifikasi, jumlah, kualitas, tanggal dan tempat penyerahan yang jelas, serta disepakati sebelumnya dalam perjanjian.³²

Transaksi jual beli online dibolehkan dalam Islam selama tidak mengandung unsur-unsur yang dapat merusaknya seperti riba, kezaliman, penipuan, kecurangan, dan sejenisnya. Serta memenuhi rukun-rukun dan syarat-syarat dalam jual beli. Transaksi salam akan sah apabila memenuhi rukun dan syaratnya. Yaitu:

Rukun pada akad salam:

1. Muslim (pembeli)

³¹Gufron A. Mas'adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2022), h. 140

³²Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), h. 90

2. Muslim ilaih (penjual)
3. Muslamfih (barang yang dipesan)
4. Ra'sul mal (harga pesanan atau barang yang dipesan)
5. Shigat (ijab dan kabul)

Syarat akad salam dalam kompilasi hukum ekonomi syariah adalah sebagai berikut:

1. Kualitas dan kuantitas barang jelas
2. Spesifikasi barang yang di pesan harus diketahui oleh para pihak
3. Barang yang dijual dan waktu penyerahan dinyatakan dengan jelas
4. Pembayaran barang dapat dilakukan pada waktu dan tempat yang disepakati

Masalah jual beli online merupakan masalah fikih kontemporer, oleh karena itu, dalam pembahasan yang berhubungan dengan jual beli online berkaitan dengan kitab-kitab fikih klasik

Seiring dengan perkembangan belanja online, metode penjualan dengan cara tradisional tampaknya perlahan tapi pasti ditinggalkan. Hal ini disebabkan oleh globalisasi dibidang teknologi, terutama dengan munculnya internet ditengah-tengah masyarakat Indonesia yang lambat laun mengubah model masyarakat dalam kegiatan jual beli tradisional.

Sama seperti jual beli tradisional, transaksi jual beli online harus mengikuti aturan yang ada seperti prinsip kejujuran dan kepercayaan, jika tidak ingin tersandung masalah hukum nantinya.

Firman Allah SWT QS. An-Nissa (4) 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن

تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ٢٩

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang

berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.

Ayat ini dengan tegas melarang untuk memakan harta orang lain atau hartanya sendiri dengan cara yang bathil. Memakan hartanya sendiri dengan jalan bathil yaitu dengan membelanjakan hartanya pada jalan maksiat. Sedangkan memakan harta orang lain dengan cara yang bathil dapat pula diartikan pada kasus jual beli yang didasari adanya penipuan. Kasus yang terjadi yaitu seorang konsumen ditipu oleh penjual online karena barang yang dibelinya tidak sesuai dengan keinginan pembeli atau barang yang dibelinya tidak dikirim oleh penjual.

Kemudian Nabi Muhammad SAW Bersabda:

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ قَالَ: إِذَا

الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ، (رواه البيهقي وابن ماجه وصححه ابن حبان

Dari Abu Sa'id Al-Khudri bahwa Rasulullah SAW bersabda, "Sesungguhnya jual beli itu harus dilakukan suka sama suka." (HR. al-Baihaqi dan Ibnu Majah, dan dinilai shahih oleh Ibnu Hibban).

Kejujuran bertransaksi dalam ekonomi Islam adalah sebuah elemen dasar yang sangat penting. Dimana seharusnya seorang pelaku usaha itu berlakujujur dilandasi keinginan agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan. Makna dari kejujuran adalah seorang pelaku usaha senantiasa terbuka dan transparan dalam jual belinya. Moral lainnya adalah amanah, Islam menginginkan pelaku usaha muslim memiliki hati yang tanggap, menjaganya dengan memenuhi hak-haknya Allah dan manusia,

serta menjaga muamalah-Nya dari unsur yang melampaui batas atau sia-sia.³³

Transaksi jual beli online dalam Islam harus didasarkan pada prinsip kesepakatan antara kedua belah pihak (sama-sama Ridha). Mereka harus memiliki informasi yang jelas agar tidak ada pihak yang merasa tertipu. Hukum objek akad transaksi jual beli salam, meliputi barang yang diperjual belikan dan harga tersebut. Terkait dengan akad salam pada jual beli online. Menurut fatwa DSN-MUI bahwa ada beberapa ketentuan dalam akad salam pada jual beli online, ketentuan tersebut yaitu:³⁴

1. Harus jelas ciri-cirinya
2. Harus jelas spesifikasinya
3. Penyerahan dilakukan kemudian
4. Waktu dan tempat penyerahan barang harus ditetapkan berdasarkan kesepakatan
5. Pembeli tidak boleh menjual barang sebelum menerimanya
6. Tidak boleh menukar barang, kecuali dengan barang sejenis sesuai Dengan kesepakatan
7. Memerlukan proses pemesanan setelah akan disepakati
8. Barang yang diserahkan harus sesuai dengan spesifikasi pemesan, bukan barang

Akad salam ditegaskan bahwa bentuk transaksi yang dibenarkan adalah ketika transaksi tersebut diketahui dengan jelas serta dapat diidentifikasi keberadaannya. Selain untuk menghindari ketidakjelasan dalam transaksi, ketentuan ini juga dimaksudkan untuk mengurangi kesalahan akibat kurangnya pengetahuan tentang kualitas dan kuantitas yang dimaksud.

³³ Mokhammad Syaiful Bakhri, *Sukses Berbisnis Ala Rasulullah*, (Jakarta: penerbit Erlangga, 2012), h. 12

³⁴ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*, h. 120

C. Pengertian Media Sosial Instagram

Melalui internet siapa saja dapat dengan mudah berinteraksi, berkomunikasi, dan bahkan melakukan jual beli dengan orang lain di seluruh dunia. Penggunaan internet telah menyebabkan terbentuknya sebuah tempat baru yang disebut media sosial. Media sosial adalah media online yang memungkinkan pengguna untuk memperkenalkan diri, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk tautan (koneksi) sosial maya.³⁵ Di media sosial setiap orang berhak untuk berkomunikasi dengan individu lain tanpa hambatan apapun. Dengan kata lain media sosial dapat menghubungkan seluruh masyarakat digital atau mereka yang sering menggunakan internet dalam aktivitas kehidupan sehari-hari. Berikut adalah contoh media sosial: instagram, facebook, Line, twitter, whatsapp, dan lain-lain.

Media sosial memiliki 6 karakteristik khusus, yaitu:³⁶

1. Infrastruktur jaringan (*Network*) yang menghubungkan perangkat untuk bertukar informasi.
2. Informasi adalah bentuk utama dari media sosial, karena informasi diperlukan untuk berkomunikasi. Contohnya seperti konten dari pengguna, profil yang di targetkan, dan lain-lain.
3. Arsip, media sosial dapat menjadi media penyimpanan data yang berisi informasi dari penggunanya.
4. Interaktivitas, media sosial harus memiliki interaksi antar pengguna.
5. Simulasi Sosial media sosial dapat mensimulasikan situasi sosial nyata tanpa harus mengalaminya secara langsung. Contohnya mengobrol dengan teman tanpa harus bertatap muka.

³⁵Risanda Lilho Pangestu, "Transaksi Jual Beli Melalui Instagram Ditinjau Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata", *Jurnal Privat Law* 7, Juli (2019): h. 276.

³⁶Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), h. 48.

6. Konten Pengguna, konten di media sosial dapat dibuat oleh pengguna, bukan hanya konten yang sudah ada sebelumnya.

Media sosial dapat digunakan untuk berbagai hal antara lain merupakan Sarana penyebaran informasi, media interaksi sosial dan media jual beli komersial.

Sejalan dengan perkembangan teknologi yang pesat, media sosial dan perangkat komunikasi terus berkembang pesat, sehingga media sosial menjadi sarana komunikasi utama saat ini. Sebagai aplikasi mobile, Instagram banyak digunakan untuk kepentingan pribadi, begitu juga dengan kegiatan komersial. Hal tersebut telah memunculkan cara-cara baru dalam berbisnis, dimana jual beli tidak hanya sekedar bertemu antara dengan pembeli dan penjual di pasar, tetapi juga jual beli dapat dilakukan melalui media sosial, berkomunikasi dengan internet melalui media sosial, Instagram merupakan salah satu media sosial yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi jual-beli.³⁷

Instagram adalah aplikasi berbagi foto dan video. Instagram sendiri masih merupakan bagian dari Facebook, hal ini memungkinkan teman-teman Facebook kita untuk mengikuti akun Instagram kita. Semakin populernya Instagram sebagai aplikasi berbagi foto, juga memungkinkan banyak pengguna memasuki perdagangan online untuk mempromosikan produknya melalui Instagram.³⁸

Media sosial Instagram adalah aplikasi untuk dapat berkomunikasi dengan khalayak luas saling berbagi foto dan video, di mana terdapat juga fitur lain seperti pesan langsung (*dirrect Messenger*), comment, dan lain-lain.

³⁷Risanda Lilho Pangestu, “Transaksi Jual Beli Melalui Instagram Ditinjau Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata”, Jurnal Privat Law 7, Juli (2019): h. 277.

³⁸M. Nistrina, *Bisnis Online: Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*, (Yogyakarta: Kobis, 2017), h. 137.

Dibandingkan dengan media sosial lainnya, Instagram lebih cocok digunakan sebagai media promosi atau sponsor karena bentuk visualnya sehingga dapat digunakan sebagai sarana penyampaian, yaitu penyampaian informasi yang hanya sepotong-sepotong sehingga masyarakat pengguna menjadi penasaran dan ingin mengetahui informasinya lebih lanjut.³⁹

Instagram juga memiliki banyak kelebihan yaitu:⁴⁰

1. Informasi yang ditampilkan pada setiap postingan adalah gambaran yang detail dan jelas seperti lokasi, waktu, dan pengguna bahkan dapat mengisi bio yang merupakan informasi tentang akun pengguna.
2. Instagram dapat mendeteksi kebutuhan, kebiasaan, dan kesukaan masing-masing pengguna. Setiap pengguna agar segmentasi pasar atau pembagian pasar yang akan dipromosikan bisa lebih fokus.
3. Dapat diakses kapan saja menggunakan internet
4. Tampilan mudah dipahami untuk semua pengguna ponsel
5. Komunikasi melalui banyak fitur.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa sistem jual beli online menggunakan media sosial Instagram telah mengubah wajah bisnis di Indonesia. Selain disebabkan oleh perkembangan teknologi, informasi juga dihasilkan oleh tuntunan masyarakat atas pelayanan yang diberikannya secara cepat, mudah dan praktis. Melalui media sosial, masyarakat memiliki lebih banyak ruang gerak dalam memilih produk (barang atau jasa) yang akan digunakan, tentunya dalam jumlah yang berbeda sesuai keinginan.⁴¹

³⁹Dhita Widya Putri, "Analisis Strategi Perencanaan Pesan Pada Akun Instagram E-Commerce @Shopbananina", *The Messenger* 9, no. 1 (2017): h. 77.

⁴⁰Puguh Kurniawan, *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh*, *Kompetensi* 11, no. 2 (2017): h. 223-224.

⁴¹Dikdik M. Arief Mansur, *Cyber Law: Aspek Hukum Teknologi Informasi*, h. 144.

Transaksi jual beli melalui media sosial merupakan salah satu produk dari internet yaitu jaringan komputer yang saling terhubung melalui media komunikasi seperti *handphone*. Jual beli melalui media sosial dapat mencakup transmisi informasi elektronik antar bisnis, dalam hal ini menggunakan *electronic data interchange* (EDI). Jual beli melalui media sosial adalah salah satu pelaksanaan dari bisnis online. Berbicara tentang bisnis online tidak lepas dari transaksi jual beli instagram yang merupakan kegiatan jual beli, pemasaran, dan pelayanan dari produk dan jasa yang ditawarkan melalui jaringan komputer.⁴²

Transaksi jual beli melalui media sosial biasanya menggunakan perjanjian tertulis seperti web, wa, dan sejenisnya. Jual beli melalui media sosial di instagram adalah proses jual beli yang berlangsung melalui teknologi modern. Pada umumnya penawaran transaksi jual beli melalui media sosial dilakukan secara tertulis, dimana suatu barang diunggah ke halaman instagram dengan harga tertentu. Kemudian bagi konsumen atau pembeli yang ingin membeli mentransfer uangnya dengan harga yang tertera dan ditambah ongkos kirim⁴³.

Jual beli melalui media sosial instagram memang lebih praktis dan menjadi mesin ekonomi baru dalam teknologi. Perkembangan transaksi jual beli dengan sistem ini menunjukkan peningkatan daya beli masyarakat yang sangat penting tidak hanya di negara maju tetapi juga di negara berkembang khususnya Indonesia.

Banyak keuntungan dan kemudahan yang ditawarkan melalui proses jual beli online dibandingkan dengan jual beli dengan cara tradisional. Keuntungan jual beli online dibagi menjadi dua bagian, yaitu keuntungan

⁴²Ridwan Sanjaya, *Membangun Kerajaan Bisnis Online* (Tuntunan Praktis Menjadi Pembisnis Online), (Jakarta: Kompas Gramedia, 2009), h. 36

⁴³Imam Mustafa, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), h. 33

bagi pedagang dan keuntungan bagi pembeli. Keuntungan bagi pedagang antara lain:

1. Dapat dijadikan lahan untuk menghasilkan pendapatan (*revenue generation*), sulit atau tidak dapat diperoleh melalui jual beli online. Seperti memasarkan langsung produk, menjual informasi, iklan, dan lain-lain
2. Memperpendek product cycle atau management supplier. Perusahaan dapat memesan barang baku atau produk ketika ada pemesanan sehingga perputaran barang lebih cepat dan tidak perlu gudang besar untuk menyimpan barang
3. Menurunkan biaya operasional
4. Melebarkan jangkauan pemasaran
5. Waktu operasional yang tidak terbatas
6. Pelayanan ke pelanggan lebih baik

Sedangkan keuntungan bagi pembeli adalah:

1. Home shopping. Pembeli dapat melakukan transaksi di rumah sehingga dapat menghemat waktu, menghindari kemacetan dan menjangkau toko-toko yang jauh dari lokasi
2. Mudah melakukan transaksi
3. Pembeli memiliki pilihan yang banyak dan luas sehingga dapat membandingkan produk yang ingin dibeli
4. Tidak dibatasi waktu
5. Pembeli dapat mencari produk yang tidak tersedia atau sulit diperoleh di outlet-outlet atau pasar tradisional

Keuntungan tersebut, jika dimanfaatkan dengan benar, akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap jual beli online yang diharapkan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional. Dalam jual beli online, semua formalitas yang biasa digunakan dalam transaksi

jual beli tradisional dikurangi, disamping konsumen dapat mengumpulkan dan membandingkan informasi barang secara lebih leluasa tanpa dibatasi wilayah.

Tidak dapat dipungkiri bahwa transaksi jual beli online saat ini merupakan kegiatan yang dilakukan oleh banyak orang dari berbagai kalangan. Metode pembayaran yang berbeda-beda dalam jual beli online pun beragam, sehingga masyarakat dapat pilih metode pembayaran sesuai dengan kemampuannya. Belanja online lebih mudah, praktis, cepat dan efisien. Sistem pembayaran dalam transaksi jual beli melalui media sosial instagram diantaranya:

a. Cash on Delivery

Transaksi jual beli online dengan bertemu langsung (cod) dianggap lebih aman dan digunakan sebagai pilihan yang terbaik. Karena cara ini akan memandu pembeli dan penjual untuk bertemu langsung untuk memberikan barang dagangan yang diperjualbelikan termasuk dengan uang pembayarannya.

b. Transfer Bank

Transfer bank adalah metode yang paling banyak digunakan di transaksi jual beli online. Karena metodenya mudah dan cepat. Terlebih lagi jika anda memiliki layanan internet banking atau mobile banking, metode ini membutuhkan kepercayaan besar antara pembeli dan penjual karena rentan terhadap penipuan melalui metode pembayaran transfer ini.

c. Kartu kredit

Cara ini biasanya digunakan untuk transaksi yang berhubungan dengan perusahaan besar dengan harga yang sangat mahal, sehingga pembeli memilih menggunakan kartu kredit. Namun, banyak pengguna mulai menggunakan kartu kredit untuk membayar dalam nominal yang

kecil. Tidak ada yang lain selain kenyamanan dan kecepatan dalam bertransaksi karena pembayaran bisa langsung dikonfirmasi secara instan.

Berdasarkan hal di atas dapat disimpulkan bahwa metode pembayaran dalam transaksi jual beli melalui media sosial instagram dapat dilakukan dengan sistem transfer melalui ATM, kartu kredit, atau perantara pihak ketiga seperti melakukan cash on delivery (cod)

D. Tinjauan Umum Kejahatan Dunia Maya (Cyber Crime)

1. Pengertian Kejahatan Dunia Maya (*Cyber Crime*)

Kejahatan dunia maya pada awalnya didefinisikan sebagai kejahatan komputer. British Law commission mendefinisikan kejahatan dunia maya sebagai manipulasi komputer dengan cara apapun yang dilakukan dengan itikad buruk untuk mendapatkan uang, barang, atau manfaat lain dimaksudkan untuk merugikan pihak ketiga. Mandel membagi kejahatan dunia maya menjadi dua kegiatan yaitu:⁴⁴

- a. Pengguna komputer untuk melakukan penipuan, pencurian, atau penyembunyian untuk mendapatkan keuntungan, seperti Keuntungan bisnis, properti, layanan, dan lain-lain.
- b. Ancaman terhadap komputer itu sendiri, seperti pencurian perangkat lunak, perusakan, pemerasan.

Kejahatan dunia maya adalah kejahatan yang dilakukan dengan menggunakan teknologi komputer sebagai alat utama kejahatan. Kejahatan dunia maya adalah kejahatan yang memanfaatkan perkembangan teknologi komputer khususnya internet.⁴⁵ Kejahatan

⁴⁴Budi Sahariyanto, *Tindak Pidana Teknologi Informasi (Cyber) Urgensi Pengaturan dan Celah Hukumnya*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 10.

⁴⁵Josua Sitompul, *Cyberspace, Cybercrime, Cyberlaw: Tinjauan Aspek Hukum Pidana*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 25.

dunia maya didefinisikan sebagai tindakan ilegal menggunakan komputer yang didasarkan pada perkembangan teknologi internet.

Sistem teknologi informasi berupa internet telah mampu menggeser paradigma para ahli hukum terhadap pendefinisian kejahatan komputer, sebagaimana para ahli hukum pada awalnya berfokus pada alat atau perangkat yaitu komputer. Namun dengan berkembangnya teknologi informasi berupa internet, maka fokusnya diperluas untuk mendefinisikan kejahatan dunia maya yaitu sejauh mana kegiatan yang dapat dilakukan di dunia maya melalui sistem internet informasi yang digunakan. Jadi definisi kejahatan tidak terbatas pada komponen perangkat keras sebagai kejahatan dunia maya tetapi dapat diperluas ke lingkungan global yang dieksplorasi oleh sistem teknologi informasi yang bersangkutan. Oleh karena itu, lebih tepat pengertian kejahatan dunia maya adalah kejahatan teknologi informasi sekaligus kejahatan dunia maya.

Kejahatan dunia maya (*Cyber Crime*) pada dasarnya mencakup semua kejahatan yang berkaitan dengan sistem informasi itu sendiri dan sistem informasi yang merupakan sarana untuk memberikan atau bertukar informasi dengan pihak lain.

2. Karakteristik *Cyber Crime*

Kejahatan di bidang teknologi informasi dapat digolongkan sebagai kejahatan putih karena pelaku kejahatan dunia maya (siber) adalah orang yang menguasai penggunaan internet dan aplikasinya atau ahli di bidangnya. Kejahatan ini sering dilakukan secara transnasional atau melintasi batas negara sehingga dua kriteria kejahatan melekat pada kejahatan dunia maya ini, kejahatan putih dan kejahatan transnasional.

Kejahatan dunia maya (*cyber crime*) memiliki karakteristik yang unik, yaitu:⁴⁶

- a. Ruang lingkup kejahatan
- b. Sifat kejahatan
- c. Pelaku kejahatan
- d. Modus kejahatan
- e. Jenis kerugian yang ditimbulkan

Berdasarkan beberapa literatur dan praktiknya, cybercrime memiliki beberapa karakteristik, yaitu:

- a. Perbuatan tersebut dilakukan secara melawan hukum tanpa hak atau suatu peristiwa asusila di dunia maya sehingga tidak dapat dipastikan yurisdiksi negara mana yang berlaku terhadapnya
- b. Perbuatan tersebut dilakukan menggunakan perangkat apapun yang terhubung ke internet
- c. Perbuatan tersebut mengakibatkan kerugian materil dan inmateril (waktu, nilai, jasa, uang, barang, harga diri, martabat, kerahasiaan informasi), yang cenderung lebih besar dari kejahatan tradisional
- d. Pelakunya adalah orang yang menguasai penggunaan internet dan aplikasinya
- e. Perbuatan tersebut sering dilakukan cara transnasional atau melintasi batas negara

3. Jenis-jenis Kejahatan Dunia Maya (*Cyber Crime*)

Secara umum ada beberapa bentuk kejahatan yang erat kaitannya dengan penggunaan teknologi informasi komputer dan jaringan telekomunikasi antara lain:⁴⁷

- a. Akses tidak sah ke sistem dan layanan komputer

⁴⁶Aswan, *Tindak Pidana Penipuan Berbasis Transaksi Online*, (Makassar: Guepedia, 2019), h. 45

⁴⁷Aswan, *Tindak Pidana Penipuan Berbasis Transaksi Online*, h. 47-49

Suatu kejahatan yang dilakukan dengan cara tidak sah memasuki atau meretas suatu sistem jaringan komputer tanpa izin atau tanpa sepengetahuan pemilik sistem jaringan komputer yang dimasukkkan. Penjahat biasanya melakukan ini dengan tujuan menyabotase atau mencuri informasi penting dan rahasia.

b. *Ilegal Contens*

Merupakan pelanggaran untuk memasukkan data atau informasi di internet tentang sesuatu yang tidak benar dan tidak bermoral dan dapat dianggap ilegal atau mengganggu ketertiban umum. Contohnya adalah pemuatan suatu berita bohong, atau fitnah yang akan menghancurkan martabat atau harga diri dari pihak lain.

c. Pemalsuan data

Merupakan kejahatan memasukkan data dokumen penting yang disimpan sebagai dokumen tanpa teks secara online. Pelanggaran ini biasanya menargetkan dokumen e-commerce dengan membuat seolah-olah telah terjadi kesalahan ketik yang pada akhirnya akan menguntungkan pelaku.

d. Mata-mata (*espionage*)

Merupakan kejahatan yang menggunakan internet untuk melakukan kegiatan spionase terhadap pihak lain dengan cara memasuki sistem jaringan komputer pihak sasaran titik pelanggaran ini biasanya ditujukan terhadap pesaing komersial yang dokumen atau data pentingnya disimpan dalam sistem komputerisasi.

e. Sabotase dan pemerasan dunia maya

Kejahatan ini dilakukan dengan menonaktifkan atau menghancurkan data program komputer atau sistem jaringan

komputer yang terhubung ke internet. Kejahatan ini biasanya dilakukan dengan menyebabkan suatu *logic bomb*, virus komputer atau program tertentu sehingga datang program komputer atau sistem jaringan komputer tidak dapat digunakan dengan baik.

f. Pelanggaran terhadap kekayaan intelektual

Pelanggaran ini ditujukan terhadap hak kekayaan intelektual yang dimiliki pihak lain di internet. Seperti menyalin secara ilegal tampilan di web situs orang lain, atau menyiarkan informasi di internet yang ternyata merupakan rahasia dagang orang lain, dan sebagainya.

g. Pelanggaran privasi

Kejahatan ini ditujukan terhadap informasi seseorang yang sangat pribadi dan rahasia. Kejahatan ini biasanya ditunjukkan pada informasi seseorang dalam bentuk data pribadi yang terkomputerisasi yang jika diketahui orang lain akan dapat merugikan korbannya.

h. *Cracking*

Kejahatan yang menggunakan teknologi komputer untuk merusak sistem keamanan sistem komputer dan biasanya dilakukan untuk melakukan pencurian.

i. *Carding*

Merupakan kejahatan yang menggunakan teknologi komputer untuk merugikan orang lain dengan menggunakan kartu kredit orang lain untuk melakukan suatu transaksi.

4. Faktor *Cyber Crime* di Indonesia

Kejahatan merupakan suatu bentuk perilaku menyimpang yang selalu hadir dan mendarah daging dalam setiap bentuk masyarakat, dan tidak ada masyarakat yang bebas dari kejahatan. Kejahatan tidak hanya

disebabkan oleh faktor individu dari individu tersebut tetapi juga oleh faktor eksternal seperti yang berasal dari lingkungan sekitar dan kehidupan sosial. Kejahatan dunia maya menjadi semakin umum, karena modus yang beraneka ragam. Pelakunya terampil dalam melakukan tindakannya, mereka adalah individu yang cerdas dan kreatif, tetapi mereka menggunakannya untuk melakukan kejahatan yang akan merugikan orang lain. Berikut adalah faktor-faktor yang menyebabkan munculnya cyber crime antara lain:⁴⁸

a. Kurangnya kesadaran hukum masyarakat

Kesadaran hukum adalah kesadaran tentang apa yang harus atau tidak boleh dilakukan dalam kaitannya dengan aturan atau hukum yang berlaku di masyarakat. Saat ini kesadaran hukum masyarakat masih kurang dalam kegiatan *cyber crime*. Hal ini disebabkan kurangnya pemahaman terkait *cyber crime*, baik itu tindakan maupun efek yang ditimbulkannya. Banyak masyarakat yang tidak mengetahui tindakan yang dilakukan terkait dengan aktivitas di dunia maya. Dengan memahami *cyber crime*, masyarakat berperan penting dalam upaya memerangi *cyber crime*. Tanpa pemahaman, penjahat dunia maya akan berkembang biak karena orang tidak benar-benar tahu apa yang mereka lakukan sampai mereka akhirnya tertipu.

b. Keamanan

Para pelaku kejahatan *cyber* pasti akan merasa aman dalam menjalankan usahanya, dan ini tidak lain adalah media yang digunakan untuk melakukan kejahatan berupa akses internet yang biasa digunakan di mana saja, baik di tempat terbuka maupun

⁴⁸Aswan, *Tindak Pidana Penipuan Berbasis Transaksi Online*, h. 55

tertutup. Ketiadaan sistem keamanan dari internet membuat setiap orang bebas berekspresi di dunia maya tanpa perlu pembatasan, sehingga mendorong tumbuhnya kejahatan di dunia maya.

c. Aparat penegak hukum

Secara umum, aparat penegak hukum masih sangat minim pengetahuan dalam menguasai pengoperasian komputer dan pemahaman terkait batasan komputer serta kemampuan melakukan penyidikan terhadap kasus kejahatan di dunia maya. Hal ini memungkinkan pelaku kejahatan *cyber* menjadi jauh lebih kuat daripada aparat penegak hukum, yang berujung pada peningkatan intensitas kejahatan siber di Indonesia.

d. Undang-Undang

Saat ini Indonesia belum memiliki undang-undang khusus yang mengatur tentang *cyber crime*, meskipun ada undang-undang yang berlaku umum dan dapat dikenakan kepada pelaku *cyber* seperti aturan yang terdapat dalam KUHP dan UU ITE. Hal ini mendorong munculnya kejahatan di dunia maya.

Di media online, kejahatan yang paling sering terjadi adalah penipuan yang mengatasnamakan bisnis jual beli menggunakan internet yang menawarkan berbagai produk penjualan yang dijual dengan harga di bawah rata-rata. Bisnis online memang sedang menjadi tren saat ini, akan tetapi membuka celah bagi pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan kejahatan yang merugikan orang lain. Ada banyak penipuan di dunia nyata, tetapi ada juga penipuan di dunia maya. Penipuan menggunakan metode berupa penjualan berbagai jenis barang yang memikat calon pembeli karena harganya yang sangat murah dan jauh dari harga aslinya. Yang pada akhirnya setelah mengirim uang, barang yang dipesan tidak diterima.

Demi memperoleh keuntungan dan memperkaya diri sendiri, pelaku melanggar aturan dan norma hukum yang berlaku. Industri secara online memudahkan para pelaku penipuan dalam melakukan aksinya.⁴⁹

Secara bahasa penipuan berasal dari kata tipu atau semacam tindakan atau perkataan yang tidak jujur dengan kata lain dapat pula diartikan sebagai suatu perbuatan atau perkataan yang mengandung kebohongan atau Kepalsuan dengan maksud menyesatkan, mengakali ataupun mencari keuntungan bagi diri sendiri maupun pihak tertentu.⁵⁰

Tindak pidana penipuan menggunakan internet termasuk dalam kelompok *illegal contents* dalam kajian penyalahgunaan teknologi informasi berupa *computer related fraud*. *computer related fraud* didefinisikan sebagai kecurangan atau penipuan yang dilakukan untuk keuntungan pribadi atau untuk merugikan orang lain. Sering terjadi penyebaran berita bohong dan menyesatkan secara online yang sering kita temukan dalam proses jual beli online. Konsumen atau pembeli seringkali dirugikan dengan tindakan tersebut dari tindakan pelaku komersial yang tidak bertanggung jawab dalam menjalankan kewajibannya sebagai penjual. Jika terjadi hal itu tentu saja yang mengalami kerugian adalah konsumen.⁵¹

Bentuk berikut adalah beberapa penipuan yang umum terjadi dalam transaksi jual beli online:

- a. Ketidaksesuaian barang/produk yang diterima dengan yang dipesan
Hal inilah yang paling banyak dikeluhkan oleh konsumen, ketidaksesuaian ini mencakup berbagai bidang, baik ketidaksesuaian barang yang diterima dengan iklan/deskripsi

⁴⁹Aswan, *Tindak Pidana Penipuan Berbasis Transaksi Online*, h. 59.

⁵⁰Ananda S, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Kartika, 2009), h. 364

⁵¹Maskun, *Kejahatan Siber (Cyber Crime): Suatu Pengantar*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, TT), h. 52.

barang yang ditampilkan di media sosial instagram sampai dengan jumlah barang yang diterima tidak sesuai dengan jumlah pesanan, rusak atau keterlambatan pengiriman. Selain itu, barang atau produk yang diterima konsumen seringkali tidak sesuai dengan spesifikasi yang dideskripsikan/dijanjikan di media sosial Instagram jual beli online mulai dari bentuk, model, warna atau bahannya

b. Identitas pelaku usaha atau konsumen fiktif

Pemesanan atau transaksi di situs jual beli online baik pelaku usaha maupun konsumen harus terlebih dahulu melakukan registrasi atau membuat akun. Akun ini berisi identitas umum konsumen dan pelaku usaha yang juga dapat terhubung dengan akun media sosial seperti Facebook atau Instagram. Banyak pelaku usaha yang memalsukan akunnya dalam proses pendaftaran tersebut. Akun ini biasanya belum terverifikasi oleh situs jual beli online sehingga ketika keluhan konsumen disampaikan, akan sulit untuk mengidentifikasi mereka karena nama, alamat, atau kontak yang diberikan palsu

c. Penipuan harga diskon barang/produk yang ditawarkan

Menawarkan berbagai kemudahan dan kegunaannya praktis, berbelanja melalui jual beli online seringkali menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan berbelanja langsung di toko tradisional. Sering kali harga yang ditawarkan miring atau jauh di atas harga pasar rokokat terutama untuk bahan elektronik. Banyaknya diskon termasuk pengiriman gratis yang ditawarkan hal ini juga menarik konsumen untuk lebih banyak berbelanja online. Walaupun menawarkan banyak diskon dan harga yang murah namun seringkali barang/produk yang datang adalah barang bekas

atau barang yang tidak layak dipakai, bahkan seringkali barang tidak sampai atau tidak dikirimkan oleh penjual.

E. Tinjauan Umum Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Perlindungan Hukum

Bentuk perlindungan masyarakat memiliki banyak dimensi. Salah satunya adalah perlindungan hukum. Adanya konflik kepentingan dalam masyarakat harus dapat diminimalisir dengan adanya hukum dalam masyarakat. Adanya perlindungan hukum bagi seluruh rakyat Indonesia dapat ditemukan dalam undang-undang dasar negara Republik Indonesia 1945 (UD 1945). Oleh karena itu, setiap produk yang dihasilkan oleh lembaga legislatif harus mampu memberikan perlindungan hukum bagi seluruh masyarakat

Perlindungan hukum adalah perlindungan terhadap hak asasi manusia yang dirugikan oleh orang lain agar masyarakat dapat menikmati hak yang diberikan oleh hukum.⁵² Menurut Philipus M. Hadjon, perlindungan hukum adalah suatu tata cara untuk melindungi atau memberikan bantuan kepada bahan hukum, dengan menggunakan perangkat hukum.⁵³

Dari sekian banyak definisi perlindungan hukum di atas, dapat disimpulkan bahwa perlindungan hukum adalah suatu upaya untuk melindungi kepentingan individu dalam statusnya sebagai manusia yang berhak untuk menikmati martabatnya dengan memberi mereka kewenangan untuk bertindak dalam rangka kepentingannya tersebut

Dalam pasal 1 angka 1 undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen menyebutkan bahwa:

⁵²Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, (Bandung: PT. Cipta Aditya Bakti, 2000), h. 54

⁵³Philipus M. Hadjon, *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*, (Yogyakarta: Gajah Mada University press, 2011), h. 10.

“perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.⁵⁴ Upaya menjamin kepastian hukum bagi konsumen disertakan agar seluruh kegiatan yang terkait dengan penyelenggaraan perlindungan hukum dapat terselenggara dengan secara khusus melindungi keselamatan dan kenyamanan konsumendari penyalahgunaan oleh pelaku usaha.

Perbuatan sewenang-wenang oleh pelaku usaha terhadap konsumen dapat mengakibatkan hilangnya hak konsumen dan dapat meninggalkan konsumen sebagai pihak tanpa benar-benar memperoleh kepastian hukum.

Ruang lingkup perlindungan konsumen dapat dibagi menjadi dua aspek, yaitu:

- a. Perlindungan dari kemungkinan penyerahan barang kepada konsumen yang tidak sesuai dengan yang disepakati
- b. Perlindungan dari penerapan persyaratan yang tidak adil kepada konsumen

Keinginan untuk mencapai perlindungan konsumen adalah untuk menciptakan rasa aman bagi konsumen dalam hidupnya. Ditetapkan bahwa semua aturan perlindungan konsumen dalam undang-undang perlindungan konsumen memiliki hukuman pidana.⁵⁵

Maka segala upaya yang ditujukan untuk perlindungan konsumen tidak hanya tindakan preventif tetapi juga tindakan represif disegala bidang perlindungan yang diberikan kepada konsumen. Oleh karena itu, pengaturan perlindungan konsumen dilaksanakan dengan:

⁵⁴Ahmad Miru & Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2014), h. 34.

⁵⁵Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan konsumen*, (Depok: Prenadamedia Group, 2018), h. 6.

- a. Menciptakan sistem perlindungan hukum yang mengandung unsur keterbukaan akses informasi, serta menjamin kepastian hukum
- b. Meningkatkan kualitas barang dan pelayan jasa
- c. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktik usaha yang menipu dan menyesatkan
- d. Memajukan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan lainnya.⁵⁶

Maka, undang-undang perlindungan konsumen adalah kumpulan asas dan aturan yang mengatur dan melindungi konsumen dalam kaitannya dengan masalah penyediaan dan penggunaan produk konsumen diantara penyedia layanan dan penggunaannya dalam kehidupan sosial.⁵⁷

2. Perlindungan Hukum Dari Sisi Pelaku Usaha

- a. Dimana pelaku usaha dalam hal ini wajib mencantumkan identitas, berdasarkan hasil penelusuran perwakilan dagang untuk toko online ditemukan bahwa toko online hanya mencantumkan nomor telepon dan alamat email tanpa mencantumkan alamat yang jelas dari perwakilan dagang tersebut. Atau pertandingan lainnya.
- b. Adanya lembaga penjamin keabsahan toko online. Berdasarkan penelitian toko online di Indonesia, belum ada lembaga penjamin keabsahan toko tersebut, sehingga dimungkinkan konsumen bertransaksi dengan toko online yang fiktif.

3. Perlindungan Hukum dari Sisi Konsumen

Ada jaminan untuk melindungi kerahasiaan data pribadi konsumen, karena jika data pribadi ini tidak dirahasiakan oleh entitas

⁵⁶Rosmawati, Pokok-Pokok Hukum Perlindungan konsumen, h. 7.

⁵⁷Rosmawati, Pokok-Pokok Hukum Perlindungan konsumen, h. 8.

komersial, mereka dapat diperdagangkan oleh pihak lain untuk tujuan promosi.

4. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dari Sisi Produk

Dalam menawarkan produknya pelaku usaha diwajibkan untuk:

- a. Memberikan informasi yang jelas dan lengkap mengenai produk yang ditawarkan agar tidak menyesatkan konsumen terutama informasi yang sifatnya mendasar (kualitas produk apakah asli, imitasi, baru, bekas, jenis produk, ukuran) disamping informasi-informasi lain yang relevan seperti keunggulan produk. Ini sangat penting untuk membantukonsumen dalam memutuskan untuk membeli atau tidak. Berdasarkan hasil kajian pelaku usaha di Indonesia dalam deskripsi produk, informasi yang didapat sangat sedikit, hanya disebutkan harga dengan sedikit penjelasan mengenai produk. Adapun pelaku usaha di luar negeri, sangat jelas mereka menginformasikan produknya dan menyertakan survei rating untuk kualitas produk.
- b. Informasi produk tentang produk harus diberikan dalam bahasa yang mudah dipahami dan tidak menimbulkan penafsiran lain. Dalam hal ini, mengingat jual beli online merupakan perdagangan yang melintasi batas negara dan pelaku komersial bisa datang darimana saja, maka untuk menggunakan bahasa, disesuaikan dengan negara asal pelaku usaha. Jadi dalam hal ini mengharuskan konsumen untuk terlibat dengan pelaku komersial yang dapat memahami bahasa mereka.
- c. Memberikan jaminan bahwa produk yang ditawarkan aman atau nyaman untuk di konsumsi atau dipergunakan.
- d. Memberi jaminan bahwa produk yang ditawarkan sesuai dengan apa yang dipromosikan oleh pelaku usaha.

5. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dari Sisi Transaksi

Tidak semua konsumen memahami bagaimana melakukan transaksi melalui media internet, sehingga dalam hal ini pelaku komersial perlu mencantumkannya secara jelas dan lengkap tentang mekanisme transaksi dan hal-hal lain yang terkait dengan transaksi, seperti:

- a. Syarat yang harus dipenuhi konsumen dalam melakukan transaksi, dalam hal ini konsumen wajib memenuhi persyaratan yang harus dipenuhi, seperti mengisi data diri dan alamat lengkap pada formulir di website pelaku. Hal ini dilakukan untuk data administrasi dan untuk mengetahui kredibilitas konsumen.
- b. Kesempatan bagi konsumen untuk meninjau ulang transaksi yang akan dilakukannya, hal ini bertujuan untuk menghindari kesalahan yang dilakukan oleh konsumen
- c. Harga dari produk yang ditawarkan apakah sudah termasuk ongkos kirim biasanya, pelaku usaha jual beli online menambahkan biaya secara terpisah untuk mengirimkan barang. Jadi harga produk tercantum disitus web pelaku usaha perdagangan tidak termasuk biaya pengiriman.
- d. Informasi tentang apakah konsumen dapat mengembalikan barang atau tidak beserta mekanismenya. Ini sangat penting untuk dipahami oleh konsumen, karena tidak semua barang yang diminta diterima dengan sempurna, ada kemungkinan rusak saat pengiriman atau barang cacat produksi. Sehingga konsumen dapat mengembalikan barang sesuai mekanisme yang telah ditentukan oleh pelaku usaha dan konsumen mendapatkan barangbaru lagi
- e. Mekanisme penyelesaian konflik, sangat penting untuk diinformasikan dengan jelas oleh pelaku komersial kepada

konsumen, karena tidak selalu transaksi berjalan lancar, dan terkadang terjadi perbedaan pendapat di antara para pelaku usaha dengan konsumen. Berdasarkan penelitian, pelaku komersial di Indonesia tidak memasukkan mekanisme penyelesaian sengketa. Oleh karena itu tidak ada kepastian hukum dalam penyelesaian sengketa antara pelaku niaga dan konsumen.

- f. Batas waktu yang wajar untuk mengajukan klaim jika klaim tersebut dibuat diharapkan jangka waktunya tidak terlalu pendek karena jika terlalu singkat dikatakan merugikan konsumen itu sendiri.
 - g. Pelaku komersial harus memberikan catatan transaksi yang dapat diakses konsumen setiap saat berhubungan dengan transaksi yang telah atau sedang dilakukan oleh konsumen. Catatan saksi ini dapat digunakan sebagai alat bukti di pengadilan jika terjadi perselisihan antara perusahaan dan konsumen.
 - h. Bagaimana mekanisme pengiriman barang, mekanisme pengiriman barang perlu diketahui dengan jelas oleh konsumen, karena disini konsumen akan memilih dengan cara apa barang pesannya dikirim, melalui kurir, jasa pengiriman atau Cash On Delivery (COD).
6. Pengertian Konsumen dan Pelaku Usaha
- a. Pengertian Konsumen

Mengutip dari Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), konsumen adalah pengguna barang-barang (pakaian, bahan makanan, dan lain-lain). Yang dimaksud konsumen juga dapat diartikan sebagai pengguna jasa.

Kemudian berdasarkan pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa: “konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa

yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”

Dari pengertian konsumen diatas, maka dapat kita kemukakan unsur-unsur definisi konsumen:⁵⁸

1) Setiap orang

Subyek yang dimaksud dengan konsumen adalah setiap orang yang berstatus sebagai pengguna barang atau jasa.

2) Pemakai

Sesuai dengan bunyi pasal 1 angka 2 undang-undang perlindungan konsumen, kata “pemakai” menekankan konsumen adalah konsumen akhir (*ultimate consumer*). Istilah kata pemakai dalam hal ini digunakan untuk menunjukkan suatu barang dan/ atau jasa yang dipakai tidak serta hasil dari transaksi jual beli.

3) Barang dan/ atau jasa

Sehubungan dengan istilah barang dan/ atau jasa, kata produk digunakan sebagai pengganti istilah tersebut. Saat ini, “produk” memiliki konotasi barang atau jasa. Undang-undang perlindungan konsumen mendefinisikan barang sebagai segala sesuatu, berwujud dan tidak berwujud, bergerak atau tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat diperdagangkan, dipakai, atau dimanfaatkan oleh konsumen.

4) Yang tersedia dalam masyarakat

⁵⁸Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafik, 2008), h. 27

Barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat harus siap di pasaran.

- 5) Bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, makhluk hidup lainnya

Transaksi konsumen ditujukan untuk kepentingan pribadi, keluarga, orang lain, dan makhluk hidup. Kepentingan ini tidak hanya untuk diri sendiri dan keluarga, tetapi juga untuk barang/danjasa orang lain (diluar diris endiri dan keluarga), bahkan terhadap makhluk hidup, seperti hewan dan tumbuhan.

- 6) Barang dan/jasa tidak untuk diperdagangkan

Pengertian konsumen dalam UUPK dipertegas, yakni hanya konsumen akhir. Batasan itu sudah bisa dipakai dalam peraturan perlindungan konsumen.

Konsumen sering didefinisikan menjadi dua jenis, yaitu konsumen individu dan konsumen organisasi. Konsumen individu adalah membeli barang atau jasa dan menggunakannya untuk mereka sendiri, sedangkan konsumen organisasi adalah membeli dan menggun akan barang atau jasa untuk kepentingan bisnis atau bersama-sama. Perbedaan antara kedua jenis istilah ini menyebabkan kesalahpahaman terhadap konsumen, karena ada dua jenis konsumen dalam dunia literatur ekonomi, yang pertama adalah konsumen antara dan yang kedua adalah konsumen akhir. Konsumen antara, membeli suatu barang untuk diperjual belikan, sedangkan konsumen akhir membeli suatu barang untuk digunakan secara pribadi.

- b. PengertianPelaku Usaha

Berdasarkan pasal 1 angka 3 Undang-Undang No. 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”, pelaku usaha yang dimaksud adalah perorangan pribadi dan suatu perusahaan yang melakukan kegiatan usaha dalam wilayah Republik Indonesia, subyek hukum dalam hukum perdata mencakup perorangan dan badan hukum.⁵⁹

Kriteria yang dapat disebut pelaku komersial adalah orang perseorangan atau badan hukum yang melakukan kegiatan komersial di wilayah negara Indonesia, dan telah memiliki izin untuk melakukan usaha, pelaku komersial tidak hanya fokus pada produsen yang menghasilkan barang atau jasa, tetapi juga perusahaan yang memperdagangkan suatu barang untuk tujuan ekonomi.

Pelaku usaha menurut Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI), pelaku usaha dapat diklasifikasikan menjadi empat kelompok utama diantara pelaku ekonomi, tiga diantaranya adalah pengusaha (pelaku usaha, baik privat maupun publik), ketiga kelompok pelaku usaha tersebut antara lain sebagai berikut:⁶⁰

- 1) Kalangan investor, yaitu pelaku usaha penyedia dana untuk membiayai berbagai kepentingan seperti perbankan, leasing usaha, broker, dan lain-lain.

⁵⁹Indonesia, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1 Ayat (3)

⁶⁰Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2008), h. 11.

- 2) Produsen, yaitu pelaku perdagangan yang membuat atau menghasilkan barang dan/atau jasa (bahan baku, bahan tambahan, bahan-bahan lainnya). Mereka terdiri dari orang/badan usaha yang berhubungan dengan pangan, orang/badan usaha yang berhubungan dengan sandang, orang/perusahaan yang terkait dengan jasa transportasi, asuransi, bank, perusahaan yang terkait dengan obat-obatan atau kesehatan dan lain-lain.
- 3) Distributor yaitu pelaku usaha yang mendistribusikan atau memperdagangkan barang atau jasa tersebut kepada masyarakat, seperti pedagang secara retail, pedagang kaki lima, warung, toko, supermarket, dan sebagainya.

7. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Dalam ketentuan “pasal 2 UUPK ada lima asas perlindungan konsumen berdasarkan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamana, keselamatan, serta kepastian hukum. Dimana didalam undang-undang perlindungan konsumen dapat penjelasan kelima asas tersebut, yaitu sebagai berikut.”⁶¹

a. Asas Manfaat

Maksud dari asas ini untuk mengamanatkan agar segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

b. Asas Keadilan

Asas ini bertujuan untuk memaksimalkan partisipasi seluruh rakyat dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku

⁶¹Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika dirugikan*, h. 17

usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

c. Asas Keseimbangan

Asas ini bertujuan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti material atau spritual

d. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan keamanan dan keselamatan bagi konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang/jasa yang dikonsumsi atau digunakan

e. Asas Kepastian Hukum

Asas ini dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Memperhatikan substansi Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen serta penjelasannya, tampaknya susunan kata tersebut mengacu pada filosofi pembangunan nasional, yaitu pembangunan manusia sepenuhnya berdasarkan falsafah negara Republik Indonesia. Lima asas yang disebutkan dalam pasal tersebut, jika diperhatikan substansinya dapat dibagi menjadi 3 Asas, yaitu:⁶²

- a. Asas Kemanfaatan yang didalamnya meliputi asas keamanan dan keselamatan konsumen
- b. Asas Keadilan yang didalamnya meliputi asas keseimbangan, dan
- c. Asas Kepastian Hukum

⁶²Ahmad Miru & Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, h. 26.

Dalam undang-undang perlindungan konsumen pasal 3, disebutkan bahwa tujuan perlindungan konsumen sebagai berikut:⁶³

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri
 - b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang/jasa
 - c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen
 - d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi
 - e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha
 - f. Meningkatkan kualitas barang/jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang/dan jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.
8. Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha

Menjalin hubungan hukum dalam perkara hukum antara masing-masing pihak dalam bentuk hak dan kewajiban adalah arti koperasi dalam hubungan hukum. Hak salah satu pihak kemudian menjadi kewajiban pihak lain, begitu pula sebaliknya.

Hak dapat diartikan sebagai bentuk kekuasaan, kekuasaan yang memungkinkan seseorang untuk bertindak (berdasarkan undang-undang yang diatur dan ditentukan oleh undang-undang atau peraturan

⁶³Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika dirugikan*, h. 18.

tertentu), kekuasaan mutlak yang didasarkan pada sesuatu atau menjalankansuatu fungsi untuk menuntut sesuatu.

Sebagai pengguna barang atau jasa, konsumen memiliki banyak hak dan kewajiban. Pengetahuan tentang hak-hak konsumen sangat penting untuk memungkinkan orang bertindak sebagai konsumen yang mandiri. Tujuannya adalah untuk mengetahui bahwa konsumen secara alami dapat mengambil langkah lebih lanjut untuk memperjuangkan hak-hak mereka jika mereka curiga adanya tindakan yang tidak adil terhadap dirinya. Dengan kata lain dia tidak duduk diam ketika menyadari bahwa haknya telah dilanggar oleh pelaku usaha.⁶⁴

Di Indonesia hak-hak konsumen telah diatur dalam “pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.”⁶⁵

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;

⁶⁴Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, h. 22

⁶⁵Indonesia, Undang-undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4

- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; dan
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan perundang-undangan lainnya.

Sedangkan kewajiban sebagaimana diatur dalam Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen adalah:⁶⁶

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. Membayar sesuai nilai tukar yang disepakati;
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut;

Undang-undang perlindungan konsumen memberikan hak dan kewajiban kepada pelaku usaha dalam menjalankan usaha bukan tanpa alasan, namun bertujuan untuk menciptakan hubungan yang sehat antara pelaku usaha dengan konsumen, sehingga tidak ada satu pihak, khususnya konsumen yang merasa dirugikan dengan diabaikannya pelaku usaha.

⁶⁶Kelik Wardiono, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2014), h. 52.

“Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatakan hak-hak pelaku usaha:⁶⁷

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/jasa yang diperdagangkan;
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan perundang-undangan lainnya”

“Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen mengatakan kewajiban pelaku usaha:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, pemeliharaan;
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/jasa yang berlaku;

⁶⁷Indonesia, Undang-undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 6

- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminandan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau diperdagangkan;
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.”

Hak dan kewajiban yang diatur dalam undang-undang perlindungan konsumen terhadap pelaku usaha tersebut dimaksudkan untuk menjamin bahwa dalam melakukan kegiatan komersialnya, pelaku usaha harus selalu memerhatikan tanggung jawab yang dibebankan kepadanya atas semua produk yang dihasilkan dan diperdagangkan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pengertian Metode Penelitian

Penelitian merupakan cerminan dari keinginan manusia mencoba untuk menemukan sesuatu. Dalam melakukan penelitian, agar memperoleh kesimpulan yang sesuai dengan kebenaran ilmiah maka diperlukan metode penelitian yang sesuai. Metode tersebut digunakan dalam penelitian agar peneliti tidak bekerja secara asal, tetapi setiap langkah yang diambil harus jelas dan ada batasan-batasan tertentu untuk menghindari jalan yang menyesatkan. Metode adalah suatu jenis pemikiran yang digunakan dalam penelitian dan penilaian.⁶⁸ Penggunaan metode penelitian dalam sebuah penulisan dapat membantu menggali, mengolah dan merumuskan materi hukum yang diperoleh. Sehingga mendapatkan kesimpulan yang tepat dengan kebenaran ilmiah untuk menjawab permasalahan yang dihadapi.

B. Pendekatan Penelitian

Dalam skripsi ini penulis menggunakan penelitian hukum normatif yang ditunjang dengan data sekunder dengan pendekatan perundang-undangan, dan pendekatan konseptual⁶⁹ Pendekatan perundang-undangan ini dilakukan dengan meninjau undang-undang dan peraturan yang relevan berkaitan dengan masalah hukum yang sedang diteliti. Pendekatan perundang-undangan adalah pendekatan dengan menggunakan legislasi dan regulasi. Pendekatan konseptual adalah jenis pendekatan dengan memberikan sudut pandang analisa penyelesaian

⁶⁸Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2016), h. 180

⁶⁹Jhonny Ibrahim, *Teori dan Metode Penelitian Hukum Normatif*, (Malang: Bayu Media, 2005), h. 248

permasalahan dalam penelitian hukum dilihat dari penerapan norma-norma atau kaidah hukum yang dilakukan dalam penelitian. Sebagian besar pendekatan konseptual ini digunakan untuk memahami konsep-konsep yang berkaitan dengan dengan penormaan suatu perundang-undangan apakah telah sesuai dengan ruh yang terkandung, yang manadalam penelitian ini penulis meneliti dan menganalisis sebuah kasus yang sempat terjadi atau bahkan sedang terjadi di lingkungan masyarakat terkait dengan penipuan dalam transaksi jual beli online.⁷⁰

C. Jenis Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah dalam menyusun penelitian ini, jenis penelitian ini adalah penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif disebut sebagai penelitian kepustakaan, karena lebih banyak dilakukan pada data sekunder yang tersedia di dalam perpustakaan. Penelitian hukum normatif juga mengacu pada regulasi hukum, norma hukum yang terkandung baik dalam ketentuan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan transaksi jual beli melalui media sosial instagram.⁷¹

D. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu cara atau metode untuk mengolah data dan mengubahnya menjadi informasi sehingga data tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan untuk mencari solusi dari permasalahan yang diteliti. Metode yang penulis gunakan dalam menganalisis data dengan metode penelitian deskriptif analisis kualitatif. Penelitian deskriptif analisis kualitatif yakni suatu bentuk penelitian

⁷⁰Jhonny Ibrahim, *Teori dan Metode Penelitian Hukum Normatif*, h. 257

⁷¹Muhaimin, *Metodologi Penelitian Hukum*, (Mataram: Mataram University Press, 2020), h. 59

bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena yang ada, baik fenomena alam maupun fenomena buatan manusia. Penelitian deskriptif analisis kualitatif merupakan penelitian yang berusaha untuk menggambarkan dan menginterpretasikan sesuatu, misalnya kondisi atau hubungan yang ada, pendapat berkembang, proses yang sedang berlangsung, sebagai akibat dari apa yang terjadi, atau tentang tren yang sedang berlangsung, kemudian dianalisis dan dilakukan pengambilan kesimpulan atas permasalahan-permasalahan yang diteliti. Penelitian ini menggunakan survei terhadap kasus yang diteliti untuk memperoleh informasi yang dapat mendukung teori-teori yang ada, seperti data deskriptif yang akan menggambarkan kondisi jual beli melalui media sosial instagram.

E. Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penulisan skripsi ini menggunakan data sekunder yaitu bahan pustaka yang mencakup buku-buku perpustakaan, peraturan perundang-undangan yang terkait dengan penelitian dan sumber data sekunder. Adapun data sekunder yang dimaksud terdiri dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, sebagai berikut:⁷²

1. Bahan hukum primer adalah bahan-bahan hukum terdiri dari peraturan yang mengikat dan ditetapkan oleh pihak yang berwenang, dimana dalam penelitian ini bahan hukum yang digunakan diantaranya kitab undang-undang hukum pidana, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta peraturan-peraturan lain yang mendukung penulisan skripsi ini.
2. Bahan hukum sekunder yaitu dokumen yang merupakan bacaan yang relevan seperti buku-buku, jurnal hukum, karya tulis ilmiah, koran dan

⁷²Muhaimin, *Metodologi Penelitian Hukum*, h. 60

beberapa sumber dari internet yang berkaitan dengan materi yang diteliti.

F. Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam skripsi ini adalah studi kepustakaan yaitu dengan membaca, mempelajari, mencatat ataupun menganalisis materi-materi yang mengemukakan perlindungan hukum terhadap konsumen yang mengalami penipuan dalam jual beli online melalui instagram dan juga melakukan wawancara langsung sebagai data pendukung, dimana wawancara dilakukan dengan informan yakni dengan konsumen yang mengalami penipuan yang mendukung penelitian ini. Tujuan dari teknik dokumen ini adalah untuk mencari konsep, teori-teori, pendapat, penemuan-penemuan yang berkaitan dengan permasalahan yang dikaji dalam sebuah penelitian.⁷³

⁷³Edy Ikhsan dan Mahmul Siregar, *Metode Penelitian dan Penulisan Hukum Sebagai Bahan Ajar*, (Medan: Fakultas Hukum Universitas Sumatera, 2009), h. 24

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Mekanisme Transaksi Jual Beli Online di Instagram

1. Sejarah dan Perkembangan Instagram

Instagram memiliki dua pendiri, yang pertama adalah Kevin Systrom Ia dikenal oleh masyarakat sebaga isosok yang berkecimpung di dunia aplikasi. Systrom dibesarkan di pinggiran kota Boston yang indah dikenal sebagai Holliston. Lulus dari Universitas Stanford pada tahun 2006 dengan gelar ganda di bidang teknik dan manajemen. Kemudian dia bergabung dengan Google selama dua tahun dengan tugas mengelola Gmail dan kemudian bekerja di tim pengembangan korporat. Dengan banyak kegiatan yang terlibat di dunia media sosialmembuat Kevin ingin melakukan sesuatu yang merupakan miliknya sendiri. Kemudian Kevin Systrom meluncurkan startup teknologi pertamanya, karena latar belakangnya sebagai administrator programmer, ia mampu mengelolanya dengan baik. Dia melihat potensi mobile dan aplikasi berfokus pada check-in berbasis lokasi. Kemudian dia terjun ke dalam arus tersebut dengan sebuah website bernama Burbn.com.⁷⁴

Kisah instagram bukan hanya Kevin Systrom seperti yang sering terjadi bahwa ada pendiri lain, Mike Krieger. Menurut Kevin, meski Mike kurang dikenal publik, Mike adalah jiwa dari aplikasinya. Mike dibesarkan di Brasil dan pindah ke Amerika Serikat pada tahun 2004 untuk belajar teknik di Universitas Stanford. Dia merupakan tipe insinyur konservatif, tetapi memiliki bakat yang kuat

⁷⁴George Berkowski, *How to Build a Billion Dollar App: Temukan Rahasia Dari Para Pengusaha Aplikasi Paling Sukses di Dunia*, (Tangerang: Gemilang, 2016), h. 91

Untuk desain dan kreativitas. Setelah lulus dari Universitas Stanford, ia bergabung dengan Startup *Superhot Meeb*, platform chatting berbasis mesin jelajah yang populeritasnya meledak. Namun, apa yang sebenarnya diinginkan Mike tumbuh dan lakukan sesuatu yang baru dan berbeda. Dari keinginan yang sejalan ini, mereka bertemu. Berasal dari kampus yang sama, keduanya tidak mengalami banyak kesulitan. Di mana Kevin tahu bahwa dengan masuknya Mike kedalam kapal, mereka akan merencanakan sesuatu yang sama sekali berbeda. Awalnya Kevin tidak tahu persi siapa yang akan dilakukan dengan Burbn.com, sebuah aplikasi yang dikembangkan beberapa waktu lalu. Kemudian dengan bantuan kekasihnya, Nicole memikirkannya. Instagram diluncurkan pada 6 Oktober 2010. Pada hari pertama itu ia menarik sekitar 25.000 pengguna. Dalam beberapa bulan, Mei 2011 tepatnya angkanya menyentuh 3,75 juta.⁷⁵

Kevin Systrom dan Mike Kreiger melanjutkan eksekusi dan fokus bagus sekali. Mereka berkuat penuh di satu platform, *iPhone*, dan lakukan satu hal yaitu berbagi foto. Twitter dan Facebook mengikuti pertumbuhan Instagram dengan penuh minat dan khawatir. Pertumbuhan seperti itu menimbulkan ancaman jika dibiarkan begitu saja. Pada April 2011, segalanya mulai memanas di Instagram. Dalam beberapa bulan terakhir, basis penggunaannya meningkat dua kali lipat menjadi 30 juta dan versi Android akan segera diluncurkan.

Pada hari Kamis, 5 April, CEO Facebook Zuckerberg mengirim pesan teks ke Kevin Systrom, mengatakan dia ingin berbicara lebih banyak. Ketika mereka bertemu, Zuckerberg bersi keras Facebook adalah tempat yang sempurna untuk Instagram. Kemudian dia

⁷⁵George Berkowski, *How to Build a Billion Dollar App: Temukan Rahasia Dari Para Pengusaha Aplikasi Paling Sukses di Dunia*, h. 93.

membangkitkan ulang negosiasi. Dengan angka akhir yang disepakati sebesar satu miliar dolar adalah campuran saham Facebook dan uang tunai pemanis sebesar 500 juta dolar. Salah satu alasan terbesar perusahaan mengakuisisi mereka adalah untuk mendorong pertumbuhan. Facebook mengakuisisi Instagram seharga \$ 1 miliar untuk menggunakan salah satu aplikasi fotografi sosial yang tumbuh paling cepat. Ternyata, 300 juta pengguna Instagram saat itu mengunggah begitu banyak foto hingga melebihi ukuran foto yang diunggah oleh pengguna Facebook itu sendiri.⁷⁶

Perkembangan Instagram sangat cepat dan terbukti dengan itu Instagram telah mencapai 150 juta pengguna. Ini adalah rekor yang bagus. Tren Instagram ini adalah metode pemasaran yang menggunakan produk sebagai media komunikasi ini. Keuntungan Instagram adalah menggunakan berbagai publik sebagai penekan iklan. Sekitar 3 juta pengguna di Instagram memamerkan karya fotonya melalui Twitter atau Facebook. Artinya, pengguna Instagram yang fanatik dengan senang hati dan suka rela menjadi sarana komunikasi untuk produk, tanpa terasa sebagai iklan.⁷⁷ Namun, dengan meningkatnya jumlah pengguna Instagram dan Instagram yang dapat digunakan untuk perangkat seluler seperti ponsel atau komputer tablet. Keunggulan ini membuat siapa pun akan dengan mudah mengakses Instagram di mana saja dan kapan saja. Dengan meningkatnya jumlah pengguna Instagram banyak para pebisnis melirik aplikasi ini karena mudah untuk mengunggah banyak foto produk dan dengan mudah dan cepat untuk memberi komentar.

⁷⁶Erwin Prima, "Kisah Systrom Membangun Instagram, Jual Ke Facebook dan Mundur", Tempo.Co, <https://www.google.com/amp/s/teknos.com/amp/1130226/kisah-systrom-membangun-instagram-jual-ke-facebook-dan-mundur> diakses tanggal 4 Juni 2022

⁷⁷Handoko Hendroyono, *Brand Gardener*, (Tangerang: Literati, 2012), h. 283.

2. Pengguna Instagram

Terdapat 204,7 juta pengguna internet di Indonesia pada Januari 2022. Tingkat penetrasi pengguna internet di Indonesia sebesar 73,7% dari total penduduk pada awal Tahun 2022. Data menunjukkan pengguna internet di Indonesia meningkat sebesar 2,1 juta antara tahun 2021 dan 2022. Sebagai gambaran, angka pengguna ini mengungkapkan bahwa 73,05 juta orang di Indonesia tidak menggunakan internet pada awal tahun 2022, yang berarti bahwa 26,3% penduduk tetap offline di awal tahun.

Pada Januari 2022, ada 191,4 juta pengguna media sosial di Indonesia. Jumlah pengguna media sosial di Indonesia pada awal Tahun 2022 setara dengan 68,9 persen dari kota penduduk. Analisis kepios mengungkapkan bahwa pengguna media sosial di Indonesia akan meningkat sebesar 21 juta antara tahun 2001 sampai 2022.

Angka yang dipublikasikan di *Meta adtool* menunjukkan bahwa Instagram memiliki 99,15 juta pengguna di Indonesia pada awal tahun 2022. Angka ini menunjukkan bahwa jangkauan iklan Instagram di Indonesia setara dengan 35,7 persen dari total populasi di awal tahun. Setara dengan 48,4 persen basis pengguna internet domestik (berapa pun usia). Pada awal 2022, 52,3 persen audiens iklan Instagram di Indonesia adalah perempuan, sementara 47,7 persen adalah laki-laki.⁷⁸

3. Fitur Layanan Instagram Untuk Kembangkan Jual Beli

Sejak diluncurkan Instagram telah menambahkan banyak fitur yang menguntungkan pemasar dan pelaku usaha, baik dalam iklan berbayar

⁷⁸Andi Dwiriyanto, "Data Digital Indonesia Tahun 2022", Kompasiana, 4 Juni 2022 <https://www.kompasiana.com/andidwiryanto/620fe14651d76471ad402f76/data-digital-indonesia-tahun-2022?page=2>

atau fitur posting. Berikut ini ada beberapa fitur Instagram yang paling penting untuk bisnis:⁷⁹

a. Instagram video

Mungkin sudah familiar dengan postingan video Instagram. Video Instagram berfungsi seperti posting foto biasa. Namun video tersebut berdurasi 60 detik dan berguna untuk menjelaskan dan mempromosikan produk yang kita jual. Kita dapat menambah filter, anotasi dan pemosisian sebelum membagikan postingan. Postingan video menghasilkan lebih banyak interaksi pengguna daripada foto di Instagram. Fungsi video Instagram sangat bagus untuk merk yang ingin memenangkan algoritma baru Instagram,

Gambar 1: Instagram Video



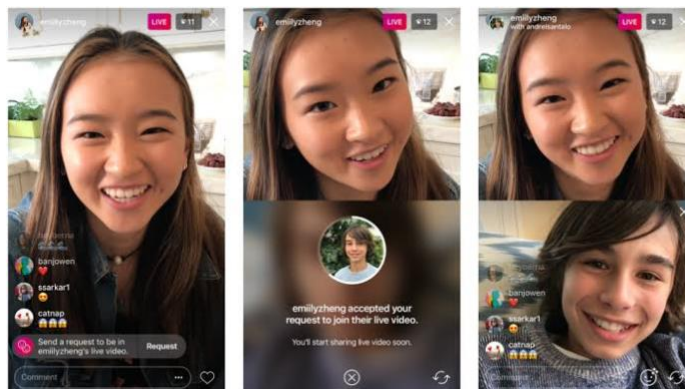
karena ini melacak interaksi pengguna dalam postingan kita

b. Instagram Live Video

⁷⁹Edelweis Lararenjana, “Berikut Fungsi Instagram Yang Paling Utama, Bisa Untuk Kembangkan Bisnis”, Merdeka.com, <https://m.merdeka.com/jatim/berikut-fungsi-instagram-yang-paling-utama-bisa-untuk-kembangkan-bisnis-klm.html> (4 Juni 2022)

Fitur dan fungsi video *live* instagram berbeda dengan video instagram biasa karena ini adalah satu-satunya fitur yang dialirkan secara langsung atau *realtime*. Cara kerjanya adalah pengikut anda akan mendapatkan pemberitahuan yang memberitahu mereka bahwa kita akan mengadakan live video. Pengikut dapat berkomentar atau menyukaistreaminglive video secara real time. Video siaran langsung ini akan hilang setelah kita mengakhirinya. Fitur ini adalah cara lain bagi pemasar untuk membangun transparansi dan keaslian merek. Keduanya penting sejalan dengan algoritma Instagram terbaru.

Gambar 2: Instagram Live Video

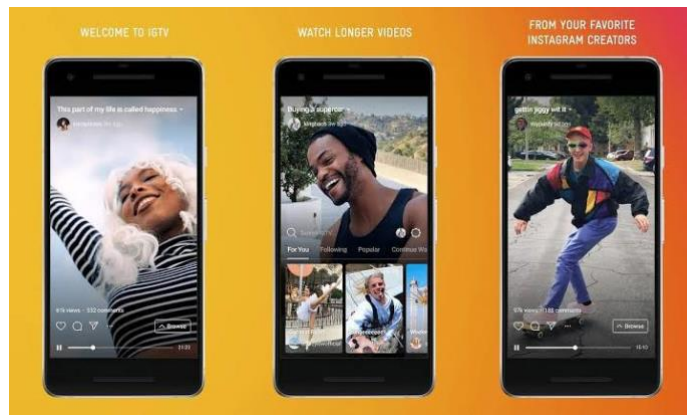


c. IGTV

Instagram TV atau IG TV adalah aplikasi Instagram yang memberi penggunanya kemampuan untuk berbagi video hingga 1 jam seperti episode di TV. Ini adalah fitur yang disukai oleh pembuat konten dan salah satu tren pemasaran konten yang tumbuh paling cepat, karena lebih dari 80% bisnis menggunakan pemasaran video ini. Igtv memberi pemasar kemampuan untuk membagikan

konten video yang lebih panjang. Fungsi Instagram TV ini menguntungkan pengguna dengan memberitahu mereka secara real time ketika penjual membagikan video yang biasanya berisikan penawaran produk terbaru, diskon, dan event-event menguntungkan lainnya.

Gambar 3: IGTV



d. Instagram Stories

Fitur dan fungsi Instagram Stories adalah salah satu tambahan terbesar dan sangat penting bagi bisnis yang mengandalkan Instagram sebagai platform pemasaran mereka. Di Instagram Stories dapat mengirimkan atau mempromosikan item setiap hari karena fitur ini hanya terlihat selama 24 jam sebelum menghilang.

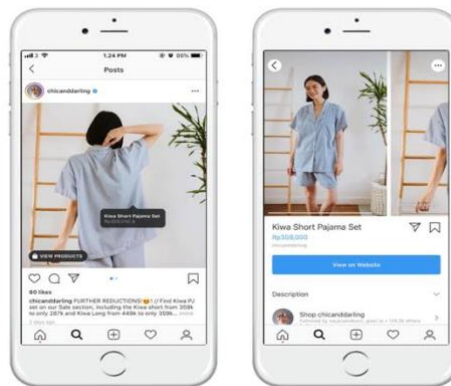
Gambar 4: Instagram Stories



e. Tag Belanja

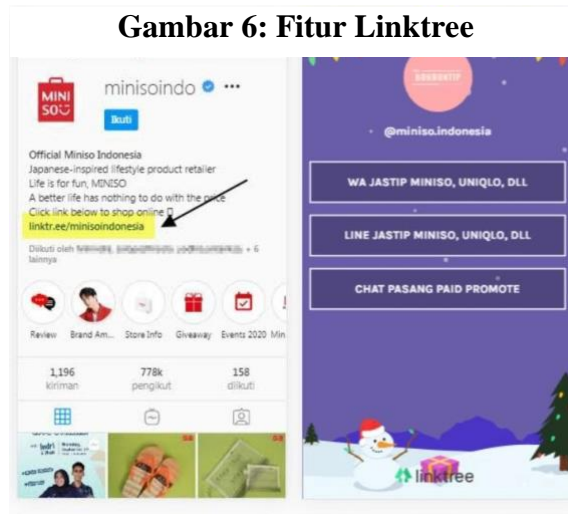
Teks belanja memungkinkan akun pelaku usaha untuk menandai harga produk di foto mereka. Misalnya, jika akun toko kita menampilkan model lari pada sepatu yang kita jual, kita dapat menempatkan label harga pada sepatu tersebut sehingga pengguna dapat mengklik langsung halaman produk dan membeli sepatu tersebut.

Gambar 5: Tag Belanja



f. Fitur Linktree

Dengan linktree, dapat membagikan tautan ke situs web, kontak WhatsApp, dan tautan lain yang dapat mengarahkan pengguna media sosial untuk melihat katalog dan melakukan pembelian.



4. Mekanisme Transaksi Jual Beli Online di Instagram

Transaksi jual beli online di Instagram, hampir identik dengan perjanjian jual beli pada umumnya. Perjanjian jual beli di Instagram ini pun berawal dari penawaran dan penerimaan. Penawaran yaitu suatu perbuatan seseorang beralasan bahwa perbuatan itu sendiri sebagai ajakan untuk masuk ke dalam suatu ikatan perjanjian. Penawaran pada transaksi jual beli di Instagram ini yang melakukan pihak penjual, yang mana pihak penjual memanfaatkan Instagram ini untuk menampilkan produk dagangan yang ditujukan pada halaman timeline Instagram calon pembeli dan diikuti dengan penerimaan oleh pihak pembeli.

Seperti pada pembahasan ini jual beli yang dilakukan melalui media sosial instagram. Langkah pertama yang harus dilakukan oleh konsumen untuk melihat penawaran produk online shop tersebut diantaranya:

- a. Konsumen memiliki aplikasi media sosial instagram, kemudian konsumen mendaftarkan terlebih dahulu akun instagram nya dengan menggunakan akun gmail atau melalui nomor handphone pengguna
- b. Konsumen melihat iklan pada instagram story milik penjual
- c. Konsumen mengikuti akun penjual barang yang ingin dibeli, untuk mengikuti postingan penjual barang.
- d. Sebelum melakukan pembelian produk, konsumen dapat melihat dahulu produk yang ditawarkan , di samping itu banyaknya jenis produk yang ditawarkan dengan harga yang berbeda. Memungkinkan konsumen untuk membandingkan dan mencari produk lain
- e. Setelah konsumen menyatakan cocok terhadap suatu barang yang ada pada akun penjual di instagram, konsumen bisa mengirimkan dirrect message ke nomor whatsapp yang tertera pada bio akun penjual.
- f. Penjual mengkonfirmasi bahwa ada pemesanan barang, langkah ini informasi sebagai langkah persiapan bagi penjual untuk mempersiapkan produk yang akan dibeli konsumen
- g. Konsumen melakukan transfer, transfer dilakukan oleh pembeli pada saat dinyatakan barang siap dibeli, transfer rekening ditujukan kepada akun penjual di Instagram.
- h. Penjual melakukan proses pengiriman, penjual online kemudian melakukan proses manufaktur hingga produk jadi, dan setelah

selesai proses pengemasan produk harus dilakukan dengan benar agar tidak terjadi kerusakan dalam proses pengiriman. Selain itu proses pengiriman harus sesuai dengan spesifikasi produk yang dipesan, banyaknya masalah perbedaan spesifikasi akan secara langsung mempengaruhi reputasi penjual

- i. Selanjutnya pengiriman barang oleh pihak ekspedisi keseluruhan tujuan barang yang dipesan paling lambat 2 sampai 3 hari keseluruhan Indonesia
- j. Barang dikirim kepada pihak konsumen melalui layanan ekspedisi

B. Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Mengalami Penipuan Dalam Transaksi Jual Beli Online di Instagram

1. Kronologi Kasus Penipuan

Berbicara mengenai penipuan yang terjadi pada konsumen dalam transaksi jual beli online di Instagram. Penulis melakukan wawancara kepada beberapa masyarakat yang pernah mengalami penipuan tersebut.

Nada, seorang pengguna Instagram ditipu saat ingin membeli jaket dari toko online di Instagram. Jenis penipuan yang dialami oleh Nada, Ketika Nada ingin membeli jaket salah satu toko online di Instagram dan ternyata barang tersebut tidak datang padahal Nada sudah membayar barang tersebut dengan mentransfer ke rekening si penjual. Namun setelah 2 minggu lebih barangnya tidak datang dan nomor serta akun penjual sudah tidak ada dan tidak aktif. Saat mengalami penipuan Nada tidak melakukan apapun karena posisi Nada saat itu sedang mondok, Nada pun memegang handphone ketika dijenguk oleh orang tuanya saja. Nada tidak melaporkan hal tersebut, keadaan yang tidak bisa melakukan hal tersebut karena saat itu Nada masih awam dan kurang pengetahuan dalam hal lapor melapor dalam kasus

penipuan. Setelah mengalami penipuan tersebut nada tidak ingin melakukan transaksi jual beli online di instagram kembali, dikarenakan lebih kewaspada agar kejadian tersebut tidak terulang kembali oleh Nada.⁸⁰

Hal yang sama juga dirasakan oleh Lulu, ketika Lulu ingin membeli kemeja salah satu toko online di instagram, lulu melakukan pembayaran terlebih dahulu, namun setelah melakukan pembayaran barang yang dipesan Lulu tidak kunjung dikirim oleh penjual. Lima hari setelah melakukan pembayaran, Lulu menghubungi kembali sipenjual tersebut, tetapi tidak di respon oleh penjual tersebut. Kemudian lulu mengirim pesan yang ketigakalinya, nomor whatsapp lulu di blokir oleh penjual tersebut. Lulu tidak melaporkan hal tersebut sebab Lulu berpikir sedikit sulit untuk mengumpulkan data-data untuk persyaratannya. Setelah mengalami penipuan tersebut Lulu tidak ingin melakukan transaksi jual beli online di instagram, dikarenakan takut hal tersebut terulang kembali olehnya, namun jika dilihat testimoni pembeli pada toko online tersebut banyak, lulu ingin melakukan pembelian produk tersebut di instagram.⁸¹

Hal tersebut juga terjadi pada Anisa, ketika Anisa ingin membeli baju dan sepatu, salah satu online shop di instagram. Awalnya Anisa tergiur dengan harga buy 1 get 1 tersebut dikarenakan produk tersebut produk bermerk. Namun yang terjadi, setelah anisa melakukan pemesanan, produk yang dipesan Anisa itu tidak sampai. Solusi yang dilakukan Anisa dengan cara menghubungi kontak online shop tersebut yang lain dan memberikan teguran kepada online shop tersebut. Anisa

⁸⁰ Nada Susmita Septiani, Wawancara Dengan Konsumen Yang Mengalami Penipuan, Jakarta, 8 Agustus 2022

⁸¹ Lulu Aliya Ahmad, Wawancara Dengan Konsumen Yang Mengalami Penipuan, Jakarta 8 Agustus 2022

tidak melaporkan hal tersebut, tetapi Anisa memberitahu online shop yang melakukan penipuan tersebut melalui media sosialnya. Agar tidak ada lagi konsumen yang berbelanja di onlie shop itu. Anisa tidak ingin melakukan transaksi jual beli online di instagram kembali, sebab Anisa kecewa dan tidak ingin mengulangi kesalahan yang sama dengan sebelumnya.⁸²

2. Perlindungan Konsumen Ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999

Berkaitan dengan konsumen berarti hukum memberikan perlindungan terhadap hak konsumen atas sesuatu yang mengakibatkan tidak terpenuhinya hak-hak itu.

Perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen Instagram, didasari oleh kerugian-kerugian yang seringkali dialami oleh konsumen Instagram dalam kegiatan transaksi jual belinya melalui media sosial Instagram. Berdasarkan kerugian kerugian yang dialami konsumen Instagram, maka perlindungan hukum terhadap konsumentersebut memiliki hubungan yang erat dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dilihat dari pendekatan utama Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Dengan pendekatan undang-undang Perlindungan Konsumenkronologikasuspenipuan bisa dilihat sebagai salah satu pelanggaran hak terhadap konsumen.

“pasal 4 UUPerlindungan Konsumen menyebutkan bahwa hak konsumen adalah.”⁸³

⁸² Anisa, Wawancara Dengan Konsumen Yang Mengalami Penipuan, Jakarta 8 Agustus 2022

⁸³Indonesia, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4

- a. Hak atas kejahatan coba keamanan obat dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/ atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi obat perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapatkan perbedaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- h. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya

Mengenai kronologi kasus dalam undang-undang perlindungan konsumen, Pasal 8 sampai Pasal 17 mengatur perbuatan-perbuatan apa saja yang dilarang dilakukan oleh pelaku usaha. Salah satu yang berkaitan dengan penipuan online ialah “Pasal 16 Undang-Undang Perlindungan Konsumen: pelaku usaha dalam menawarkan barang dan atau jasa melalui pesanan dilarang untuk:⁸⁴

- a. Tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan;
- b. Tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi.”

⁸⁴Indonesia, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 16

Dengan jelas pada kronologi kasus pelaku usaha melanggar hak-hak konsumen yang tertera pada pasal 4 UU Perlindungan Konsumen yaitu hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. “Kemudian pada Pasal 9 UU Perlindungan Konsumen:⁸⁵

- 1) pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan atau/jasa secara tidak benar dan/atau seolah-olah:
 - a. Barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu sejarah atau guna tertentu;
 - b. Barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;
 - c. Barang dan atau jasa tersebut telah mendapatkan dan atau memiliki sponsor persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesoris tertentu
 - d. Barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi
 - e. Barang dan/atau jasa tersebut tersedia
 - f. Barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi
 - g. Barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu
 - h. Barang tersebut berasal dari daerah tertentu
 - i. Secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan atau jasa lain

⁸⁵Indonesia, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 9

- j. Menggunakan kata-kata yang berlebihan seperti aman, tidak berbahaya tidak mengandung risiko atau efek samping tanpa keterangan yang lengkap
 - k. Menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti
- 2) Barang dan atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilarang untuk diperdagangkan
 - 3) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap ayat (1) dilarang melanjutkan penawaran promosi, dan pengiklanan barang dan/atau jasa tersebut”.

Pelaku usaha pada kronologi kasus jual beli online melalui Instagram ini telah jelas melanggar undang-undang Perlindungan Konsumen pasal 9 ayat 1 butir e, yakni di mana pelaku usaha dilarang untuk melakukan penawaran, promosi, dan ataupun iklan atas barang yang dijualnya secara tidak benar dan barang tersebut seolah-olah tersedia. Barang yang ada pada di kronologi kasus memang tidak ada, karena pemilik usaha tidak melakukan pengiriman barang kepada konsumen.

Berdasarkan kronologi kasus jual beli onlinedengan tindakan pelaku usaha di Instagram yang bertentangan dengan pasal-pasal diatas, maka pihak konsumen dapat melakukan upaya hukum karena terdapat kerugian yang menimpa konsumen. Banyak lembaga yang dapat membantu konsumen seperti badan Perlindungan Konsumen non-pemerintah(Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat) serta Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

Badan Perlindungan Konsumen nasional seperti yang dijelaskan dalam “Pasal 1 UU Perlindungan Konsumen Ayat(9) yang menyatakan bahwa perlindungan konsumen dan pemerintah pada dasarnya adalah lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang statusnya

terdaftar dan diakui oleh pemerintah. Kegiatan utamanya adalah untuk mengatasi masalah yang berkaitan dengan kasus Perlindungan Konsumen”.⁸⁶ Kemudian dalam “pasal 1 ayat 12 UU Perlindungan Konsumen juga disebutkan bahwa Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah lembaga yang dibentuk untuk membantu upaya pengembangan Perlindungan Konsumen”.⁸⁷ Sedangkan “Pasal 1 ayat 11 UU Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa badan penyelesaian sengketa konsumen pada dasarnya adalah badan yang tugasnya menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen”.⁸⁸ Kementerian yang bertanggung jawab di bidang perlindungan konsumen adalah menteri perdagangan sebagaimana dimaksud dalam pasal 1 ayat 13 UU Perlindungan Konsumen menteri yang dimaksud adalah menteri yang tugas dan/atau tanggung jawabnya meliputi bidang yang terkait dengan perdagangan

Dalam hal ini pelaku usaha telah melepaskan tanggung jawab yang diatur dalam Pasal 9 dan Pasal 16 UU Perlindungan Konsumen. Maka dapat dikatakan bahwa pelaku usaha oleh konsumen dapat digugat melalui badan yang berwenang, yaitu badan penyelesaian sengketa konsumen atau dapat juga konsumen mengajukan perkara sengketanya ke badan pengadilan di mana konsumen berada.

Undang-undang perlindungan konsumen yang mengatur penyelesaian sengketa dalam hal jual beli yakni pada “UU Perlindungan Konsumen pasal 45 menyatakan bahwa:⁸⁹

⁸⁶Indonesia, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1 Ayat (9)

⁸⁷Indonesia, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1 Ayat (12)

⁸⁸Indonesia, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1 Ayat (11)

⁸⁹Indonesia, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 45

- 1) Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum
- 2) Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa
- 3) Penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat 2 tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana diatur dalam undang-undang
- 4) Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.”

Sedangkan pada “UU Perlindungan Konsumen Pasal 46 juga diatur mengenai gugatan atas pelanggaran yakni:⁹⁰

- 1) Gugatan atas pelanggaran pelaku usaha dapat dilakukan oleh:
 - a. Seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan;
 - b. Sekelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama;
 - c. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat yaitu berbentuk badan hukum atau yayasan, yang dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah

⁹⁰Indonesia, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 46

untuk kepentingan perlindungan konsumen dan telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya;

- d. Pemerintah dan atau instansi terkait apabila barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengakibatkan kerugian materi yang besar dan/atau korbannya tidak sedikit.
- 2) Gugatan yang diajukan oleh kelompok konsumen lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat atau pemerintah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b, huruf c, atau huruf d diajukan kepada peradilan umum.
 - 3) Ketentuan lebih lanjut mengenai kerugian materi yang besar dan atau korban yang tidak sedikit sebagaimana dimaksud pada ayat 1 huruf d diatur dengan peraturan pemerintah”.

“Dalam pasal 47 UU Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa penyelesaian sengketa dapat dilakukan di luar pengadilan, yaitu penyelesaian sengketa yang akan dilakukan di luar pengadilan sebenarnya dipilih oleh para pihak yang bersengketa dengan maksud untuk mencapai kesepakatan bersama mengenai ganti rugi yang diterima oleh konsumen, serta mengenai tindakan yang akan dilakukan agar hal yang sama tidak terulang kembali”.⁹¹ Adapun badan penyelesaian sengketa konsumen menengahi penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha di luar pengadilan.

Sedangkan dalam hal penyelesaian sengketa melalui pengadilan dijelaskan dalam UU Perlindungan Konsumen pasal 45. Gugatan melalui jalur pengadilan yang dapat dilakukan konsumen dalam hal ini bersandar pada UUPK pasal 46. “Pelaku usaha jual beli online dapat

⁹¹Indonesia Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 47

dikenakan pidana sesuai undang-undang Perlindungan Konsumen pasal 62 yakni:⁹²

- 1) 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 tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah)
- 2) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam pasal 11 pasal 12 pasal 13 ayat 1, pasal 14 pasal 16 dan pasal 17 ayat 1 huruf d dan huruf f dipidada dengan pidana penjara paling lama 2 tahun atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000”
3. Perlindungan Konsumen Ditinjau dari Undang-Undang Informasi Teknologi dan Elektronik No. 19 Tahun 2016

Pada dasarnya, penipuan online merupakan tindakankejahatan yang sama dengan penipuan secara umum yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana. Hanya saja, yang menjadi pembedanya adalah media yang digunakan. Pasal mengenai penipuan secara umum diatur pada Pasal 378 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP)sebagai berikut: “Barang siapa dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum dengan menggunakan nama palsu atau martabat palsu; dengan tipu muslihat, ataupun rangkaian kebohongan, menggerakkan orang lain untuk menyerahkan barang sesuatu kepadanya, atau supaya memberi utang, maupun menghapuskan piutang, diancam, karena penipuan, dengan pidana penjara paling lama empat tahun”⁹³

⁹²Indonesia, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 62

⁹³Kitab Undang-Undang Hukum Pidana Tentang Penipuan, Pasal 378

Penipuan dilakukan secara online menggunakan media sosial, makaperaturan yang digunakanialahpasal 28 Ayat (1) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, yaitu “setiap orang dengan sengaja, dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik”⁹⁴

Sanksi Pasal 28 Ayat (1) UU Informasi dan Transaksi Elektronik diatur pada Pasal 45AAyat (1) UU ITE No. 19 Tahun 2016, setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan konsumen dalam transaksi elektronik sebagaimana dimaksud dalam pasal 28 Ayat (1) UU ITE dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 tahun dan/atau denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah),

Namun untuk menentukan seseorang melanggar atau tidak Pasal 28 ayat (1) UU ITE ada beberapa pedoman penegakan yang harus diperhatikan sebagai berikut:

- a. Tindak pidana yang terdapat dalam pasal 28 ayat 1 UUI TE bukanlah tindak pidana terhadap perbuatan menyebarkan berita bohong hoax secara umum melainkan perbuatan menyebarkan berita bohong dalam konteks transaksi perdagangan online
- b. Berita atau informasi palsu yang dikirimkan melalui layanan aplikasi pesan siaran online, media sosial, marketplace, iklan, dan atau layanan transaksi lainnya melalui sistem elektronik
- c. Bentuk transaksi elektronik dapat berupa perikatan antara pelaku usaha dengan konsumen
- d. Pasal 28 Ayat (1) UUI TE tidak dapat dikenakan kepada pihak yang wanprestasi dan atau mengalami *Force Majuer*

⁹⁴Indonesia, Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang No. 19 Tahun 2016, Pasal 28

- e. Pasal 28 Ayat (1) UUIITE merupakan delik materil, sehingga kerugian konsumen akibat berita bohong harus diperhitungkan dan ditetapkan nilainya
- f. Definisi konsumen pada Pasal 28 ayat (1) UUIITE mengacu pada undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

Berdasarkan ketentuan tersebut dapat disimpulkan bahwa Pasal tentang penipuan jual beli online memang belum diatur secara eksplisit dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana maupun Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik beserta perubahannya. Namun, berdasarkan pada kronologi kasus bahwa telah terdapat berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan timbulnya kerugian pada konsumen dalam transaksi elektronik. Dengan demikian pelaku penipuan online dapat dijerat dengan Pasal 28 Ayat (1) UU ITE^{jo}. Pasal 45A ayat (1) UU 19/2016⁹⁵

4. Upaya Pencegahan Ketika Mengalami Penipuan Dalam Transaksi Jual beli Online di Instagram

Berbicara mengenai praktik, tak jarang penipuan jual beli online tidak dilaporkan oleh pembeli ke aparat kepolisian karena harga barang yang diperjualbelikan tidak begitu besar. Namun, sebagai konsumen kita tidak bisa tinggal diam, mengingat penjual sebagai penipu akan terus menjalankan aksinya dan merugikan banyak korban. Ada beberapa langkah yang harus dilakukan apabila konsumen tertipu dalam transaksi jual beli online, yaitu:

1. Melaporkan kepolisi

⁹⁵Dimas Hutomo, S.H, “ cara menentukan pasal untuk menjerat Pelaku Penipuan Online”, Hukumonline.com, <https://www.hukumonline.com/klinik/a/cara-menentukan-pasal-untuk-menjerat-pelaku-penipuan-online-1t5d1ad428d8fa3>, diakses pada tanggal 20 Juni 2022

Tahap pertama yang harus dilakukan adalah melaporkan penipuan online ke polisi. Caranya konsumen datang langsung ke Polres mengingat penipuan online ini sudah masuk ranah kejahatan siber. Konsumen sebagai korban menceritakan kronologis, lalu memberikan bukti, baik bukti transfer maupun screenshot bukti percakapan. Polisi akan mengeluarkan surat tanda penerimaan laporan dan kemudian melanjutkan laporan ke tahap penyelidikan dan penyidikan.

2. Laporkan ke bank

Setelah melapor ke polisi, konsumen juga melapor ke bank agar rekening pelaku diblokir oleh pihak bank. Lebih baik datang langsung ke bank dengan membawa semua bukti transaksi dan nanti petugas customer service bank membantu konsumen memproses laporan penipuan ini dan menindaklanjutinya.

Jika ternyata jumlah laporan yang ditujukan terhadap rekening bank tersebut memiliki bukti konkrit penipuan, maka pihak bank dapat memiliki wewenang untuk memblokir nomor rekening tersebut dan memprosesnya ke kepolisian.

3. Laporkan ke cekrekening.id

Sambil menunggu pemberitahuan dari polisi dan pihak bank, konsumen bisa melakukan pelaporan ke cekrekening.id agar tidak ada korban lain. Situs ini merupakan situs resmi milik kementerian kominfo yang merangkum rekening yang terkait tindak pidana seperti penipuan. Situs ini bisa dijadikan rujukan bagi orang lain yang ingin melakukan transaksi online. Jika konsumen melapor ke cekrekening.id, rekening pelaku akan terpampang sebagai rekening yang mencurigakan.

Untuk meminimalisir konsumen menjadi korban penipuan jual beli online, usahakan untuk melakukan transaksi jual online melalui pihak ketiga seperti marketplace. Dengan cara ini, jika barang tidak sampai konsumen bisa langsung melaporkan ke admin marketplace sehingga uang yang konsumen transfer tidak diteruskan ke rekening pelaku.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan yang telah diuraikan penulis pada bab-bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Mekanisme transaksi jual beli online melalui instagram dimulai dari tahap konsumen melihat iklan pada instagram story milik penjual. Kemudian konsumen mengikuti akun penjual barang yang ingin dibeli, untuk mengikuti postingan penjual barang. Sebelum melakukan pembelian produk, konsumen dapat melihat dahulu produk yang ditawarkan. Setelah konsumen menyatakan cocok terhadap suatu barang yang ada pada akun penjual di instagram, konsumen bisa mengirimkan direct message ke nomor whatsapp yang tertera pada bio akun penjual. Konsumen melakukan transfer, transfer dilakukan oleh pembeli pada saat dinyatakan barang siap dibeli, transfer rekening ditujukan kepada akun penjual di Instagram. Penjual melakukan proses pengiriman. Selanjutnya pengiriman barang oleh pihak ekspedisi keseluruh tujuan barang yang dipesan paling lambat 2 sampai 3 hari keseluruh Indonesia. Barang dikirim kepada pihak konsumen melalui layanan ekspedisi.
2. Berdasarkan mekanisme transaksi jual beli online melalui instagram, banyak penjual yang belum melaksanakan mekanisme transaksi dengan benar dan konsumen pun dirugikan dengan adanya penipuan yang dilakukan oleh penjual. Maka Sesuai dengan pasal 28 Ayat 1 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik sanksi yang diberikan kepada pelaku penipuan jual beli online di instagram, pelaku

dapat dijerat sanksi pidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) dan konsumen dapat melaporkan pelaku usaha yang melakukan penipuan jual beli online melalui lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat atau Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

B. Saran

Setelah mengetahui mekanisme transaksi jual beli online di Instagram dan perlindungan hukum terhadap konsumen yang mengalami penipuan dalam transaksi jual beli online di Instagram maka penulis menyarankan

1. Bagi konsumen agar lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi jual beli online pada media sosial. Konsumen disarankan untuk menelusuri testimoni pada pembeli sebelumnya mengenai toko tersebut serta memeriksa keamanan transaksi toko
2. Bagi pelaku usaha tidak boleh melakukan tindakan dibuat untuk memperoleh keuntungan yang berlebihan. Dasar membuka usaha jual beli online adalah kepercayaan dari konsumen. Oleh karena itu, pelayanan yang berkualitas dan etika yang baik dalam melakukan bisnis jual beli online sangat dibutuhkan untuk menunjang keberhasilan bisnis para pelaku bisnis tersebut
3. Bagi lembaga-lembaga perlindungan konsumen pemerintah maupun organisasi masyarakat agar dapat lebih intens dalam melakukan pengawasan dan memberikan edukasi terhadap konsumen yang membeli barang secara online melalui platform media sosial seperti instagram.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Adiningsih, Sri. *Transformasi Ekonomi Berbasis Digital di Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2019.
- Arif Mansur, M. Didik. *Cyber Law Aspek Hukum Teknologi Informasi*. Bandung: Refika Adhitama, 2005.
- Ascarya. *Akad&Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007.
- Bakhri, Mokhamad Syaiful. *Sukses Berbisnis Ala Rasulullah*. Jakarta: penerbit Erlangga, 2012.
- Berkowski, George. *How to Build a Billion Dollar App: Temukan Rahasia Dari Para Pengusaha Aplikasi Paling Sukses di Dunia*. Tangerang: Gemilang, 2016.
- Bowo, Fauzi. *Hukum Dagang Indonesia*. Yogyakarta: Legality, 2017.
- Darus Badruzaman, Mariam. *Kompilasi Hukum Perikatan* Jakarta: Citra Aditya Bakti, 2001.
- Halim Barkatullah, Abdul. *Bisnis E-Commerce. Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.
- Ibrahim, Jhonny. *Teori dan Metode Penelitian Hukum Normatif*. Malang: Bayu Media, 2005.
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: SinarGrafik, 2008.
- M. Hadjon, Philippos. *Pengantar Hukum Adminitrasi Indonesia*. Yogyakarta: Gajah Mada University press, 2011.
- M. Suyanto. *Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2003.
- Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kencana, 2012.
- Marzuki, Peter Mahmud. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2016.
- Mas'adi, Ghufron. *Fiqh Muamalah Kontekstual*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2022.
- Maskun. *Kejahatan Siber (Cyber Crime): Suatu Pengantar*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, TT.
- Miru, Ahmad. *Hukum Kontrak Bernuansa Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013.
- Mustafa, Imam. *Fiqh Muamalah Kontemporer* Jakarta: Raja GrafindoPersada, 2016.
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sositologi*, Yogyakarta: Kobis, 2017.
- Rahardjo, Satjipto. *Ilmu Hukum*. Bandung: PT. Cipta Aditya Bakti, 2000.

- Sanjaya, Ridwan. *Membangun Kerajaan Bisnis Online (Tuntunan Praktis Menjadi Pembisnis Online)*. Jakarta: Kompas Gramedia, 2009.
- Sanusi, Arsyad. *Hukum E-Commerce*. Jakarta: Sasrawarna, 2011.
- Setiawan, *Electronic Commerce: Tinjauan Dari Segi Hukum Kotrak*, Jakarta: RinekaCipta, 2000.
- Setyaputra, Lucas. *Toko Souvenir Online dengan Joomla & Virtuemart*, Yogyakarta: Skripta Media Creative, 2011.
- Soeroso. *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika, 2013.
- Subekti. *Aspek-Aspek Hukum Perikatan Nasional*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 1992.
- Sunarso, Siswanto. *Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik*, Jakarta: Rineke Cipta, 2009.
- Susanto, Happy. *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*. Jakarta: Transmedia Pustaka, 2008.
- Sutedi, Adrian. *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2008
- Tim Penulis. *Pedoman Penulisan Proposal dan Skripsi Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta*. Jakarta: LPPI IIQ, 2021.
- Wardiono, Kelik. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2014.
- Yustisia Serfiani, Cita. *Bisnis Online dan Transaksi Elektronik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013.

Jurnal

- Ayu Sugesti, Chory. “*Perlindungan Hukum Terhadap Pelaku Usaha Online Shop yang Mengalami Kerugian Yang Disebabkan Oleh Konsumen di Kota Singaraja*”, dalam *Jurnal Komunitas Yustisia: Universitas Pendidikan Ganesha* 3, 3 2020.
- Khoirun Nisya, Firda. “*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Praktik Jual Beli Pakaian Bekas Impor di Pasar Senen Jaya*” dalam *Jurnal Humani: Jurnal Universitas Semarang* 11, 2 November 2021
- Kurniawan, Puguh. “*Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh*”, dalam *Jurnal of Management studies: Jurnal Trunojoyo Madura, Studi Manajemen* 11, 2 2017.
- Mustajibah, Tutik. “*Dinamika E-Commerce di Indonesia Tahun 1999-2005*”, dalam *Jurnal Pendidikan Sejarah* 3, 2021.
- Pangestu, Risanda Lilho. “*Transaksi Jual Beli Melalui Instagram Ditinjau Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*”, dalam *Jurnal Privat Law* 7, Juli 2019.
- Pariadi, Dedy. “*Pengawasan E-Commerce Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen*”, dalam *Jurnal Hukum dan Pembangunan* 18, 3 2018.

Putri, Dhita Widya. “Analisis Strategi Perencanaan Pesan Pada Akun Instagram E-Commerce @Shopbananina”, dalam jurnal *The Messenger* 9,1 Januari 2017

Setiawan, Anggara Dwi. “perlindungan hukum terhadap kerugian user dalam transaksi jual beli online pada media Facebook studi di Kota Mataram”, *Jurnal Hukum Agama Hindu Widya Kerta: Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram* 4, 2 November 2021

Skripsi

Auliawati, Ucu. *perlindungan hukum akibat pembatalan sepihak oleh konsumen dalam sistem pre order jual beli online menurut perspektif hukum Islam studi kasus di Instagram@ina_hijab*. Skripsi Sarjana: UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2021.

Saadah, Fina. “ *Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Perlindungan Konsumen Jual Beli Kosmetik Melalui Aplikasi Shopee di desa Bataal Barat Kecamatan Gading Kabupaten Sumenep*”, Skripsi Sarjana: IAIN Madura: 2021.

Undang-Undang

Indonesia, Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen, No. 8 Tahun 1999

Indonesia, Kitab Undang-Undang Hukum Pidana Tentang Penipuan

Indonesia, Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik, No. 11 Tahun 2008
Sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang No. 19 Tahun 2016

Website

Lararenjana, Edelweis. “Fungsi Instagram Yang Paling Utama, Bisa untuk Kembangkan Bisnis”, Merdeka.com, <https://m.merdeka.com/jatim/berikut-fungsi-instagram-yang-paling-utama-bisa-untuk-kembangkan-bisnis-kl.html?page=4> diakses tanggal 8 Februari 2022

Ariyanti, Fiki. “13 Jenis Cyber Crime Kejahatan Internet Yang Merugikan”, Cermati.com, <https://www.google.com/amp/s/www.cermati.com/artikel/amp/13-jenis-cyber-crime-kejahatan-internet-yang-merugikan>, diakses tanggal 9 Februari 2022

Permatasari, Erizka. “Pasal Untuk Menjerat Penipu dalam Jual Beli Online”, Hukumonline.com, <https://www.hukumonline.com/klinik/a/pasal-untuk-menjerat-penipu-dalam-jual-beli-online-i-lt4f0db1bf87ed3>, diakses tanggal 9 Februari 2022

- Kata Data. "E-Commerce Adalah Kegiatan Jual Beli Online, Ini Penjelasannya", <https://www.google.com/amp/s/katadata.co.id/amp/intan/berita/620639c443064/e-commerce-adalah-kegiatan-jual-beli-online-ini-penjelasannya>, 1 Juni 2022
- Muchlisin, Riadi. "E-Commerce-pengertian, karakteristik, jenis, manfaat, dan permasalahan", *KajianPustaka.com*, <https://www.kajianpustaka.com/2022/01/e-commerce.html?m=1> diakses tanggal 12 Juni 2022
- Prima, Erwin. "Kisah Systrom Membangun Instagram, Jual Ke Facebook dan Mundur", *Tempo.Co*, <https://www.google.com/amp/s/tekno.tempo.co/amp/1130226/kisah-systrom-membangun-instagram-jual-ke-facebook-dan-mundur>, diakses tanggal 4 Juni 2022
- Dwiryanto, Andi. "Data Digital Indonesia Tahun 2022", *Kompasiana*, <https://www.kompasiana.com/andidwiryanto/620fe14651d76471ad402f76/data-digital-indonesia-tahun-2022?page=2>, diakses pada tanggal 4 Juni 2022
- Levanna, Kurnia. "Modus Penipuan Online Shop Melalui Iklan Instagram", *Viva.co.id*, <https://www.viva.co.id/amp/vstory/opini-vstory/1337555-modus-penipuan-online-shop-melalui-iklan-instagram>, diakses pada tanggal 7 Juni 2022
- Astuti, Rahajeng Kusumo. "Hati-Hati! Lagi Marak Penipuan Online Pakai Iklan Instagram", *CNBCIndonesia*, <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200714132707-37-172575/hati-hati-lagi-marak-penipuan-online-pakai-iklan-instagram>, diakses pada tanggal 7 Juni 2022
- Dofir, Mokhamad. "Tertipu Jual Beli Online di Instagram, Remaja Asal Sidoarjo Laporkan Polisi", *Faktual News*, <https://faktualnews.co/2018/11/01/tertipu-jual-beli-online-di-instagram-remaja-asal-sidoarjo-lapor-polisi/106198/amp/>, diakses pada tanggal 7 Juni 2022.
- Hutomo, Dimas. "Cara Menentukan Pasal Untuk Menjerat Pelaku Penipuan Online", *Hukumonline.com*, <https://www.hukumonline.com/klinik/a/cara-menentukan-pasal-untuk-menjerat-pelaku-penipuan-online-1t5d1ad428d8fa3>, diakses pada tanggal 20 Juni 2022.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

Pedoman Wawancara

1. Apakah anda pernah melakukan pembelian produk lewat instagram?
2. Apakah anda pernah mengalami penipuan dalam transaksi jual beli online instagram?
3. Jenis penipuan apa yang anda dapatkan saat melakukan transaksi jual beli online di instagram?
4. Jenis produk apa yang anda beli saat melakukan transaksi jual beli online di instagram?
5. Bagaimana solusi anda ketika anda mengalami penipuan tersebut?
6. Apakah anda melaporkan kejadian penipuan tersebut? Jika tidak, kenapa anda tidak melaporkannya?
7. Apakah anda ingin melakukan transaksi jual beli online di instagram kembali setelah mengalami penipuan? Berikan alasannya

Lampiran 2

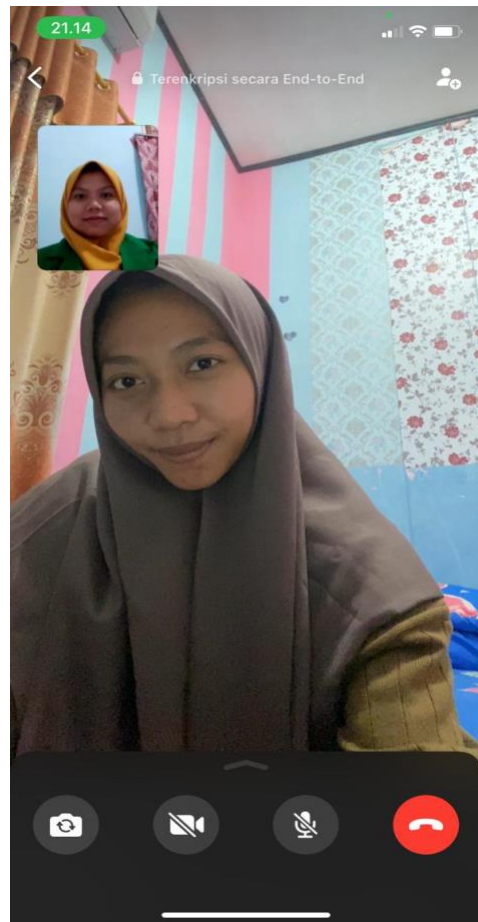
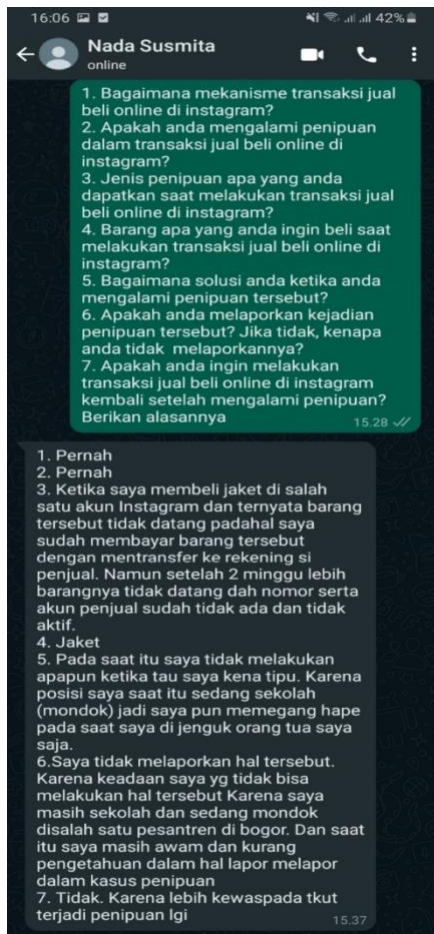
Catatan Hasil Wawancara

Nama Narasumber : Nada Susmita Septiani

Jabatan : Konsumen Yang Mengalami Penipuan

Tanggal Wawancara : 08-08-2022 (via whatsapp)

1. Apakah anda pernah melakukan pembelian produk lewat instagram?
2. Apakah anda pernah mengalami penipuan dalam transaksi jual beli online instagram?
3. Jenis penipuan apa yang anda dapatkan saat melakukan transaksi jual beli online di instagram?
4. Jenis produk apa yang anda beli saat melakukan transaksi jual beli online di instagram?
5. Bagaimana solusi anda ketika anda mengalami penipuan tersebut?
6. Apakah anda melaporkan kejadian penipuan tersebut? Jika tidak, kenapa anda tidak melaporkannya?
7. Apakah anda ingin melakukan transaksi jual beli online di instagram kembali setelah mengalami penipuan? Berikan alasannya



Lampiran 3

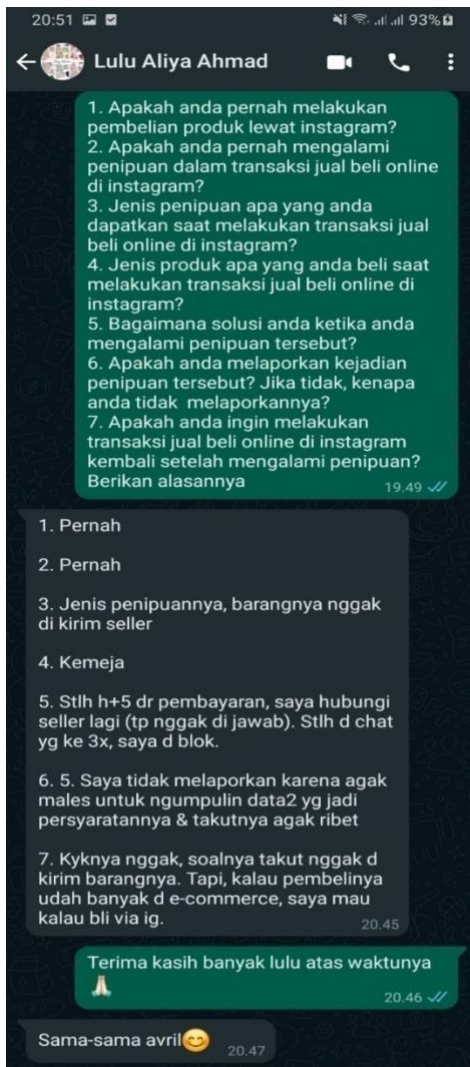
Catatan Hasil Wawancara

Nama Narasumber : Lulu Aliya Ahmad

Jabatan : Konsumen Yang Mengalami Penipuan

Tanggal Wawancara : 08-08-2022 (via whatsapp)

1. Apakah anda pernah melakukan pembelian produk lewat instagram?
2. Apakah anda pernah mengalami penipuan dalam transaksi jual beli online instagram?
3. Jenis penipuan apa yang anda dapatkan saat melakukan transaksi jual beli online di instagram?
4. Jenis produk apa yang anda beli saat melakukan transaksi jual beli online di instagram?
5. Bagaimana solusi anda ketika anda mengalami penipuan tersebut?
6. Apakah anda melaporkan kejadian penipuan tersebut? Jika tidak, kenapa anda tidak melaporkannya?
7. Apakah anda ingin melakukan transaksi jual beli online di instagram kembali setelah mengalami penipuan? Berikan alasannya



Lampiran 4

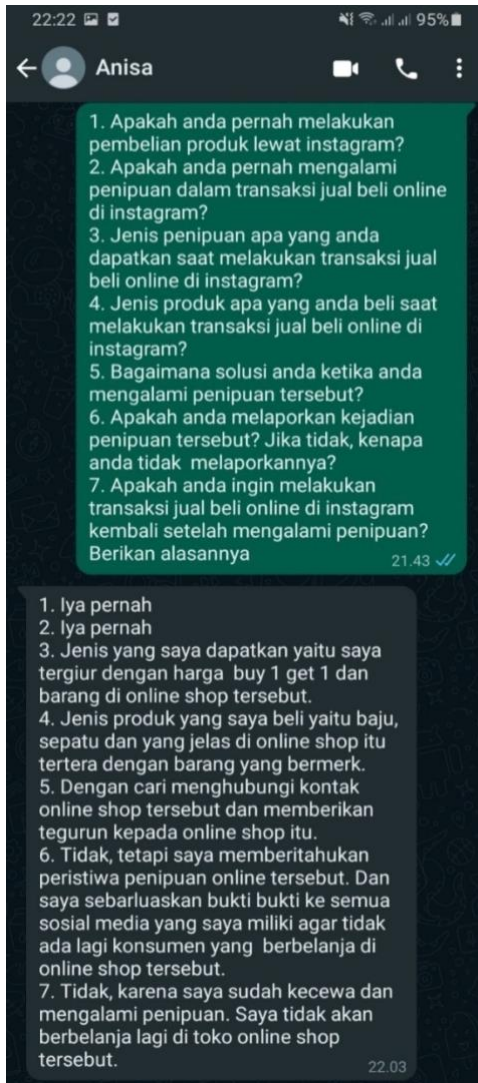
Catatan Hasil Wawancara

Nama Narasumber : Anisa

Jabatan : Konsumen Yang Mengalami Penipuan

Tanggal Wawancara : 08-08-2022 (via whatsapp)

1. Apakah anda pernah melakukan pembelian produk lewat instagram?
2. Apakah anda pernah mengalami penipuan dalam transaksi jual beli online instagram?
3. Jenis penipuan apa yang anda dapatkan saat melakukan transaksi jual beli online di instagram?
4. Jenis produk apa yang anda beli saat melakukan transaksi jual beli online di instagram?
5. Bagaimana solusi anda ketika anda mengalami penipuan tersebut?
6. Apakah anda melaporkan kejadian penipuan tersebut? Jika tidak, kenapa anda tidak melaporkannya?
7. Apakah anda ingin melakukan transaksi jual beli online di instagram kembali setelah mengalami penipuan? Berikan alasannya



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Avrilia Ayu Syadillah adalah nama penulis skripsi ini, lahir pada tanggal 27 April 2000 di Jakarta, dari pasangan Bapak Hariadi dan Ibu Siti Saidah. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara. Penulis menempuh pendidikan formal dari TK Cendrawasih, kemudian lanjut ke SDN Palmerah 19 Pagi Jakarta Barat, kemudian lanjut ke MTsN 35 Jakarta, kemudian lanjut di MAN 22 Jakarta, dan akhirnya dapat menempuh pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam di Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta.

Dengan ketekunan, motivasi yang tinggi untuk terus belajar dan berusaha, penulis telah berhasil menyelesaikan tugas akhir perkuliahan di Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta dengan skripsi yang berjudul "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Mengalami Penipuan Dalam Transaksi Jual Beli Online di Instagram". Semoga dengan penulisan skripsi ini dapat bermanfaat dan mampu memberikan kontribusi yang baik dalam bidang hukum ekonomi syariah.