

## **PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM JUAL BELI ONLINE YANG MENGGUNAKAN SITUS WEB IKLAN DI FACEBOOK DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

**Diky Dikrurahman**

Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon, Indonesia

Email: [dikrurahmandiky@gmail.com](mailto:dikrurahmandiky@gmail.com)

---

### **ABSTRAK**

**Kata kunci:**  
Perlindungan,  
Konsumen, Jual Beli  
Online

Perlindungan Hukum terkait Jual Beli Online yang menggunakan web di Facebook merupakan permasalahan yang terjadi di Kabupaten Kuningan, yang berawal dari belum adanya Undang-Undang atau Peraturan mengenai jual beli online sehingga menyebabkan terjadinya Penipuan atas barang dan atau jasa yang tidak sesuai dengan yang di iklankan. Penelitian ini akan mengungkap perlindungan hukum terhadap konsumen didalam transaksi jual beli online melalui web iklan facebook dan mengungkap tanggung jawab pelaku usaha dalam menangani hak konsumen yang dilanggar. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dan mengetahui bagaimana tanggung jawab pelaku usaha terhadap hak konsumen. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode yuridis empiris, spesifikasi penelitian menggunakan deskriptif analisis. Bentuk perlindungan yang diberikan terhadap konsumen dalam jual beli online disamakan dengan perlindungan yang diberikan terhadap jual beli konvensional, Terjadinya hubungan hukum antara pelaku usaha dengan konsumen adalah pada saat pelaku usaha memberikan janji dan segala informasi yang berkaitan dengan barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen pada saat memberikan iklan, brosur, ataupun promosi. Tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen dengan cara mengganti rugi pengembalian uang atau bisa mengirim barang dan atau jasa yang sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Perlindungan hukum terhadap konsumen yang menggunakan jual beli online melalui iklan facebook tujuannya agar konsumen mendapatkan kepastian hukum.

---

### **ABSTRACT**

**Keywords:**  
*Protection, Consumers,  
Buying and Selling  
Online*

Legal protection related to buying and selling online using the web on Facebook is a problem that occurs in Kuningan Regency, which started with the absence of laws or regulations regarding online buying and selling, causing fraud to occur for goods and or services that do not match what is advertised. This research will reveal legal protection for consumers in online buying and selling transactions through the Facebook advertising web and reveal the responsibilities of business actors in dealing with violated consumer rights. The purpose of this research is to find out how legal protection is for consumers and to find out how business actors are responsible for consumer rights. In this study, the authors used empirical juridical methods, research specifications using descriptive analysis. The form of protection given to consumers in buying and selling online is equated with the protection given to conventional buying and selling. The occurrence of a legal relationship between a business actor and a consumer is when the perpetrator makes a promise and all information relating to the goods and/or services offered to consumers on when providing advertisements, brochures, or promotions. The responsibility of business actors to consumers is by compensating for losses, refunding money or being able to send goods and or services that are in accordance with what consumers want.

## **PENDAHULUAN**

Seiring dengan perkembangan zaman kehidupan menjadi semakin lebih mudah dalam segi teknologi salah satunya ialah teknologi informasi dimana kemajuan ini membuat banyak perubahan seperti transaksi jual beli konvensional ke jual beli *online*. Seperti transaksi jual beli umumnya dilakukan secara langsung oleh penjual dan pembeli namun di era milenial ini kita bisa melakukan transaksi secara *online* hanya dengan klik dan scroll pada layar *gadget* yang kita miliki kapanpun dan dimanapun. (Ridwan et al., 2018) Transaksi modern saat ini disebut juga sebagai transaksi *online* dimana pembeli dan penjual tidak harus bertatap muka dan pembeli barang dilakukan secara tidak langsung (*online*) melalui teknologi informasi yang di sambungkan sehingga memudahkan penjual dan pembeli melakukan transaksi tanpa hambatan dari jarak dan waktu. (Ramadhan et al., 2020) Metode jual beli secara *online* ini sudah sering dilakukan oleh masyarakat pada era ini di Indonesia.

Pembeli juga dapat melakukan pemasaran dan distribusi dalam jangkauan yang lebih besar dengan biaya yang lebih minim dan tentunya sangat menghemat waktu dan energi sehingga lebih efisien dan produktif, serta banyak sekali platform e-commerce yang dapat digunakan seperti *shopee, Lazada, Tokopedia, Instagram* hingga *facebook*. (Wulandari, 2018)

Contoh yang terjadi di masyarakat seperti kasus penipuan, barang yang rusak dalam perjalanan, barang yang tidak sesuai dengan gambar dan masih banyak lagi.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 yang berisi informasi dan transaksi elektronik menerbitkan hukum yang mengatur mengenai aturan dalam transaksi jual beli online seperti dalam pasal 1 ayat 6 dan 6a yang berbunyi “6. Penyelenggaraan sistem Elektronik adalah pemanfaatan sistem Elektronik oleh penyelenggara Negara, Orang, Badan Usaha, dan/atau masyarakat. 6a. penyelenggara Sistem Elektronik adalah setiap Orang, Penyelenggara Negara, badan Usaha, dan masyarakat yang menyediakan mengelola, dan/atau mengoperasikan Sistem Elektronik, baik secara sendiri-sendiri maupun Bersama-sama kepada pengguna Sistem Elektronik untuk keperluan dirinya dan/atau keperluan pihak lain.” (Kalesaran, 2022)

Ungkapan Nurul Fibrianti dari jurnal *international journal of business, economic and law vol.12 issue 4:67* menyatakan “*But on the other hand, the consumer as a buyer, user, user of goods sold online is the party whose position is weak are often the victim of fraudulent businesses.*” (Jurayevich & Bulturbayevich, 2020) Sehingga perlindungan hukum terhadap konsumen sangat penting dan merupakan tanggung jawab yang dimiliki oleh penjual agar terciptanya rasa nyaman dalam melakukan transaksi online terutama menggunakan *facebook*.

Salah satu fitur yang ditawarkan oleh *Facebook* adalah *Facebook Ads* atau Iklan di *Facebook*, yaitu fitur yang ditawarkan oleh *Facebook* untuk mengiklankan halaman *Facebook* dengan jangkauan yang dapat ditentukan dan dapat diatur oleh pemasang iklan tersebut. (Aprinta, 2016)

Penulis akan memfokuskan penelitian pada perlindungan hukum terhadap konsumen apabila terjadi barang yang tidak sesuai dengan iklan terutama iklan di *facebook* ini hanya bisa dipesan melalui *whatsapp* sehingga dengan adanya hal ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “**Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Jual Beli Online Yang Menggunakan Situs Web Iklan Di Facebook Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen**”

## **METODE**

### **Pendekatan Penelitian**

Tipe penelitian yang dipakai adalah tipe penelitian Yuridis Empiris, Penggunaan metode yuridis empiris dalam penelitian ini, yaitu dari hasil pengumpulan dan penemuan data serta informasi melalui studi lapangan.

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini spesifikasi penelitian yang digunakan bersifat *deskriptif analisis* yang merupakan suatu Langkah pendekatan yang bertujuan menggambarkan suatu gejala yang berlangsung saat ini yang didukung dengan fakta-fakta.

### **Objek Penelitian**

Adapun Objek Penelitian yang dipakai oleh penulis yakni bagaimana tinjauan yuridis tentang perlindungan hukum bagi konsumen dalam jual beli *online* yang menggunakan *situs web* iklan di *facebook*.

### **Instrumen Penelitian**

Instrumen yang digunakan peneliti dalam penelitian ini terdapat dua dokumentasi yaitu : rekaman audio dan catatan.

### **Analisis Bahan Hukum**

- a. Bahan Hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah :
  - 1) Undang-Undang Negara Republik Indonesia Tahun 1945
  - 2) Kitab Undang-Undang HukumPerdata (KUHPerdata)
  - 3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
  - 4) Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi Teknologi dan Elektronik
- b. Sedangkan Bahan Hukum yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber data yang terlebih dahulu dibuat oleh seseorang dalam suatu kumpulan data dokumen, buku, atau hasil penelitian terlebih dahulu dan sebagainya.
- c. Bahan hukum yang digunakan guna menunjang bahan hukum primer dan sekunder, seperti kamus hukum.

### **Teknik Pengumpulan Data**

#### **a. Studi Kepustakaan**

Dalam penelitian ini menggunakan metode kepustakaan tujuannya untuk undangan, teori-teori, pendapat-pendapat, ataupun penemuan-penemuan yang berhubungan erat dengan pokok permasalahan yang sedang dibahas dalam penelitian ini.

#### **b. Studi Lapangan**

Studi Lapangan adalah suatu model pembelajaran dengan kegiatan pembelajaran yang berupa kunjungan ke suatu tempat di luar kelas yang dilaksanakan sebagai bagian dari seluruh kegiatan akademis, terutama dalam rangka mencapai tujuan pembelajaran.

c. Wawancara

Wawancara adalah proses percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan ini dilakukan oleh dua belah pihak guna tanya jawab kepada sejumlah informan untuk memperoleh informasi dan gagasan yang berkaitan dengan penelitian ini.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online di Iklan Facebook**

Dalam pelaksanaan transaksi konsumen terhadap produk barang dan jasa, Negara mengatur dengan menghadirkan Undang-Undang No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang mempunyai tujuan untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen melalui berbagai upaya, antara lain : meningkatkan kesadaran, pengetahuan kepedulian, dan kemandirian konsumen terutama dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.(Pauth, 2019)

Disamping itu, Undang-Undang ini mempunyai tujuan untuk menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum serta keterbukaan informasi sekaligus menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen, sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha dengan menghasilkan barang dan/atau jasa yang berkualitas yang dapat menjamin kelangsungan usaha, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen serta Kesehatan. (Nawi, 2018)

Perlindungan Konsumen menurut UU No.8 Tahun 2014 adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen, baik kepada setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia didalam masyarakat. (Indonesia, 1999)

Dalam rangka mewujudkan keseimbangan antara dua kepentingan yang berbeda yakni : pelaku usaha di satu sisi dan konsumen di sisi lain, maka penulis memandang bahwa peran pemerintah kabupaten kuningan dalam perlindungan konsumen sangat strategis dan penting, bukan hanya sebagai regulator, akan tetapi tidak kalah pentingnya adalah dalam hal pengawasan, dalam rangka menjaga keseimbangan kepentingan antara pelaku usaha dan konsumen. (Zamzam & Aravik, 2020)

Oleh karena itu pentingnya pengawasan yang dilakukan oleh pemerintah kabupaten kuningan karena dengan pengawasan tersebut kegiatan usaha dari pelaku usaha terhadap kualitas produk yang dihasilkan diharapkan dapat terwujud. Dengan demikian konsumen dapat lebih aman dan nyaman memakainya. Begitu pun sebaliknya mengabaikan atau kecenderungan membelakangi aturan hukum, etika serta moral akan menimbulkan kerugian dan keresahan sosial. Karena undang-undang perlindungan konsumen mengandung delik aduan jika tidak ada yang mengadu maka tidak terkena sanksi. (As et al., 2022)

Dalam pelaksanaannya perlindungan hukum terhadap konsumen khususnya dalam hal jual beli online, telah dilindungi oleh pemerintah melalui UUPK, dan beberapa kebijakan atau peraturan lainnya. Perlindungan bagi konsumen terkait jual beli online menurut UUPK disamakan dengan konsumen yang bertransaksi secara langsung atau konvensional, dimana suatu jual beli terjadi Ketika ada kesepakatan mengenai barang atau jasa yang diperdagangkan serta harga atas barang tersebut. (Pangabea & Badriyah, 2023)

Permasalahan mengenai transaksi jual beli *online* sering terjadi di masyarakat ini memang tidak mungkin dapat dituntaskan, namun diharapkan dapat dikurangi atau mungkin dapat dicegah jauh dari sebelum terjadinya permasalahan. Salah satu dari sekian kondisi konsumen yang banyak dirugikan memerlukan peningkatan upaya untuk melindunginya sehingga hak-hak konsumen

## *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Jual Beli Online Yang Menggunakan Situs Web Iklan Di Facebook Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen*

dapat ditegakkan, dan dalam memberikan perlindungan terhadap konsumen tidak boleh justru mematkan pelaku usaha, karena keberadaan pelaku usaha merupakan suatu hal yang juga esensial dalam perekonomian negara. (As et al., 2022)

Yang membedakannya adalah jika jual beli secara konvensional para pihak harus bertemu langsung disuatu tempat untuk membuat kesepakatan terkait harga barang yang diperjualbelikan, sedangkan transaksi jual beli online memerlukan suatu media internet sehingga proses transaksinya terjadi tanpa perlu adanya pertemuan langsung antar para pihak.

Upaya perlindungan konsumen terkait jual beli *online*, pemerintah melalui Undang-Undang No 19 tahun 2016 tentang UU ITE dan PP No 71 Tahun 2019 tentang PSTE (penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik) telah memberikan pengaturan terhadap transaksi elektronik jual beli *online*, meskipun dalam UU dan PP No 71 Tahun 2019 PSTE ini belum mengatur secara khusus terkait jual beli *online* melalui iklan di *facebook*. Tetapi dalam bentuk perlindungannya terkait pengaturannya sama saja dengan jual beli *online* seperti di platform sosial media lainnya seperti *Instagram* dan dalam jual beli *online* lainnya. (Attirmidzi, 2022)

Bahwa syarat sahnya perjanjian kontrak elektronik sama saja dengan syarat sah perjanjian konvensional, namun dalam perjanjian secara elektronik ini terlihat adanya pergeseran makna dari kesepakatan sebagai keinginan atau kehendak para pihak yang membuat perjanjian, sehingga muncul sebagai perjanjian baku atau kontrak standar yang dibuat atas kehendak salah satu pihak saja. Dimana dalam kontrak elektronik ini isi dan bentuk kontraknya merupakan keinginan dari pelaku usaha saja dengan cara sepihak, sementara itu konsumen hanya dapat menyetujui kontrak sepihak tersebut walaupun seharusnya konsumen bisa untuk tidak menyetujui kontrak tersebut, ini berarti tidak terjadi hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen karena isi perjanjian hanya dibuat secara sepihak.

Namun Undang-Undang Perlindungan Konsumen No.8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen belum dapat melindungi konsumen dalam jual beli *online* karena keterbatasan pengertian pelaku usaha dan keterbatasan akan hak-hak konsumen yang diatur dalam UUPK. Perlindungan hukum dari sisi pelaku usaha, dari sisi konsumen, dari sisi produk, dari sisi transaksi. Permasalahan-permasalahan yang timbul dalam perlindungan hukum terhadap konsumen terdapat 2 (dua) permasalahan yaitu meliputi keabsahan perjanjian menurut KUHPerdara, penyelesaian sengketa dalam transaksi *online*, tidak adanya lembaga penjamin toko *online* serta tentang keamanan bertransaksi dan tidak pahamnya konsumen dalam bertransaksi *online*.

Dengan disahkannya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen terdapat kelemahan diantaranya:

1. Pemerintah kabupaten kuningan belum mampu memberikan pelayanannya kepada masyarakat atau konsumen, serta pemerintah kabupaten kuningan belum benar-benar untuk melindungi konsumen karena tidak adanya pengawasan maksimal dari pemerintah.
2. Banyak produk-produk yang belum berstandar SNI (Standar Nasional Indonesia) yang telah ditetapkan oleh pemerintah.
3. Pemerintah kabupaten kuningan tidak memberikan Batasan terkait dengan sengketa konsumen.

Oleh karena itu, pemerintah kabupaten kuningan seharusnya bisa dapat melakukan pengawasan terhadap aspek-aspek yang harus diawasi dengan melakukan survey tentang pemuatan informasi produk yang diperjual belikan oleh pelaku usaha, tetapi tidak semua toko *online* mempunyai toko fisik atau offline sehingga akan menyulitkan pemerintah karena yang mempunyai toko *online* tidak hanya 1 melainkan bisa ribuan, tetapi ini bisa dilakukan pengawasan terhadap pembuat produk

## *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Jual Beli Online Yang Menggunakan Situs Web Iklan Di Facebook Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen*

atau penyedia produk. Apabila saat dilakukan survey pengawasan lalu ditemukan penyimpangan produk terhadap peraturan perundang-undangan maka pemerintah wajib mengambil Tindakan administratif, sebagaimana sanksi yang telah dicantumkan dalam UUPK.

Untuk sementara ini upaya pemerintah kabupaten kuningan dalam melindungi konsumen yang bertransaksi secara *online* melalui UU No 8 tahun 1999, dimana dalam UU ini transaksi secara *online* perlindungannya sama dengan bertransaksi secara konvensional. Walaupun dalam Undang-Undang ini hanya mengatur tentang jual beli secara konvensional saja. Seharusnya pemerintah kabupaten kuningan harus membenahi peran dan fungsi dari Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) untuk lebih di optimalkan lagi, karena UU No 8 Tahun 1999 selalu berkaitan dengan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen yang mewadahi jenis transaksi jual beli *online* dan konvensional.

Pemerintah kabupaten kuningan disini harus memperluas ruang lingkup dalam pengaturan UU No 8 Tahun 1999 agar dapat menjangkau konsumen dalam jual beli *online*, karena jika pemerintah mengeluarkan undang-undang tentang transaksi jual beli *online* tetap saja perlindungan konsumen akan terus mengacu kepada UU No 8 tahun 1999.

### **Bentuk Tanggung Jawab Pelaku Usaha dalam memenuhi hak konsumen**

Adapun Hak dan Kewajiban Konsumen yang tertuang dalam pada pasal 4 dan 5 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa: (Rianti, 2017)

#### Pasal 4

- 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 serta jaminan 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 mendapatkan pembinaan dan Pendidikan konsumen
- 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.
- i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya

#### Pasal 5

Kewajiban konsumen adalah:

- 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 dengan nilai tukar yang disepakati
- d. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut

Penjelasan terkait pasal 4 dan 5 diatas harapannya agar penjual sebagai pelaku usaha bisa paham akan hak konsumen sehingga pelaku usaha tidak melanggar atau mengabaikan hak konsumen tersebut, dan sebagai konsumen tentu ada hak dan kewajiban jika hak konsumen sudah didapatkan maka ada kewajiban yang harus dijalani terhadap pelaku usaha.

## *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Jual Beli Online Yang Menggunakan Situs Web Iklan Di Facebook Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen*

Konsumen dapat menggugat pelaku usaha secara perdata dengan dasar hukum pelaku usaha telah wanprestasi, pada perjanjian jual beli melalui *online* yang dilakukan. Wanprestasi artinya tidak memenuhi kewajiban yang telah disepakati dalam perjanjian. Menurut Mariam Darus Badruzaman (Badruzaman, 1994) wujud dari tidak memenuhi kewajiban yang telah disepakati dalam perjanjian itu adalah:

- 1) debitur sama sekali tidak memenuhi perikatan
- 2) debitur terlambat memenuhi perikatan
- 3) debitur keliru atau tidak pantas memenuhi perikatan

Jika salah satu dari keadaan wanprestasi itu terjadi maka pembeli dapat menggugat penjual *online* tersebut, atau jika konsumen mengalami kerugian terhadap produk yang diterima cacat maka pelaku usaha wajib untuk mengembalikan kerugian yang dialami oleh konsumen.

Kitab Undang-Undang Hukum Pidana juga mempunyai tanggung jawab terhadap pelaku usaha yang tidak bisa memenuhi hak konsumen. Di dalam hal pelaku usaha atau penjual menggunakan identitas palsu atau melakukan tipu muslihat dalam jual beli *online* maka ia dapat di pidana berdasarkan Pasal 378 KUHPidana, yaitu: “barang siapa dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum dengan memakai nama palsu, atau martabat palsu dengan tipu muslihat, ataupun rangkaian kebohongan menggerakkan orang lain untuk menyerahkan barang sesuatu kepadanya, atau supaya memberi hutang maupun menghapuskan piutang, diancam karena penipuan dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun “

Undang-Undang Informasi dan Teknologi Elektronik pada pasal 12 ayat (3) menjelaskan bahwa : “Setiap Orang yang melakukan pelanggaran ketentuan sebagaimana yang dimaksud pada ayat 1 bertanggung jawab atas segala kerugian dan konsekuensi hukum yang timbul”

Setiap Hak yang telah dilanggar oleh pelaku usaha mendapatkan perlindungan hukum atau jaminan hukum karena hal tersebut tercantum dalam pasal 19 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yang berbunyi: “Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan pencemaran dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan “

Penjelasan dari pasal tersebut adalah para pihak bertanggung jawab atas segala kerugian yang timbul akibat pelanggaran yang dilakukan terhadap pemberian pengamanan dalam perjanjian jual beli *online*. Karena berdasarkan UU ITE serta PP Nomor 71 Tahun 2019 tentang PSTE, kegiatan belanja *online* tetap diakui sah dan bisa dipertanggungjawabkan ini sebagai salah satu bentuk dari kontrak elektronik.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, sejak berlakunya UUPK ini masalah pelanggaran terhadap hak konsumen masih terus terjadi, terjadi karena kurangnya kesadaran dari pelaku usaha yang tidak memenuhi hak konsumen di dalam transaksi pesanan atau produk, terlebih jika hak konsumen dilanggar sebaiknya konsumen berbicara kepada pelaku usaha mengapa haknya sebagai konsumen dilanggar setelah itu memberi tahu kepada pelaku usaha bahwa produk yang diterima tidak seperti yang di iklankan kemudian meminta ganti rugi sesuai dengan harga produk yang telah dibayarkan konsumen.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan pemaparan atas penelitian tersebut di atas, penulis dapat menyimpulkan menjadi 2 (dua) pokok simpulan, diantaranya:

Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam jual beli *online* melalui iklan di *facebook* dilakukan melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen telah mampu memberikan perlindungan hukum yang memadai bagi konsumen tetapi dalam pelaksanaannya masih terdapat konsumen yang belum mendapatkan hak dengan semestinya. Karena perlindungan konsumen diperuntukkan untuk memberikan kepastian hukum, keamanan dan keseimbangan hukum antara pelaku usaha dan konsumen yang bersifat adil dan tidak berat sebelah, hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen yang pada akhirnya posisi konsumen sangat lemah dibanding pelaku usaha yang mendominasi dan konsumen lebih sering dirugikan, maka negara menjamin perlindungan hukum terhadap konsumen di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999, serta bentuk perlindungan yang diberikan pemerintah terhadap konsumen dalam transaksi jual beli *online* melalui iklan di *facebook* disamakan dengan bentuk perlindungan konsumen yang menggunakan transaksi secara konvensional.

Tanggung jawab pelaku usaha dalam memenuhi hak dan kewajiban konsumen melalui transaksi *online* diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Bentuk Tanggung Jawab pelaku usaha terhadap hak konsumen yang dilanggar ialah dengan mengganti rugi berupa pengembalian uang atau penggantian produk.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aprinta, G. (2016). Pemanfaatan Facebook Ads Untuk meningkatkan Brand Awareness pada Produk Lokal. *Jurnal The Messenger*, 8(1), 68–72.
- As, P., Ilhamy, M. Y., Hamid, A., Zubaidah, S., Putra RM, M. R. E., Mas, M., Sahir, S., Oner, B., Nursyamsul, N., & Renggong, R. (2022). *Menemukan Hukum Dalam Ranah Yudikatif*. Chakti Pustaka Indonesia.
- Attirmidzi, M. Z. (2022). Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Sistem Transaksi Online Perspektif Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. *Jurnal Supremasi*, 97–108.
- Badruzaman, M. D. (1994). Aneka Hukum Bisnis, alumni. *Bandung, Kompilasi Hukum Perikatan, Citra Aditya Bhakti*.
- Indonesia, R. (1999). Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. *Lembaran Negara RI Tahun*, 8.
- Jurayevich, M. B., & Bulturbayevich, M. B. (2020). Attracting Foreign Investment In The Agricultural Economy. *International Journal of Business, Law, and Education*, 1(1), 1–3.
- Kalesaran, A. (2022). Akibat Hukum Digitalisasi Perdagangan Saham Menurut Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik Di Indonesia. *Lex Privatum*, 10(6).
- Nawi, S. (2018). Hak dan Kewajiban Konsumen Menurut UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. *Pleno Jure*, 7(1), 1–8.
- Panggabean, H. D., & Badriyah, S. M. (2023). Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Bisnis Biro Travel. *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam*, 5(1), 714–720.

*Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Jual Beli Online Yang Menggunakan Situs Web Iklan Di Facebook Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen*

- Pauth, V. (2019). Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen Akibat Mengonsumsi Barang dan Jasa Berdasarkan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *LEX PRIVATUM*, 6(10).
- Ramadhan, M., Ariyanti, D. O., & Ariyani, N. (2020). Pencurian e-money pada e-commerce dalam Tindak Pidana Cybercrime sebagai Tindak Pidana Ekonomi. *Reformasi Hukum*, 24(2), 169–188.
- Rianti, N. K. A. N. R. (2017). Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Dalam Hal Terjadinya Hortweighting Ditinjau Dari Undang-Undang RI No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Magister Hukum Udayana*, 6(4), 521–537.
- Ridwan, H., Masrul, M., & Juhaepa, J. (2018). Komunikasi Digital Pada Perubahan Budaya Masyarakat E-Commerce Dalam Pendekatan Jean Baudrillard. *Jurnal Riset Komunikasi*, 1(1), 99–108.
- Wulandari, Y. S. (2018). Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli E-Commerce. *AJUDIKASI: Jurnal Ilmu Hukum*, 2(2), 199–210.
- Zamzam, H. F., & Aravik, H. (2020). *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. Deepublish.