

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI
JUAL BELI BARANG BEKAS YANG MENGANDUNG CACAT
TERSEMBUNYI MELALUI MEDIA SOSIAL
(Suatu Penelitian di Wilayah Kota Banda Aceh)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Hukum**



OLEH :

**NAMA : SAJUN GARISMAN
NPM : 1701110044
BAGIAN : HUKUM PERDATA**

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
BANDA ACEH**

2021

Telah Disetujui

**Untuk Diajukan Kepada Panitia Ujian Skripsi
Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh**

Skripsi

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI
BARANG BEKAS YANG MENGANDUNG CACAT TERSEMBUNYI MELALUI
MEDIA SOSIAL
(Suatu Penelitian di Wilayah Kota Banda Aceh)**

Banda Aceh, 16 juli 2021

Pembimbing,



Trio Yusandy, S.H., M.H.M.,Kn

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI
BARANG BEKAS YANG MENGANDUNG CACAT TERSEMBUNYI MELALUI
MEDIA SOSIAL
(Suatu Penelitian di Wilayah Kota Banda Aceh)**


Oleh

Nama Mahasiswa : Sajun Garisman
No. Mahasiswa : 1701110044
Program Studi : Ilmu Hukum
Bagian : Perdata


Telah Dipertahankan di Depan Sidang Penguji,
Pada Tanggal 20 Agustus 2021
Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Untuk Diterima


DEWAN PENGUJI

1. Ketua : **Dr. H. Rizanizarli, S.H.,M.H.**
2. Sekretaris : **Mainita, S.H.,M.H.kes**
3. Pembimbing/Penguji I : **Trio Yusandy, S.H., M.H.M.,Kn**
4. Penguji II : **Mainita, S.H.,M.H.kes**
5. Penguji III : **Muhammad Heikal Daudy, S.H., M.H**


(.....)


(.....)


(.....)


(.....)


(.....)

Banda Aceh, 27 Agustus 2021
Universitas Muhammadiyah Aceh
Dekan Fakultas Hukum



Dr. H. Rizanizarli, S.H.,M.H.

ABSTRAK

**Sajun
Garisman,
2021**

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN
DALAM TRANSAKSI JUAL BELI BARANG BEKAS
YANG MENGANDUNG CACAT TERSEMBUNYI
MELALUI MEDIA SOSIAL (Suatu Penelitian di
Wilayah Kota Banda Aceh)**

Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh
(iv,52) pp, tabl.bibl.

Trio Yusandy, S.H.M.,Kn

Dalam pasal 4 huruf (c) Undang- Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa konsumen mempunyai hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan jasa. Namun pada praktiknya yang terjadi terhadap jual beli barang bekas yang mengandung cacat tersembunyi melalui media online masih sering terjadi pelanggaran-pelanggaran terhadap hak konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli barang bekas yang mengandung cacat tersembunyi, tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi jual beli barang bekas yang mengandung cacat tersembunyi, dan upaya yang ditempuh oleh konsumen dalam transaksi jual beli barang bekas melalui media sosial.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian dengan menggunakan metode yuridis empiris. Penelitian yuridis empiris adalah jenis penelitian hukum sosiologis dan dapat disebut pula dengan penelitian lapangan (*Field Reseach*), dimana dalam hal ini penelitian dilakukan dengan cara melakukan pengamatan dan wawancara pada suatu instansi atau lembaga yang menjadi objek penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian, ditinjau dari undang – undang Pasal 4 huruf h undang-undang perlindungan konsumen, konsumen berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Pasal 1504 KUHPerdara telah diatur kepentingan konsumen yang dirugikan akibat dari membeli barang yang mempunyai cacat tersembunyi. Dalam pasal tersebut dijelaskan bahwa penjual harus menanggung barang cacat tersembunyi yang diperdagangkannya sehingga barang tersebut tidak dapat dipergunakan sebagaimana mestinya seperti barang normal pada umumnya, atau barang tersebut mengurangi fungsi pakainya. Adapun upaya penyelesaian dalam pelaksanaan jual beli barang bekas menggunakan sosial media di Kota Banda Aceh dilakukan dengan dua cara yaitu cara jalur mediasi/ kekeluargaan dan ganti kerugian.

Disarankan kepada para konsumen, dengan tingginya kemungkinan risiko dari transaksi jual beli melalui media sosial maka konsumen perlu meningkatkan ketelitian dan kehati-hatian dalam bertransaksi melalui dunia maya. Bagi pihak produsen diharapkan dalam menentukan persyaratan yang berupa perjanjian transaksi disesuaikan dengan ketentuan yang berlaku, transparan, dan mudah dipahami konsumen, dengan tetap menjunjung tinggi kepuasan konsumen.

KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Swt, taufik dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Barang Bekas Yang Mengandung Cacat Tersembunyi Melalui Media Sosial (Suatu Penelitian Di Wilayah Kota Banda Aceh)”**. Tidak lupa shalawat dan salam disampaikan kepada Nabi Besar Muhammad Saw yang telah membawa umat islam dari zaman kebodohan ke zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Terima kasih yang tidak terhingga penulis ucapkan kepada Ayahanda tercinta dan Ibunda tercinta yang telah memberikan kasih sayang yang tak terhingga, serta tidak pernah lelah dalam memberikan dukungan, doa dan nasihat dan yang selalu menyemangati penulis dalam menyelesaikan skripsi ini .

Penulis sadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak memperoleh bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh sebab itu dengan tulus penulis ucapkan terima kasih dan hormat kepada:

1. Bapak Trio Yusandy, S.H.M.Kn selaku dosen pembimbing saya yang telah meluangkan waktu membimbing serta memberikan arahan dengan penuh kesabaran dan pengertian sehingga dapat diselesaikannya skripsi ini.
2. Bapak Dr. H. Rizanizarli, S.H., M.H selaku Dekan di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh yang telah memberikan bimbingan dan arahan bagi penulis selama perkuliahan.

3. Bapak Dosen Wali Haikal Daudy, S.H.,M. H selaku Dosen Wali saya di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh yang telah memberikan bimbingan dan arahan bagi penulis selama perkuliahan.
4. Bapak Dr. H. Yusri Z. Abidin, S.H., M.H selaku Ketua Bagian Hukum Perdata di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh yang telah memberikan arahan serta membantu penulis dalam penyelesaian skripsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen selaku pengajar Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh, khususnya bagian Hukum Perdata yang dengan tulus hati memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan studi di Fakultas Hukum Muhammadiyah Aceh.
6. Responden dan Informan yang telah bersedia memberikan informasi dan data guna penyelesaian skripsi ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Ayahanda Abdul Samad dan Ibu Evi Suarni yang telah memberi dukungan kepada penulis dalam hal penulisan skripsi ini. Penulisan skripsi ini sudah diupayakan semaksimal mungkin, namun penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, sehingga kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan hukum pada umumnya dan perkembangan hukum perdata pada khususnya.

Banda Aceh, 9 Juni 2021

Sajun Garisma

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Permasalahan	1
B. Ruang Lingkup dan Tujuan Penelitian	7
C. Metode Penelitian	8
D. Sistematika Penulisan	12
BAB II PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DAN TRANSAKSI JUAL BELI MELALUI ONLINE	14
A. Perlindungan Konsumen.....	14
B. Jual beli Barang Bekas.....	21
C. Media Sosial	23
D. Hak dan Kewajiban Konsumen	27
E. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha	29
BAB III PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI BARANG BEKAS YANG MENGANDUNG CACAT TERSEMBUNYI MELALUI MEDIA SOSIAL DI WILAYAH HUKUM KOTA BANDA ACEH.....	31
A. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Barang Bekas Yang Mengandung Cacat Tersembunyi Melalui Media Sosial.....	31
B. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Transaksi Jual Beli Barang Bekas Yang Mengandung Cacat Tersembunyi Melalui Media Sosial	37
C. Upaya Yang Ditempuh Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Barang Bekas Yang Mengandung Cacat Tersembunyi Melalui Media Sosial	41
BAB IV PENUTUP	48
A. Kesimpulan	48
B. Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	51

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Lahirnya internet telah mengubah paradigma komunikasi manusia dalam bergaul, berbisnis, dan berhubungan sosial. Internet telah mengubah konsep jarak dan waktu secara drastis sehingga seolah-olah dunia menjadi kecil dan tidak terbatas. Sekarang setiap orang dapat berhubungan, berbicara, dan berbisnis dengan orang lain yang berada ribuan kilometer dari tempat di mana ia berada hanya dengan mengaksesnya lewat gadget, komputer dan media elektronik lainnya secara cepat, mudah, dan praktis¹

Kini internet hadir berdampingan dengan kehidupan masyarakat. Segala aktivitas masyarakat sekarang dapat dilakukan melalui internet dimana dalam hal ini aktivitas tersebut mencakup aktivitas sosial, aktivitas ekonomi dan aktivitas lainnya yang dulunya dilakukan secara langsung. Salah satu kemajuan dari adanya teknologi informasi dan komunikasi adalah adanya transaksi yang dilakukan secara online yang terjadi, karena adanya perdagangan secara elektronik yang sering disebut *E-Commerce* atau jual beli online.

Jual beli adalah menukar suatu barang dengan barang yang lain dengan cara yang tertentu. Pengertian jual beli dalam KUH Perdata pasal 1457 adalah suatu perjanjian di mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan sesuatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan.

¹ Agus Raharjo, *Cybercrime, Pemahaman dan Upaya Pencegahan Kejahatan Berteknologi*, (Bandung : Citra Aditya Bakti, 2002, hlm. 59.

Jual beli dapat juga disebut sebagai transaksi antara penjual dan pembeli dalam satu majelis di mana keduanya melakukan akad dan menimbulkan rasa suka sama suka atau saling rela sehingga terjadi kesepakatan antara keduanya.

Transaksi perdagangan melalui internet sangat menguntungkan banyak pihak, sehingga transaksi perdagangan ini sangat diminati, tidak saja bagi produsen, tetapi juga konsumen. Konsumen dengan mudah dapat mencari berbagai macam produk kebutuhan sehari-hari dengan model dan harga yang bervariasi. Namun tidak semua transaksi melalui Internet dapat berlangsung dengan mudah dan lancar, karena secanggih apapun suatu teknologi pasti mengandung sebuah risiko yang belum pernah terpikirkan sebelumnya. Demikian pula halnya dengan transaksi di Internet yang juga mengandung risiko terutama dalam hal keamanan pembayaran. Selain itu pada transaksi melalui Internet, konsumen dalam keadaan sama sekali belum mengetahui wujud konkret barang yang akan dibelinya, konsumen akan melihat produk melalui iklannya saja, sedangkan di sisi lain konsumen harus melaksanakan kewajibannya dalam bentuk membayar harga barang dan ongkos pengirimannya kepada penjual, kondisi ini memosisikan konsumen pada kondisi yang kurang kuat.

Barang bekas adalah barang yang sudah tidak terpakai atau tidak dibutuhkan lagi oleh pemiliknya, namun belum tentu barang itu tidak bisa digunakan lagi.² Saat ini banyak orang menjual dan membeli barang bekas dengan tujuan

² <https://www.facebook.com/wahanamandiribali/posts/barang-bekas-adalah-barang-yang-sudah-tidak-terpakai-atau-tidak-dibutuhkan-lagi-/419434384766970/> diakses 2 April 2021 Pukul 7 :38 WIB

mendapatkan keuntungan. Dalam hal ini pembeli dan penjual sama-sama mendapatkan keuntungan dari hasil jual beli barang bekas.

Saat ini di kota-kota besar di Indonesia perkembangan jual beli barang bekas di media sosial berkembang pesat, termasuk di wilayah Kota Banda Aceh. Ada banyak sekali penawaran jual beli barang bekas yang dijual melalui media sosial.

Dari informasi yang peneliti himpun dari Yayasan Perlindungan Konsumen Aceh, sepanjang tahun 2021 hanya terdapat 2 laporan dari konsumen terkait dengan jual beli barang bekas di media sosial di wilayah hukum Kota Banda Aceh.

Dalam aktivitas jual beli barang bekas online yang terjadi di wilayah Kota Banda Aceh, kebanyakan dari konsumen membeli barang bekas tersebut berdasarkan informasi yang telah diberikan oleh penjual di deskripsi produk yang ditampilkan, namun dalam kenyataannya tidak semua deskripsi produk yang ditampilkan sesuai dengan kondisi barang yang dijual, seperti halnya produk barang bekas elektronik yang fungsi dan kerusakannya tidak dijelaskan oleh penjual, adanya suatu kecacatan dari suatu barang atau adanya cacat tersembunyi yang tidak dijelaskan oleh penjual.

Dalam hal ini konsumen berhak mendapatkan kejelasan mengenai spesifikasi tentang barang-barang yang akan mereka beli baik dari segi kualitas, kuantitas maupun harga yang sewajarnya untuk barang tersebut. Sehingga kondisi ini mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen berada dalam posisi yang lemah. Banyak faktor yang membuat

konsumen tidak sadar jika banyak hal yang dirugikan ketika bertransaksi dalam jual beli di antaranya:

1. Konsumen menjadi objek aktifitas bisnis yang dapat diraup keuntungan sebesar-besarnya.
2. Rendahnya kesadaran konsumen disebabkan oleh rendahnya pendidikan konsumen.

Berdasarkan data awal konsumen yang membeli barang bekas di media sosial yang berada di wilayah hukum Kota Banda Aceh mengaku kecewa terhadap informasi yang disampaikan oleh penjual, karena menurut keterangannya penjual selalu menyampaikan hal yang membuat konsumen langsung membeli produk tersebut. Kondisi mulus dan jangka waktu pemakaian kadang tidak disampaikan secara jujur karena untuk menarik daya tarik pembeli dengan sebanyak banyaknya. Walaupun ada kerusakan pada barang yang dijual melalui media sosial tidak disampaikan secara jujur kepada konsumen untuk membeli barang tersebut.³

Dalam pasal 4 huruf (3) Undang- Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa konsumen mempunyai hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan jasa.

Penting sekali bagi konsumen untuk mengetahui bahwa sebenarnya mereka berhak untuk mendapatkan perlindungan ketika berhubungan dengan penjual atau produsen dalam melakukan transaksi perdagangan sehingga ketika terjadi kerugian dipihak konsumen yang disebabkan oleh penjual atau produsen maka

³ Fahmi Wahyudi “ Konsumen barang bekas melalui media sosial di wilayah hukum Kota Banda Aceh , wawancara 27 Maret 2021

konsumen dapat menuntut agar penjual ataupun produsen mau mempertanggungjawabkan kerugian yang dialami konsumen. Masalah perlindungan konsumen akhir-akhir ini mendapat sorotan masyarakat karena dalam praktek banyak dijumpai barang berkualitas rendah yang dihasilkan produsen. Peran dari Hukum terhadap Perlindungan konsumen terdiri dari aspek hukum privat dan aspek hukum publik. Aspek hukum privat sesuai yang diatur pada Pasal 4 Undang-Undang Konsumen yaitu mengenai hak dan kewajiban dari konsumen. Sedangkan aspek hukum publik merupakan aspek hukum yang dimanfaatkan oleh negara, instansi pemerintah untuk melindungi kepentingan subyektif dari konsumen secara hukum antara pengusaha dan konsumen di sini memiliki hubungan yang sangat dekat dan saling memerlukan.⁴

Undang Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen selanjutnya disebut UU Perlindungan Konsumen pada Pasal 3 bertujuan untuk peningkatan kesadaran konsumen, kemampuan dan kemandirian guna melindungi diri mereka sendiri, mengangkat martabat konsumen dengan menghindari akses negatif terhadap penggunaan barang dan jasa, meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih untuk menentukan dan mengklaim hak-hak mereka sebagai konsumen, menciptakan sistem perlindungan konsumen, menciptakan kesadaran pelaku usaha konsumen mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga sikap jujur dan bertanggung jawab tumbuh dalam bisnis, meningkatkan kualitas barang dan jasa yang menjamin kelangsungan bisnis menghasilkan

⁴ Dita Dhaamya Natih, *Perlindungan Konsumen Terkait Transaksi Jual Beli Barang Bermerek Palsu Secara Online*. Vol. 7 No. 10

barang dan jasa untuk kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Oleh karena itu, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen di maksud menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen sebagai upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan melindungi segala aktifitas muamalah yang merugikan pihak konsumen.

Dari pasal diatas terlihat jelas bahwa hak hak konsumen telah diatur dalam UU Perlindungan Konsumen, sehingga dengan kondisi yang dilapangan terjadi terhadap jual beli barang bekas yang mengandung cacat tersembunyi melalui media online masih sering terjadi pelanggaran-pelanggaran terhadap hak konsumen.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai perlindungan konsumen dengan mengangkat judul skripsi yaitu “Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Barang Bekas yang Mengandung Cacat Tersembunyi Melalui Media Sosial (Suatu Penelitian di Wilayah Banda Aceh)”

Adapun permasalahan-permasalahan pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli barang bekas yang mengandung cacat tersembunyi melalui media sosial?
2. Bagaimanakah tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi jual beli barang bekas yang mengandung cacat tersembunyi melalui media sosial?

3. Bagaimanakah upaya yang ditempuh konsumen dalam transaksi jual beli barang bekas yang mengandung cacat tersembunyi melalui media sosial?

B. Ruang Lingkup dan Tujuan Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini untuk menghindari pembahasan yang luas, Proposal ini merupakan kajian Hukum Perdata khususnya Hukum Perlindungan Konsumen terkait dengan Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Barang Bekas yang Mengandung Cacat Tersembunyi Melalui Media Sosial di Wilayah Banda Aceh.

2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang dikemukakan sebelumnya, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menjelaskan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli barang bekas yang mengandung cacat tersembunyi melalui media sosial.
2. Untuk menjelaskan bagaimana tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi jual beli barang bekas yang mengandung cacat tersembunyi melalui media sosial.
3. Untuk menjelaskan upaya yang ditempuh oleh konsumen dalam transaksi jual beli barang bekas melalui media sosial.

C. Metode Penelitian

1. Defenisi Operasional Variabel

- a. Perlindungan Hukum Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.
- b. 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.
- c. Jual beli adalah salah satu transaksi tukar menukar barang yang mempunyai nilai, yang mana salah satu pihak menjual barang tersebut, dan pihak lainnya membeli sesuai dengan kesepakatan.
- d. Barang bekas adalah barang yang sudah dipakai atau sudah pernah digunakan. Barang bekas berasal dari kata dasar barang. Barang bekas berarti barang yang sudah dipakai; barang lama yang sudah dipakai.
- e. Media Sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan Wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

2. Jenis Penelitian

Metode Penelitian merupakan cara-cara tertentu untuk melakukan suatu penelitian, agar pembahasan menjadi lebih terarah maka jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian yuridis empiris. Penelitian yuridis empiris adalah jenis penelitian hukum sosiologis dan dapat disebut pula dengan penelitian lapangan (*Field Research*), yaitu mengkaji ketentuan hukum yang berlaku serta apa yang terjadi dalam kenyataannya di masyarakat.⁵

Jika dilihat dari sifat atau tujuannya penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif yaitu menjelaskan mengenai suatu kejadian, fakta, keadaan, fenomena yang terjadi ditengah kehidupan masyarakat.

Penelitian ini cenderung memilih informan atau narasumber yang dianggap lebih mengetahui topik dalam penelitian ini sehingga mempermudah peneliti untuk mendapatkan data-data atau informasi dalam penelitian ini.

3. Lokasi dan Populasi Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Lokasi dari penelitian ini dilakukan di wilayah Kota Banda Aceh. Lokasi ini dipilih mengingat ketersediaan data dalam penelitian ini berada di wilayah hukum Kota Banda Aceh.

⁵ Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum Dalam Praktek*. Sinar Grafika, Jakarta, 2002, hlm. 15.

b. Populasi Penelitian

Populasi adalah seluruh objek atau seluruh individu, gejala atau seluruh kejadian ataupun seluruh unit yang ingin diteliti.⁶ Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah :

1. Pelaku usaha jual beli barang bekas.
2. Konsumen jual beli barang bekas .

c. Cara pengambilan Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang ingin diteliti. Sampel merupakan bagian dari populasi yang dianggap mewakili populasinya. Dalam penelitian ini digunakan metode *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Teknik ini biasa diartikan sebagai suatu proses.

Pengambilan sampel dengan menentukan terlebih dahulu jumlah sampel yang hendak diambil, kemudian pemilihan sampel dilakukan dengan berdasarkan tujuan-tujuan tertentu, asalkan tidak menyimpang dari ciri-ciri sampel yang ditetapkan.⁷

a. Responden

Responden adalah orang yang memberikan keterangan dan terlibat langsung dalam penelitian. Adapun yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Konsumen 5 (lima) orang;

⁶ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2005. hlm. 119

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta. 2008. hlm. 85.

2. Pelaku usaha 3 (tiga) orang.

b. Informan

Informan yaitu pihak yang memberikan keterangan namun tidak terlibat langsung dalam penelitian. Adapun yang menjadi informan dalam penulisan skripsi ini adalah :

1. Ketua Yapka

2. Akademisi bidang hukum perlindungan konsumen 1 (satu) orang

4. Cara Pengumpulan Data

Adapun cara pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

- a. Penelitian lapangan (*field research*) untuk memperoleh data primer yaitu akan dilakukan penelitian lapangan dengan mewawancarai responden dan informan yang telah ditentukan sebelumnya. Pengumpulan data dengan wawancara (*interview*) adalah cara atau teknik untuk mendapatkan informasi atau data dari informan atau responden dengan bentuk komunikasi secara langsung atau *face to face*, antara peneliti dengan informan atau responden.⁸
- b. Penelitian kepustakaan (*library research*) untuk memperoleh data sekunder dilakukan dengan cara mengkaji atau mempelajari Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta buku-buku teks lainnya, makalah dan dokumen lainnya yang berkaitan

⁸ S. Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan* Cet. Ke-8, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010, hlm. 158

dengan masalah yang dibahas.

5. Analisis Data

Adapun analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif yaitu penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang.⁹ Melalui analisis deskriptif, penulis berusaha mendeskripsikan peristiwa yang menjadi pusat perhatian yang berasal dari semua data yang telah dikumpulkan, baik melalui penelitian kepustakaan maupun penelitian lapangan sehingga dapat menjadi masukan bagi penelitian.

D. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini, dibagi dalam empat bab dengan sistematika sebagai berikut :

Bab pertama adalah pendahuluan yang berisikan latar belakang dan permasalahan, ruang lingkup dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika Penulisan.

Bab kedua, berjudul Tinjauan teoritis mengenai perlindungan hukum konsumen dan transaksi jual beli melalui media online yang terdiri dari perlindungan konsumen, jual beli barang bekas melalui media social, hak dan kewajiban konsumen serta tanggung jawab konsumen, hak dan kewajiban pelaku usaha serta tanggung jawab pelaku usaha, dan penyelesaian sengketa konsumen.

Bab ketiga, pada bab ini penulis memaparkan data yang telah diperoleh dari hasil penelitian, yang membahas tentang Perlindungan Hukum Bagi Konsumen

⁹ Juliansyah Noor, *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Desertasi, dan Karya Ilmiah*. Kencana. Jakarta: 2011. hlm. 33.

Dalam Transaksi Jual Beli Barang Bekas Yang Mengandung Cacat Tersembunyi Melalui Media Sosial, Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Transaksi Jual Beli Barang Bekas Yang Mengandung Cacat Tersembunyi Melalui Media Sosial dan Upaya yang ditempuh oleh Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Barang Bekas yang mengandung Cacat Tersembunyi melalui Media Sosial.

Bab keempat, merupakan bab penutup, dalam bab ini membahas kesimpulan yang diambil dari pembahasan tersebut secara sederhana dan sistematis sehingga dapat memberikan penyajian data dan informasi tersebut telah sesuai dengan rumusan masalah pada bab pertama, serta penulis akan memberikan saran-saran berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis.

BAB II
PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DAN TRANSAKSI
JUAL BELI MELALUI MEDIA ONLINE

A. Perlindungan Konsumen

Terkait dengan teori perlindungan hukum, ada beberapa ahli yang menjelaskan bahasan ini, antara lain yaitu Fitzgerald, Satjipto Raharjo, Phillipus M Hanjon dan Lily Rasyidi.

Fitzgerald mengutip istilah teori perlindungan hukum dari Salmond bahwa hukum bertujuan mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai kepentingan dalam masyarakat karena dalam suatu lalulintas kepentingan, perlindungan terhadap kepentingan tertentu dapat dilakukan dengan cara membatasi berbagai kepentingan di lain pihak. Kepentingan hukum adalah mengurus hak dan kepentingan manusia, sehingga hukum memiliki otoritas tertinggi untuk menentukan kepentingan manusia yang perlu diatur dan dilindungi. Perlindungan hukum harus melihat tahapan yakni perlindungan hukum lahir dari suatu ketentuan hukum dan segala peraturan hukum yang diberikan oleh masyarakat yang pada dasarnya merupakan kesepakatan masyarakat tersebut untuk mengatur hubungan perilaku antara anggota-anggota masyarakat dan antara perseorangan dengan pemerintah yang dianggap mewakili kepentingan masyarakat.¹

Menurut Satjipto Rahardjo, Perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia (HAM) yang dirugikan orang lain

¹ Satjipto Raharjo, Ilmu Hukum , Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 2000, hal. 53

dan perlindungan itu diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.²

Selanjutnya menurut Phillipus M. Hadjon bahwa perlindungan hukum bagi rakyat sebagai tindakan pemerintah yang bersifat preventif dan resprensif. Perlindungan Hukum yang preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa, yang mengarahkan tindakan pemerintah bersikap hati-hati dalam pengambilan keputusan berdasarkandiskresi dan perlindungan yang resprensif bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa, termasuk penanganannya di lembaga peradilan.³

Sedangkan menurut Lili Rasjidi dan I.B Wysa Putra bahwa hukum dapat didifungsikan untuk menghujudkan perlindungan yang sifatnya tidak sekedar adaptif dan fleksibel, melaikan juga predektif dan antipatif.⁴

Dari uraian para ahli diatas memberikan pemahaman bahwa perlindungan hukum merupakan gambaran dari bekerjanya fungsi hukum untuk mewujudkan tujuan-tujuan hukum, yakni keadilan, kemanfaatan dan kepastian hukum. Perlindungan hukum adalah suatu perlindungan yang diberikan kepada subyek hukum sesuai dengan aturan hukum, baik itu yang bersifat preventif maupun dalam bentuk yang bersifat represif, baik yang secara tertulis maupun tidak tertulis dalam rangka menegakkan peraturan hukum.

² Ibid, hal. 69

³ Ibid, hal. 5

⁴ Lili Rasjidi dan I.B Wysa Putra, Hukum Sebagai Suatu Sistem, (Bandung : Remaja Rusdakarya, 1993) hal. 118

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Kata konsumen berasal dari kata dalam bahasa Inggris, yakni *consumer*, atau dalam bahasa Belanda “*consument*”, “*konsument*”, konsumen secara harfiah adalah orang yang memerlukan, membelanjakan, menggunakan, memakai atau pembutuh. Pengertian tentang konsumen secara yuridis dalam berbagai peraturan perundang-undangan, seperti UUPK Pasal 1 merumuskan sebagai berikut: “Konsumen adalah setiap orang memakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.⁵

Dalam pengertian sehari-hari sering kali dianggap bahwa yang disebut konsumen adalah pembeli (Inggris; *buyer*, Belanda; *koper*). Pengertian konsumen secara hukum tidak hanya terbatas kepada pembeli, bahkan kalau disimak secara cermat pengertian konsumen sebagaimana terdapat di dalam Pasal 1 butir 2 UUPK tidak ada disebut kata pembeli, pengertian memakai dalam definisi tersebut di atas menunjukkan bahwa barang atau jasa dalam rumusan pengertian konsumen tidak harus sebagai hasil dan transaksi jual beli. Dengan demikian, hubungan konsumen dengan pelaku usaha tidak terbatas hanya karena berdasarkan hubungan transaksi atau perjanjian jual beli saja, melainkan lebih dan pada hal tersebut seseorang dapat disebut sebagai konsumen.⁶ Pengertian konsumen secara otentik telah dirumuskan di

⁵ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008, hlm. 1.

⁶ N.H.T Siahaan, *Hukum Konsumen Perlindungan Konsumen Dan Tanggung Jawab Produk*, Jakarta: Pantai Rei, 2005, hlm. 22.

dalam Pasal 1 angka 2 UUPK yang berbunyi “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.”

Definisi mengenai Perlindungan Konsumen yang dikemukakan oleh berbagai sarjana hukum sangat beragam. Beberapa definisi perlindungan konsumen menurut para ahli di antaranya yaitu:

- 1) Pengertian perlindungan konsumen menurut Sidabalok adalah keseluruhan peraturan dan hukum yang mengatur hak dan kewajiban konsumen dan produsen yang timbul dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dan mengatur upaya untuk menjamin terwujudnya perlindungan hukum terhadap kepentingan konsumen.⁷
- 2) Perlindungan konsumen menurut Shidarta adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup.⁸

Az. Nasution berpendapat bahwa hukum perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen, sedangkan hukum konsumen adalah hukum yang mengatur hubungan

⁷ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2006, hlm. 17.

⁸ Shidarta, *Hukum Perlindungan konsumen Indonesia*, Jakarta: Penerbit Grasindo, 2002, hlm. 20.

dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup.⁹ Namun ada pula yang berpendapat bahwa hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen. Hal ini dapat kita lihat bahwa hukum konsumen memiliki skala yang lebih luas karena hukum konsumen meliputi berbagai aspek hukum, yang didalamnya terdapat kepentingan pihak konsumen dan salah satu bagian dari hukum konsumen ini adalah aspek perlindungannya, misalnya bagaimana cara mempertahankan hak-hak konsumen terhadap gangguan pihak lain.

Hukum perlindungan konsumen yang berlaku di Indonesia memiliki dasar hukum yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Dengan adanya dasar hukum yang pasti, perlindungan terhadap hak-hak konsumen bisa dilakukan dengan penuh optimisme. Pengaturan tentang hukum perlindungan konsumen telah diatur dalam UUPK, berdasarkan Pasal 1 angka 1 UUPK disebutkan bahwa Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen, jelaslah bahwa adanya undang-undang ini untuk melindungi kita sebagai konsumen karena selama ini konsumen amat lemah posisinya.

Kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen berupa perlindungan terhadap hak-hak konsumen, yang diperkuat melalui undang-undang khusus, memberi harapan agar pelaku usaha tidak bertindak sewenang-

⁹ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Jakarta: Diadit Media, 2011, hlm. 1.

wenang yang selalu merugikan hak-hak konsumen.¹⁰ Dalam Pasal 1 UUPK ini, mengindikasikan bahwa perlindungan konsumen merupakan segala bentuk upaya pemerintah untuk menjamin kepastian hukum untuk melindungi konsumen. Perlindungan konsumen berbicara mengenai jaminan atau kepastian tentang terpenuhinya hak-hak konsumen.¹¹

Perlindungan hukum adalah suatu perlindungan yang diberikan kepada subjek hukum sesuai dengan aturan hukum, baik itu bersifat preventif maupun yang bersifat represif, baik secara tertulis maupun tidak tertulis. Dengan kata lain perlindungan hukum diartikan sebagai suatu gambaran tersendiri dari fungsi hukum yang memiliki konsep memberikan suatu keadilan, ketertiban, kepastian, kemanfaatan, dan keadamaian bagi segala kepentingan masyarakat¹².

2. Asas Perlindungan Bagi Konsumen

Upaya perlindungan konsumen didasarkan pada asas dan tujuan yang telah diyakini bisa memberikan arahan dalam implementasinya di tingkatan praktis. Dengan adanya asas dan tujuan yang jelas, hukum perlindungan konsumen memiliki dasar pijakan yang benar-benar kuat.

Berdasarkan UU Perlindungan Konsumen pasal 2, ada lima asas perlindungan konsumen.

1) Asas Manfaat

¹⁰ Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Jakarta: Visimedia, 2008. Hlm. 4.

¹¹ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2006, hlm. 10.

¹² Wahyu Simon Tampubolon, *Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen*, Jurnal Ilmiah Advokasi, Vol. 04 Nomor 1, Maret 2016, hlm. 53.

Maksud asas ini adalah untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat.

2) Asas keadilan

Asas ini dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat bisa diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

3) Asas keseimbangan

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti material maupun spiritual.

4) Asas keamanan dan keselamatan konsumen

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian.

5) Asas kepastian hukum

Asas ini dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen.

Tujuan hukum adalah untuk mewujudkan keadilan, kemanfaatan, dan kepastian hukum.¹³ Dalam mewujudkan keadilan Adam Smith melahirkan ajaran mengenai keadilan (*justice*) yang menyatakan “*the end of the justice*

¹³ Ahmad Ali, *Menguak Tabir Hukum*, Jakarta: Gunung Agung, 2002, hlm. 85.

to secure from the injury". Menurut G.W.Paton, hak yang diberikan oleh hukum ternyata tidak hanya mengandung unsur perlindungan dan kepentingan tetapi juga unsur kehendak (*the element of will*).¹⁴

Teori hukum bertujuan untuk menjelaskan nilai-nilai hukum dan postulat-postulatnya hingga dasar-dasar filsafatnya yang paling dalam. Hukum pada hakikatnya adalah abstrak, namun dalam manifestasinya dapat berwujud konkret. Suatu ketentuan hukum dapat dinilai baik jika akibat-akibat yang dihasilkan dari penerapannya adalah kebaikan, kebahagiaan yang sebesar-besarnya dan berkurangnya penderitaan, hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaannya, dalam kehidupan masyarakat.¹⁵

Dalam kegiatan bisnis terdapat hubungan yang saling membutuhkan antara pelaku usaha dan konsumen. Kepentingan pelaku usaha adalah memperoleh laba dari transaksi dengan konsumen, sedangkan kepentingan konsumen adalah memperoleh kepuasan melalui pemenuhan kebutuhan terhadap produk tertentu. Dalam hubungan yang demikian terdapat ketidaksetaraan antara keduanya, konsumen biasanya berada dalam posisi yang lemah dan karenanya dapat menjadi sasaran eksploitasi dari pelaku usaha yang secara sosial dan ekonomi mempunyai posisi yang kuat. Untuk melindungi atau memberdayakan konsumen diperlukan seperangkat aturan

¹⁴ Bismar Nasution, *Mengkaji Ulang Hukum Sebagai Landasan Pembangunan Ekonomi*, Medan: Universitas Sumatera Utara, 2004, hlm. 4.

¹⁵ Lili Rasjidi dan I.B Wyasa Putra, *Hukum Sebagai Suatu Sistem*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1993, hlm. 79.

hukum. Oleh karena itu diperlukan adanya campur tangan negara melalui penetapan sistem perlindungan hukum terhadap konsumen.¹⁶ Berkaitan dengan itu telah disahkan UUPK.

Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) sebagai mana yang tercantum dalam pasal 3 adalah Perlindungan konsumen bertujuan:

- 1) Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- 2) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan / atau jasa;
- 3) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- 4) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk informasi;
- 5) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab;
- 6) Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/ atau jasa kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.¹⁷

B. Jual Beli Barang Bekas

Jual beli menurut istilah adalah menukar barang dengan barang

¹⁶ Sanusi Bintang dan Dahlan, *Pokok-Pokok Hukum Ekonomi dan Bisnis*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000, hlm. 107.

¹⁷ Ibid., hlm. 4

atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.¹⁸ Sedangkan menurut ulama Syafi'iah mendefinisikan jual beli menurut istilah syara' adalah pertukaran barang dengan barang lain melalui cara-cara tertentu.¹⁹

Jual beli adalah suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak yang satu menerima benda-benda dan pihak lainnya menerima sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan syara' dan disepakati.²⁰ Di dalam jual beli melibatkan dua belah pihak yaitu pihak penjual dan pihak pembeli. Dimana salah satu pihak menyerahkan barangnya dan pihak lainnya menerima barangnya dengan memberikan sejumlah uang dengan tanpa adanya paksaan antara kedua belah pihak.

Menurut jumhur, fasid atau batal memiliki arti yang sama.²¹ Adapun barang bekas mempunyai satu arti, yaitu barang yang sudah dipakai atau sudah pernah digunakan. Barang bekas berasal dari kata dasar barang. Barang bekas berarti barang yang sudah dipakai; barang lama yang sudah dipakai.²² Berikut ini adalah beberapa hal yang perlu diketahui oleh masing-masing pihak (penjual dan pembeli) dalam jual beli barang bekas yaitu:

¹⁸ Juhrotul Khulwah, *Jual Beli Dropship dalam Perspektif Hukum Islam*, Agustus 2019, Al-Mashlahah: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial Islam, Vol 07 No 01 Hlm. 104

¹⁹ Noradilah Abdul Wahab, dkk Fiqh Muamalat Islam: *Hukum Dalam Sistem Jual Beli Atas Talian (E-Dagang) Dari Sudut Pandangan Fuqaha [Islamic Muamalat Of Fiqh: Legal System In Selling Online (E-Commerce) From The Fuqaha Islamic View]*, 2019, Vol 2 No. 1 Hlm. 26

²⁰ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2014. hlm 68-69

²¹ Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, Bandung: Pustaka Setia, 2015, hlm. 91

²² Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online, <https://www.apaarti.com/barangbekas.html>. Diunduh pada 22 Maret 2021 jam 7:53 WIB

- a. Pengetahuan tentang barang *second* (bekas). Setidaknya ada dua pengetahuan mutlak yang perlu dimiliki dalam mengelola usaha barang bekas. Pertama, pengetahuan tentang kondisi fisik barang itu sendiri. Misalnya kalau barang itu *Hand Phone* diteliti suaranya, keypadnya, baterainya, atau kondisi mesinnya. Jika pembeli punya pengetahuan tentang bagaimana memilih barang *second* yang baik, maka pembeli tidak akan tertipu dengan pernyataan yang menyatakan bahwa barang masih dengan keadaan kondisi yang sangat baik. Kedua, pengetahuan tentang pasar di wilayah tempat terjadinya transaksi.
- b. Membeli barang tersebut (*handphone second*) dari pembeli pertama. Sebisa mungkin, usahakan membeli *handphone* dari pemakai pertama. Definisi dari pemakai pertama adalah orang yang membeli suatu *handphone* yang masih baru, original dan resmi, lalu dijual lagi. Artinya, pembeli akan mendapatkan *handphone* yang kualitasnya masih cukup bagus karena belum pernah berpindah tangan. Kecuali, jika *handphone* yang dipakai oleh tangan pertama tersebut telah mengalami rangkaian peristiwa hebat seperti jatuh ke air, terbakar, terlindas mobil yang menyebabkan berkurangnya fungsi dan kegunaannya.
- c. Tidak ada unsur kebohongan dan manipulasi antara penjual dan pembeli. Ini adalah pesan moral yang harus dijunjung tinggi, karena kesuksesan usaha barang bekas bergantung pada kepercayaan konsumen terhadap produk penjual. Jika penjual membohongi konsumen (barang jelek di-refurbished lalu dijual secara BM-Black Market, atau barang hancur

diganti casing), maka konsumen tidak akan pernah kembali kepada penjual barang tadi.

Barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.

C. Media Sosial

1) Pengertian Media Sosial

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content. Web 2.0 menjadi platform dasar media sosial. Media sosial ada dalam ada dalam berbagai bentuk yang berbeda, termasuk *social network*, forum internet, weblogs, social blogs, micro blogging, wikis, podcasts, gambar, video, rating, dan bookmark sosial. Menurut Kaplan dan Haenlein ada enam jenis media sosial: proyek kolaborasi (misalnya, wikipedia), blog dan *microblogs* (misalnya, twitter), komunitas konten (misalnya, youtube), situs jaringan sosial (misalnya facebook, instagram), virtual game (misalnya *world of warcraft*), dan *virtual social* (misalnya, *second life*).

Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain facebook,

myspace, plurk, twitter, dan instagram. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan Wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Saat teknologi internet dan mobile phone makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses instagram misalnya, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah mobile phone. Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak hanya di negara-negara maju, tetapi juga di Indonesia. Karena kecepatannya media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita.

2) Fungsi Sosial Media

Sosial media memiliki beberapa fungsi sebagai berikut :²³

- 1) Sosial media adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia menggunakan internet dan teknologi web.

²³ http://prezi.com/vddmcub_-ss_/social-media-definisi-fungsi-karakteristik/. diakses pada tanggal 22 Maret 2021 pukul 08.49 WIB

- 2) Sosial media berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke *banyak audience* (“one to many”) menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak *audienc* (“many to many”).
- 3) Sosial media mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

D. Hak dan Kewajiban Konsumen

Indonesia melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen menetapkan hak-hak konsumen sebagai berikut:

Pasal 4

- a. Hak atas keamanan, kenyamanan, 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 dan mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa
- d. Hak untuk didengar pendapat atau keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakannya.
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.

- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur secara tidak diskriminatif.
- h. Hak untuk mendapat 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 perundang-undangan lainnya

Selain memperoleh hak-hak tersebut, konsumen juga memiliki kewajiban untuk:

Pasal 5

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang telah disepakati.
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

E. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Pasal 6 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatakan, Hak pelaku usaha adalah:

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- b. Hak untuk mendapat 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/atau jasa yang diperdagangkan
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pasal 7 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan, kewajiban Pelaku Usaha adalah:

- 1) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
- 2) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
- 3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- 4) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
- 5) Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau diperdagangkan. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang

dan/atau jasa yang diperdagangkan.

- 6) Memberi kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

BAB III

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI BARANG BEKAS YANG MENGANDUNG CACAT TERSEMBUNYI MELALUI MEDIA SOSIAL DI WILAYAH HUKUM KOTA BANDA ACEH

A. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Barang Bekas Yang Mengandung Cacat Tersembunyi Melalui Media Sosial

Saat ini di kota- kota besar di Indonesia perkembangan jual beli barang bekas di media sosial berkembang pesat, termasuk di wilayah Kota Banda Aceh. Ada banyak sekali penawaran jual beli barang bekas yang dijual melalui media sosial. Berikut adalah data mengenai jual beli barang bekas di Banda Aceh.

Tabel. 1 Data Jual Beli Barang Bekas melalui Media sosial di Kota Banda Aceh

No.	Toko yang menjual Barang Bekas di Media Sosial	Produk barang bekas yang dijual di Media Sosial	Jumlah Pengikut Media Sosial
1.	Prelovedby. Myp	Segala Macam Jenis Produk yang masih layak pakai dan fungsinya masih layak pakai.	70,6 ribu orang

2.	Barang Bekas Banda Aceh	Segala Macam Jenis Produk yang masih layak pakai dan fungsinya masih layak pakai.	100 orang
3.	Jual Beli Laptop Banda Aceh	Laptop Bekas Pakai	921 orang

Sumber : Pencarian di Media Sosial

Keberadaan E-Commerce saat ini sudah mulai membaik (stabil) dengan adanya Undang-Undang No 19 tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang No.11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dengan adanya kemajuan Elektronik, sebagaimana pada Pasal 3 menyebutkan bahwa Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dijalankan berdasar prinsip kepastian hukum, iktikad baik, kehati-hatian, manfaat, dan kebebasan dalam memilih teknologi ataupun netral teknologi. Isu hukum mengenai perlindungan konsumen semakin mendesak dalam kasus konsumen yang melakukan transaksi E-Commerce dengan pedagang di negara lain.

Dalam penipuan pembelian dan penjualan jarak jauh sedemikian sering terjadi dan dengan demikian konsumen harus dilindungi, penipuan tersebut dapat terjadi yang melibatkan keberadaan penjual, barang yang dibeli, dan pesanan pembelian dan pembayaran oleh pembeli, penipuan yang berkaitan dengan keberadaan penjual misalnya bahwa penjual, yaitu toko virtual yang dimaksud, adalah toko fiktif. Barang yang dikirim oleh penjual antara lain

barang yang tidak dikirim ke pembeli, ada keterlambatan pengiriman yang lama, ada kerusakan pada barang yang dikirim atau barang yang dikirim cacat, dan lain-lain. Sedangkan yang berhubungan dengan pesanan pembelian dan pembayaran oleh pembeli ditolak oleh penjual kebenarannya. Dalam permasalahan produk cacat yang diterima oleh konsumen dan tidak sesuai dengan apa yang telah dipromosikan, lebih tegasnya lagi diatur dalam Pasal 8 ayat (1) huruf f Undang-Undang Perlindungan Konsumen melarang pelaku usaha untuk memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut. Jadi jika pelaku usaha melanggar pasal ini merupakan suatu bentuk pelanggaran/larangan bagi pelaku usaha dalam memperdagangkan barangnya.

Ditinjau dari Undang – undang Sebagai konsumen sesuai Pasal 4 huruf h Undang-Undang Perlindungan Konsumen, berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Sedangkan bagi pelaku usaha sesuai Pasal 7 huruf g Undang-Undang perlindungan Konsumen berkewajiban memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Tetapi menurut data hasil penelitian yang ditemukan menunjukkan bahwa konsumen selaku pembeli belum mendapatkan perlindungan sebagaimana mestinya, dalam hal ini konsumen yang telah membeli produk

elektronik melalui online namun ketika produk sampai ketangan konsumen, produk tersebut terdapat cacat tersembunyi, yang mana sebelumnya penjual tidak menjelaskan secara detail terkait kekurangan dari produk elektronik tersebut.¹ Hal yang sama juga terjadi kepada konsumen lainnya yang mana ketika membeli barang elektronik pada social media, pihak penjual hanya menjelaskan terkait spesifikasi dan kelebihan dari produk tersebut, sehingga konsumen berminat untuk membeli, namun setelah konsumen membeli dan menggunakan produk tersebut, tombol power yang ada pada laptop tersebut macet sehingga tidak dapat menyalakan laptopnya.²

Transaksi jual beli dilakukan secara online berdasarkan Undang-Undang No 19 tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang No.11 Tahun 2008 Informasi dan Transaksi Elektronik dan/atau Peraturan Pemerintah No. 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik tetap diakui sebagai transaksi elektronik yang dapat dipertanggung jawabkan. Terkait dengan perlindungan konsumen, Pasal 48 ayat (1) Peraturan Pemerintah tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik menegaskan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Jika barang yang diterima tidak sesuai dengan apa yang sudah dijanjikan maka Pasal 48 ayat (3) Peraturan Pemerintah tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi

¹ Konsumen yang membeli barang bekas yang mengandung cacat tersembunyi "Firmansyah" tanggal 13 Juni 2021

² Konsumen yang membeli barang bekas yang mengandung cacat tersembunyi "Angga Shaffan" tanggal 11 Juni 2021

Elektronik mengatur dengan tegas yaitu pelaku usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen dan/atau penerima kontrak untuk mengembalikan barang yang dikirim dan/atau jasa yang disediakan apabila tidak sesuai dengan kontrak atau terdapat cacat tersembunyi. Undang-undang harus dapat dengan jelas mendefinisikan hubungan hukum para pihak yang melakukan transaksi E-Commerce. Firman Tumantara Endipradja menyatakan bahwa Hukum Konsumen adalah: "Semua prinsip dan prinsip hukum yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah mereka dengan pemasok barang atau jasa. Secara umum dan fundamental hubungan antara Produsen (perusahaan yang memproduksi barang dan atau jasa) dan konsumen (pengguna akhir dari barang dan atau jasa untuk diri mereka sendiri atau keluarga mereka) adalah hubungan yang berkelanjutan. Hubungan terjadi karena kedua-duanya benar-benar saling menginginkan dan memiliki tingkat ketergantungan yang cukup tinggi antara satu dan yang lainnya.

Pelaku Usaha bertanggung jawab atas kerugian yang di derita oleh konsumen karena adanya kelalaian dalam melaksanakan pelayanan jual beli secara online. Mengenai ketersediaan barang dengan rincian yang dipaparkan dalam sebuah aplikasi jual beli online, pada dasarnya berada dalam tanggungjawab pihak penjual barang.³ Namun mengenai tanggungjawab terhadap setiap kerugian yang diderita oleh konsumen sudah sepatutnya dibebankan pada pelaku usaha jual beli online, karena selama proses transaksi berlangsung dari pihak pelaku usaha jual beli online yang berhadapan langsung

³ Dosen Fakultas Hukum Unmuha, Aminah Tanjung pada tanggal 20 April 2021

secara digital dengan konsumen.⁴ Konsumen Indonesia masih sering mengalami peristiwa yang sangat merugikan baik secara materiil maupun immaterial. Sebagaimana dinyatakan oleh Badan Pengembangan Hukum Nasional Indonesia, di mana kekecewaan diungkapkan oleh konsumen karena kualitas produk tidak memenuhi standar. Kerugian material atau bahaya bagi kehidupan konsumen diakibatkan oleh ketidaksempurnaan produk. Banyak produsen yang tidak menyadari tanggung jawab produsen dalam melindungi konsumen atau memastikan keselamatan dan keamanan dalam mengkonsumsi produk yang dihasilkan.⁵

B. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Transaksi Jual Beli Barang Bekas Yang Mengandung Cacat Tersembunyi Melalui Media Sosial

Product liability adalah istilah yang dialih bahasakan menjadi tanggung jawab produk berbeda dengan pengajaran pertanggung jawaban hukum pada umumnya dimana tanggung jawab produk disebabkan oleh keadaan tertentu (produk cacat atau berbahaya bagi orang lain) adalah tanggung jawab mutlak produsen yang disebut dengan strict liability. Kerugian yang diderita seseorang menggunakan produk cacat atau berbahaya, bahkan pengguna menjadi korban adalah tanggung jawab absolut pengusaha atau setara dengan itu. Produk dalam hal ini adalah :

- a. Penghasil Produk.
- b. Produsen bahan baku atau komponen produk.
- c. Setiap orang yang memasang merek, nama, atau memberikan tanda khusus untuk membedakan produk mereka dengan orang lain.

⁴ Ketua YaPKA, Fahmiwati tanggal 20 Mei 2021

⁵ Ibid

- d. Tidak mengurangi tanggung jawab pembuat produk, setiap importir produk dijual, disewakan, atau dipasarkan.
- e. Setiap pemasok produk, jikalau produk tidak dikenal atau pembuat produk diketahui tetapi importir tidak diketahui.

Secara umum, kompensasi akibat cacat pada barang itu sendiri adalah tanggung jawab penjual, dengan adanya pertanggungjawaban produk daripada kerugian atas barang yang dibeli, konsumen dapat mengajukan klaim berdasarkan adanya kewajiban pabrikan untuk menjamin mutu suatu produk. Permintaan ini bisa dalam bentuk pengembalian barang sambil menuntut pengembalian atas harga pembelian, atau bertukar barang dengan kualitas baik, klaim ini dapat ditujukan pada produsen dan juga pada penjual sebagai pihak yang memberikan layanan untuk mendistribusikan barang atau produk dari produsen untuk penjual (penyalur) berkewajiban menjamin kualitas produk yang mereka pasarkan. Yang dimaksud dengan jaminan pada kualitas produk ini adalah jaminan atau jaminan bahwa barang yang dibeli sudah sesuai dengan standar kualitas produk tertentu. Jika standar ini tidak dipenuhi maka pembeli atau konsumen dapat memperoleh kompensasi dari produsen / penjual. Pasal 1504 KUHPerdara mengharuskan penjual untuk menjamin cacat tersembunyi yang ditemukan pada barang yang dijualnya. Berdasarkan keterangan dari Nia, pada saat melakukan pembelian baju bekas melalui social media, pelaku usaha tidak mengatakan adanya kerusakan pada baju tersebut namun ketika barangnya sampai ketangan pembeli, baju tersebut ada sedikit cacat tersembunyi, yang mana pada baju tersebut terdapat bekas robek yang

kecil pada lengannya. Pada saat melakukan pembelian pelaku usaha tidak menjelaskan secara keseluruhan dan tidak mengecek kondisi baju tersebut dahulu namun hanya di foto saja.⁶

Dalam Pasal 1504 KUHPerdara telah diatur kepentingan konsumen yang dirugikan akibat dari membeli barang yang mempunyai cacat tersembunyi. Dalam pasal tersebut dijelaskan bahwa penjual harus menanggung barang cacat tersembunyi yang diperdagangkannya sehingga barang tersebut tidak dapat dipergunakan sebagaimana mestinya seperti barang normal pada umumnya, atau barang tersebut mengurangi fungsi pakainya. Jadi barang cacat tersembunyi tersebut tentu merugikan konsumen karena yang namanya barang cacat artinya terdapat bagian yang tidak bisa berfungsi sebagaimana mestinya seperti halnya dalam contoh kasus. Kasus pembeli yang membeli laptop bekas melalui social media, yang mana dalam hal ini pembeli tidak melihat kondisi laptop secara langsung namun setelah transaksi pembayaran barulah laptop dikirimkan dan pada saat menggunakan laptop tersebut tombol power macet sehingga tidak berfungsi sebagaimana mestinya dan karena kerusakan tersebut kondisi laptop yang tidak diketahui pada saat melakukan pembelian menjadi penyebab timbulnya permasalahan hukum tersebut. karena pada saat melakukan pembelian bahwa pihak penjual tidak memberikan informasi bahwa terdapat kerusakan yang di bagian power laptop tersebut sehingga pihak pembeli tidak mengetahui bahwa mobil yang dibeli ternyata adanya suatu kerusakan di bagian power laptop tersebut. Pada saat

⁶ Konsumen yang membeli barang bekas yang mengandung cacat tersembunyi Putri Ayuni tanggal 24 Mei 2021

pembeli mengetahui terdapat kerusakan pihak penjual tidak memiliki itikad baik untuk bertanggung jawab atas adanya kerusakan tombol power laptop tersebut karena pihak pembeli seharusnya mengecek terlebih dahulu mengenai seluruh kondisi laptop sebelum mengatakan sepakat kepada pihak penjual.

Namun menurut pendapat penulis pihak penjual sejatinya memberikan kepastian mengenai kondisi mobil apakah benar tidak ada kerusakan atau tidak karena memang kerusakan yang dialami oleh barang tersebut sifatnya tidak terlihat. Berdasarkan kasus di atas bahwa penting adanya pertanggungjawaban hukum terhadap barang cacat tersembunyi guna memberikan perlindungan hukum bagi konsumen yang dirugikan dengan adanya produk cacat tersembunyi yang memberikan rasa keadilan. Dalam hal ini penjual bertanggungjawab dengan meminta konsumen mengirimkan kembali laptop tersebut agar dapat di perbaiki.⁷ Namun penjual mengatakan bahwa telah menjelaskan secara detail dan lengkap kepada konsumen sebelum transaksi dilakukan dan juga konsumen telah mengetahui bahwa barang yang dijual dalam kondisi bekas atau tidak baru.⁸

Maka perlunya pemikiran untuk melindungi konsumen dari kemungkinan produk yang merugikan dari produk cacat yang tersembunyi, sebagai alternatifnya adalah dapat menerapkan prinsip pertanggungjawaban produk dengan prinsip pertanggungjawaban yang ketat sesuai dengan cita-cita negara dan aspirasi hukum Indonesia yaitu melalui penyelesaian dengan perkembangan perbuatan melawan hukum. doktrin secara umum dalam Pasal

⁷ Pelaku usaha yang mengandung cacat tersembunyi , Marjony tanggal 13 juni 2021

⁸ Pelaku usaha barang bekas yang mengandung cacat tersembunyi, Ichlasul Fuad tanggal 11 juni 2021

1365 KUHPerdata ini yang sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen di Indonesia, terutama untuk produk cacat yang tersembunyi. Meski secara eksplisit, konsep tanggung jawab ketat atas produk cacat tersembunyi dalam hukum Indonesia telah tertuang dalam Pasal 1504 KUH Perdata. Produk cacat tersembunyi yang merugikan konsumen dapat terjadi karena pelaku usaha yang memproduksi barang tidak dapat memenuhi tujuan pembuatannya, baik karena disengaja maupun karena kelalaian baik dalam proses produksinya maupun disebabkan oleh hal lain yang terjadi dalam distribusi atau karena pelaku usaha tidak memberikan informasi tentang cara penggunaannya atau informasi tentang persyaratan keamanan bagi konsumen. Karakter konsumtif konsumen yang tinggi juga dapat sebagai pemicu terjadinya kecurangan yang dilakukan pelaku usaha dalam memenuhi keinginan konsumen. Keengganan konsumen Indonesia untuk menyelesaikan masalah kerugian yang dialaminya akibat ulah para pelaku bisnis juga menjadi budaya konsumen di Indonesia.

Berdasarkan keterangan syafruddin selaku pelaku usaha, barang bekas elektronik yang di jual olehnya semua dalam kondisi baik, hanya sedikit dari konsumen yang melakukan complain, karena sebelum dilakukan pengiriman selalu dicek kondisinya terlebih dahulu.⁹

Dengan kemampuannya yang ketat, dilatarbelakangi oleh ketidakseimbangan tanggung jawab antara produsen dan konsumen sebagai bentuk pertanggungjawaban produk tersebut, produsen dituntut untuk berhati-hati terhadap produknya. Saat ini memproduksi sangat menuntut untuk

⁹ Pelaku usaha yang mengandung cacat tersembunyi , Muzakir, tanggal 26 Mei 2021

mengetahui terlebih dahulu bagaimana minat dan pengalaman konsumen masa lalu serta informasi terkini mengenai produk tersebut Pelaku usaha memikul tanggung jawab hukum atas cacat tersembunyi pada barang yang mereka jual, sebagaimana diatur dalam Pasal 1508 dan Pasal 1509 KUHPerdara yang antara lain menjelaskan bahwa pelaku usaha wajib mengembalikan uang sejumlah harga barang yang dibeli oleh konsumen.

C. Upaya Yang Ditempuh Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Barang Bekas Yang Mengandung Cacat Tersembunyi Melalui Media Sosial

Kebanyakan cacat tersebut tidak diketahui oleh penjual karena dari pabriknya dan cacat itu diketahui setelah berada ditangan konsumen, tetapi ada beberapa kasus dimana cacat tersebut sengaja disembunyikan dari konsumen dengan maksud tidak mempunyai itikad tidak baik. Cacat tersembunyi biasanya memang baru diketahui untuk interval waktu tertentu (tidak bisa langsung diketahui begitu menerima barang)

Adapun upaya tanggung jawab yang dapat dilakukan oleh penjual kepada konsumen yang memiliki cacat tersembunyi pada barang elektroniknya antara lain yaitu¹⁰ :

1. Apabila pihak penjual tahu ada cacat tersembunyi tersebut, maka penjual harus mengembalikan harga pembelian yang telah Anda terima serta segala biaya, kerugian dan bunga kepada pembeli (Pasal 1508 KUHPer).

¹⁰ Dosen Fakultas Hukum Unmuha, Aminah Tanjung pada tanggal 20 April 2021

2. Apabila pihak penjual sendiri tidak tahu akan adanya cacat tersembunyi itu, penjual hanya berkewajiban untuk mengembalikan harga pembelian dan mengganti biaya yang telah dikeluarkan oleh pembeli untuk melakukan pembelian dan penyerahan barang tersebut (Pasal 1509 KUHPer).

Dari pelaksanaan upaya tanggung jawab diatas dapat disimpulkan dalam hukum perdata baik penjual mengetahui cacat tersembunyi ataupun tidak mengetahui cacat tersembunyi tersebut penjual tetap wajib bertanggung jawab atas cacat tersembunyi tersebut dan menggantinya.

Pemerintah bertanggungjawab terhadap kasus-kasus yang berhubungan dengan kekecewaan konsumen. Ada payung hukum yang mengatur hal tersebut disertai dengan adanya pengawasan dan penegakan hukum.¹¹ Menurut Fahmiwati, UUPK memberikan kekuasaan kepada lembaga-lembaga pemerintah maupun non pemerintah untuk melakukan pengawasan terhadap pelayanan purna jual yang disediakan oleh pelaku usaha sebagai wujud penyelenggaraan perlindungan konsumen demi terjaminnya hak dan kewajiban konsumen maupun pelaku usaha.

Pengawasan terhadap pelaku usaha mengandung makna pemastian atas terpenuhinya atau terselenggaranya hak dan kewajiban para pihak. Oleh karena itu, pengawasan merupakan unsur yang penting dalam hal terlaksananya Berdasarkan hasil penelitian di Kota Banda Aceh dan penelaahan beberapa ketentuan perundang-undangan yang berlaku diketahui bahwa pengawasan oleh pemerintah terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen dilakukan

¹¹ Fahmiwati. *Op.Cit*

oleh menteri atau menteri teknis terkait. Banyaknya pengaduan konsumen yang sering dikeluhkan terkait barang yang rusak atau cacat tersembunyi pada barang elektronik, dalam hal ini YaPKA Pelaku usaha yang tidak memenuhi pelayanan purna jual akan diberi sanksi atau teguran peringatan agar pelaku usaha mengetahui kewajibannya. Peran dari YaPKA ini yaitu memberi nasehat, informasi pengawasan dan membela konsumen yang dirugikan akibat pelaku usaha, diharapkan kepada konsumen agar lebih teliti sebelum menggunakan atau membeli sebuah produk¹² Pentingnya memahami makna dari konsumen cerdas di mana sebagai konsumen harus lebih cerdas memilih serta menilai barang yang akan dibeli, dikarenakan barang dan/atau jasa yang beredar dipasaran semakin banyak yang membuat konsumen terkecoh akan barang yang dibutuhkan, oleh karena itu konsumen harus kritis dan berani memperjuangkan haknya bila mendapatkan barang yang tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan tidak sesuai dalam UU No.8 Tahun 1999.¹³

Pelaku usaha yang bersengketa dengan konsumen melakukan penyelesaian sengketa dengan cara damai sesuai pada Pasal 45 ayat (2) bahwa Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa. Penyelesaian sengketa dengan cara damai dibolehkan menurut Pasal 45 ayat (2) selama hal tersebut tidak bertentangan dengan Undang-Undang Perlindungan konsumen. Dan kedua belah pihak (pelaku usaha dan Konsumen) sepakat menyelesaikan sengketa secara damai. Penulis tidak menemukan

¹² *Ibid*

¹³ *Ibid*

adanya sengketa konsumen mengenai kerusakan terhadap barang Elektronik atas cacat tersembunyi sampai ke Pengadilan, pelaku usaha bertanggung jawab terhadap hal-hal yang telah merugikan konsumen.

Adapun upaya penyelesaian dalam pelaksanaan jual beli barang bekas yang menggunakan sosial media di wilayah Kota Banda Aceh dilakukan dengan cara cara sebagai berikut:

1. Jalur Mediasi/ Kekeluargaan

Jalur ini ditempuh sebagai alternatif penyelesaian paling mudah dilakukan bagi para pihak. Terhadap sengketa transaksi online negosiasi ataupun mediasi layak dipergunakan sebagai alternatif penyelesaian sengketa di antara para pihak.

Berdasarkan keterangan Rifkan selaku pembeli barang bekas melalui media social kadangkala jika terjadi permasalahan, pelaku dan konsumen mengalami sengketa, upaya kekeluargaan dilakukan dengan cara membicarakan baik-baik permasalahan yang terjadi. Jika ada kendala dan masalah akan diberikan selesaikan dengan itikad baik, yang mana pelaku usaha akan memperbaiki barang yang terdapat cacat tersembunyi tersebut.¹⁴

2. Ganti Kerugian

Hal yang dapat dilakukan ketika terjadi kerugian adalah dengan mengganti kerugian bagi pihak yang telah dirugikan, ganti kerugian ini dapat dimintakan oleh pihak yang dirugikan secara langsung dan yang melakukan sejumlah ganti kerugian berupa uang atau barang lainnya.

¹⁴ Konsumen yang membeli barang bekas yang mengandung cacat tersembunyi, Cut Fatimah tanggal 8 Juni 2021

Berdasarkan keterangan Syarifah penggantian kerugian disepakati oleh para pihak yang terlibat dalam sengketa, umumnya ganti kerugian yang dibayarkan adalah untuk mengganti sejumlah uang atau mengganti barang yang ada cacar rrsembunyi dengan barang yang lainnya¹⁵

Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui dua jalur penyelesaian yaitu:

- a. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan (non litigasi) Penyelesaian sengketa diluar pengadilan merupakan salah satu bentuk upaya hukum yang dapat ditempuh oleh konsumen selain melalui pengadilan. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan ini diatur dalam ketentuan Pasal 47 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang UUPK “penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadinya kembali kerugian yang diderita oleh konsumen”.
- b. Penyelesaian sengketa di peradilan umum (litigasi) Penyelesaian sengketa melalui pengadilan sesuai Pasal 48 UUPK mengacu pada ketentuan tentang peradilan umum yang berlaku dengan memperhatikan ketentuan Pasal 45 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 UUPK. Dalam proses penyelesaian sengketa melalui jalur pengadilan ini terdapat berbagai macam kelemahan yaitu

¹⁵ Konsumen yang membeli barang bekas yang mengandung cacat tersembunyi , Maya Lisdayani tanggal 9 Juni 2021

penyelesaian sengketa melalui pengadilan ini membutuhkan waktu yang sangat lama dan biaya perkara yang mahal.

Penyelesaian sengketa melalui pengadilan dapat langsung ditempuh tanpa harus melalui penyelesaian sengketa di luar pengadilan dengan didasarkan atas kesepakatan dari para pihak yang bersengketa. jika sebelumnya telah diajukan terlebih dahulu melalui penyelesaian sengketa di luar pengadilan, maka pengajuan gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya penyelesaian sengketa di luar pengadilan tersebut dinyatakan tidak berhasil dari salah satu atau oleh para pihak yang bersengketa. Tetapi berdasarkan hal yang penulis tanyakan sejauh ini belum ada seorang konsumen menggugat pelaku usaha padahal pelaku usaha telah merugikan konsumennya.

Kasus diatas dapat kita ambil hikmahnya apabila membeli barang bekas harus lebih teliti dan hati hati dalam pembeliannya, karena sudah banyak terjadi contoh kasus cacat tersembunyi yang ada dalam kenyataannya. Jadi karena contoh ini konsumen diharuskan juga lebih berani mengambil sikap untuk meminta pertanggung jawaban kepihak penjual apabila ada cacat tersembunyi, sebaliknya produsen juga harus lebih teliti dalam melakukan penjualan barang bekas elektronik serta baju bekas agar tidak ada lagi barang elektronik yang diperjualbelikan yang mengalami cacat terlebih lagi apabila sudah berada ditangan konsumen atau telah dibeli.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Ditinjau dari Undang – undang Pasal 4 huruf h Undang-Undang Perlindungan Konsumen, konsumen berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Sedangkan bagi pelaku usaha sesuai Pasal 7 huruf g Undang-Undang perlindungan Konsumen berkewajiban memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.
2. Pada Pasal 1504 KUHPPerdata telah diatur kepentingan konsumen yang dirugikan akibat dari membeli barang yang mempunyai cacat tersembunyi. Dalam pasal tersebut dijelaskan bahwa penjual harus menanggung barang cacat tersembunyi yang diperdagangkannya sehingga barang tersebut tidak dapat dipergunakan sebagaimana mestinya seperti barang normal pada umumnya, atau barang tersebut mengurangi fungsi pakainya. Jadi barang cacat tersembunyi tersebut tentu merugikan konsumen karena yang namanya barang cacat artinya terdapat bagian yang tidak bisa berfungsi.

3. Adapun upaya penyelesaian dalam pelaksanaan jual beli barang bekas yang menggunakan sosial media di wilayah Kota Banda Aceh dilakukan dengan dua cara yaitu cara jalur mediasi/ kekeluargaan dimana jalur ini ditempuh sebagai alternatif penyelesaian paling mudah dilakukan bagi para pihak. Cara kedua yaitu dengan ganti kerugian, dimana cara ini dilakukan dengan mengganti kerugian bagi pihak yang telah dirugikan, ganti kerugian ini dapat dimintakan oleh pihak yang dirugikan secara langsung dan yang melakukan sejumlah ganti kerugian berupa uang atau barang lainnya.

B. Saran

1. Disarankan kepada para konsumen, dengan tingginya kemungkinan risiko dari transaksi jual beli melalui media social maka konsumen perlu meningkatkan ketelitian dan kehati-hatian juga, pengetahuan dalam bertransaksi melalui dunia maya untuk dapat menetapkan transaksi yang akan diambil, ini dapat dilihat dari setiap persyaratan/perjanjian yang ditetapkan produsen dan kelengkapan bukti transaksi jual beli untuk memperkecil risiko konsumen terutama meminimalkan risiko menerima barang cacat dari transaksi tersebut.
2. Bagi pihak produsen diharapkan dalam menentukan persyaratan yang berupa perjanjian transaksi disesuaikan dengan ketentuan yang berlaku, transparan, dan mudah dipahami konsumen, dengan tetap menjunjung tinggi kepuasan konsumen.

3. Disarankan kepada pemerintah dalam upaya penegakan hukum dalam bidang perlindungan konsumen diharapkan mampu membentuk sebuah payung hukum dimana berpengaruh terhadap perlindungan konsumen yang ada di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku-Buku

- Ahmadi Miru, *Hukum Kontrak Bernuansa Islam*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Agus Raharjo, *Cybercrime, Pemahaman dan Upaya Pencegahan Kejahatan Berteknologi*, Bandung : Citra Aditya Bakti, 2002.
- Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2005.
- Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum Dalam Praktek*. Jakarta: Sinar Grafika, 2002.
- Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Jakarta: Erlangga, 1992.
- Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014.
- Ihsan, Soffa. *Fikih Perlindungan Konsumen*. Tangerang: Paramuda Advertising, 2011
- Juliansyah Noor, *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Desertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Muhammad, Muhammad Ahmad Sayyid Ahmad, *Himayat al-Mustahlik fi al-Fiqh al-Islamy*, Beirut; dar Al-Kotob Al-Ilmiyah, 2004.
- Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2013.
- Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- S. Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan Cet. Ke-8*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010.
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: PT.Grasindo, 2000.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta. 2008.
- Syekh Adurrahman As-Sa'di dkk, *Fiqh Jual Beli Panduan Praktis Bisnis Syariah*, Jakarta: Senayan Publishing, 2008.
- Zaeni Asyhadie, *Hukum Bisnis, Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2014.

Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2016.

B. Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Kitab Undang-Undang Hukum Dagang

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

C. Jurnal

Ahmad Mukhlisin dan Saipudin, *Sistem Jual Beli Pupuk Kandang Perspektif Imam Syafii dan Imam Hanafi*, Desember 2017, Mahkamah, Vol.2 No.2.

Dita Dhaamya Natih, *Perlindungan Konsumen Terkait Transaksi Jual Beli Barang Bermerek Palsu Secara Online*. Vol. 7 No. 10

Gusti Ngurah Aditya Lesmana, *Tesis: Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Pembentukan Brand Attachment (Studi: PT. XL AXIATA)*, (Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia).

Juhrotul Khulwah, *Jual Beli Dropship dalam Perspektif Hukum Islam*, Agustus 2019, Al-Mashlahah: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial Islam, Vol 07 No 01.

Montesquieu, dalam Indra Rahmatullah, *Rejuvinasi Sistem Checks and Balances dalam Sistem Ketatanegaraan di Indonesia*, Jurnal Cita Hukum. Vol. I No. 2 Desember 2013.

Noradilah Abdul Wahab, *dkkFiqh Muamalat Islam: Hukum Dalam Sistem Jual Beli Atas Talian (E-Dagang) Dari Sudut Pandangan Fuqaha [Islamic Muamalat Of Fiqh: Legal System In Selling Online (E-Commerce) From The Fuqaha Islamic View]*, 2019, Vol 2 No. 1 Hlm. 26

Sri Ana Wahyuni, "Praktik Jual Beli Handphone Bekas di Social Media Facebook Perspektif Undang-undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Fiqh Muamalah, *Journal of Islamic Business Law, Volume 4 Issue 1 2020, ISSN (Online)*.

D. Sumber Internet

<https://www.facebook.com/wahanamandiribali/posts/barang-bekas-adalah-barang-yang-sudah-tidak-terpakai-atau-tidak-dibutuhkan-lagi-/419434384766970/>
diakses 2 April 2021 Pukul 7 :38 WIB

<http://www.e-jurnal.com>, Dewa Gede Ari Yudha Brahmanta dan Anak Agung Sri Utari, “Hubungan Hukum Antara Pelaku Usaha dengan Konsumen”, diakses pada April 2016, hlm 3

<http://www.e-jurnal.com>, Dewa Gede Ari Yudha Brahmanta dan Anak Agung Sri Utari, “Hubungan Hukum Antara Pelaku Usaha dengan Konsumen”, diakses pada April 2016, hlm 36

http://prezi.com/vddmcub_-ss_/social-media-definisi-fungsi-karakteristik/
diakses pada tanggal 22 Maret 2021 pukul 08.49 WIB

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online,
<https://www.apaarti.com/barangbekas.html>. Diunduh pada 22 Maret 2021 jam 7:53 WIB