

## **Analisis Penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dalam Melakukan Jual Beli *Online* Pada *Marketplace***

Sidik Wiantoro<sup>1</sup>, Khoirul Anam<sup>2</sup> Ahmad Khudori<sup>3</sup>

Institut Agama Islam Nusantara Ash-Shiddiqiyah

Email : [sdik602@gmail.com](mailto:sdik602@gmail.com)<sup>1</sup>, [kh.anam7890@gmail.com](mailto:kh.anam7890@gmail.com)<sup>2</sup>, [khudoriahmad34@gmail.com](mailto:khudoriahmad34@gmail.com)<sup>3</sup>

### **Info Artikel**

#### **Riwayat:**

Diajukan : 16 November 2024

Ditelaah : 25 November 2024

Direvisi : 21 Desember 2024

Diterima : 28 Desember 2024

#### **Kata Kunci :**

*Marketplace; Jual Beli Online; UUPK*

### **Abstrak**

*Era digital telah membawa perubahan besar dalam gaya hidup manusia dan memfasilitasi jalannya perdagangan dengan cara yang belum pernah terjadi sebelumnya. Seiring dengan perkembangannya, pembelian dan penjualan produk melalui marketplace menjadi tren baru di kalangan konsumen. Namun, ada risiko-risiko tertentu yang harus diwaspadai, seperti penipuan dan pelanggaran hak konsumen. Oleh karena itu, Undang-undang Perlindungan Konsumen diciptakan untuk melindungi kepentingan konsumen di era perdagangan digital.*

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana mekanisme transaksi jual beli online pada marketplace facebook, dan penerapan undang-undang perlindungan konsumen dalam jual beli online melalui marketplace facebook. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan melakukan wawancara terhadap pedagang di marketplace. Data yang dihasilkan kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif yaitu dengan menjabarkan data yang telah dikumpulkan dan dianalisis dengan cara mengorganisir, meringkas, dan menyajikan data sesuai dengan temuan yang diperoleh.*

*Hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme jual beli online pada marketplace facebook sudah terpenuhi rukun dan syarat akad as-salam tersebut dan menjadi sah, dan penerapan Undang-undang Perlindungan Konsumen pada jual beli online melalui marketplace sudah diterapkan oleh penjual akan tetapi masih belum maksimal. Beberapa permasalahan seperti lambatnya respon dari pihak marketplace dalam penyelesaian masalah konsumen, dan kurangnya pengawasan terhadap transaksi online yang terjadi. Penelitian ini memberikan beberapa saran yang dapat diambil kebijakannya untuk meningkatkan efektivitas perlindungan konsumen di era perdagangan digital ini.*

### **I. Pendahuluan**

Perkembangan teknologi informasi yang cepat di dunia membawa perubahan social, ekonomi, dan budaya. *Emerging technology* adalah munculnya media-media baru, termasuk internet sebagai salah satu teknologi komunikasi, meskipun telah berkembang puluhan tahun namun keberadaannya kini sangat dibutuhkan oleh hampir seluruh masyarakat di dunia. Perkembangan teknologi saat ini yang sangat cepat telah memungkinkan perusahaan untuk menciptakan berbagai jenis produk agar konsumen dapat menggunakan produknya. Konsumen kemudian dihadapkan pada beragam pilihan produk. Di satu sisi, situasi ini memberikan perasaan kepada konsumen bahwa ia mendapat manfaat darinya.

Hadirnya jual beli *online* memberikan perkembangan unik untuk pelanggan karena mereka tidak perlu meninggalkan rumah untuk membeli, melainkan dapat memilih beragam produk dan layanan dengan harga terjangkau. Ini juga merupakan pertanyaan yang baik dan buruk. Hal ini

dikatakan baik karena dapat menguntungkan konsumen yang leluasa memilih produk dan pekerjaan yang dia inginkan. Pelanggan bebas memilih kategori dan kualitas produk sesuai dengan kebutuhannya. Ini dianggap buruk karena melemahkan konsumen dibandingkan pedagang sehingga menimbulkan kekecewaan dan kerugian.<sup>1</sup>

*E-commerce* dibagi menjadi dua kategori: (pengusaha) dan (pengguna). Banyak transaksi keuangan terjadi melalui *web*. Misalnya, menjadikan masyarakat yang mempercayakan sistem perdagangan *online* menjadi cara berbisnis.<sup>2</sup> Penerapan jual beli *online* bukan hanya menguntungkan pembeli, tetapi bisa mempermudah penjual dalam menawarkan produk karena menghemat waktu dan biaya. Pergantian gaya bisnis seperti jual beli elektronik menjadi hal penting diwaspadai. Munculnya praktik hukum baru akibat perkembangan perdagangan global dan teknologi informasi masih memerlukan adanya landasan hukum. Untuk itu, transaksi *online* yang ada di UU No.19 tahun 2016 mengenai Revisi Undang-Undang information and Perdagangan *online* tahun 2008 dan Nomor 11. Ketentuannya dapat dilihat dalam UUPK No.8 Thn.1999.<sup>3</sup>

Jual beli melalui internet akan menimbulkan masalah kepercayaan diantara para pihak karena dengan cara ini sistem jual beli tidak bisa berjalan dalam jual beli *online* dan tidak dapat diterima secara langsung, sehingga pembeli tidak dapat menerima barang yang akan diantar, dan mengevaluasi. Tentu tidak semua penjual bisa jujur kepada semua orang dengan menjual produknya. Produk yang dijual dan informasi penawaran yang diberikan kepada pembeli sering kali tidak memenuhi harapan dan terdapat cacat dalam barang. Menurut pasal 4 Undang-undang No.8 mengenai perlindungan konsumen Tahun 1999 disebutkan dalam konsumen berhak mendapatkan informasi yang tepat, jelas dan adil tentang kualitas barang yang mereka beli serta memperoleh jaminan atas produk yang dibelinya.<sup>4</sup> Pertumbuhan ekonomi masyarakat bergantung pada lingkungan hukum konsumen dalam transaksi jual beli secara *online*. Beberapa faktor mempengaruhi pertumbuhan jual beli *online*, antara lain :

1. *E-commerce* memungkinkan lebih banyak pelanggan untuk mengakses informasi secara langsung dan terus menerus.
2. Informasi dapat di akses secara cepat dan tepat.
3. *E-commerce* mendorong penjual untuk menjadi kreatif dalam menyampaikan informasi secara teratur dan cepat.
4. *E-commerce* dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan pelayanan cepat, mudah, aman dan akurat.
5. *E-commerce* dapat meningkatkan efisiensi waktu yang tinggi murah, dan informatif.

Di zaman modern ini banyak sekali media *online* salah satunya *Facebook* yang bisa digunakan untuk berjualan *online*. *Facebook* adalah layanan jejaring sosial yang memungkinkan setiap pemegang akun berkomunikasi dengan pemegang akun lain dari seluruh dunia. Di *website* ini, pengguna dapat berbagi berbagai hal tentang dirinya dan menjual atau membeli produk. *Facebook* menawarkan layanan khusus yang disebut "*marketplace*", yang merupakan fungsi dari *Facebook*, sebuah pasar *online* di mana pengguna *Facebook* dapat membeli dan menjual sendiri. Ada banyak masalah penipuan di sektor keuangan saat berbelanja *online*. Oleh karena itu, diperlukan pedoman praktis.<sup>5</sup>

---

1 Husnul Khatimh, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Aplikasi Lazada Dan Shopee", Ilmu Hukum, (Oktober, 2023), hal.384.

2 Anisa Dira Qisthy Ramadhanty, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui Tiktok Shop", (skripsi, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2023), hal.1-2.

3 Himawan Bayu Aji, "Pengaturan Jual Beli secara Online Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi elektronik", Jurnal Hukum Progresif, edisi. 10. (April 2022), hal. 13-14

4 Mawardin, Noni antika khairunnisah, Evi Rosdiyant, "Perlindungan Hukum Terhadap Transaksi Online Tiktok Shop di Kota Mataram", (Jurnal Ilmu Hukum dan Administrasi, Vol. 5 No. 2 September 2023).hal. 50.

5 I Putu Yogi Krisna, I Nyoman Putu Budiarta, Ni Made Puspasutari Ujianti, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Kerugian Yang Ditimbulkan Oleh Pelaku Usaha Toko Online Di Facebook", Jurnal Perefereensi Hukum, edisi. 1, (Maret 2022), hal 27

*Marketplace facebook* merupakan salah satu situs *web* belanja dan jualan yang secara luas digunakan oleh sebagian mahasiswa IAI Nusantara Ash-Shiddiqiah, dan aplikasi ini merupakan aplikasi telepon yang merupakan tujuan belanja *online* dan toko yang berfokus pada *handphone* untuk memudahkan dalam berbelanja dengan perangkat *mobile*, telepon. Fitur ini merupakan wirausaha sosial baru yang dapat menjangkau penjual, pembeli, dan penyedia untuk menghadirkan pengalaman berbelanja terbaik, dan menyenangkan. Namun, perdagangan *online* melibatkan lebih banyak risiko dibandingkan perdagangan tradisional. Masalah yang paling umum terjadi pada mahasiswa IAI Nusantara Ash-Shiddiqiah dalam jual beli *online* adalah penipuan dalam proses dan ketidakkonsistenan antara produk dan informasi yang dibeli dan dijual. Dan lagi, resiko cacat tersembunyi pada produk yang dibeli dan dijual sangat tinggi bagi pengguna bisnis *online*. Mengenai kasus yang pernah dialami mahasiswa IAI Nusantara Ash-Shiddiqiah dengan melakukan transaksi pada *Marketplace facebook* timbul permasalahan yang terjadi.

Berdasarkan penjelasan yang peneliti kemukakan di atas yaitu meningkatkan kemampuan konsumen untuk memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen adalah salah satu tujuan konsumen. dan untuk informasi lebih lanjut tentang permasalahan ini, sebagai konsumen yang sering menggunakan *marketplace* di *facebook*, maka peneliti ingin melakukan pembahasan dalam penulisan ini.

1. Bagaimana Mekanisme Transaksi Jual Beli Online pada Marketplace Facebook?
2. Bagaimana Penerapan Undang-undang Perlindungan Konsumen Terhadap Praktik Jual Beli Online pada Marketplace Facebook?

Amanda Tikha Santriati, Dwi Runjani Juwita, yang mengkaji tentang "*Perlindungan Hak Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Undang-undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999*".<sup>6</sup> Penelitian ini mengangkat permasalahan bagaimana hak konsumen dilindungi oleh hukum Islam dan UU No. 8 Tahun 1999.

## II. METODE PENELITIAN

### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif ini merupakan hasil deskripsi terhadap objek yang dilakukan secara alami, sesuai dengan realita, dan terukur pada hal-hal yang berkenaan dengan Analisis Penerapan Undang-undang melindungi konsumen dalam transaksi *online* pada *marketplace facebook* di kalangan Mahasiswa IAI Nusantara Ash-Shiddiqiyah. Gejala yang ada kemudian dikembangkan ketika kegiatan penelitian dilaksanakan di lapangan.

### 2. Desain Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian lapangan (*field research*), dengan data deskriptif yang menggunakan peneliti sebagai instrumen utama untuk menjelaskan fenomena alami.

### 3. Instrumen Penelitian

Menurut Suharsimi Arikuntoro, alat penelitian adalah alat yang dipilih dan digunakan peneliti secara sistematis dan nyaman dalam kegiatan pengumpulan datanya. Menurut Sugiyono, alat penelitian adalah alat yang dipilih dan digunakan peneliti untuk melakukan kegiatan pengumpulan data dan untuk menjamin bahwa kegiatan tersebut sistematis dan sesuai dengan dirinya.

### 4. Sumber Data Penelitian

#### a. Sumber Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari penelitian (bahan), yaitu penjual yang menggunakan *marketplace facebook* di kalangan mahasiswa IAI Nusantra Ash-Siddiqiyah yang telah melakukan jual beli dalam jaringan pada *marketplace facebook*. Penjual sengaja

<sup>6</sup> Amanda Tikha Santriati, Dwi Runjani Juwita, "*Perlindungan Hak Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Undang-undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999*", (*Opinia De Journal* Vol. 2 No. 2 Desember 2022).

dipilih sebagai bahan penelitian untuk memperoleh informasi valid melalui wawancara. Karena secara tidak langsung pelanggan memiliki relevansi terhadap masalah yang diteliti.

b. Sumber Sekunder

Kajian ini menggunakan sumber sekunder berupa banyak bentuk seperti Buku, Jurnal, skripsi, kamus dll. Kategori kedua diperoleh dari penulis adalah literatur yang relevan dengan tema kajian.

5. Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang kualitatif, keterlibatan langsung penulis dalam olah data terhadap objek penelitian, menjadi sangat penting. Penggunaan teknik yang tepat juga menjadi penentu bagi keberhasilan suatu data. Berikut adalah metodologi yang digunakan dalam penelitian, Teknik *Field Research* (penelitian lapangan), Observasi, Dokumentasi, Wawancara.

6. Analisis Data

Analisis data adalah aktifitas mencatat, menyusun, mengolah dan menginterpretasikan, serta mengkaitkan makna data yang berkaitan dengan masalah analisis. Analisis ini mengedepankan penyajian data deskriptif kualitatif yang mana data yang dihimpun dengan teknik observasi dan wawancara kemudian dijabarkan dan juga dianalisa dengan cara memaknai dan menafsirkan untuk menarik kesimpulan.

7. Keabsahan Data

Data hasil penelitian haruslah benar sehingga sah untuk digunakan sebagai argument atas pertanyaan yang muncul. Tingkat kebenaran data mungkin sifatnya tidak konstan akan tetapi paling tidak sedikit kesalahannya. Oleh karena itu, data tersebut harus diuji kebenarannya. Untuk mengujinya, menurut Muri Yusuf, perlu Hal ini dilakukan dengan menggunakan empat faktor: tingkat kepercayaan (*trust*), kemampuan transfer (*transferability*), ketergantungan (*reliability*), keandalan (*konektivitas*).

Kredibilitas datanya diperoleh dengan melakukan penelitian langsung dalam waktu yang cukup, mengamati gejala dengan tekun, menggabungkan data secara prosedural, membandingkan data-data lain dengan cermat, dan meminta bantuan teman seprofesi untuk berdiskusi dan mengecek. Di samping itu, penggunaan bahan yang tepat sebagai referensi juga perlu dilakukan. Adapaun bahan referensi yang baik adalah berupa tulisan, rekaman, foto-foto kegiatan, dan lain-lain yang mampu menjawab kebutuhan peneliti.

Transferabilitas berarti hasil penelitian bisa dipahami secara gamblang oleh pembaca dan pembaca merasa memperoleh manfaat dari apa yang dibacanya. Transferabilitas sangat menentukan predikat bagi kelayakan hasil penelitian.

Dependabilitas hasil penelitian diperoleh dengan melihat alat ukur apa yang dipakai dalam penelitian. Metode pengukuran yang dilakukan harus bisa amanah sehingga dapat dipercaya kebenarannya sehingga ketika dilakukan pengukuran secara berulang, maka hasil yang dimunculkan tetap konsisten. Hal itulah kemudian menjadikan hasil penelitian itu bersifat tetap atau pasti.

### III. Hasil dan Pembahasan

#### 1. Mekanisme Transaksi Jual Beli Online pada *Marketplace Facebook*

*Marketplace Facebook* merupakan platform jual beli online yang dimiliki oleh Facebook. Platform ini memungkinkan pengguna Facebook untuk membeli dan menjual produk di seluruh dunia dengan fitur yang mudah digunakan dan intuitif serta mempermudah pengguna untuk membeli dan menjual produk tanpa harus meninggalkan situs Facebook. Alasan memilih Facebook sebagai tempat berjualan online adalah karena memiliki banyak pengguna aktif di seluruh dunia dan fitur-fitur yang mudah digunakan serta gratis.

Mekanisme Transaksi Proses transaksi jual beli online di *Marketplace Facebook* umumnya melibatkan langkah-langkah berikut:

1. Pengguna yang ingin menjual barang memposting gambar dan deskripsi barang yang ditawarkan.

Bahwa seorang penjual dapat mempromosikan barang yang akan dijual melalui media sosial atau website resmi miliknya. Penjual harus menyertakan informasi dan deskripsi yang jelas mengenai kondisi barang dan harga yang ditawarkan agar calon pembeli dapat dengan mudah memperoleh informasi yang dibutuhkan. Informasi yang jelas dan akurat akan membantu pembeli dalam membuat keputusan dalam membeli produk serta membangun kepercayaan dengan konsumen.

2. Pembeli yang tertarik dengan barang tersebut dapat menghubungi penjual melalui pesan pribadi.

Di dalam Facebook Marketplace, pembeli dapat menghubungi penjual melalui pesan pribadi untuk memperoleh informasi lebih lanjut mengenai produk yang ingin dibeli dan menanyakan hal-hal yang belum jelas sebelum memutuskan untuk membeli produk tersebut. Sebagai penjual, penting untuk memberikan informasi lengkap dan jelas mengenai produk yang dijual melalui pesan pribadi serta memberikan respon secara cepat, sopan, dan profesional, serta mengedepankan prinsip keterbukaan dalam menjawab semua pertanyaan yang diajukan oleh calon pembeli. Dengan memberikan pelayanan yang baik pada calon pembeli, diharapkan dapat membantu mereka dalam membuat keputusan dalam membeli produk serta memperkuat hubungan bisnis dan kepercayaan dengan konsumen.

3. Pembeli dan penjual menegosiasikan harga dan detail pengiriman barang.

Ketika pembeli sudah tertarik dengan produk yang dijual, biasanya pembeli akan menghubungi penjual melalui pesan pribadi untuk memulai proses negosiasi harga dan detail pengiriman barang. Sebagai penjual, penting untuk membuka ruang untuk proses negosiasi yang transparan dan adil bagi kedua belah pihak serta memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai produk, termasuk informasi tentang garansi atau kebijakan pengembalian. Penjual akan membahas secara mendetail mengenai harga, biaya pengiriman, dan pilihan cara pengiriman yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pembeli. Dalam memberikan pengalaman berbelanja yang menyenangkan, aman, dan memuaskan bagi pembeli, diharapkan dapat membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen serta meningkatkan kepuasan dan kepercayaan mereka pada penjual.

4. Pembeli melakukan pembayaran melalui metode yang disepakati, seperti transfer bank, dompet digital atau *Cash On Delivery*.

Tujuan utama di *Facebook Marketplace* adalah memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam transaksi pembayaran untuk para pengguna. Para penjual di *Facebook Marketplace* mengizinkan pembeli untuk melakukan pembayaran melalui beberapa metode pembayaran yang telah disepakati, seperti melalui transfer bank, dompet digital, atau bahkan *Cash On Delivery* (COD). Namun, sebagai penjual di *Facebook Marketplace*, sangat penting untuk diingat bahwa opsi pembayaran yang tersedia dapat bervariasi tergantung pada lokasi keberadaan dan opsi pembayaran yang diizinkan oleh *Facebook*.

5. Penjual mengirim barang sesuai kesepakatan dan pembeli konfirmasi penerimaan barang.

Bahwa sebagai penjual di *Facebook Marketplace*, terdapat beberapa metode pengiriman produk yang tersedia seperti pos, kurir ataupun pengiriman langsung oleh penjual apabila memungkinkan. Penjual disarankan untuk memastikan bahwa detail pengiriman di profil toko dan postingan produk tercantum dengan jelas untuk memudahkan pelanggan memilih metode pengiriman yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Berdasarkan praktek jual beli *online* pada *marketplace facebook* sudah terpenuhi rukun dan syarat akad As-Salam tersebut dan menjadi sah. Qarinah kedua belah pihak mengungkapkan kesediaannya melalui kata-kata (penawaran dan permintaan) dan tindakan (mengasih atau memberi imbalan). Dengan menggunakan empat prinsip, Orang-orang yang terikat kontrak, Ijab qobul, Adanya barang yang dibeli, Adanya nilai pertukaran penggantian barang.

## 2. Penerapan Undang-undang Perlindungan Konsumen Terhadap Praktik Jual Beli Online pada Marketplace Facebook

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Republik Indonesia memberikan hak-hak konsumen yang meliputi kenyamanan, keselamatan, dan keamanan saat menggunakan produk dan/atau layanan. Konsumen juga memiliki hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta memperoleh barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kebutuhannya serta jaminan yang dijanjikan. Selain itu, konsumen juga memiliki hak untuk menerima atau menyerahkan barang dan/atau jasa sesuai dengan kontrak atau hak atas ganti rugi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila terjadi ketidakpatuhan.

Jual beli online atau perdagangan elektronik melibatkan berbagai jenis bisnis termasuk jual beli melalui internet. *E-commerce* adalah proses pembelian, penjualan, pemasaran, dan pengiriman barang dan jasa melalui jaringan komputer. *Marketplace Facebook* adalah *platform* yang digunakan banyak orang dan bisa menjadi sebagai ajang transaksi jual beli. Pelaku usaha yang berjualan di *Facebook* juga harus memperhatikan hak-hak konsumen yang diatur dalam undang-undang tersebut, seperti hak untuk memperoleh informasi yang jelas dan benar, hak untuk mendapatkan produk yang aman dan berkualitas, serta hak untuk didengar apabila terjadi permasalahan terkait dengan transaksi tersebut.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga berlaku dalam praktik jual beli *online*, termasuk di *platform* seperti *Facebook*. Pelaku usaha yang berjualan di *Facebook* juga harus memperhatikan hak-hak konsumen yang diatur dalam undang-undang tersebut. Ketika ada keluhan dari konsumen terkait produk yang dijual, penjual harus siap untuk mendengarkan dan memahami keluhan tersebut serta memberikan solusi terbaik dan secepat mungkin untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh konsumen agar mereka merasa dihargai dan puas dengan penyelesaian yang diberikan.

sebagai konsumen maupun penjual di *Marketplace Facebook*, setiap pihak harus memahami hak dan kewajibannya terkait perlindungan konsumen yang berlaku. Jika terjadi masalah, seperti barang yang tidak sesuai pesanan atau cacat, maka konsumen dapat mengajukan komplain kepada penjual dan meminta pengembalian uang atau penggantian barang. Selain itu, *Facebook Marketplace* menyediakan fitur pengembalian dan pertanyaan sehingga konsumen dapat memanfaatkan fitur tersebut jika mengalami masalah. Sebagai penjual, pastikan untuk menjelaskan kondisi barang dengan jelas dan memperhatikan kebijakan pengembalian barang agar dapat memberikan kepuasan pelanggan. Jika masalah tidak terselesaikan, konsumen dapat menggunakan Pusat Bantuan Facebook untuk meminta bantuan. Oleh karena itu, penting bagi setiap pemain di *Marketplace Facebook* untuk selalu memperhatikan hak dan kewajiban dalam transaksi jual beli online dan mengikuti aturan yang berlaku.

Tantangan terbesar dalam berjualan secara *online* di *Facebook* adalah membangun kepercayaan dan reputasi sebagai penjual yang terpercaya. Sebagai penjual di *platform* tersebut, kita harus fokus pada membangun kualitas produk atau jasa serta memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan cara berkomunikasi secara baik dengan pelanggan dan memberikan informasi yang jelas dan benar, agar mereka merasa dihargai dan dapat memberikan *review* positif. Selain itu, kita juga harus bersaing dengan banyak penjual lain dan memperhatikan tren di pasar agar dapat menyesuaikan penawaran kita dengan permintaan pelanggan yang terus berkembang.

Penerapan undang-undang perlindungan konsumen pada praktik jual beli *online* pada *marketplace facebook* belum berjalan optimal. Hal ini mengindikasikan adanya untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap hak-hak konsumen dalam transaksi jual beli *online* dan bagaimana cara melindungi diri dari praktik penipuan. Oleh karena itu perlu adanya upaya yang lebih serius dari pihak *facebook*, penjual, untuk memberikan edukasi dan pemahaman yang lebih baik terkait dengan hak-hak konsumen dan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *online*.

#### IV. Kesimpulan

1. *Facebook Marketplace* merupakan *platform* jual beli *online* yang populer karena mudah digunakan dan intuitif, memungkinkan pengguna untuk bertransaksi tanpa meninggalkan situs *Facebook*. *Mekanisme* Transaksi di *Facebook Marketplace* melibatkan langkah-langkah seperti posting barang, komunikasi melalui pesan pribadi, negosiasi harga, pembayaran, dan pengiriman barang. Pentingnya informasi jelas, Komunikasi antara penjual dan pembeli secara efektif, Negosiasi yang transparan, Pilihan pembayaran, Pengiriman yang jelas.  
Berdasarkan praktek jual beli *online* pada *marketplace facebook* sudah terpenuhi rukun dan syarat akad As-Salam tersebut dan menjadi sah. Qarinah kedua belah pihak mengungkapkan kesediaannya melalui kata-kata (penawaran dan permintaan) dan tindakan (mengasih atau memberi imbalan). Dengan menggunakan empat prinsip, Orang-orang yang terikat kontrak, Ijab qobul, Adanya barang yang dibeli, Adanya nilai pertukaran penggantian barang.
2. Undang-undang Perlindungan Konsumen memberikan hak-hak yang meliputi kenyamanan, keselamatan, dan keamanan konsumen saat menggunakan produk dan layanan. Jual beli *online* atau perdagangan elektronik melibatkan berbagai jenis bisnis, termasuk jual beli melalui internet, dan pelaku usaha di *platform* seperti *Facebook* harus memperhatikan hak-hak konsumen yang diatur dalam undang-undang. Praktik jual beli *online* di *Facebook* harus mematuhi Undang-undang Perlindungan Konsumen, termasuk menangani keluhan konsumen dengan cepat dan memberikan solusi terbaik. Tantangan terbesar dalam berjualan *online* di *Facebook* adalah membangun kepercayaan dan reputasi sebagai penjual yang terpercaya dengan fokus pada kualitas produk/jasa dan pelayanan terbaik. Penjual yang telah menerapkan undang-undang perlindungan konsumen dengan baik memastikan kualitas produk/jasa, memberikan informasi yang jelas, menangani keluhan konsumen, dan membangun kepercayaan.  
Penerapan undang-undang perlindungan konsumen pada praktik jual beli *online* pada *marketplace facebook* belum berjalan optimal. Hal ini mengindikasikan adanya untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap hak-hak konsumen dalam transaksi jual beli *online* dan bagaimana cara melindungi diri dari praktik penipuan. Oleh karena itu perlu adanya upaya yang lebih serius dari pihak *facebook*, penjual, untuk memberikan edukasi dan pemahaman yang lebih baik terkait dengan hak-hak konsumen dan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *online*.

## Daftar Pustaka

- Aji, H. B. (2022). "Pengaturan Jual Beli Secara Online Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dan Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik". *Jurnal Hukum Progresif*, 10(1), 12-24.
- Khatimah, H. (2023). "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Aplikasi Lazada Dan Shopee." *Lex Lata*, 4(3).
- Mawardin, M., Khairunnisah, N. A., & Rosdiyanti, E. (2023). "Perlindungan Hukum Terhadap Transaksi Online Tiktok Shop Di Kota Mataram." *JIHAD: Jurnal Ilmu Hukum dan Administrasi*, 5(2).
- Ramadhanty, A. D. Q. (2023). *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui Tiktokshop* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Santriati, A. T., & Juwita, D. R. (2022). "PERLINDUNGAN HAK KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN NOMOR 8 TAHUN 1999". *Opinia de Journal*, 2(2), 32-51.
- Saputra, I. P. Y., Budiarta, I. N. P., & Ujianti, N. M. P. (2022). "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Kerugian Yang Ditimbulkan Oleh Pelaku Usaha Toko Online Di Facebook." *Jurnal Preferensi Hukum*, 3(1), 26-30.



# *Cut Nyak Dhien Law Review Jurnal*

Vol. 02, No. 01, Juli -Des 2024

E-ISSN: 3064-1217

Pusat Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat  
Fakultas Hukum, Universitas Sains Cut Nyak Dhien  
E-mail : [fakultashukumuscnd@gmail.com](mailto:fakultashukumuscnd@gmail.com)