
**PERLINDUNGAN HUKUM DAN PENYELESAIAN
SENGKETA DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MELALUI INSTAGRAM**

Oleh
Murshal Senjaya
Universitas Pasundan, Bandung
Email: murshalsanjaya@gmail.com

Abstrak

Sistem jual beli dan metode pembayaran dalam transaksi melalui Instagram jual beli adalah penjual yang mengunggah gambar yang akan diperjual belikan dan dipromosikan ke akun Instagramnya dengan menyertakan keterangan deskripsi) dari barang tersebut jika terdapat ketidak sesuaian barang dengan informasi mengenai barang yang diberikan oleh penjual sebelum membeli barang dapat dikategorikan sebagai pelanggaran terhadap hak konsumen sesuai ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Perlindungan hukum dan penyelesaian sengketa dalam transaksi jual beli melalui media sosial Instagram yaitu seperti penuntutan sampai ke pengadilan apabila penjual melakukan wanprestasi atau dapat juga dilakukan penyelesaian secara nonlitigasi dengan akibat hukum berupa ganti rugi seperti pengembalian uang, penggantian barang, atau potongan harga barang, dan kompensasi sesuai dengan ketentuan Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Sedangkan aspek perlindungan dari segi hukum pidana yaitu bisa dilaksanakan dengan melaporkannya ke pihak yang berwajib dalam hal ini polisisesuai dengan ketentuan Pasal 378 KUHP Tentang Penipuan.

Kata Kunci : Perlindungan Hukum, Jual Beli, Instagram

PENDAHULUAN

Manusia terus menciptakan perangkat-perangkat yang dapat dimanfaatkan untuk mempermudah pekerjaannya, terus mengadakan inovasi dari perangkat-perangkat yang sudah diciptakan sebelumnya dan terus mengembangkan teknologi yang sudah ada menjadi lebih baik dan lebih canggih lagi. Perkembangan dan penggunaan perangkat teknis dapat membantu semua bentuk aktivitas manusia dalam bidang hiburan, pendidikan, perdagangan, pemerintahan dan komunikasi itu merupakan hal yang wajar. Manusia selalu memperoleh perangkat atau perlengkapan baru ketika muncul kebutuhan akan sarana-sarana tersebut dan sepanjang perangkat tersebut dapat disediakan.¹

Teknologi informasi mempunyai peran penting dalam perkembangan

zaman dengan dimanfaatkannya teknologi informasi sebagai sarana komunikasi, penyebaran dan pencarian data, kegiatan belajar mengajar, dimanfaatkan untuk memberikan pelayanan serta dimanfaatkan untuk melakukan transaksi bisnis.²

Pemakaian benda tidak berwujud semakin tumbuh dan mungkin secara relatif akan mengalahkan penggunaan benda berwujud. Sebuah contoh kasus saat melakukan jual beli online melalui media sosial Instagram di mana pelaku usaha mengunggah barang dagangannya di akun Instagram miliknya.

Setelah terjadi kesepakatan lalu pelaku usaha mengirimkan nomor rekeningnya kepada penerima barang dan penerima barang melakukan transfer pembayaran melalui

¹ Assafa Endeshaw, Hukum E-Commerce dan Internet dengan Fokus di Asia Pasifik, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2007, hlm.3

² Abdul Hakim Barkatullah, Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Lintas Negara di Indonesia, FH UII Press, Yogyakarta, 2009, hlm. 1

Anjungan Tunai Mandiri (selanjutnya disebut ATM) ke rekening pelaku usaha. Tetapi di lain pihak, pelaku usaha melakukan wan prestasi dengan tidak mengirimkan kepada orang yang dituju, barang yang sesuai perjanjian adalah sudah menjadi milik penerima barang karena sudah terjadi transaksi pembayaran atas barang tersebut.

Dalam hal ini sebagai konsumen telah mendapatkan tindakan pelanggaran dari pihak pelaku usaha maka bagaimana kekuatan hukum yang timbul atas perjanjian yang telah konsumen dan pelaku usaha sepakati bersama.

Berdasarkan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen "Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Dalam beberapa literatur di atas yang sedikit menjelaskan bagaimana fenomena yang sekarang sedang terjadi, dalam transaksi yang dilakukan di dalam media internet ini juga meninggalkan masalah mengenai keabsahan sebuah kontrak elektronik dalam transaksi jual beli melalui media internet, apabila dilihat dari hukum perikatan.³

Selain toko online yang berbasis website, terdapat beberapa jenis toko online lainnya, salah satunya yaitu toko online yang berbasis media sosial. Pada dasarnya, toko online media sosial adalah toko online yang dibuat di situs-situs media sosial. Media sosial yang paling banyak digunakan untuk toko online.

adalah instagram. Media sosial mungkin merupakan tempat yang bagus untuk menjual dan membeli barang karena pembelinya sudah ada di media sosial tersebut dan tinggal didekati. Tapi, karena bercampur dengan konten-konten lain, produk tersebut juga akan tercampur meskipun sudah menggunakan hastag atau apapun yang

menjadikan produk tersebut lebih mudah ditemukan. Jadi, bagi penjual, promosi, dan pemasarannya mungkin tidak semudah yang dikira

Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalahnya adalah :

1. Bagaimana sistem jual beli dan metode pembayaran dalam transaksi melalui Instagram?
2. Bagaimana perlindungan hukum dan penyelesaian sengketa dalam transaksi jual beli melalui Instagram?

LANDASAN TEORI

1. Pengertian Jual Beli

Jual beli (menurut B.W.) adalah suatu perjanjian bertimbal-balik dalam mana pihak yang satu (si penjual) berjanji untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang, sedang pihak yang lainnya (si pembeli) berjanji untuk membayar harga yang terdiri atas sejumlah uang sebagai imbalan dari perolehan hak milik tersebut.⁴

Perkataan jual beli menunjukkan bahwa dari dari satu pihak perbuatan dinamakan menjual, sedangkan dari pihak yang lain dinamakan pembeli.⁵ Istilah yang mencakup dua perbuatan yang bertimbal-balik itu adalah sesuai dengan istilah Belanda *Koop en Veerkoop* yang juga mengandung pengertian bahwa pihak yang satu *Verkoop* (menjual) sedang yang lainnya *Koopt* (membeli).⁶

M. Yahya Harahap berpendapat bahwa perjanjian atau *Verbinten* adalah suatu hubungan hukum kekayaan atau harta benda antara dua orang atau lebih, yang memberikan kekuatan hak pada suatu pihak untuk memperoleh prestasi dan

³ K. Muljadi, dan G. Widjaja. Perikatan yang Lahir dari Perjanjian, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2003, hlm. 18

⁴ R. Subekti, Aneka Perjanjian, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014, hlm. 1.

⁵ *Ibid*

⁶ *ibid*

sekaligus mewajibkan kepada pihak lain untuk menunaikan prestasi.⁷

Sri Gambir Melati Hatta menyatakan bahwa “Dalam perjanjian adanya hubungan hukum atau rechtbetreking yang menyangkut hukum tersebut menimbulkan hak dan kewajiban antara dua orang atau lebih, yang mewajibkan pihak pertama untuk melakukan prestasi dan adanya pihak lain untuk mendapatkan prestasi tersebut”.⁸

Terdapat 2 unsur penting dalam jual beli, yaitu:

1. Barang/benda yang diperjualbelikan

Bahwa yang harus diserahkan dalam persetujuan jual beli adalah barang berwujud benda. Barang adalah segala sesuatu yang dapat dijadikan objek harta benda atau harta kekayaan. Menurut ketentuan Pasal 1332 KUHPerdara, hanya barang-barang yang biasadiperniagakan saja yang boleh dijadikan objek persetujuan.

KUHPerdara mengenal tiga macam barang dalam Pasal 503 - Pasal 505 KUHPerdara yaitu:

- a) Ada barang yang bertubuh dan ada barang yang tak bertubuh.
- b) Ada barang yang bergerak dan ada barang yang tak bergerak.
- c) Ada barang yang bergerak yang dapat dihabiskan, dan ada yang tidak dapat dihabiskan, yang dapat dihabiskan adalah barang-barang yang habis karena dipakai.

2. Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, wiki, forum, dunia virtual yang merupakan bentuk

media sosial paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.⁹

Media sosial merupakan situs dimana seseorang dapat membuat web dan laman pribadi yang terhubung dengan setiap orang dalam media sosial yang sama untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan mediabroadcast, maka media sosial menggunakan internet.¹⁰

Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi tanggapan secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Sangat mudah dan tidak membutuhkan waktu yang lama bagi seseorang dalam membuat akun di media sosial.¹¹

Media sosial memiliki 6 karakteristik khusus, yaitu:¹²

- a. Jaringan (Network) Infrastruktur yang menghubungkan antar perangkat keras untuk melakukan pertukaran informasi.
- b. Informasi (Information) Informasi merupakan bentuk utama dari media sosial karena untuk melakukan komunikasi dibutuhkan informasi. Contohnya seperti konten dari pengguna, profil yang dituju, dan lain sebagainya
- c. Arsip (Archive) Media sosial dapat menjadi media penyimpanan data yang berisi informasi dari penggunaannya.
- d. Interaktivitas (Interactivity) Media sosial harus memiliki interaktivitas atau interaksi antar pengguna.
- e. Simulasi Sosial (Social Simulation) Media sosial dapat men-simulasikan

⁹ Reni Ferlitasari, “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Prilaku Keagamaan Remaja”, Tugas Akhir Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Tahun 2018, hal. 17.

¹⁰ *Ibid*

¹¹ *Ibid*

¹² Rulli Nasrullah, Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi Simbiosis, Rekatama Media, Bandung, 2015, hlm. 48

⁷ M. Yahya Harahap, Sendi-Sendi Hukum Perjanjian, Cetakan Kedua, Alumni, Bandung, 1996, hlm. 6

⁸ Sri Gambir Melati Hatta, Beli Sewa sebagai Perjanjian Tak Bernama: Pandangan Masyarakat dan Sikap Mahkamah Agung Indonesia, Cetakan Kedua, Alumni, Bandung, 1999, hlm. 128.

keadaan sosial yang sesungguhnya tanpa harus mengalaminya secara langsung. Contohnya seperti chatting dengan teman tanpa harus bertatap muka secara langsung.

- f. Konten Pengguna (User-generated Content) Konten-konten dalam Media sosial dapat dibuat oleh para penggunanya, tidak hanya konten yang sudah ada sebelumnya. Media Sosial dapat digunakan untuk berbagai hal, di antaranya adalah sebagai media penyebaran informasi, media interaksi sosial, dan media usaha jualbeli.

Menggunakan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi dan interaksi sosial merupakan langkah efektif karena informasi dapat ditemukan dengan cepat dan interaksinya tidak terbatas hanya untuk individu, namun juga untuk kelompok.¹³

3. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbasis Android yang memungkinkan penggunanya mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri.¹⁴

Nama Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini.¹⁵ Instagram kita. Makin populernya Instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagi foto membuat banyak pengguna yang turun ke bisnis online turut mempromosikan produk – produknya lewat Instagram.

¹³ Haryotono, Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Komunitas Putakawan Homogen Dalam Rangka Pemanfaatan Bersama Koleksi Antar Perguruan Tinggi, Jurnal Vol. 5 Nomor 1, EduLib, 2015, hlm. 83-86

¹⁴ Ariestya Ayu Permata, Pemanfaatan Media Sosial untuk Jual Beli Online di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya melalui Instagram, Tesis Unair, Surabaya, 2017, hlm. 5

¹⁵ Ranga Aditya, Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi, Jurnal Fisip UNRI, Volume 2 No. 2, Pekanbaru Riau, 2015, hlm.3

Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingindisampaikan dapat diterima dengan cepat.

Oleh karena itulah Instagram berasal dari instan-telegram. Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagi-bagikan foto dan video. Instagram sendiri masih merupakan bagian dari facebook yang memungkinkan teman facebook kita mengikuti (follow) akun¹⁶

Media sosial Instagram adalah suatu alat penyampaian pesan (aplikasi) untuk bisa berkomunikasi dengan khalayak secara luas dengansaling berbagi foto atau video, yang didalamnya juga terdapat fitur – fitur lain seperti direct message (DM), comment, love, dll.

Selain fitur-fitur dalam Instagram yang beragam, salah satu kelebihan lain dari Instagram adalah hasil foto dapat dibagikan ke media sosial lainnya seperti, Facebook dan Twitter, sehingga memungkinkan hasil foto tersebut tidak hanya dilihat oleh orang-orang yang memiliki Instagram saja.¹⁷

Dibandingkan dengan media sosial lain, Instagram lebih cocok untuk dijadikan media promosi atau sponsor karena bentuknya yang bersifat visual sehingga dapat digunakan sebagai media penyampai, yaitu penyampaian informasi yang hanya sepotong, agar para pengguna yang mengikutinya menjadi

¹⁶ *Ibid*

¹⁷ M. Nisrina, Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang, Kobis, Yogyakarta 2015, hlm. 137

penasaran dan ingin mencari tahu informasi lebih lanjut.¹⁸

Instagram juga memiliki banyak kelebihan lain, yaitu:¹⁹

1. Informasi yang ditampilkan di setiap postingan gambar rinci dan jelas, seperti lokasi, waktu, dan bahkan pengguna juga dapat mengisi bio atau biografi, yaitu informasi mengenai akun pengguna tersebut.
2. Instagram dapat mengetahui kebutuhan dan kebiasaan serta kesukaan masing-masing pengguna sehingga segmentasi pasar atau pembagian pasar untuk promosi dapat lebih fokus.
3. Dapat diakses kapan saja menggunakan akses internet.
4. Tampilan mudah dipahami untuk semua pengguna ponsel.
5. Komunikasi melalui banyak fitur yaitu komentar, hastag (#), mentions, berbagi, kesukaan, dan bahkan pesan pribadi.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa sistem perdagangan dengan memanfaatkan sarana media sosial telah mengubah wajah bisnis di Indonesia. Selain disebabkan oleh adanya perkembangan teknologi informasi juga disebabkan oleh tuntutan masyarakat terhadap pelayanan yang serba cepat, mudah dan praktis. Melalui media sosial, masyarakat memiliki ruang gerak lebih luas dalam memilih produk (barang dan jasa) yang akan dipergunakan tentunya dengan berbagai kualitas dan kuantitas sesuai dengan yang diinginkan.²⁰

Terdapat dua jenis perjanjian jualbeli. Pertama jual-beli dengan sistem

percobaan, yaitu barang yang akan dibeli dicoba terlebih dahulu oleh si pembeli perjanjian jualbeli, misalnya jual-beli mobil, radio, TV, dan lain-lain. Kedua, jual-beli yang pada waktu terjadinya si pembeli belum melihat barang yang akan dibeli, melainkan hanya contohnya saja, misalnya dalam transaksi jual beli melalui media sosial (selanjutnya disebut jual beli online). Transaksi jual beli melalui media sosial merupakan salah satu produk dari internet yang merupakan sebuah jaringan komputer yang saling terhubung antara satu dengan yang lainnya melalui media komunikasi seperti kabel, telepon, satelit.²¹

Jual beli melalui media sosial juga dapat meliputi transfer informasi secara elektronik antara bisnis, dalam hal ini menggunakan Electronic Data Interchange (EDI).²² Jual beli melalui media sosial merupakan salah satu implementasi dari bisnis online. Berbicarai mengenai bisnis onlinetidak terlepas

dari transaksi jual beli via instagram yang merupakan aktivitas pembelian, penjualan, pemasaran dan pelayanan atas produk dan jasa yang ditawarkan melalui jaringan komputer.²³ Transaksi jual beli melalui media sosial biasanya menggunakan perjanjian tertulis, seperti melalui web, e-mail dan sejenisnya.²⁴

Jual beli melalui media sosial Instagram adalah transaksi jual beli yang dilakukan via teknologi modern. umumnya, penawaran dalam transaksi jual beli melalui media sosial dilakukan secara tertulis, dimana suatu barang diunggah dalam laman instagram dengan dilabeli harga tertentu. Kemudian bagi

¹⁸ Analisis Strategi Perencanaan Pesan Pada Akun Instagram E-Commerce @shopatbananina” The Messenger, Volume 9, No. 1 (2017) hal. 77

¹⁹ Puguh Kurniawan, Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh, Kompetensi, Volume 11, No. 2, 2017, hlm. 223-224

²⁰ Dikdik M.Arief Mansur dan Elistaris Gultom, Cyber Law: Aspek Hukum Teknologi Informasi, Refika Aditama, Bandung, 2005, hlm. 144

²¹ Imam Mustofa, Transaksi Elektronik (E-Commerce) dalam Perspektif Fiqh, Jurnal Hukum Islam, STAIN Pekalongan, Volume 10, No. 2, Desember 2012, hlm. 159

²² Ridwan Sanjaya dan Wisnu Sanjaya, Membangun Kerajaan Bisnis Online (Tuntunan Praktis Menjadi Pembisnis Online), Kompas Gramedia, Jakarta, 2009, hal. 36

²³ *Ibid*

²⁴ Imam Mustofa, Fiqh Muamalah Kontemporer, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2016, hlm. 33

konsumen atau pembeli yang menghendaki maka mentransfer uang sesuai dengan hargayang tertera dan ditambah ongkos kirim.²⁵

Instagram memiliki fitur-fitur yang berbeda dengan jejaring sosial lainnya. Diantara sekian banyak fitur yang ada di Instagram, ada beberapa fitur yang digunakan oleh @shopatbanananina dalam menjalankan komunikasi pemasarannya, salah satu fitur yang digunakan oleh akun Instagram tersebut adalah konsumen dapat mengetahui harga barang cukup dengan meng-klik gambar barang yang diinginkan dan bisa langsung terhubung ke website untuk melakukan pembelian.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian bersifat deskriptif analitis yaitu menggambarkan permasalahan dan fakta-fakta yang terjadi didasarkan pada norma-norma hukum positif yaitu perundang-undang yang terkait dengan penelitian ini.

Metode Pendekatan dengan yuridis normatif yakni mempergunakan norma-norma hukum positif yang berkaitan dengan disparitas putusan pengadilan.

Analisis data dilakukan dengan kualitatif artinya tanpa mempergunakan angka-angka dan rumus statistik.

HASIL PEMBAHASAN

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

1. Menghindari (avoidance) maksudnya, berbuat sesuatu atau tidak berbuat sesuatu dan tidak berbuat sesuatu agar tidak mendapat kerugian.
2. Mencegah (prevention) maksudnya, mengadakan tindakan tertentu dengan tujuan paling tidak mengurangi kerugian.

3. Mengalihkan (transfer) maksudnya, kemungkinan buruk yang dapat menimpa dirinya dialihkan pihak lain.
4. Menerima (assumption or retention).²⁶ Dari kebanyakan kasus yang ada wanprestasi dilakukan oleh pelaku usaha misalnya telat mengirimkan barang, salah dalam mengirim produk barang yang dipesan, barang yang dibeli tidak sesuai dengan keterangan informasi yang ditampilkan atau bisa juga pelaku usaha yang dengan sengaja berniat tidak memenuhi kewajibannya.

Upaya konsumen untuk menuntut ganti rugi dapat dilakukan melalui cara:

- a. Litigasi Sesuai dengan Pasal 38 Undang-Undang ITE yang menjelaskan para pihak dapat menggugat apabila dalam penyelenggaraan transaksi elektronik merugikan pihak lain. Dengan diakuinya alat bukti elektronik sebagai alat bukti yang sah di pengadilan sebagaimana disebutkan dalam Pasal 5 ayat 1,2 dan 3 Undang-Undang ITE, maka alat-alat bukti yang dapat digunakan oleh konsumen di pengadilan adalah bukti transfer atau bukti pembayaran, SMS atau pesan dari media sosial yang menyatakan kesepakatan melakukan pembelian, nama, alamat, nomor telp dan nomor rekening pelaku usaha.
- b. Non Litigasi
Dalam pasal 39 ayat (2) Undang-Undang ITE yang menjelaskan bahwa selain penyelesaian gugatan perdata, para pihak dapat menyelesaikan sengketa melalui arbitrase, atau lembaga lainnya. Penyelesaian sengketa melalui jalur non litigasi dapat ditempuh melalui Lembaga Swadaya Masyarakat, Direktorat Perlindungan Konsumen Disperindag,

²⁶ Yulistya Adi Nugraha, Pelaksanaan Tanggung Jawab Pihak Penanggung Terhadap Pengajuan Klaim Asuransi Kesehatan Oleh Tertanggung Di PT. Axa Mandiri Financial Services, Jurnal Tesis, Universitas Diponegoro, Semarang, 2009, hlm. 69

²⁵ *Ibid*

Badan penyelesaian sengketa Konsumen (BPSK) dan pelaku usaha sendiri secara kekeluargaan. Masing-masing badan hukum ini memiliki pendekatan yang berbeda-beda dalam menyelesaikan perkara yang ada. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) adalah salah satu

lembaga peradilan konsumen yang berkedudukan pada tiap Daerah Tingkat II Kabupaten Kota di seluruh Indonesia sebagaimana diatur menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang mempunyai tugas utama menyelesaikan persengketaan konsumen di luar lembaga pengadilan. BPSK beranggotakan unsur perwakilan aparat pemerintah, konsumen dan pelaku usaha atau produsen yang diangkat atau diberhentikan oleh menteri.

BPSK memiliki kewenangan untuk melakukan pemeriksaan atas kebenaran laporan dan keterangan dari para pihak yang bersengketa, melihat atau meminta tanda bayar, tagihan atau kuitansi, hasil test lab atau bukti-bukti lain, keputusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) bersifat mengikat dan penyelesaian akhir bagi para pihak. Tugas dan wewenang BPSK berdasarkan ketentuan Pasal 52 UUPK meliputi melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi. BPSK juga bertugas memberikan konsultasi perlindungan konsumen, melakukan pengawasan terhadap pencatuman klausulabaku, melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam undang-undang ini, menerima pengaduan, baik tertulis maupun tidak tertulis, dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen, melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen.

BPSK juga berwenang memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen, memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap undang-undang, meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli atau setiap orang yang tidak bersedia memenuhi panggilan BPSK, mendapatkan meneliti dan atau menilai surat, dokumen atau alat bukti lain guna penyelidikan dan atau pemeriksaan, memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak konsumen, memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen, dan menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang ini.

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) memiliki kewenangan untuk menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen dengan membentuk majelis ganjil dan sedikit-dikitnya berjumlah anggota majelis tiga orang yang terdiri dari seorang ketua merangkap anggota, seorang wakil ketua merangkap anggota, dan seorang anggota, majelis ini terdiri mewakili semua unsur yaitu unsur pemerintah, unsur konsumen, dan unsur pelaku usaha serta dibantu oleh seorang panitera dan putusan majelis bersifat final dan mengikat.

Memberdayakan konsumen dalam memilih, menentukan barang dan/atau jasa kebutuhannya, dan menuntut hak-haknya. BPSK harus mencapai dari tujuan perlindungan konsumen yang seharusnya, dimana terdapat tujuan dari perlindungan konsumen yakni umumnya dapat dibagi dalam tiga bagian utama, yaitu:

1. Memberdayakan konsumen dalam memilih, menentukan barang dan/atau

jasa kebutuhannya, dan menuntut hak-haknya.

2. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang memuat unsur-unsur kepastian hukum, keterbukaan informasi, dan akses untuk mendapatkan informasi mengenai perkaranya.
3. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap jujur dan bertanggung jawab.

BPSK wajib mengeluarkan putusan paling lambat dalam waktu dua puluh satu hari kerja setelah gugatan diterima serta dalam waktu paling lambat tujuh hari kerja sejak menerima putusan. Para pihak dapat mengajukan keberatan kepada pengadilan negeri paling lambat empat belas hari kerja sejak menerima pemberitahuan putusan kepada pelaku usaha yang tidak mengajukan keberatan dalam jangka waktu paling lambat empat belas hari kerja sejak menerima pemberitahuan putusan dianggap menerima putusan. Apabila setelah batas waktu ternyata putusan BPSK tidak dijalankan oleh pelaku usaha, BPSK dapat menyerahkan putusan tersebut kepada pihak penyidik dengan penggunaan Putusan Majelis BPSK sebagai bukti permulaan yang cukup bagi penyidik untuk melakukan penyidikan dengan penggunaan putusan majelis, dan memintakan penetapan eksekusinya kepada pengadilan negeri di tempat konsumen yang dirugikan.

Pengadilan wajib mengeluarkan putusan atas keberatan pelaku usaha dalam waktu paling lambat dua puluh satu hari kerja sejak diterimanya keberatan dari pelaku usaha dan terhadap putusan Pengadilan Negeri, para pihak dalam waktu paling lambat empat belas hari dapat mengajukan kasasi ke Mahkamah Agung Republik Indonesia, kemudian Mahkamah Agung Republik Indonesia wajib mengeluarkan putusan dalam waktu paling lambat tiga puluh hari sejak

menerima permohonan kasasi. Produk hukum BPSK dalam hal ini keputusan yang ditetapkan oleh majelis BPSK harus memberikan perlindungan hukum yang pasti kepada konsumen dan memberikan sanksi administratif serta sanksi moril dimana pelaku usaha dalam hal ini diwajibkan untuk memberikan ganti rugi kepada konsumen serta memberikan pelayanan yang terbaik kepada seluruh masyarakat.

Lembaga Peradilan Secara garis besar, pengertian gugatan adalah suatu tuntutan seseorang atau beberapa orang selaku penggugat yang berkaitan dengan permasalahan perdata yang mengandung sengketa antara dua pihak atau lebih yang diajukan kepada ketua pengadilan negeri di mana salah satu pihak sebagai penggugat untuk menggugat pihak lain sebagai tergugat. Perkataan *contentiosa*, yang berarti penuh semangat bertanding atau berpolemik, itu sebabnya penyelesaian perkara yang mengandung sengketa, disebut yurisdiksi *contentiosa*, yaitu kewenangan peradilan yang memeriksa perkara yang berkenaan dengan masalah persengketaan antara pihak yang bersengketa.

Gugatan adalah tuntutan hak yang mengandung sengketa dan diajukan ke pengadilan untuk mendapatkan putusan. Sudikno menjelaskan bahwa tuntutan hak adalah tindakan yang bertujuan memperoleh perlindungan yang diberikan oleh pengadilan untuk mencegah main hakim sendiri (*eigenrechtig*), oleh karena itu bahwa gugatan adalah suatu tuntutan yang disampaikan kepada ketua pengadilan negeri yang berwenang oleh seseorang mengenai suatu hal akibat adanya persengketaan dengan pihak lainnya yang kemudian mengharuskan hakim memeriksa tuntutan tersebut menurut tata cara tertentu yang kemudian melahirkan keputusan terhadap gugatan tersebut.²⁷

²⁷ Zainal Asikin, *Hukum Acara Perdata Di Indonesia*, Prenanda Media Group, Jakarta, 2015, hlm. 19

Gugatan ganti rugi adalah suatu upaya atau tindakan untuk menuntut hak atau memaksa pihak lain untuk melaksanakan tugas atau kewajibannya, guna memulihkan kerugian yang diderita oleh penggugat melalui putusan pengadilan. Tuntutan hak ini adalah tindakan yang bertujuan memperoleh perlindungan hak yang diberikan oleh pengadilan untuk mencegah tindakan main hakim sendiri. Tidak setiap orang yang mempunyai kepentingan dapat mengajukan tuntutan hak semauanya ke pengadilan.

Untuk mencegah agar setiap orang tidak asal saja mengajukan tuntutan hak ke pengadilan yang akan menyulitkan pengadilan, maka hanya kepentingan yang cukup dan layak serta mempunyai dasar hukum sajalah yang dapat diterima sebagai dasar tuntutan hak.

Dalam suatu perkara perdata di pengadilan, para pihak dalam gugatan terdiri dari penggugat (eiser/plaintiff), tergugat (gedage/defendant), dan turut tergugat. Secara umum gugatan perdata terbagi atas gugatan wanprestasi dan gugatan perbuatan melawan hukum. Suatu gugatan wanprestasi diajukan karena adanya pelanggaran kontrak (wanprestasi) dari salah satu pihak, karena dasar gugatan wanprestasi adalah pelanggaran perjanjian, maka gugatan semacam itu tidak mungkin lahir tanpa adanya perjanjian terlebih dahulu. Sengketa dalam transaksi jual beli melalui media sosial Instagram telah diakomodasi oleh ketentuan dalam KUH Perdatayaitu bahwa setiap orang berhak menuntut ganti rugi atas suatuperbuatan melawan hukum yang merugikannya.

Pasal 1365 Untuk dapat menuntut ganti rugi berdasarkan perbuatan melawan hukum, maka syarat yang perlu dipenuhi adalah adanya perbuatan perbuatan tersebut melawan hukum, adanya kesalahan, adanya kerugian, dan adanya hubungan sebab-akibat (kausalitas) antara perbuatan melawan hukum dan kerugian.

Berdasarkan hal diatas dapat disimpulkan bahwa perlindungan hukum dalam transaksi jual beli melalui media sosial Instagram bisa dilaksanakan dengan melaporkannya ke pihak yang berwajib dalam hal ini polisi sesuai dengan ketentuan Pasal 378 KUHP Tentang Penipuan jika sengketa hanya antara pejual dan pembeli tanpa perantara platform (misal: Tokopedia, Shopee, Lazada, dll). Tetapi jika sengketa terjadi dengan perantara platform maka hal ini masuk ke dalam gugatan perdata sesuai dengan ketentuan Pasal 1365 KUH Perdata Tentang Perbuatan Melawan Hukum. Pada hakikatnya Instagram bukanlah platform jual beli melainkan hanya sebagai media sosial. Hanya saja karena banyak orang yang memakai media sosial tersebut para produsen (penjual) menjadikan media sosial Instagram sebagai sarana/wadah jual beli online untuk menjalankan strategi marketing dengan mengunggah dan mempromosikan barang dagangannya dan ada juga penjual yang menghubungkan akun Instagram Online Shop miliknya ke platform karna dianggap lebih meyakinkan bagi pembeli untuk terhindar dari penipuan.

Penyelesaian sengketa dalam transaksi jual beli melalui media sosial Instagram apabila terjadinya wanprestasi dapat dilakukan dengan cara melaporkan akun Instagram tersebut ke pihak yang berwajib tetapi harus terpenuhi unsur-unsur tindak pidana penipuan sebagaimana yang diatur dalam pasal 28 ayat (1) Undang-Undang ITE.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Sistem jual beli dan metode pembayaran dalam transaksi melalui Instagram jual beli adalah penjual yang mengunggah gambar yang akan diperjual belikan dan dipromosikan ke akun Instagramnya dengan menyertakan keterangan deskripsi) dari barang tersebut jika terdapat ketidak sesuaian barang dengan informasi mengenai barang yang diberikan oleh

penjual sebelum membeli barang dapat dikategorikan sebagai pelanggaran terhadap hak konsumen sesuai ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, salah satunya adalah hal atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang/jasa. Metode pembayaran dalam transaksi jual beli melalui Instagram dapat dilakukan dengan sistem transfer melalui ATM sesuai dengan Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2011 Tentang transfer dana, kartu kredit sesuai dengan Pasal 1 ayat (11) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 1998 Tentang Perbankan atau melakukan Cash On Delivery (COD) sesuai dengan Pasal 15 ayat (1) UUIE.

2. Perlindungan hukum dan penyelesaian sengketa dalam transaksi jual beli melalui media sosial Instagram yaitu seperti penuntutan sampai ke pengadilan apabila penjual melakukan wanprestasi atau dapat juga dilakukan penyelesaian secara nonlitigasi dengan akibat hukum berupa ganti rugi seperti pengembalian uang, penggantian barang, atau potongan harga barang, dan kompensasi sesuai dengan ketentuan Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Sedangkan aspek perlindungan dari segi hukum pidana yaitu bisa dilaksanakan dengan melaporkannya ke pihak yang berwajib dalam hal ini polisisesuai dengan ketentuan Pasal 378 KUHP Tentang Penipuan.

Saran

1. Penjual selaku pelaku usaha sebelum melakukan pengiriman barang dapat melakukan pengecekan pada mutasi bank yang masuk agar tidak tertipu pada pembeli yang belum melakukan pembayaran.
2. Untuk pemerintah yaitu perlu melakukan pemantauan dan evaluasi yang berkesinambungan khususnya

Departemen Kominfo dan Departemen Perdagangan, atau membentuk komisi khusus pengawasan perdagangan online yang bertujuan untuk pemantauan dalam bidang perdagangan online.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdul Hakim Barkatullah, Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Lintas Negara di Indonesia, FH UII Press, Yogyakarta, 2009
- [2] Analisis Strategi Perencanaan Pesan Pada Akun Instagram E-Commerce @shopatbananina” The Messenger, Volume 9, No. 1 (2017)
- [3] Ariestya Ayu Permata, Pemanfaatan Media Sosial untuk Jual Beli Online di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya melalui Instagram, Tesis Unair, Surabaya, 2017.
- [4] Assafa Endeshaw, Hukum E-Commerce dan Internet dengan Fokus di Asia Pasifik, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2007
- [5] Dikdik M.Arief Mansur dan Elistaris Gultom, Cyber Law: Aspek Hukum Teknologi Informasi, Refika Aditama, Bandung, 2005
- [6] Haryotono, Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Komunitas Putakawan Homogen Dalam Rangka Pemanfaatan Bersama Koleksi Antar Perguruan Tinggi, Jurnal Vol. 5 Nomor 1, EduLib, 2015
- [7] Imam Mustofa, Fiqh Muamalah Kontemporer, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2016
- [8] Imam Mustofa, Transaksi Elektronik (E-Commerce) dalam Perspektif Fiqh, Jurnal Hukum Islam, STAIN Pekalongan, Volume 10, No. 2, Desember 2012
- [9] K. Muljadi, dan G. Widjaja. Perikatan yang Lahir dari Perjanjian, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2003
- [10] M. Nisrina, Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang, Kobis, Yogyakarta 2015

-
- [11] M. Yahya Harahap, *Sendi-Sendi Hukum Perjanjian*, Cetakan Kedua, Alumni, Bandung, 1996
- [12] Puguh Kurniawan, *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh*, Kompetensi, Volume 11, No. 2, 2017
- [13] R. Subekti, *Aneka Perjanjian*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014
- [14] Rangga Aditya, *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi*, Jurnal Fisip UNRI, Volume 2 No. 2, Pekanbaru Riau, 2015
- [15] Reni Ferlitasari, "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Prilaku Keagamaan Remaja", Tugas Akhir Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Tahun 2018
- [16] Ridwan Sanjaya dan Wisnu Sanjaya, *Membangun Kerajaan Bisnis Online (Tuntunan Praktis Menjadi Pembisnis Online)*, Kompas Gramedia, Jakarta, 2009
- [17] Rulli Nasrullah, *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi* Simbiosis, Rekatama Media, Bandung, 2015
- [18] Sri Gambir Melati Hatta, *Beli Sewa sebagai Perjanjian Tak Bernama: Pandangan Masyarakat dan Sikap Mahkamah Agung Indonesia*, Cetakan Kedua, Alumni, Bandung, 1999
- [19] Yulistya Adi Nugraha, *Pelaksanaan Tanggung Jawab Pihak Penanggung Terhadap Pengajuan Klaim Asuransi Kesehatan Oleh Tertanggung Di PT. Axa Mandiri Financial Services*, Jurnal Tesis, Universitas Diponegoro, Semarang, 2009
- [20] Zainal Asikin, *Hukum Acara Perdata Di Indonesia*, Prenanda Media Group, Jakarta, 2015.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN