

PEMENUHAN HAK ATAS INFORMASI KONSUMEN DALAM PERJANJIAN

JUAL BELI *DIECAST* BEKAS MELALUI FACEBOOK *COMMERCE*

SKRIPSI



Oleh:

ABINEFATHSA PUTRA

No. Mahasiswa: 18410542

PROGRAM STUDI HUKUM PROGRAM SARJANA

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2023

**PEMENUHAN HAK ATAS INFORMASI KONSUMEN DALAM
PERJANJIAN JUAL BELI DIECAST BEKAS MELALUI FACEBOOK
COMMERCE**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana (Strata-1) pada Fakultas Hukum
Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta



Oleh:

ABINEFATHSA PUTRA

No. Mahasiswa: 18410542

**PROGRAM STUDI HUKUM PROGRAM SARJANA
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2023**



SKRIPSI

**PEMENUHAN HAK ATAS INFORMASI KONSUMEN DALAM
PERJANJIAN JUAL BELI DIECAST BEKAS MELALUI FACEBOOK
*COMMERCE***

Telah Diperiksa dan Disetujui oleh Dosen Pembimbing Tugas Akhir untuk
Diajukan ke Hadapan Penguji dalam Pendadaran/Ujian Skripsi
Pada Tanggal:

Yogyakarta, 20 Maret 2023

Dosen Pembimbing Skripsi

Bagya Agung Prabowo, SH, MHum, PhD

NIK. 014100110



**PEMENUHAN HAK ATAS INFORMASI KONSUMEN DALAM
PERJANJIAN JUAL BELI DIECAST BEKAS MELALUI FACEBOOK
COMMERCE**

Telah Dipertahankan di Hadapan Tim Penguji dalam Ujian Pendadaran Skripsi
Pada Tanggal: 11 April 2023 dan Dinyatakan: **LULUS.**

Yogyakarta, 11 April 2023

No.	Tim Penguji		Tanda Tangan
1.	Ketua:		
2.	Anggota:		
3.	Anggota:		

Mengetahui:
Universitas Islam Indonesia
Fakultas Hukum
Dekan,

(Prof. Dr. Budi Agus Riswandi, SH, MHum.)

NIK. 014100109

SURAT PERNYATAAN
ORISINALITAS KARYA TULIS ILMIAH TUGAS AKHIR MAHASISWA
FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA



Yang bertandatangan di bawah ini, saya:

Nama : Abinefathsa Putra

Nomor Mahasiswa : 18410542

Adalah benar-benar mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang telah menempuh Karya Tulis Ilmiah (Tugas Akhir) berupa Skripsi dengan judul: **PEMENUHAN HAK ATAS INFORMASI KONSUMEN DALAM PERJANJIAN JUAL BELI DIECAST BEKAS MELALUI FACEBOOK COMMERCE.**

Karya Ilmiah ini akan saya ajukan kepada Tim Penguji dalam Ujian Pendadaran yang diselenggarakan oleh Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia. Sehubungan dengan hal tersebut, dengan ini Saya menyatakan:

1. Bahwa karya tulis ilmiah ini adalah benar-benar karya saya sendiri yang dalam penyusunannya tunduk dan patuh terhadap kaidah, etika dan norma-norma penulisan sebuah karya tulis ilmiah sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
2. Bahwa saya menjamin hasil karya ilmiah ini benar-benar asli (orisinil), bebas dari unsur-unsur yang dapat dikategorikan sebagai perbuatan “penjiplakan karya ilmiah (plagiat)”;
3. Bahwa meskipun secara prinsip hak milik atas karya ilmiah ini ada pada saya, namun demi untuk kepentingan-kepentingan yang bersifat akademik dan pengembangannya, saya memberikan kewenangan kepada Perpustakaan Fakultas Hukum UII dan perpustakaan di lingkungan Universitas Islam Indonesia untuk mempergunakan karya ilmiah saya tersebut.

Selanjutnya berkaitan dengan pernyataan di atas (terutama pernyataan pada butir no. 1 dan no. 2) saya sanggup menerima sanksi baik sanksi administratif, akademik, bahkan sanksi pidana, jika saya terbukti secara kuat dan meyakinkan telah melakukan perbuatan yang menyimpang dari pernyataan tersebut.

Saya juga akan bersifat kooperatif untuk hadir, menjawab, membuktikan, melakukan pembelaan terhadap hak-hak saya serta menandatangani berita acara terkait yang menjadi hak dan kewajiban saya, di depan “Majelis” atau “Tim” Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang ditunjuk oleh pimpinan fakultas. Apabila tanda-tanda plagiat disinyalir ada atau terjadi pada karya ilmiah saya oleh pihak Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia. Demikian, Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan dalam kondisi sehat jasmani dan rohani dengan sadar serta tidak ada tekanan dalam bentuk apa pun dan oleh siapapun.

Yogyakarta, 20 Maret 2023

Yang Membuat Pernyataan,



Abinefathsa Putra

NIM. 18410542

CURRICULUM VITAE

1. Nama Lengkap : Abinefathsa Putra
2. Tempat Lahir : Kudus
3. Tanggal Lahir : 27 Januari 2000
4. Jenis Kelamin : Laki-Laki
5. Golongan Darah : A
6. Alamat Terakhir : Jl.KiAngkat 1, RT 01 RW 04, Rendeng, Kudus
7. E-mail : abi.nefathsa@gmail.com
8. Identitas Orang Tua/Wali :
 - a. Nama Lengkap Ayah : Rudianto Manurung.,S.H
Pekerjaan Ayah : POLRI
 - b. Nama Lengkap Ibu : Mimien Hidayati.,S.H.,M.H
Pekerjaan Ibu : Pengacara
9. Riwayat Pendidikan :
 - a. SD : SD Negeri 3 Barongan
 - b. SMP : SMP 2 Kudus
 - c. SMA : SMA 1 Kudus
10. Pengalaman :
 - a. Magang di Notaris Uud Darul Huda.,S.H.,M.Kn
11. Hobby : Aerial Fotografi, Otomotif

Yogyakarta, 20 Maret 2023

Yang Membuat Pernyataan,



Abinefathsa Putra

NIM. 18410542

MOTTO

“Don`t go backwards, you`ve already been there”

-Ray Charles

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil'alamin saya ucapkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, nikmat serta karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini. Saya persembahkan karya ini untuk orang tua saya terutama mamah saya yang selama ini telah membiayai kuliah saya, serta sahabat dan teman-teman yang senantiasa memberi dukungan, semangat dan motivasi kepada saya. Kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu semoga Allah SWT senantiasa memberi kesehatan, keselamatan dan kemurahan rezeki.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.,

Puji serta syukur saya panjatkan kepada Allah SWT dengan limpahan rahmat dan karunia-Nya, skripsi saya berjudul, **“PEMENUHAN HAK ATAS INFORMASI KONSUMEN DALAM PERJANJIAN JUAL BELI *DIECAST* BEKAS MELALUI FACEBOOK *COMMERCE*”** selesai sesuai dengan waktu yang telah direncanakan. Adapun skripsi ini diselesaikan tidak terlepas dari bantuan, dukungan maupun doa dari banyak pihak. Maka dari itu, besar terima kasih saya sampaikan sebanyak-banyaknya kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan nikmat yang tiada pernah berhenti bagi umat-Nya.
2. Nabi Muhammad Saw, sosok yang membawa peradaban ilmu pengetahuan menjadi lebih baik.
3. Prof. Dr. Budi Agus Riswandi, S.H., M.Hum selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Bagya Agung Prabowo, S.H., M.Hum.,Ph.D selaku Dosen Pembimbing yang dengan senantiasa memberi bimbingan, arahan, serta dukungan kepada penulis hingga dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik.
5. Seluruh Dosen Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang telah membagikan ilmunya kepada penulis. Semoga menjadi amal jariyah yang selalu mengalir sampai akhir hayat.
6. Mamah, Omyus, Tao yang tiada hentinya medoakan, memberikan semangat dan motivasi kepada penulis, sampai kapanpun itu penulis tidak akan lupa dan sangat berterimakasih.
7. Sahabatku Bagas Laskar yang selalu memberikan motivasi dan semangat dikala penulis sedang hancur hatinya, selalu mendengarkan keluh kesah penulis saat pikiran dan hati sedang tidak baik-baik saja.
8. Sahabatku Alfia Ilfa dan Ivany Hikmatunisa yang selalu memberiku semangat, doa, serta mengingatkanku untuk menjadi orang yang lebih baik.

9. Teman-teman seperjuanganku Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, terutama Sakti, Geizka, dan Kautsar yang telah berbaik hati kepada penulis.
10. Mantanku Azza yang telah meninggalkan luka hati kepada penulis disaat penulis sedang berjuang untuk memperoleh gelar sarjana. Semoga bahagia bersamanya.
11. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT membalas beribu kali lipat kebaikan yang telah diberikan kepada penulis.
12. Meskipun skripsi ini belum dikatakan sempurna karena terbatasnya pengalaman maupun pengetahuan yang dimiliki Penulis, maka dari itu kritik serta saran yang membangun sangat Penulis tunggu. Akhir kata, Penulis memohon maaf apabila terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan skripsi ini, dan sangat diharapkan skripsi ini berguna bagi banyak pihak dan dapat dimanfaatkan sesuai peruntukannya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 20 Maret 2023

Penulis

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	ii
ABSTRAK	iii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Orisinalitas Penelitian	6
E. Tinjauan Pustaka	11
F. Definisi Operasional	22
G. Metode Penelitian	23
H. Kerangka Skripsi	26
BAB II TINJAUAN UMUM TENTANG KONSUMEN, PERJANJIAN, JUAL BELI, TANGGUNG JAWAB DAN JUAL BELI DALAM PERSPEKTIF ISLAM	
A. Tinjauan Umum tentang Konsumen	28
B. Tinjauan Umum tentang Perjanjian	40
C. Tinjauan Umum tentang Jual Beli	46
D. Tinjauan Umum tentang Tanggung Jawab.....	50
E. Jual Beli dalam Perspektif Islam	52
BAB III PEMENUHAN HAK ATAS INFORMASI KONSUMEN DALAM PERJANJIAN JUAL BELI <i>DIECAST</i> BEKAS MELALUI FACEBOOK <i>COMMERCE</i>	
A. Pemenuhan Hak atas Informasi Konsumen dalam Perjanjian Jual Beli <i>Diecast</i> Bekas di Facebook <i>Commerce</i>	65
B. Tanggung Jawab Penjual terhadap Barang yang Dijual Tidak Sesuai Dengan Informasi Tertera pada Deskripsi Produk di Facebook <i>Commerce</i>	76
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	85
B. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	87

ABSTRAK

Abstrak Penelitian ini mengenai pemenuhan hak atas informasi konsumen dalam perjanjian jual beli Diecast bekas melalui Facebook *Commerce*. Penelitian ini berjenis penelitian hukum yuridis-normatif. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kasus dan pendekatan perundang-undangan. Teknik pengumpulan data menggunakan studi kepustakaan. Hasil penelitian, pertama, hak atas informasi konsumen dalam perjanjian jual beli diecast bekas di Facebook *Commerce* tidak terpenuhi. Pelaku tidak mencantumkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang. Hal ini menyebabkan hak konsumen mengenai informasi yang terbuka tidak terpenuhi dengan baik. Kedua, tanggung jawab penjual terhadap barang yang dijual tidak sesuai dengan informasi tertera pada deskripsi produk di Facebook *Commerce* adalah apabila pelaku usaha di Facebook *Commerce* tidak memberikan barang sesuai informasi yang tertera pada sarana jual beli diecast bekas, maka harus bertanggung jawab. Namun, pelaku usaha tersebut enggan bersedia mengganti kerugian, sehingga tanggung jawab tidak terpenuhi.

Kata kunci: Hak Atas Informasi, Konsumen, Jual Beli, Diecast Bekas

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan internet begitu cepat, diikuti dengan menjamurnya situs jejaring sosial yang menawarkan berbagai aktivitas seperti bertukar informasi, aktivitas bisnis hingga membentuk sebuah komunitas. Jejaring sosial memang menjadi kekuatan di era internet saat ini, jutaan orang berkumpul di jejaring sosial mulai dari Twitter, Friendster, Facebook, dan lainnya. Data Pengguna internet di Indonesia yang diperoleh dari New York Times sampai dengan 31 Maret 2021 telah mencapai 49.600.000 dan 44.850.920 adalah pengguna jejaring sosial (*social network*) Facebook.¹

Begitu besar penggunaan terhadap aplikasi Facebook membuat penciptanya, Mark Zurkerberg meluncurkan fitur digital marketing yang memungkinkan user untuk melakukan aktivitas jual beli. Fitur demikian bagaikan pasar yang dapat diakses secara daring oleh user karena sudah diwadahi untuk melakukan transaksi jual beli selayaknya di dunia nyata. Kehadiran fitur ini pula membawa Facebook berorientasi kepada media untuk berbisnis. Oleh karena itu, antara user dan pengembang saling mendapat keuntungan.²

¹ N.H.T. Siahaan, *Hukum Konsumen: Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, Ctk. Pertama, Panta Rei, Jakarta, 2005, hlm. 12-13.

² Sudung Simatupang, "Facebook Marketplace serta Pengaruhnya terhadap Minat Beli", *Jurnal Ekbis*, Vol. 22 No. 1, 2021, hlm. 30.

Kondisi tersebut membuat pelaku bisnis mulai merambah dunia *social commerce*, khususnya Facebook. Para pelaku bisnis memanfaatkan fasilitas yang disediakan tersebut untuk mengembangkan bisnis. Selain untuk berbisnis, kegiatan komunikasi intensif yang terjalin dengan konsumen secara tidak langsung akan mendukung terbentuknya suatu komunitas yang berkelanjutan.³ Pelaku bisnis yang telah memiliki *web based* sendiri dalam melakukan aktivitas *e-commerce* mulai menempatkan diri di dalam Facebook yang menyediakan tempat tersendiri bagi para pelaku bisnis dalam melakukan aktivitas bisnis dengan konsumen. Aktivitas demikian disebut sebagai *Facebook Commerce*.⁴

Pembeli dalam *Facebook Commerce* harus waspada terhadap risiko yang harus mereka hadapi. Terutama terhadap informasi mengenai barang yang dijual. Berdasarkan perspektif perlindungan konsumen, tahap-tahap dalam transaksi antara pelaku usaha dan konsumen, maka hak yang paling penting adalah hak atas informasi, yang diatur dalam Pasal 4 huruf c UUPK. Selain itu, dalam Pasal 7 huruf b UUPK mengenai kewajiban Pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang yang hendak diperjualbelikan. Hak atas informasi ini penting, karena informasi yang diperoleh menjadi dasar bagi konsumen dalam mengambil keputusan

³ Dedi Harianto, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen terhadap Iklan yang Menyesatkan*, Ctk. Pertama, PT. Ghalia Indonesia, Bogor, 2010, hlm. 5

⁴ Ahmadi Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Kedelapan, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2014, hlm. 41.

untuk melanjutkan transaksi atau keputusan hendak menggunakan atau tidak menggunakan suatu produk barang dan jasa.⁵

Hak atas informasi yang jelas dan benar dimaksudkan agar konsumen dapat memperoleh gambaran yang benar tentang suatu produk. Belakangan ini semakin marak konsumen berminat membeli *diecast* bekas, terutama melalui media online. *Diecast* merupakan miniatur mobil yang memiliki keunikan tersendiri dalam bagi penggemarnya, di Indonesia sendiri ekosistem *diecast* terus bertumbuh sehingga hobi tersebut dapat menjadi salah satu media untuk berinvestasi bagi penggemarnya. Hal tersebut disebabkan tidak adanya harga baku terhadap *diecast* tersebut. Produksi yang terbatas diimbangi dengan permintaan pasar yang lebih banyak hal tersebut membuat *diecast* menjadi langka.⁶

Berdasarkan wawancara dengan pembeli yang pernah melakukan jual beli *diecast* bekas online di Facebook *commerce* pada awal bulan April 2022. Konsumen berniat untuk membeli salah satu *Diecast* bekas rilisan lama, *diecast* tersebut merupakan salah satu koleksi terlangka yang pernah ada. Penjual tersebut tidak hanya menjual *diecast* saja, koleksi-koleksi dengan produksi yang terbatas lainnya seperti Hot Wheels, Supercar, dan lain sebagainya juga turut di publikasikan oleh si Penjual.

Setelah melalui berbagai pertimbangan akhirnya, pembeli pun merasa yakin dan membeli *diecast* langka yang telah diposting oleh penjual tersebut.

⁵ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁶ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Barang Jual Beli Online*, Ctk. Kedua, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, hlm. 33.

pembeli merasa beruntung mendapatkan koleksi *diecast* langka dengan harga yang terjangkau dan juga informasi yang telah disebutkan bahwa *diecast* tersebut merupakan rilisan lama, mempunyai kondisi yang sangat terawat, dan tidak terdapat kekurangan sedikitpun. Setelah bernegosiasi, terjadilah kesepakatan mengenai harga dan waktu pengiriman. Barang yang dibeli oleh pembeli pun sampai, tentu terdapat perasaan senang karena barang yang didambakannya telah sampai dengan aman ke tangannya sesuai dengan apa yang diinginkan. Akan tetapi, pembeli merasa kecewa karena *diecast* langka yang dibelinya tidak sesuai dengan apa yang diinformasikan oleh penjual. Barang yang dibeli pembeli ternyata bukan *diecast* rilisan pertama, melainkan *diecast* rilisan keempat dan terdapat sedikit kekurangan di dalamnya.⁷

Secara hukum, idealnya konsumen mendapatkan haknya untuk menerima barang yang sesuai dengan informasi yang tertera dalam postingan barang yang dijual, sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam pasal 3 yang mengatakan bahwa konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ jasa. Kemudian, para penjual memberikan informasi secara terbuka terhadap produk yang dijual, sesuai dengan Pasal 7 huruf b UUPK yang mengatur mengenai kewajiban pelaku usaha yang menyebutkan bahwa pelaku usaha harus memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan,

⁷ Wawancara dengan Sakti, Konsumen *Diecast* bekas, di Yogyakarta, 25 Oktober 2022.

perbaikan dan pemeliharaan. Penjual juga wajib memberi informasi sesuai dengan kondisi barang yang dijual pada Facebook *Commerce*.

Idealitanya, penjual wajib memberi informasi sesuai dengan kondisi barang yang dijual pada Facebook *Commerce*. Namun, realitanya adalah penjual terkesan tidak memperhatikan hak atas informasi yang dimiliki konsumen. Penjual cenderung membuat informasi yang tidak sesuai dengan keadaan serta spesifikasi barang. Atas dasar peristiwa tersebut, konsumen merasa dirugikan. Maka, sesuai dengan Pasal 19 UU Perlindungan Konsumen, pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerugian yang diderita oleh konsumen.

Berdasarkan permasalahan di atas, penelitian ini mengangkat judul **“PEMENUHAN HAK ATAS INFORMASI KONSUMEN DALAM PERJANJIAN JUAL BELI *DIECAST* BEKAS MELALUI FACEBOOK *COMMERCE*”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka penelitian ini mempunyai rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pemenuhan hak atas informasi konsumen dalam perjanjian jual beli *diecast* bekas di Facebook *Commerce*?
2. Bagaimana tanggung jawab Penjual terhadap barang yang dijual tidak sesuai dengan informasi tertera pada deskripsi produk di Facebook *Commerce*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis pemenuhan hak atas informasi konsumen dalam perjanjian jual beli *diecast* bekas di Facebook *Commerce*.
2. Menganalisis tanggung jawab penjual terhadap barang yang dijual tidak sesuai dengan informasi tertera pada deskripsi produk di Facebook *Commerce*.

D. Orisinalitas Penelitian

Berdasarkan penelusuran penulis terhadap penelitian-penelitian sebelumnya, ditemukan persamaan dan perbedaan sebagaimana tercantum dalam tabel berikut:

No.	Penulis	Judul & Tahun	Perbedaan	Persamaan
1.	Anak Agung Hari Narayana	Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Online Melalui Media Facebook, Jurnal, 2021.	Penelitian Anak Agung Hari Narayana membahas mengenai perlindungan hukum bagi Konsumen yang bertransaksi online atau jual	Kedua penelitian ini mengambil media jual beli yang sama, yakni di Facebook.

			<p>beli berbagai macam objek. Berbeda dengan penelitian Penulis yang objeknya berfokus pada jual beli <i>Diecast</i>.</p>	
2.	Ramadhan Wardhana	<p>Perlindungan Konsumen Jual Beli Online Masker di Marketplace Facebook, Jurnal, 2021.</p>	<p>Penelitian Ramadhan Wardhana membahas mengenai pembeli Konsumen atas pelaksanaan jual beli masker secara online di Facebook. Berbeda dengan penelitian Penulis yang membahas jual</p>	<p>Kedua penelitian ini membahas mengenai perlindungan Konsumen dalam penyelenggaraan jual beli suatu objek di Facebook.</p>

			beli <i>Diecast</i> di Facebook.	
3.	Aprinelita	Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Jual Beli Online Melalui Facebook Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Jurnal, 2020.	Penelitian Aprinelita membahas mengenai perlindungan hukum bagi Konsumen melalui UU Perlindungan Konsumen dan penyelesaian sengketa Konsumen, baik melalui pengadilan maupun di luar pengadilan. Berbeda dengan penelitian Penulis yang membahas	Kedua penelitian ini berpedoman pada aturan yang sama, yakni UU Perlindungan Konsumen.

			mengenai perlindungan Konsumen dari segi pemenuhan hak atas informasinya.	
4.	Widi Wiranti	Perlindungan Konsumen atas Hak Informasi dalam Transaksi Online, Skripsi, 2020.	Penelitian Widi Wiranti membahas mengenai perlindungan Konsumen dalam pemenuhan hak atas informasi pada kegiatan transaksi online. Berbeda dengan penelitian Penulis yang membahas pemenuhan hak atas informasi dalam jual beli	Kedua penelitian ini membahas perihal pemberian perlindungan bagi Konsumen dengan memenuhi hak atas informasi yang dimilikinya dalam bertransaksi secara online.

			<i>Diecast</i> secara online di Facebook.	
5.	Rahmat Hikmanto	Pemenuhan Hak-Hak Konsumen dalam Transaksi Jual Beli dalam Internet, Jurnal, 2021.	<p>Penelitian Rahmat membahas mengenai pemenuhan hak-hak Konsumen dalam bertransaksi melalui internet. Berbeda dengan penelitian Penulis yang berfokus pada pemenuhan salah satu hak Konsumen, yakni hak atas informasi dalam bertransaksi di Facebook.</p>	Kedua penelitian ini membahas perihal pemenuhan terhadap hak-hak seorang Konsumen dalam bertransaksi secara online.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian yang dilakukan oleh Penulis adalah orisinal. Penelitian ini belum dikaji oleh pihak lain. Penelitian bersumber dari pemikiran, sehingga dapat dipertanggungjawabkan keorisinalitasannya.

E. Tinjauan Pustaka

1. Pengertian Konsumen

Konsumen secara harfiah berarti, “seseorang yang membeli barang atau menggunakan jasa”. Selain itu, “seseorang atau sesuatu perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu”. Kemudian, “sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang”. Terdapat pula yang memberikan arti lain yaitu Konsumen adalah “setiap orang yang menggunakan barang atau jasa dalam berbagai perundang-undangan negara”. Beberapa batasan mengenai Konsumen yaitu sebagai berikut:⁸

- a. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu.
- b. Konsumen Antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang/jasa lain atau untuk diperdagangkan (tujuan komersial).
- c. Konsumen Akhir adalah setiap orang alami yang mendapat dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan

⁸ A.Z. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Ctk. Pertama, Daya Widya, Jakarta, 1999, hlm. 3.

hidupnya pribadi, keluarga dan atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali (non-komersial).

UU Perlindungan Konsumen memberikan definisi mengenai Konsumen pada Pasal 1 angka 2. Pasal 1 angka 2 UU Perlindungan Konsumen menjabarkan bahwa Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.⁹ Pada intinya, pengertian dari Konsumen adalah setiap orang yang memakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat dengan maksud untuk memenuhi kebutuhan hidupnya maupun untuk berbagai kepentingan tanpa memperdagangkannya kembali.

Secara umum terdapat empat hak dasar Konsumen. Keempat hak dasar Konsumen demikian diakui secara internasional. Dalam perkembangannya, organisasi-organisasi Konsumen yang tergabung dalam *The International Organization of Consumer Union* (IOCU) menambahkan lagi beberapa hak, seperti hak mendapatkan pendidikan Konsumen, hak mendapatkan ganti kerugian, dan hak mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat. Keempat hak dasar Konsumen tersebut adalah mendapatkan keamanan; mendapatkan informasi; memilih; dan didengar.¹⁰

⁹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

¹⁰ N.H.T. Siahaan, *Hukum Konsumen: Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, Ctk. Pertama, Panta Rei, Jakarta, 2005, hlm. 23.

Hak-hak Konsumen di atas turut dimuat pula dalam Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen. Beberapa hak Konsumen dalam pasal dimaksud adalah sebagai berikut:¹¹

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa. Konsumen berhak mendapatkan keamanan dari barang dan jasa yang ditawarkan kepadanya. Produk barang dan jasa itu tidak boleh membahayakan untuk dikonsumsi sehingga Konsumen tidak dirugikan baik secara jasmani dan rohani.
- 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. Sebelum memilih, Konsumen harus memperoleh informasi yang benar dan jelas mengenai barang/jasa yang akan dikonsumsinya. Informasi ini diperlukan agar Konsumen tidak sampai mempunyai gambaran yang keliru atas produk barang dan jasa. Informasi ini dapat disampaikan dengan berbagai cara, seperti lisan kepada Konsumen, melalui iklan diberbagai media, atau mencantumkan dalam kemasan produk (barang).
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Hak ini erat kaitannya dengan hak untuk mendapatkan informasi adalah hak untuk didengar. Ini disebabkan oleh informasi yang diberikan pihak yang berkepentingan dan berkompeten

¹¹ *Ibid.*

sering tidak cukup memuaskan Konsumen. Untuk itu Konsumen berhak mengajukan permintaan informasi yang lebih lanjut.

- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan. Untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan Konsumen secara patut. Jika permintaan yang diajukan Konsumen dirasakan tidak mendapat tanggapan yang layak dari pihak yang terkait (dalam hal ini Pelaku usaha), maka Konsumen berhak menuntut pertanggungjawaban, baik secara hukum maupun penyelesaian sengketa secara patut.
- f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan Konsumen. Upaya mendapatkan pembinaan dan pendidikan Konsumen disini tidak hanya didapatkan melalui pendidikan formal, tetapi juga dapat dipelajari melalui media massa maupun kegiatan lembaga swadana masyarakat.
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif. Konsumen sebagai pemakai barang tentu harus diberikan perlakuan atau pelayanan yang baik oleh Pelaku usaha sehingga mereka bisa merasakan kenyamanan dalam berbelanja barang.
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Jika Konsumen merasakan, kuantitas dan kualitas barang dan/jasa yang dikonsumsinya tidak sesuai

dengan nilai tukar yang diberikannya, ia berhak mendapatkan ganti kerugian yang pantas. Jenis dan jumlah ganti kerugian itu tentu saja harus sesuai dengan ketentuan yang berlaku atau atas kesepakatan masing-masing pihak.

- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Hak akan selalu disandingkan dengan kewajiban. Begitu pula Konsumen yang mempunyai kewajiban. Pasal 5 UU Perlindungan Konsumen mengatur mengenai kewajiban Konsumen. Pasal ini menjabarkan kewajiban seorang Konsumen sebagai berikut:¹²

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

2. Pengertian Jual Beli

Jual beli secara etimologis, berarti menukar harta dengan harta. Sedangkan menurut terminologi, jual beli adalah persetujuan saling mengikat antara Penjual yakni pihak yang menyerahkan atau menjual

¹² *Ibid.*

barang dan Pembeli sebagai pihak yang membayar atau membeli barang yang di jual. Jual beli adalah suatu perjanjian bertimbang balik dalam mana pihak yang satu (si Penjual) berjanji untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang sedang pihak yang lainnya (si Pembeli) berjanji untuk membayar harga yang terdiri atas sejumlah uang sebagai imbalan dari perolehan hak milik tersebut.¹³

Selain R. Subekti, terdapat pendapat dari Ahli Perdata lain. Menurut Wirjono Prodjodikoro menyatakan jual beli adalah suatu persetujuan di mana suatu pihak mengikat diri untuk wajib menyerahkan suatu barang dan pihak lain wajib membayar harga, yang dimufakati mereka berdua. Kemudian, menurut Volmar, jual beli adalah pihak yang satu Penjual (*Verkopen*) mengikatkan dirinya kepada pihak lainnya Pembeli untuk memindah tangankan suatu benda dalam *eigendom* dengan memperoleh pembayaran dari orang yang disebut terakhir, sejumlah tertentu, berwujud uang. Selanjutnya, menurut Salim H.S., perjanjian jual beli adalah suatu perjanjian yang dibuat antara pihak Penjual dan pihak Pembeli. Di dalam perjanjian itu pihak Penjual berkewajiban untuk menyerahkan objek jual beli kepada Pembeli dan berhak menerima harga dan Pembeli berkewajiban untuk membayar harga dan berhak menerima objek tersebut.¹⁴

KUHPerdata sebagai kitab perkumpulan aturan mengenai hubungan keperdataan turut mengatur terkait jual beli. Pasal 1457 KUHPerdata

¹³ R. Subekti, *Aneka Perjanjian*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, hlm. 1.

¹⁴ Salim H.S., *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*, Sinar Grafika, Jakarta, 2003, hlm. 49.

mendefinisikan jual beli sebagai suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Melalui penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa jual beli adalah suatu perjanjian yang mengikat antara pihak Penjual dan pihak Pembeli dengan mana pihak Penjual menyerahkan objek barang sedangkan pihak Pembeli membayar harga dari objek barang yang ditentukan.¹⁵

Transaksi jual beli yang diatur oleh KUHPerdara menjabarkan terkait syarat-syarat sah dalam proses jual beli. Pasal 1320 KUHPerdara memberikan penjabaran syarat-syarat sah tersebut menjadi empat syarat, yakni sebagai berikut:¹⁶

- a. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya. Syarat pertama untuk sahnya suatu perjanjian adalah adanya suatu kesepakatan atau konsensus pada para pihak. Maksud kesepakatan adalah persesuaian kehendak antara para pihak dalam perjanjian. Jadi, dalam hal ini tidak boleh adanya unsur pemaksaan kehendak dari salah satu pihak pada pihak lainnya. Sepakat juga dinamakan suatu perizinan, terjadi oleh karena kedua belah pihak sama-sama setuju mengenai hal-hal yang pokok dari suatu perjanjian yang diadakan. Dalam hal ini kedua belah pihak menghendaki sesuatu yang sama secara timbal balik. Ada lima cara terjadinya persesuaian kehendak yaitu bahasa yang sempurna serta

¹⁵ Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

¹⁶ Abdul Kadir Muhammad, *Hukum Perikatan*, Alumni, Bandung, 2000, hlm. 20.

tertulis; bahasa yang sempurna secara lisan; bahasa yang tidak sempurna asal dapat diterima pihak lawan; bahasa isyarat; dan diam atau membisu.

- b. Cakap untuk membuat suatu perjanjian. Cakap artinya adalah kemampuan untuk melakukan suatu perbuatan hukum yang dalam hal ini adalah membuat suatu perjanjian. Perbuatan hukum adalah segala perbuatan yang dapat menimbulkan akibat hukum. Orang yang cakap untuk melakukan perbuatan hukum adalah orang yang sudah dewasa. Ukuran kedewasaan adalah berumur 21 tahun sesuai dengan pasal 330 KUHPerdara. Pasal 1330 KUHPerdara menyebutkan orang yang tidak cakap dalam melakukan perjanjian adalah anak yang belum dewasa; orang yang ditaruh di bawah pengampuan; dan perempuan yang telah kawin.
- c. Suatu hal tertentu. Suatu hal tertentu disebut juga dengan objek perjanjian. Objek perjanjian harus jelas dan ditentukan oleh para pihak yang dapat berupa barang maupun jasa namun juga dapat berupa tidak berbuat sesuatu. Objek Perjanjian juga biasa disebut dengan Prestasi. Prestasi terdiri atas memberikan sesuatu; berbuat sesuatu; tidak berbuat sesuatu; dan suatu bangunan.
- d. Suatu sebab yang halal. Menurut Abdul Kadir Muhammad, yang dimaksud dengan sebab yang halal adalah bahwa isi perjanjian tersebut tidak bertentangan dengan peraturan perundangundangan, kesusilaan dan ketertiban umum. Syarat pertama dan kedua merupakan syarat subjektif karena berkaitan dengan subjek perjanjian dan syarat ketiga

dan keempat merupakan syarat objektif karena berkaitan dengan objek perjanjian.

Melalui penjabaran syarat-syarat sah jual beli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa syarat pertama dan kedua Pasal 1320 KUHPerdadadata disebut Syarat Subjektif, karena melekat pada diri orang yang menjadi subjek perjanjian. Apabila tidak syarat tersebut tidak terpenuhi maka perjanjian dapat dibatalkan, sehingga selama para pihak tidak membatalkan perjanjian maka perjanjian masih tetap berlaku dan memiliki kekuatan hukum. Syarat ketiga dan keempat Pasal 1320 KUHPerdadadata disebut Syarat Objektif, karena mengenai sesuatu yang menjadi objek perjanjian. Jika syarat ini tidak terpenuhi, maka perjanjian batal demi hukum dan dianggap sejak semula tidak pernah ada perjanjian.

Secara dasar atau umum, suatu perjanjian harus memuat beberapa unsur. Unsur-unsur perjanjian dimaksud adalah sebagai berikut:¹⁷

- a. Esensial, sebagai unsur pokok yang wajib ada dalam perjanjian, seperti identitas para pihak yang harus dicantumkan dalam suatu perjanjian, termasuk perjanjian yang dilakukan jual beli secara elektronik.
- b. Natural, sebagai unsur yang dianggap ada dalam perjanjian walaupun tidak dituangkan secara tegas dalam perjanjian, seperti itikad baik dari masing-masing pihak dalam perjanjian.

¹⁷ R. Subekti, *Loc. Cit.*

- c. Asidental, sebagai unsur tambahan yang diberikan oleh para pihak dalam perjanjian, seperti klausula tambahan yang berbunyi “barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan.

3. Pengertian *Diecast*

Diecast merupakan mainan yang mengacu pada setiap mainan atau model koleksi yang diproduksi dengan menggunakan metode die-casting, yang berarti melalui proses melelehkan logam kemudian dituang untuk dicetak sesuai dengan bentuk yang diinginkan. Mainan yang terbuat dari logam, dengan rincian plastik, karet atau kaca. Ada juga sepenuhnya plastik yang dibuat dengan proses serupa disebut dengan injection molding. Mainan yang biasa menggunakan metode die-casting biasanya adalah mainan model dengan skala misalnya mobil, motor, pesawat terbang, peralatan konstruksi ataupun kereta api. Walaupun sebenarnya apapun bisa dibuat dengan metode ini. Sementara yang lainnya merupakan replika sangat rinci seperti mesin atau bagian yang bergerak, pintu atau roda, dan komponen-komponen lainnya.¹⁸

Diecast adalah sebuah bentuk cetakan/bahan yang berasal dari besi, aluminium, magnesium, tembaga ataupun timbal. Pada dunia miniatur kendaraan bermotor, *diecast* menjadi bahan utama dikarenakan keunggulan dari bahan pembuatannya. Keunggulan antara lain adalah solid, mudah dibentuk, tahan karat dan ringan. Mainan jenis *diecast* pertama kali

¹⁸ Dio Rama Aditia, “Mobil Mainan *Diecast* Skala 1:24 dalam Fotografi *Still Life*”, *Journal of Photography, Arts, and Media*, Vol. 1 No. 1, Mei 2017, hlm. 14.

diproduksi pada awal abad 20 oleh pabrikan seperti Meccano (Dinky Toys) di Inggris dan Dowst Brothers (Tootsie Toys) di Amerika. Model pertama yang beredar dipasaran sangat sederhana, terdiri dari mobil berukuran kecil atau van tanpa dilengkapi interior. Pada masa itu bahan campuran/alloy yang tidak murni merupakan hal yang biasa sehingga menghasilkan *zinc pest* (korosi) dan akan menimbulkan retakan. Hasilnya, *diecast* yang diproduksi sebelum Perang Dunia II jarang ditemukan dalam kondisi baik. Dalam perkembangannya bahan campuran Zamac (campuran timah, aluminium, magnesium, tembaga) dapat menghindari masalah korosi.¹⁹

Pada tahun 1968, Hot Wheels dikenalkan di Amerika oleh Mattel, untuk mengatasi banyaknya keluhan yang mereka terima mengenai kurangnya jenis mainan untuk anak laki-laki yang mereka produksi sebagai penyeimbang boneka Barbie yang mereka produksi untuk anak perempuan. Hot Wheels terlihat sebagai mobil mainan yang cepat karena Hot Wheels dilengkapi dengan roda yang memiliki gesekan rendah. Hot Wheels cepat memperoleh tempat yang sangat penting dalam pasar mainan, menjadi salah satu top seller dari Produsen *diecast* besar di dunia dan menyaingi Matchbox.²⁰

Jual beli *diecast* dari masa ke masa turut mengalami perkembangan. *Diecast* yang jual bukan hanya mobil, melainkan berbagai macam lainnya. Seperti, truk, bus, peralatan pertanian, peralatan konstruksi, pesawat terbang

¹⁹ *Ibid*, hlm. 15.

²⁰ *Ibid*.

dan model militer menjadi sangat populer. Perusahaan Dinky pertama kali membuat berbagai jenis *diecast* demikian.²¹

F. Definisi Operasional

1. Konsumen menurut KBBI adalah pemakai barang hasil produksi atau penerima pesan iklan atau pemakai jasa. Sedangkan, menurut UU Perlindungan 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.
2. Perjanjian menurut KBBI adalah persetujuan tertulis atau dengan lisan yang dibuat oleh dua pihak atau lebih, masing- masing bersepakat akan mentaati apa yang tersebut dalam persetujuan itu. Sedangkan, menurut Pasal 1313 KUHPerdara, perjanjian sendiri adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Dari perumusan Pasal tersebut dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan perjanjian dalam pasal tersebut adalah perjanjian yang menimbulkan perikatan (*verbintenisscheppende overeenkomst*) atau perjanjian yang obligatoir.
3. Jual beli menurut KBBI adalah persetujuan saling mengikat antara Penjual, yakni pihak yang menyerahkan barang dan Pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual. Sedangkan, menurut KUHPerdara adalah suatu perjanjian timbal balik dalam mana pihak-pihak yang satu (si

²¹ *Ibid*, hlm. 16.

Penjual) berjanji untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang, sedang pihak yang lainnya (si Pembeli) berjanji untuk membayar harga yang terdiri atas sejumlah uang sebagai imbalan dari perolehan hak milik tersebut. Jual beli adalah menukar benda dengan dua mata uang (emas dan perak) dan semacamnya, atau tukar-menukar barang dengan uang atau semacamnya menurut cara yang khusus. Kedua, arti umum: jual beli adalah tukar menukar harta dengan harta menurut cara yang khusus, harta mencakup zat (barang) atau uang.

4. *Diecast* adalah mainan yang mengacu pada setiap mainan atau model koleksi yang diproduksi dengan menggunakan metode die-casting, yang berarti melalui proses melelehkan logam kemudian dituang untuk dicetak sesuai dengan bentuk yang diinginkan.

G. Metode Penelitian

1. Tipologi Penelitian

Penelitian ini berjenis penelitian hukum yuridis-normatif. Penelitian hukum yuridis-normatif adalah penelitian dalam ilmu hukum yang berpedoman atau mengacu kepada bahan-bahan kepustakaan.²²

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kasus (*case approach*) yaitu dengan cara melakukan penelitian terhadap kasus-kasus yang berkaitan dengan isu yang dihadapi dan kemudian metode pendekatan peraturan perundang-undangan (*statue aproach*) yaitu pendekatan yang dilakukan dengan menelaah peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan isu hukum yang penulis teliti.²³

3. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah himpunan elemen yang dapat berupa orang, organisasi atau barang yang akan diteliti.²⁴ Objek penelitian disini berupa peraturan-peraturan mengenai perlindungan terhadap konsumen, seperti UU Perlindungan Konsumen dan UU ITE. Kemudian, wawancara dengan pihak bersangkutan mengenai perjanjian jual beli *Diecast* bekas melalui Facebook *Commerce*.

²² Abdul Kadir, *Hukum dan Penelitian Hukum*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2004, hlm. 52.

²³ Bambang Sunggono, *Metodologi Penelitian Hukum*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2007, hlm. 27-28.

²⁴ *Ibid*, hlm. 34.

4. Sumber Data Penelitian

a. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari kepustakaan. Data sekunder terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier yaitu:²⁵

1) Bahan hukum primer dalam penelitian ini berupa Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

2) Bahan hukum sekunder dalam penelitian ini berupa literatur buku, jurnal hukum, penelitian akhir serta website.

3) Bahan hukum tersier dalam penelitian ini berupa Kamus Besar Bahasa Indonesia.

b. Teknik pengumpulan data sekunder adalah metode penggunaan bahan dokumen. Teknik dilakukan dengan meneliti dan memanfaatkan data yang dihasilkan oleh pihak-pihak lain.²⁶

5. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif. Analisis data kualitatif adalah metode yang digunakan untuk memproses atau mengolah

²⁵ Suteki, *Metodologi Penelitian Hukum: Filsafat, Teori, dan Praktik*, Rajagrafindo Persada, Bandung, 2018, hlm. 130.

²⁶ *Ibid.*

data bukan angka. Pandangan Penulis akan dipaparkan dengan bantuan analisis data ini.²⁷

H. Kerangka Skripsi

Penelitian dengan judul, “Pemenuhan Hak atas Informasi Konsumen dalam Perjanjian Jual Beli *Diecast* Bekas Melalui Facebook *Commerce*” mempunyai empat BAB yang saling bersinkronisasi dalam menjawab permasalahan-permasalahan di atas.

BAB I berisi latar belakang masalah singkat mengenai pemenuhan hak atas informasi konsumen dalam perjanjian jual beli *Diecast* bekas melalui Facebook *Commerce*, rumusan masalah, tujuan penelitian, orisinalitas penelitian, tinjauan pustaka, definisi operasional, dan metode penelitian.

BAB II berisi tinjauan umum yang membahas secara luas mengenai tinjauan pustaka pada BAB I. Tinjauan umum dimaksud dapat digunakan untuk menjawab pemenuhan hak atas informasi konsumen dalam perjanjian jual beli *Diecast* bekas melalui Facebook *Commerce*.

BAB III berisi jawaban-jawaban dari pemenuhan hak atas informasi konsumen dalam perjanjian jual beli *Diecast* bekas melalui Facebook *Commerce*. Jawaban disini dipadukan dengan tinjauan umum pada BAB II. Nantinya, hasil jawaban dirangkum dan disimpulkan dalam BAB IV.

BAB IV berisi kesimpulan dan saran dari jawaban-jawaban pemenuhan hak atas informasi konsumen dalam perjanjian jual beli *Diecast* bekas melalui

²⁷ I Made Pasek Diantha, *Metodologi Penelitian Hukum Normatif dalam Justifikasi Teori Hukum*, Prenada Media Group, Jakarta, 2016, hlm. 156.

Facebook *Commerce* dalam BAB III. Kesimpulan dirangkum melalui jawaban atas kedua rumusan masalah. Saran di dapat setelah penelitian selesai dikerjakan, tetapi masih terdapat kekurangan di dalamnya.

BAB II

TINJAUAN UMUM TENTANG KONSUMEN, PERJANJIAN, JUAL BELI, TANGGUNG JAWAB DAN JUAL BELI DALAM PERSPEKTIF ISLAM

A. Tinjauan Umum tentang Konsumen

Konsumen adalah istilah yang sering dipergunakan dalam percakapan sehari-hari. Istilah konsumen berasal dari Bahasa Belanda yaitu *konsument* yang berarti, “setiap orang yang menggunakan barang”. Para ahli hukum sepakat bahwa istilah konsumen adalah *Uiteindelijke Gebruiker van Goederen en Diensten* dalam Bahasa Indonesia artinya pemakai akhir dari benda dan jasa yang diserahkan kepada mereka oleh pengusaha. Maksud daripada arti demikian adalah setiap orang yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan atau diperjualbelikan lagi. Konsumen secara harfiah adalah orang yang memerlukan, membelanjakan atau menggunakan; pemakai atau pembutuh.²⁸ Istilah lain yang agak dekat dengan konsumen adalah “pembeli”. Pengertian konsumen jelas lebih luas daripada pembeli. Luasnya pengertian Konsumen digambarkan secara langsung oleh Presiden ke-35 Amerika Serikat, John F. Kennedy yaitu, “*Consumers by definition include us all*”.²⁹

Menurut ahli Perdata bernama Philip Kotler, mengatakan bahwa Konsumen adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau

²⁸ N.H.T. Siahaan, *Hukum Konsumen: Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, Ctk. Pertama, Panta Rei, Jakarta, 2005, hlm. 23.

²⁹ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, PT Grasindo, Jakarta, 2003, hlm. 2.

memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi. Kemudian, ahli Perdata lain bernama Wira Suteja, mengatakan bahwa konsumen adalah orang yang menciptakan pandangan tentang perusahaan kita, tentang baik atau buruk pelayanan kita. Terakhir, ahli Perdata pula bernama A.Z. Nasution, mengatakan bahwa konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan jasa digunakan untuk tujuan tertentu.³⁰

A.Z. Nasution menambahkan bahwa pengertian konsumen sesungguhnya dapat terbagi ke dalam tiga macam. *Pertama*, konsumen dalam arti adalah setiap pemakai, pengguna atau pemanfaat barang dan atau jasa untuk tujuan tertentu. *Kedua*, konsumen antara adalah setiap pemakai, pengguna dan/atau jasa pemanfaat barang dan/atau jasa digunakan untuk membuat barang dan/atau jasa lain atau untuk tujuan komersial. Konsumen antara ini sama dengan Pelaku usaha. *Ketiga*, konsumen akhir adalah setiap pemakai pengguna atau pemanfaat barang dan/atau jasa untuk digunakan sendiri, keluarga dan tidak untuk diperdagangkan.³¹ Pada kepustakaan ekonomi dikenal istilah konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah Konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya.³²

³⁰ A.Z. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta, 2002, hlm. 3.

³¹ *Ibid.*

³² Mariam Darius Badruzaman, *Perlindungan terhadap Konsumen Dilihat dari Sudut Perjanjian Baku (Standar)*, dalam *BPHN, Simposium Aspek-aspek Hukum Perlindungan Konsumen*, Binacipta, Bandung 1986. hlm. 57.

Menurut Pasal 1 angka 2 UU Perlindungan Konsumen, 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. Pengertian Konsumen dalam UU Perlindungan Konsumen tidak hanya konsumen secara individu, tetapi juga meliputi pemakaian barang untuk kepentingan makhluk hidup lain, seperti binatang peliharaan, tetapi tidak diperluas pada individu pihak ketiga yang dirugikan atau menjadi korban akibat penggunaan atau pemanfaatan suatu produk barang dan jasa.³³

Unsur-unsur dalam pengertian atau definisi konsumen adalah, *pertama*, setiap orang. Subjek dalam penyebutan konsumen berarti setiap orang yang memiliki status sebagai pemakai barang dan/atau jasa. Istilah “orang” dalam pasal tersebut berbeda dengan pengertian yang diberikan untuk “pelaku usaha” dalam Pasal 1 angka 3 UU Perlindungan Konsumen yang secara eksplisit membedakan kedua pengertian *persoon* di atas, dengan menyebutkan kata-kata; “orang perseorangan atau badan usaha”. Subjek yang disebut sebagai konsumen berarti setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/atau jasa. Istilah “orang” sebetulnya menimbulkan keraguan, apakah hanya orang individual yang lazim disebut *natuurlijke person* atau termasuk juga badan hukum (*rechtspersoon*). Berdasarkan pengertian UUPK tersebut yang dimaksud “orang” merupakan orang alami dan bukan badan hukum. Sebab yang dapat memakai, menggunakan dan/atau memanfaatkan barang dan/atau jasa untuk

³³ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

memenuhi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan, hanyalah orang alami atau manusia.³⁴

Kedua, pemakai. Kata pemakai menekankan bahwa Konsumen merupakan jenis konsumen akhir. Istilah pemakai dalam hal ini tepat digunakan dalam rumusan ketentuan tersebut, sekaligus menunjukkan barang dan/atau jasa yang dipakai tidak serta merta sebagai hasil dari transaksi jual beli. Hal tersebut berarti bahwa dasar hubungan hukum antara konsumen dengan pelaku usaha tidak perlu harus ada hubungan kontraktual. Misal, ilustrasi dari uraian itu dapat diberikan contoh berikut, seseorang memperoleh paket hadiah atau parcel pada hari ulang tahunnya isi paketnya makanan dan minuman kaleng yang dibeli si pengirim dari swalayan. Konsumen tidak sekedar pembeli, tetapi semua orang (perorangan atau badan usaha) yang mengonsumsi barang dan/atau jasa. Inti dalam suatu transaksi konsumen, berupa peralihan barang dan/atau jasa, termasuk peralihan kenikmatan dalam menggunakannya. Konsumen diartikan secara sempit, seperti hanya sebagai orang yang mempunyai hubungan kontraktual pribadi dengan produsen atau penjual adalah cara pendefinisian konsumen paling sederhana. Cara pandang demikian di Amerika Serikat sudah lama tertinggal. Konsumen tidak lagi diartikan sebagai pembeli dari suatu barang dan/atau jasa, tetapi bukan pemakai langsung. Walaupun tidak sebagai pembeli atau tidak memiliki hubungan kontraktual dengan pihak pelaku usaha,

³⁴ Adrian Sutedi, *Tanggung jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, Ghalia Indonesia, Bogor, 2008, hlm. 10-11.

orang tersebut sebagai konsumen dapat melakukan klaim atas kerugian yang diderita. Akan tetapi, syaratnya memang pihak dimaksud merasa rugi akibat penggunaan suatu produk dan/atau jasa tersebut.³⁵

Ketiga, barang dan/atau jasa. Berkaitan dengan istilah barang dan/atau jasa, sebagai pengganti terminologi tersebut digunakan kata produk. Saat ini “produk” sudah berkonotasi barang atau jasa. Pada perbankan, misalnya, istilah produk dipakai juga untuk menamakan jenis-jenis layanan perbankan. UU Perlindungan Konsumen mengartikan barang sebagai setiap benda, baik yang berwujud maupun tidak berwujud; baik yang bergerak maupun tidak bergerak; baik dapat di habisiskan maupun tidak dapat di habisiskan; yang dapat diperdagangkan; dipakai; dipergunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen. UU Perlindungan Konsumen sendiri tidak menjelaskan mengenai perbedaan istilah-istilah “dipakai, dipergunakan atau dimanfaatkan”. Jasa diartikan sebagai setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen. Pengertian “disediakan bagi masyarakat” menunjukkan jasa itu harus ditawarkan kepada masyarakat.³⁶

Keempat, yang tersedia dalam masyarakat. Barang dan/atau jasa yang akan diperdagangkan telah tersedia di pasaran, sehingga masyarakat tidak mengalami kesulitan untuk mengkonsumsinya. Namun, dalam perdagangan yang semakin kompleks, syarat itu menjadi tidak mutlak lagi dituntut oleh masyarakat konsumen. Misalnya, perusahaan pengembang (developer)

³⁵ Janus Sidalabok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Medan, 2014, hlm. 14.

³⁶ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafik, Jakarta, 2008, hlm. 27.

perumahan telah biasa mengadakan transaksi Konsumen tertentu seperti *futures trading*, di mana keberadaan barang yang diperjualbelikan bukan sesuatu yang diutamakan.³⁷

Kelima, bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, dan makhluk hidup lain. Pada hal ini, terlihat adanya teori kepentingan pribadi terhadap pemakaian suatu barang dan/atau jasa. Transaksi konsumen ditujukan untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, dan makhluk hidup. Kepentingan ini tidak sekedar ditujukan bagi untuk diri sendiri dan keluarga, tetapi juga barang dan/atau jasa itu diperuntukkan bagi orang lain (di luar diri sendiri dan keluarganya), bahkan untuk makhluk hidup. Misalnya, hewan dan tumbuhan.³⁸

Keenam, barang dan/atau jasa tidak untuk diperdagangkan. Pengertian Konsumen dalam UU Perlindungan Konsumen dipertegas hanya konsumen akhir yang menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya, keluarganya, atau pada umumnya untuk memenuhi kebutuhan rumah tangganya (keperluan non-komersial). Pengertian konsumen dalam Pasal 1 angka 2 UU Perlindungan Konsumen seperti yang sudah dijelaskan di atas, menyatakan bahwa pengertian konsumen dalam undang-undang tersebut adalah konsumen akhir. Dapat disimpulkan bahwa konsumen merupakan konsumen akhir, karena barang dan/atau jasa yang dipakai tersebut tidak untuk diperdagangkan lagi.³⁹

Konsumen sebagai sosok pembeli barang/jasa mempunyai hak dan kewajiban dalam dirinya. Menurut hukum, hak merupakan kepentingan hukum

³⁷ *Ibid.*

³⁸ Janus Sidalabok, *Loc. Cit.*

³⁹ N.H.T. Siahaan, *Op. Cit.*, hlm. 26.

yang dilindungi oleh hukum. Kepentingan sendiri berarti tuntutan yang diharapkan untuk dipenuhi. Hak adalah suatu tuntutan yang pemenuhannya dilindungi oleh hukum. Pada dasarnya, hak bersumber dari tiga hal. *Pertama*, hak manusia dikarenakan kodratnya. Hak diperoleh sejak lahir, Seperti, hak untuk hidup dan hak untuk bernafas. Hak ini tidak boleh diganggu gugat oleh negara, dan bahkan negara wajib menjamin pemenuhannya. Hak inilah yang disebut hak asasi.⁴⁰

Kedua, hak yang lahir dari hukum. Pengertiannya adalah hak-hak yang diberikan oleh hukum negara kepada manusia dalam kedudukannya sebagai warga negara/warga masyarakat. *Ketiga*, hak yang lahir dari hubungan hukum antara seseorang dan orang lain melalui sebuah kontrak/perjanjian. Definisi demikian adalah hak yang didasarkan pada perjanjian/kontrak antara orang yang satu dengan yang lain. Contohnya peristiwa jual beli. Hak pembeli adalah menerima barang, sedangkan hak penjual adalah menerima uang.⁴¹

Menurut Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen, dijabarkan bahwa hak-hak daripada seorang konsumen adalah hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/ atau jasa; hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/ atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ atau jasa; hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/ atau jasa yang digunakan; hak untuk

⁴⁰ Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum: Suatu Pengantar*, Liberty, Yogyakarta, 2005, hlm. 40.

⁴¹ *Ibid.*

memperoleh advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut; hak untuk memperoleh pembinaan dan pendidikan konsumen; hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; hak untuk memperoleh kompensasi, ganti rugi dan/ atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; dan hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.⁴²

Selanjutnya, kewajiban konsumen yang diatur dalam Pasal 5 UU Perlindungan Konsumen ada empat. *Pertama*, membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan. Adapun pentingnya kewajiban ini karena sering pelaku usaha menyampaikan peringatan secara jelas pada label suatu produk, namun konsumen tidak membaca peringatan yang telah disampaikan kepadanya. *Kedua*, beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Hal ini tentu saja disebabkan karena bagi konsumen, kemungkinan untuk dapat merugikan produsen mulai pada saat melakukan transaksi dengan mereka. Berbeda dengan pelaku usaha kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang dirancang/diproduksi oleh produsen (pelaku usaha). *Ketiga*, membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati. Kewajiban konsumen membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati dengan pelaku usaha, adalah hal yang sudah biasa dan sudah semestinya demikian. *Keempat*, mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa

⁴² Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

perlindungan konsumen secara patut. Adanya kewajiban seperti ini diatur dalam UU Perlindungan Konsumen dianggap tepat, sebab kewajiban ini adalah untuk mengimbangi hak konsumen untuk mendapatkan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.⁴³

Pelaku usaha diartikan sebagai pengusaha yang menghasilkan barang dan/atau jasa. Pada pengertian ini, termasuk di dalamnya pembuat, grosir, dan pengecer. Produsen tidak hanya diartikan sebagai pelaku usaha pembuat/pabrik yang menghasilkan produk saja, tetapi juga mereka yang terkait dengan penyampaian/peredaran produk hingga sampai ke tangan konsumen. Konteks perlindungan konsumen, produsen-pelaku usaha diartikan secara luas. Sebagai contoh, dalam hubungannya dengan produk makanan hasil industri (pangan olahan), maka produsennya adalah mereka yang terkait dalam proses pengadaan makanan hasil industri (pangan olahan) itu hingga sampai ke tangan konsumen. Mereka itu adalah pabrik (pembuat), distributor, eksportir, importer, dan pengecer.⁴⁴

UU Perlindungan Konsumen memberikan definisi pelaku usaha dalam Pasal 1. Definisi tersebut berupa pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama

⁴³ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁴⁴ Janus Sidalabok, *Op.Cit.*, hlm. 13.

melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.⁴⁵

Pelaku usaha dalam melakukan kegiatan jual beli mempunyai kewajiban yang diatur menurut Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen. Beberapa kewajiban pelaku usaha adalah sebagai berikut:⁴⁶

1. Beritikad baik. Kewajiban beritikad baik berarti produsen-pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya wajib melakukannya dengan itikad baik, yaitu secara berhati-hati, mematuhi dengan aturan-aturan, serta dengan penuh tanggung jawab.
2. Memberi informasi. Kewajiban memberi informasi berarti produsen-pelaku usaha wajib memberi informasi kepada masyarakat konsumen atas produk dan segala hal sesuai mengenai produk yang dibutuhkan konsumen. Informasi itu adalah informasi yang benar, jelas, dan jujur.
3. Melayani dengan cara yang sama. Kewajiban melayani berarti produsen-pelaku usaha wajib memberi pelayanan kepada konsumen secara benar dan jujur serta tidak membedakan cara ataupun kualitas pelayanan secara diskriminatif.
4. Memberikan kesempatan mencoba. Kewajiban memberi kesempatan berarti produsen-pelaku usaha wajib memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji atau mencoba produk tertentu sebelum konsumen memutuskan

⁴⁵ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁴⁶ Ahmadi Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Grafindo Persada, Jakarta, 2015, hlm. 25-26.

membeli atau tidak membeli, dengan maksud agar konsumen memperoleh keyakinan akan kesesuaian produk dengan kebutuhannya.

5. Memberikan kompensasi. Kewajiban memberi kompensasi berarti produsen-pelaku usaha wajib memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian kerugian akibat tidak atau kurang bergunanya produk untuk memenuhi kebutuhan sesuai dengan fungsinya dan karena tidak sesuainya produk yang diterima dengan yang diperjanjikan.

Kewajiban-kewajiban yang sudah dijabarkan di atas, harus dipatuhi oleh pelaku usaha. Hal demikian demi kenyamanan konsumen dalam bertransaksi dengan pelaku usaha. Selain itu, pelaku usaha juga memiliki larangan sebagaimana dalam Pasal 8 UU Perlindungan Konsumen yaitu berupa:⁴⁷

- a. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi standar dipersyaratkan; tidak sesuai dengan netto; tidak sesuai dengan timbangan; tidak sesuai dengan kondisi; tidak sesuai dengan mutu; tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label; tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa; tidak mengikuti ketentuan berproduksi; tidak memasang label; dan tidak mencantumkan informasi penggunaan barang.
- b. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak atau bekas tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.

⁴⁷ *Ibid.*

- c. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberi informasi secara lengkap dan benar.
- d. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Bentuk-bentuk tanggung jawab pelaku usaha dalam UU Perlindungan Konsumen antara lain:⁴⁸

- a. *Product liability*. *Product liability* adalah tanggung jawab perdata terhadap produk secara langsung dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat menggunakan produk yang dihasilkan. Pertanggungjawaban produk tersebut didasarkan pada Perbuatan Melawan Hukum (*tortius liability*). Unsur-unsur dalam *tortius liability* antara lain adalah unsur perbuatan melawan hukum, kesalahan, kerugian, dan hubungan kasualitas antara perbuatan melawan hukum dengan kerugian yang timbul. *Product liability* akan digunakan oleh konsumen untuk memperoleh ganti rugi secara langsung dari produsen sekalipun konsumen tidak memiliki kontraktual dengan pelaku usaha tersebut. Ketentuan ini terdapat dalam Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi

⁴⁸ Sylvia Diansari dkk, "Pertanggungjawaban Hukum Pelaku Usaha dalam Hukum Perlindungan Konsumen", *Makalah*, Universitas Pelita Harapan, 2020, hlm. 5.

atas kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang yang dihasilkan atau diperdagangkan.

- b. *Criminal liability*. *Criminal liability* merupakan pertanggungjawaban pidana dari pelaku usaha sebagai hubungan antara pelaku usaha dengan negara. Dalam hal pembuktian, yang dipakai adalah pembuktian terbalik seperti yang diatur dalam Pasal 22 UU Perlindungan Konsumen, yang menyatakan bahwa pembuktian terhadap ada atau tidaknya unsur kesalahan dalam kasus pidana, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 UU Perlindungan Konsumen, yaitu kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian yang dialami konsumen merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha, tanpa menutup kemungkinan dalam melakukan pembuktian. Jadi, kedudukan tanggung jawab perlu diperhatikan, karena mempersoalkan kepentingan konsumen harus disertai pula analisis mengenai siapa yang semestinya dibebani tanggung jawab dan sampai batas mana pertanggungjawaban itu dibebankan kepadanya.

B. Tinjauan Umum tentang Perjanjian

Perjanjian adalah suatu peristiwa di mana seorang berjanji kepada seorang lain atau di mana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal. Melalui peristiwa tersebut, timbul suatu hubungan antara dua orang tersebut yang dinamakan perikatan. Maka, perikatan adalah hubungan hukum dalam lapangan hukum kekayaan yang menimbulkan hak di satu pihak dan kewajiban di lain pihak. Menurut Pasal 1233 ayat (1) KUHP, tiap-tiap perikatan dilahirkan, baik karena suatu perjanjian maupun karena undang-undang.

Perjanjian merupakan salah satu sumber lahirnya perikatan, dengan membuat perjanjian maka salah satu atau lebih pihak dalam perjanjian tersebut mengikatkan dirinya untuk memenuhi kewajiban sebagaimana yang dijanjikan.⁴⁹

Menurut Wirjono Prodjodikoro, suatu perjanjian diartikan sebagai suatu perbuatan hukum mengenai harta benda kekayaan antara dua pihak, dalam mana satu pihak berjanji atau dianggap berjanji untuk melakukan suatu hal atau untuk tidak melakukan suatu hal, sedangkan pihak lain berhak menuntut pelaksanaan janji itu. Kemudian, menurut Subekti, perjanjian itu adalah suatu peristiwa di mana seorang berjanji kepada seorang lain atau di mana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal. Kata “perjanjian” secara umum dapat mempunyai arti yang luas dan sempit. Secara arti luas suatu perjanjian berarti setiap perjanjian yang menimbulkan akibat hukum sebagai yang dikehendaki (atau dianggap dikehendaki) oleh para pihak, termasuk di dalamnya perkawinan, perjanjian kawin dan lain-lain. Secara arti sempit, “perjanjian” di sini hanya ditujukan kepada hubungan-hubungan hukum dalam lapangan hukum kekayaan saja, seperti yang dimaksudkan oleh KUHPer.⁵⁰

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

⁴⁹ Satrio J, *Hukum Perikatan tentang Hapusnya Perikatan*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, hlm. 2.

⁵⁰ *Ibid.*

Pasal 1457 KUHPer, jual beli adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Kemudian, menurut Pasal 1458 KUHPer, jual beli sudah dianggap terjadi antara kedua belah pihak seketika setelah mereka mencapai sepakat tentang barang dan harga, meskipun barang itu belum diserahkan maupun harganya belum dibayar, sehingga dengan lahirnya “kata sepakat” maka lahirlah perjanjian itu dan sekalian pada saat itu menyebabkan timbulnya hak dan kewajiban. Karena itu, perjanjian jual beli dikatakan juga sebagai perjanjian konsensuil dan sering juga disebut “perjanjian obligatur”.⁵¹

Perjanjian jual beli adalah suatu perjanjian antara pihak penjual dan pihak pembeli, di mana pihak penjual mengikatkan diri untuk menyerahkan hak miliknya atas sesuatu barang kepada pembeli, dan pembeli mengikatkan diri untuk membayar harga barang itu dengan uang, sesuai dengan yang telah disepakati dalam perjanjian mereka. Objek dari suatu perjanjian jual beli adalah hak milik suatu barang, dengan kata lain tujuan pembeli adalah pemilikan suatu barang.⁵²

Beberapa asas utama dari hukum perjanjian menurut KUHPer yaitu adalah sebagai berikut:⁵³

⁵¹ A. Qirom Syamsudin Meliala, *Pokok-pokok Hukum Perjanjian Beserta Perkembangannya*, Liberty, Yogyakarta, 2010, hlm. 23.

⁵² Djohari Santoso, *Hukum Perjanjian Indonesia*, Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2000, hlm. 32.

⁵³ Munir Fuady, *Hukum Kontrak: Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2007, hlm. 50.

1. Asas konsensualisme pada prinsipnya merujuk pada adanya kesepakatan para pihak mengenai hal-hal pokok sehingga pada detik itulah perjanjian itu lahir.
2. Asas kebebasan berkontrak adalah asas yang mengajarkan bahwa para pihak dalam suatu kontrak pada prinsipnya bebas untuk membuat atau tidak membuat kontrak, demikian juga kebebasan untuk mengatur isi kontrak tersebut, sepanjang tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku yang bersifat memaksa.
3. Asas obligatoir adalah asas yang mengajarkan bahwa jika suatu kontrak telah dibuat, maka para pihak telah terikat, tetapi keterikatannya itu hanya sebatas timbulnya hak dan kewajiban semata-mata, dan haknya belum beralih sebelum penyerahan.
4. Asas *Pacta sunt servanda* merupakan bahwa jika suatu kontrak sudah dibuat secara sah oleh para pihak, maka kontrak tersebut sudah mengikat para pihak. Bahkan mengikatnya kontrak yang dibuat oleh para pihak tersebut memiliki kekuatan mengikat yang sama dengan undang-undang yang dibuat oleh pemerintah.

Unsur-unsur pokok (*essentialia*) perjanjian jual beli adalah barang dan harga, sesuai dengan asas “konsensualisme” yang menjiwai hukum perjanjian KUHPer bahwa perjanjian jual beli itu sudah dilahirkan pada detik tercapainya “sepakat” mengenai barang dan harga yang kemudian lahirlah perjanjian jual beli yang sah. Sifat konsensual dari jual beli tersebut dapat dilihat dari Pasal 1458 KUHPer, yang isinya jual beli sudah dianggap terjadi antara kedua belah

pihak seketika setelah mereka mencapai sepakat tentang barang dan harga, meskipun barang itu belum diserahkan maupun harganya belum dibayar. Menurut Abdulkadir Muhammad, Beliau merincikan unsur-unsur dalam perjanjian jual beli ke dalam empat unsur sebagai berikut:⁵⁴

1. Subjek jual beli adalah pihak-pihak dalam perjanjian. Sekurang-kurangnya ada dua pihak, yaitu penjual yang menyerahkan hak milik atas benda dan pembeli yang membayar harga dari benda tersebut. Subjek dari perjanjian jual beli adalah penjual dan pembeli, yang masing-masing pihak mempunyai hak dan kewajiban. Subjek yang berupa orang atau manusia ini telah diatur oleh undang-undang yaitu harus memenuhi syarat umum untuk dapat melakukan suatu perbuatan hukum antara lain, ia harus dewasa, sehat pikirannya, dan tidak dilarang atau dibatasi di dalam melakukan suatu perbuatan hukum yang sah oleh undang-undang.
2. Status pihak-pihak berupa penjual atau pembeli dapat berstatus pengusaha atau bukan pengusaha. Pengusaha adalah penjual atau pembeli yang menjalankan perusahaan, sedangkan penjual atau pembeli yang bukan pengusaha adalah pemilik atau konsumen biasa. Penjual atau pembeli dapat juga berstatus kepentingan diri sendiri, atau kepentingan pihak lain atau kepentingan badan hukum.
3. Peristiwa jual beli adalah saling mengikatkan diri berupa penyerahan hak milik dan pembayaran harga. Peristiwa jual beli di dasari oleh persetujuan

⁵⁴ *Ibid.*

dan kesepakatan antara penjual dan pembeli. Apa yang dikehendaki oleh penjual, itulah yang dikehendaki pembeli.

4. Objek jual beli adalah barang dan harga. Barang adalah harta kekayaan yang berupa benda material dan benda immaterial, baik bergerak maupun tidak bergerak. Sedangkan harga ialah sejumlah uang yang senilai dengan benda. Objek persetujuan jual beli adalah barang yang diperjualbelikan tersebut. Karena barang adalah esensial pada perjanjian jual beli, maka tentunya tidak ada perjanjian jual beli, maka tentunya tidak ada perjanjian jual beli apabila tidak ada barang yang diperjualbelikan.

Menurut Pasal 1457 KUHP, hak penjual adalah menuntut harga pembayaran atas barang-barang yang diserahkan kepada pembeli, sedangkan kewajiban penjual adalah menyerahkan barang ke dalam kekuasaan dan kepunyaan si pembeli dan menanggung terhadap barang yang dijual itu. Mengenai “menanggung”, lebih lanjut diatur dalam Pasal 1491 KUHP, yang mengatakan bahwa kewajiban dari penjual adalah menjamin bahwa penguasaan benda yang dijual oleh si pembeli berlangsung secara aman dan menjamin terhadap adanya cacat tersembunyi. Sedangkan, hak pembeli adalah menuntut penyerahan barang yang telah dibelinya dari si penjual, sedangkan kewajibannya adalah membayar harga pembelian pada waktu dan tempat sebagaimana yang ditetapkan di dalam perjanjian mereka. Menurut Pasal 1514 KUHP, jika pada waktu membuat persetujuan tidak ditetapkan tentang itu,

pihak pembeli harus membayar di tempat dan pada waktu di mana penyerahan harus dilakukan.⁵⁵

Berakhirnya jual beli secara normal adalah setelah penjual dan pembeli memenuhi kewajiban masing-masing sesuai dengan kesepakatan mereka. Tetapi, secara tidak normal ada beberapa hal yang dapat mengakibatkan perjanjian jual beli berakhir atau putus. Hal-hal tersebut adalah segala hak dan kewajiban dari masing-masing pihak terpenuhi sesuai dengan perjanjian; kedua belah pihak sepakat untuk memutuskan perjanjian setelah adanya pengiriman atau penerimaan barang di tempat pembeli; dan pemutusan perjanjian secara sepihak. Pada perjanjian jual beli, umumnya jual beli barang sudah diserahkan dan diterima oleh si pembeli, di mana pembeli melakukan pembayaran sesuai dengan perjanjian dan penjual harus mengirimkan barang sampai di rumah dengan keadaan yang baik seperti pada sedia kala saat di toko.⁵⁶

C. Tinjauan Umum tentang Jual Beli

Pada KUHPer Buku III tentang perjanjian, terdapat peraturan mengenai perjanjian jual beli, peraturan ini diatur dalam Pasal 1457 hingga 1540 KUHPerdata. Pasal 1457 memberikan definisi mengenai jual beli ini yang mana dikatakan bahwa jual beli adalah suatu perjanjian dengan mana pihak satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak lain untuk membayar harga yang telah di perjanjikan. Istilah ‘menyerahkan suatu kebendaan’ yang dimaksud dalam Pasal 1457 KUHPer diatas dapat diartikan

⁵⁵ *Ibid.*

⁵⁶ Wirjono Prodjodikoro, *Azas-azas Hukum Perjanjian*, Mandar Maju, Bandung, 2000, hlm. 34.

bahwa adanya suatu penyerahan (pemindahan) hak milik atas benda tersebut yang menjadi objek dalam suatu jual beli. Dan, menurut Subekti penyerahan yang dimaksud harusnya menyerahkan secara hukum atau *levering*. Maksud membayar harga adalah menyerahkan alat tukar nilai barang yang saat ini digunakan ialah dalam bentuk uang. Menurut KBBI, jual beli diartikan sebagai persetujuan saling mengikat antara penjual yakni pihak yang menyerahkan barang dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga yang dijual.⁵⁷

Proses terjadinya jual beli menurut Pasal 1458 KUHPer di antaranya adalah sebagai berikut:⁵⁸

1. Apabila kedua belah pihak sepakat mengenai harga dan barang, walaupun barang belum diserahkan dan harganya belum dibayar, maka perjanjian jual beli ini telah terjadi.
2. Jual beli yang memakai masa percobaan dianggap terjadi untuk sementara. Sejak disetujuinya perjanjian jual beli secara demikian, penjual akan terikat, sedangkan pembeli baru terikat apabila jangka waktu percobaan tersebut telah lewat dan telah dinyatakan setuju.
3. Sejak diterimanya uang muka dalam pembelian dengan pembayaran uang muka. Kedua belah pihak tidak dapat membatalkan perjanjian tersebut, meskipun pembeli membiarkan uang muka menjadi milik penjual atau penjual memberikan kembali uang muka itu kepada pembeli.

⁵⁷ C.S.T. Kansil, *Modul Hukum Perdata*, Pradnya Paramita, Jakarta, 2004, hlm. 236.

⁵⁸ Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Pada setiap perjanjian jual beli akan menimbulkan suatu kewajiban ataupun hak bagi masing-masing pihak yang terlibat dalam perjanjian tersebut. Adapun hak dan kewajiban yang dimaksud adalah sebagai berikut:⁵⁹

1. Hak yang diberikan kepada penjual untuk mendesak pembeli membayar harga, tetapi penjual berkewajiban menyerahkan barangnya kepada pembeli.
2. Hak yang diberikan kepada pembeli untuk mendesak kepada penjual menyerahkan barangnya yang telah dibeli, tetapi pembeli berkewajiban membayar harga atas pembelian tersebut.

Diecast merupakan mainan yang mengacu pada setiap mainan atau model koleksi yang diproduksi dengan menggunakan metode die-casting, yang berarti melalui proses melelehkan logam kemudian dituang untuk dicetak sesuai dengan bentuk yang diinginkan. Mainan yang terbuat dari logam, dengan rincian plastik, karet atau kaca. Ada juga sepenuhnya plastik yang dibuat dengan proses serupa disebut dengan injection molding. Mainan yang biasa menggunakan metode die-casting biasanya adalah mainan model dengan skala misalnya mobil, motor, pesawat terbang, peralatan konstruksi ataupun kereta api. Walaupun sebenarnya apapun bisa dibuat dengan metode ini. Sementara yang lainnya merupakan replika sangat rinci seperti mesin atau bagian yang bergerak, pintu atau roda, dan komponen-komponen lainnya.⁶⁰

⁵⁹ Nindyo Pramono, *Hukum Komersil*, Pusat Penerbitan UT, Jakarta, 2003, hlm. 222.

⁶⁰ Dio Rama Aditia, "Mobil Mainan *Diecast* Skala 1:24 dalam Fotografi *Still Life*", *Journal of Photography, Arts, and Media*, Vol. 1 No. 1, Mei 2017, hlm. 14.

Diecast adalah sebuah bentuk cetakan/bahan yang berasal dari besi, alumunium, magnesium, tembaga ataupun timbal. Pada dunia miniatur kendaraan bermotor, *Diecast* menjadi bahan utama dikarenakan keunggulan dari bahan pembuatannya. Keunggulan antara lain adalah solid, mudah dibentuk, tahan karat dan ringan. Mainan jenis *Diecast* pertama kali diproduksi pada awal abad 20 oleh pabrikan seperti Meccano (Dinky Toys) di Inggris dan Dowst Brothers (Tootsie Toys) di Amerika. Model pertama yang beredar dipasaran sangat sederhana, terdiri dari mobil berukuran kecil atau van tanpa dilengkapi interior. Pada masa itu bahan campuran/alloy yang tidak murni merupakan hal yang biasa sehingga menghasilkan *zinc pest* (korosi) dan akan menimbulkan retakan. Hasilnya, *Diecast* yang diproduksi sebelum Perang Dunia II jarang ditemukan dalam kondisi baik. Dalam perkembangannya bahan campuran Zamac (campuran timah, alumunium, magnesium, tembaga) dapat menghindari masalah korosi.⁶¹

Pada tahun 1968, Hot Wheels dikenalkan di Amerika oleh Mattel, untuk mengatasi banyaknya keluhan yang mereka terima mengenai kurangnya jenis mainan untuk anak laki-laki yang mereka produksi sebagai penyeimbang boneka Barbie yang mereka produksi untuk anak perempuan. Hot Wheels terlihat sebagai mobil mainan yang cepat karena Hot Wheels dilengkapi dengan roda yang memiliki gesekan rendah. Hot Wheels cepat memperoleh tempat

⁶¹ *Ibid*, hlm. 15.

yang sangat penting dalam pasar mainan, menjadi salah satu top seller dari Produsen *Diecast* besar di dunia dan menyaingin Matchbox.⁶²

Jual beli *diecast* adalah proses perjanjian dengan mana pihak satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan *diecast* dan pihak lain untuk membayar harga yang telah di perjanjikan. Jual beli *Diecast* dari masa ke masa turut mengalami perkembangan. *Diecast* yang jual bukan hanya mobil, melainkan berbagai macam lainnya. Seperti, truk, bus, peralatan pertanian, peralatan konstruksi, pesawat terbang dan model militer menjadi sangat populer. Perusahaan Dinky pertama kali membuat berbagai jenis *Diecast* demikian.⁶³

D. Tinjauan Umum tentang Tanggung Jawab

Teori Tanggung Jawab Menurut Hans Kelsen dalam teorinya tentang tanggung jawab hukum menyatakan bahwa: “seseorang bertanggung jawab secara hukum atas suatu perbuatan tertentu atau bahwa dia memikul tanggung jawab hukum, subyek berarti bahwa dia bertanggung jawab atas suatu sanksi dalam hal perbuatan yang bertentangan.⁶⁴ Dalam leksikon hukum, tanggung jawab dapat disebut sebagai tanggung jawab dan kewajiban, istilah kewajiban mengacu pada tanggung jawab hukum, yaitu karena kesalahan subjek hukum istilah tanggung jawab mengacu pada tanggung jawab politik.⁶⁵ Teori tanggung

⁶² *Ibid.*

⁶³ *Ibid*, hlm. 16.

⁶⁴ Hans Kelsen (a) , 2007, sebagaimana diterjemahkan oleh Somardi, *General Theory Of law and State , Teori Umum Hukum dan Negara, Dasar-Dasar Ilmu Hukum Normatif Sebagai Ilmu Hukum Deskriptif Empirik*, BEE Media Indonesia, Jakarta, hlm. 81.

⁶⁵ Leyla Maulinasari, “*General Review of Legal Relations and Responsibility Carriers in Sea Transportation*”, *International Law Discourse in Southeast Asia*, Vol. 1 No. 1, Januari-Juni 2022, hlm. 85.

jawab sebaliknya, akuntabilitas menekankan pentingnya tanggung jawab yang bersumber dari peraturan legislasi sehingga teori tanggung jawab ditafsirkan secara bermakna tanggung jawab, sebagai konsep yang berkaitan dengan kewajiban hukum seseorang yang bertanggung jawab secara hukum atas segala tindakan yang mungkin dilakukan terhadap dirinya sanksi terkait perbuatan melawan hukum.⁶⁶

Tanggung jawab dalam penyelenggaraan negara dan pemerintahan, berkaitan dengan suatu kedudukan yang juga berkaitan dengan wewenang, dari sudut pandang hukum publik justru wewenang inilah yang menetapkan tanggung jawab menurut asas-asas umum; “*geenbevegedheid zonder veranbegdeid*; tidak ada wewenang tanpa tanggung jawab; (tidak ada kekuasaan tanpa tanggung jawab).⁶⁷ Teori pertanggungjawaban dibagi menjadi beberapa teori seperti pertanggungjawaban atas perbuatan melawan hukum yang disengaja, tergugat harus telah melakukan perbuatan yang merugikan penggugat atau mengetahui bahwa akan timbul kerugian dari perbuatan tergugat. Kemudian, tanggung jawab mutlak atas kegiatan melawan hukum tanpa mempersoalkan kesalahan berdasarkan perbuatannya, baik disengaja maupun tidak disengaja.⁶⁸

⁶⁶ Arumega Zarefar, “*Corporate Social Responsibility: Theory, Practice and Its Impact on the Company*”, *Caltex*, Vol. 14 No. 1, Mei 2021, hlm. 110.

⁶⁷ Abigail McWilliams, “*Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective*”, *Management Review*, Vol. 26 No. 1, Januari 2001, hlm. 116.

⁶⁸ M. Idris Kabiru, “*Social Responsibility Theory of the Press: A Critique of Its Application and Constraints*”, *Ijiro*, Vol. 8 No. 12, Desember 2019, hlm. 77.

E. Jual Beli dalam Perspektif Islam

Menurut hukum Islam, jual beli termasuk ke dalam lapangan hukum perjanjian/perikatan, atau *aqd* dalam bahasa Arab. Jual beli adalah kegiatan tukar menukar antara barang dengan uang, antara benda dengan benda lain dengan jalan saling merelakan atau memindahkan hak milik dengan ada penggantinya dengan cara yang diperbolehkan. Secara linguistik, jual beli berarti pertukaran sesuatu dengan sesuatu. Kata *al-bai'* (jual) dan *al-syirâ* (beli) dipergunakan biasanya dalam pengertian yang sama, tetapi mempunyai makna yang bertolak belakang. Secara istilah, menurut madzhab Hanafiyah, jual beli adalah pertukaran harta dengan harta dengan menggunakan cara tertentu. Pertukaran harta dengan harta di sini, diartikan dengan harta yang memiliki manfaat serta terdapat kecenderungan manusia untuk menggunakannya. Cara tertentu yang dimaksud adalah *shîghat* atau ungkapan ijab dan qabul.⁶⁹

Jual beli secara etimologi adalah proses tukar menukar barang dengan barang. Kata *bai'* yang berarti jual beli adalah termasuk dalam kata yang mempunyai makna ganda yang berseberangan (*bai'* dan *syirâ*), yang berarti bahwa makna *bai'* juga memiliki makna *syirâ*, maka baik kata *bai'* maupun kata *syirâ* sama artinya. Maka, dapat diambil kesimpulan bahwa jual beli secara etimologi adalah pertukaran. Sedangkan, secara terminologi adanya proses tukar menukar barang yang bernilai dengan semacamnya, dengan cara yang sah

⁶⁹ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2010, hlm. 68.

dan khusus, yaitu dengan ijab qabul dan dengan kesepakatan serta adanya saling ridha oleh para pihak, baik dari penjual maupun dari pembeli.⁷⁰

Pada hakikatnya, Islam tidak melarang segala bentuk jual beli apapun selama tidak merugikan salah satu pihak dan selama tidak melanggar aturan-aturan yang telah ditetapkan dan diserukan agar tetap memelihara ukhwah Islamiyah. Jual beli sebagai sarana tolong-menolong antara sesama umat manusia juga mempunyai landasan yang sangat kuat. Berikut jual beli dalam Al-Quran dan Hadits.

1. Al-Quran

Firman Allah SWT dalam QS. al-Baqarah: 275 sebagai berikut:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah.

⁷⁰ Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, al-Ma'arif, Bandung, 2006, hlm. 44.

Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”.

Selanjutnya, firman Allah SWT dalam QS. an-Nisa: 29 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.

2. Hadits

Hadits adalah segala sesuatu yang bersumber dari Nabi Muhammad SAW dalam bentuk ucapan, perbuatan, dan penetapan yang baik menurut hukum syar’i. Dasar hukum jual beli dalam hadits berbunyi, “diterima dari Abdullah bin Umar ra., berkata, seorang laki-laki bercerita kepada Rasulullah SAW. Bahwa dia ditipu orang dalam hal jual beli. Maka, beliau bersabda, apabila engkau berjual beli, maka katakanlah, tidak boleh ada tipuan. (HR. Bukhari)”. Kemudian, terdapat pula hadits selanjutnya yang berbunyi, “diterima dari Ibnu Umar ra. Mengatakan, pada masa Rasulullah SAW, saya melihat orang-orang yang meperjual belikan makanan dengan kira-kira tanpa ditimbang atau digantang, mereka dipukul, karena menjualnya hingga mereka pindahkan ke tempat mereka. (HR. Bukhari)”. Hadits terakhir mengenai jual beli berbunyi, “dari Ibnu Abbas ra.

Mengatakan, sesungguhnya Rasulullah SAW, melarang orang menjual makanan hingga disempurnakannya, (jual beli itu). Orang bertanya kepada Abbas, kenapa demikian? jawabnya, dirham dengan dirham dan makanan di belakang (HR. Bukhari)”.⁷¹

Jual beli sendiri memiliki rukun dan syarat di mana rukun dan syarat tersebut harus terpenuhi, dalam akad sehingga jual beli tersebut dapat dinyatakan sah oleh syara’. Dalam menentukan rukun jual beli itu sendiri juga terdapat perbedaan pendapat antar ulama. Menurut pendapat ulama Hanafiyah rukun jual beli hanyalah ada satu, yakni ijab adalah ungkapan membeli dari pembeli dan qabul adalah ungkapan menjual dari si penjual. Melalui penjelasan tersebut bahwasanya yang menjadikan rukun dalam suatu jual beli yaitu hanyalah kerelaan atau ridha taradhi dari kedua belah pihak untuk melakukan transaksi jual beli.⁷²

Rukun dalam jual beli terdiri dari tiga macam. Berikut penjabaran masing-masing rukun jual beli:⁷³

1. Adanya pihak penjual dan pihak pembeli. Penjual merupakan pihak yang memiliki barang untuk diperjualkan kepada pihak pembeli sedangkan pembeli merupakan pihak yang memiliki alat tukar atau uang yang dipergunakan untuk menilai barang yang akan dibeli.

⁷¹ Imam Bukhari, *Hadits Shahih Bukhary*, Gitamedia Press, Surabaya, 2009, hlm. 440.

⁷² Abdul Ghofar Anshori, *Pokok-pokok Hukum Perjanjian Islam di Indonesia*, Citra Media, Yogyakarta, 2006, hlm. 34.

⁷³ *Ibid.*

2. Adanya harga untuk nilai tukar dan benda atau objek transaksi. Uang digunakan sebagai alat tukar dengan benda yang akan dibeli dengan harga tertentu sesuai kesepakatan kedua belah pihak.
3. Adanya ijab qabul. Jika kedua belah pihak telah bersepakat melakukan transaksi jual beli dengan harga tertentu yang telah disebutkan maka terjadilah pelafalan ijab qabul sebagai rukun sahnya jual beli.

Syarat sah jual beli dalam Islam dibagi menjadi dua, yakni subjek dan objek. Mengenai subjek, kedua belah pihak yang melakukan jual beli diharuskan.⁷⁴

- a. Berakal.
- b. Kehendak sendiri.
- c. Tidak mubazir.
- d. Baligh.

Mengenai objek, benda yang dijadikan atau diperjual belikan harus memenuhi syarat sebagai berikut:⁷⁵

- a. Barang bersih. Barang yang di perjualbelikan bukanlah benda yang dikualifikasikan sebagai benda najis atau di golongankan sebagai benda yang di haramkan.
- b. Barang bermanfaat atau bisa dimanfaatkan. Bahwa kemanfaatan barang tersebut sesuai dengan ketentuan hukum agama, maksudnya pemanfaatan

⁷⁴ Chairuman Pasabiru, *Hukum Perjanjian dalam Islam*, Sinar Grafika, Jakarta, 2004, hlm. 37-38.

⁷⁵ *Ibid*, hlm. 39-40.

barang tersebut tidak bertentangan dengan syariat agama islam atau norma-norma yang ada.

- c. Barang milik orang yang melakukan akad. Bahwa orang yang melakukan perjanjian jual beli atas sesuatu barang adalah pemilik sah barang tersebut dan atau telah mendapat izin dari pemilik sah barang tersebut.
- d. Barang mampu untuk diserahkan. Bahwa pihak penjual (baik sebagai pemilik maupun sebagai kuasa) dapat menyerahkan barang yang di jadikan sebagai objek jual beli sesuai dengan bentuk dan jumlah yang telah diperjanjikan pada waktu penyerahan barang kepada pihak pembeli.
- e. Mengetahui. Apabila dalam suatu jual beli keadaan barang dan jumlah harganya tidak di ketahui, maka perjanjian jual beli itu tidak sah. Sebab bisa perjanjian tersebut mengandung unsur penipuan.
- f. Barang yang diakadkan ada di tangan. Menyangkut perjanjian jual beli atas sesuatu barang yang belum di tangan (tidak berada dalam penguasaan penjual) adalah dilarang, sebab bisa jadi barang sudah rusak atau tidak dapat diserahkan sebagaimana telah diperjanjikan.

Di samping syarat yang telah dijelaskan di atas, para ulama fiqih juga ada yang mengemukakan syarat lain berkaitan dengan pembedaan antara jual beli benda bergerak dan benda tidak bergerak. Apabila barang yang diperjualbelikan itu benda bergerak, maka benda itu langsung dikuasai oleh pembeli dan harga dikuasai oleh penjual. Sedangkan barang yang tidak bergerak dapat dikuasai setelah surat-menyuratnya diselesaikan menurut *'urf* (kebiasaan) setempat. Era modern sekarang ini, dalam hal praktek jual beli yang kerap terjadi contohnya

seperti di pasar, di kios-kios, ataupun untuk pembelian barang-barang biasa, pembeli dan penjual tidak menggunakan pelafalan ijab qabul yang merupakan salah satu rukun dari jual beli. Jual beli seperti ini disebut jual beli *mu'atha* (jual beli tanpa ijab qabul). Contoh, ketika pembeli mengambil barang yang diinginkan lalu membayar harganya kepada penjual, atau penjual memberikan barang lebih dulu lalu dibayar oleh pembeli tanpa ada kata-kata atau isyarat ijab qabul. Hal ini biasanya berlaku pada transaksi jual beli barang-barang biasa.⁷⁶

Setiap perbuatan yang dilakukan oleh manusia, baik dalam urusan ibadah maupun muamalah mempunyai landasan hukumnya, seperti yang telah dijelaskan di atas. Demikian halnya dengan perjanjian jual beli merupakan akad dari sejumlah akad yang diatur oleh agama. Jika dilihat dari kitab-kitab fikih akan ditemukan hukum yang terdapat dalam perjanjian jual-beli, yaitu mubah, wajib, sunat, makruh dan haram. *Pertama*, mubah. Hukum jual beli pada dasarnya adalah boleh (mubah). Pengharaman dalam muamalah adalah apabila jual belinya tersebut mengandung unsur riba, karena riba itu bisa merugikan salah satu pihak dan dilarang oleh agama.⁷⁷

Kedua, wajib. Hukum jual beli menjadi wajib apabila dalam keadaan terpaksa karena melarat atau ketiadaan makanan sehingga jika barang tersebut tidak dijual dapat mengakibatkan masyarakat luas menderita kelaparan. *Ketiga*, sunah. Jual beli jika dilaksanakan keluarga dekat atau sahabat-sahabatnya, maka hukumnya sunnah. Karena dalam Islam dianjurkan untuk berbuat baik

⁷⁶ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2003, hlm. 125.

⁷⁷ Aiyub Ahmad, *Fiqh Lelang*, Kiswah, Jakarta, 2004, hlm. 13.

kepada sesama saudaranya, temannya, dan kaum kerabat yang lainnya. Hal demikian akan berlaku apabila jual beli tersebut dilakukan dengan keluarganya sendiri atau dengan sahabat terdekatnya, karena Islam lebih mengutamakan hal tersebut, agar tetap terjalinnya tali persaudaran dan kekerabatan yang baik. Akan tetapi, apabila salah satu keluarga/sahabat tidak membutuhkan barang tersebut maka tidak boleh dipaksa.⁷⁸

Keempat, makruh. Makruh melaksanakan sesuatu perjanjian yang akan digunakan untuk melanggar ketentuan *syara'* seperti menjual anggur kepada seseorang yang diduga akan dibuat menjadi minuman keras. Ketentuan makruh tersebut dikarenakan yang menjadi objek jual beli dikhawatirkan akan merugikan orang lain atau dalam penggunaan barang yang di perjualbelikan dikhawatirkan akan digunakan untuk hal-hal yang bisa membahayakan orang dan terdapat unsur yang dilarang oleh *syara'*. *Kelima*, haram. Hukum dalam bermuamalah itu dapat berubah menjadi haram apabila benda yang menjadi objeknya transaksi itu adalah sesuatu yang memang telah diharamkan oleh *syara'*, seperti khamr, bangkai, daging babi dan sebagainya.⁷⁹

Menurut jumhur ulama, jual beli dibagi menjadi dua macam yaitu jual beli yang dikategorikan sah dan jual beli yang dikategorikan tidak sah. Jual beli yang sah adalah jual beli yang memenuhi ketentuan *syara'*, baik rukun maupun syaratnya, sedangkan jual beli yang tidak sah adalah jual beli yang tidak memenuhi salah satu syarat dan rukun sehingga jual beli menjadi rusak atau

⁷⁸ *Ibid*, hlm. 15.

⁷⁹ *Ibid*, hlm. 16.

batal. Menurut jumhur ulama, rusak dan batal memiliki arti yang sama. Adapun menurut ulama Hanafiyah, dalam masalah muamalah terkadang ada suatu kemaslahatan yang tidak ada ketentuannya dari *syara'*, sehingga tidak sesuai atau ada kekurangan dengan ketentuan syariat. Akad seperti itu adalah rusak, tetapi tidak batal. Dengan kata lain, ada akad yang batal saja dan ada pula yang rusak saja. Maka dari itu ulama Hanafiyah membagi menjadi tiga macam, yaitu jual beli yang sah (*shahih*), batal, dan rusak (*fasid*).⁸⁰

Jual beli yang *shahih* adalah apabila jual beli itu disyari'atkan memenuhi ketentuan rukun dan syarat yang ditentukan, barang itu bukan milik orang lain, dan tidak terikat dengan *khiyar* lagi, maka jual beli tersebut *shahih* dan mengikat kedua belah pihak. Jual beli yang batal (*bathil*) adalah apabila jual beli tersebut salah satu atau seluruh rukunnya tidak terpenuhi, atau jual beli pada dasarnya dan sifatnya tidak disyari'atkan, maka jual beli itu hukumnya adalah *bathil*. Seperti jual beli yang dilakukan oleh anak kecil atau orang gila. Jual beli rusak (*fasid*) adalah jual beli yang sesuai dengan ketentuan syari'at pada asalnya, tetapi tidak sesuai dengan syari'at pada sifatnya, seperti jual beli yang dilakukan oleh orang *mumayyiz*, tetapi bodoh sehingga menimbulkan pertentangan. Adapun dalam masalah ibadah, ulama Hanafiyah sepakat dengan jumhur ulama bahwa *bathil* dan *fasid* adalah sama.⁸¹

Murabahah adalah istilah dalam Fiqih Islam yang berarti suatu bentuk jual beli tertentu ketika penjual menyatakan biaya perolehan barang, meliputi harga

⁸⁰ Rachmat Syafie, *Fiqh Muamalah*, Pustaka Setia, Bandung, 2006, hlm. 91.

⁸¹ Nurul Huda, *Ekonomi Makro Islam Pendekatan Teoritis*, Kencana, Jakarta, 2008, hlm. 11.

barang dan biaya-biaya lain yang dikeluarkan untuk memperoleh barang tersebut dan tingkat keuntungan yang diinginkan. Pembayaran bisa dilakukan secara tunai atau bisa dilakukan di kemudian hari yang disepakati bersama. Murabahah adalah akad jual beli atas suatu barang dengan harga yang disepakati antara penjual dan pembeli, setelah sebelumnya penjual menyebutkan dengan sebenarnya harga perolehan dan besarnya keuntungan yang diperoleh.⁸²

Bentuk-bentuk akad murabahah adalah murabahah sederhana dan murabahah kepada pemesan. Murabahah sederhana adalah bentuk akad murabahah ketika penjual memasarkan barangnya kepada pembeli dengan harga sesuai harga perolehan ditambah keuntungan yang diinginkan. Murabahah kepada pemesan melibatkan tiga pihak, yaitu pemesan pembeli dan penjual. Bentuk murabahah ini juga melibatkan pembeli sebagai perantara karena keahliannya atau karena kebutuhan pemesan akan pembiayaan bentuk murabahah inilah yang diterapkan perbankan syariah dalam pembiayaan.⁸³

Setiap hukum yang diatur oleh Allah SWT dan Rasul-Nya mempunyai rahasia-rahasia tersendiri. Rahasia itu dapat disebut dengan hikmah, yang adakalanya dapat dianalisis oleh manusia. Sebaliknya, ada pula ketentuan syari'at yang tidak dapat dikaji hikmahnya secara rasional. Demikian juga halnya hikmah yang terkandung dalam pengaturan dan disyari'atkan dalam

⁸² Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2008, hlm. 81.

⁸³ Veithzal Rivai, *Islamic Financial Management*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2008, hlm. 145.

transaksi atau perjanjian jual beli. Di antara hikmah-hikmah yang terkandung dalam pelaksanaan jual beli adalah:⁸⁴

1. Menghindarkan manusia dari kesulitan dalam bermuamalah dengan hartanya, mencegah manusia dari perbuatan saling menguasai dan eksploitas.
2. Dapat memenuhi kebutuhan karena sesungguhnya manusia itu membutuhkan apa yang dimiliki oleh kelompok lain/kawannya.
3. Dapat memperoleh harta secara halal.
4. Melapangkan kehidupan manusia.
5. Wujud interaksi sosial antara penjual dan pembeli, akibatnya timbullah hak dan kewajiban secara timbal balik.

Berdasarkan penjabaran di atas, jelas bahwa tujuan dan hikmah jual beli bukanlah sekedar memenuhi kebutuhan hidup manusia saja, tetapi juga mengandung nilai-nilai '*ubudiyah dan duniawiyah*'.⁸⁵

Gharar menurut bahasa artinya keraguan, tipuan atau tindakan yang bertujuan merugikan pihak lain. Suatu akad mengandung unsur penipuan, karena tidak ada kepastian baik mengenai ada atau tidak ada obyek akad, besar kecil jumlah maupun menyerahkan obyek akad tersebut. Pengertian *gharar* menurut para ulama fikih Imam al-Qarafi, Imam Sarakhsi, Ibnu Taimiyah, Ibnu Qayyim al-Jauziyah, Ibnu Hazam, sebagaimana dikutip oleh M. Ali Hasan adalah sebagai berikut: Imam al-Qarafi mengemukakan *gharar* adalah suatu

⁸⁴ Amir Syarifuddin, *Garis-garis Besar Fiqh*, Kencana, Bogor, 2003, hlm. 194.

⁸⁵ *Ibid.*

akad yang tidak diketahui dengan tegas, apakah efek akad terlaksana atau tidak, seperti melakukan jual beli ikan yang masih dalam air (tambak). Pendapat al-Qarafi ini sejalan dengan pendapat Imam Sarakhsi dan Ibnu Taimiyah yang memandang *gharar* dari ketidakpastian akibat yang timbul dari suatu akad. Ibnu Qayyim al-Jauziyah mengatakan, bahwa *gharar* adalah suatu obyek akad yang tidak mampu diserahkan, baik obyek itu ada maupun tidak ada, seperti menjual sapi yang sedang lepas. Ibnu Hazam memandang *gharar* dari segi ketidaktahuan salah satu pihak yang berakad tentang apa yang menjadi akad tersebut.⁸⁶

Akad dapat berakhir dengan pembatalan, meninggal dunia, atau tanpa adanya izin dalam akad *mauquf* (ditangguhkan). Akad dengan pembatalan, terkadang dihilangkan dari asalnya, seperti pada masa khiyar, terkadang dikaitkan pada masa yang akan datang, seperti pembatalan dalam sewa-menyewa dan pinjam- meminjam yang telah disepakati selama lima bulan, tetapi sebelum sampai lima bulan, telah dibatalkan. Para ulama fiqh menyatakan bahwa akad dapat berakhir apabila sebagai berikut:⁸⁷

1. Berakhirnya masa berlaku akad itu, apabila akad itu mempunyai tenggang waktu.
2. Dibatalkan oleh pihak- pihak yang berakad, apabila akad itu sifatnya tidak mengikat.

⁸⁶ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2003, hlm. 148.

⁸⁷ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, Kencana, Jakarta, 2013, hlm. 92.

3. Dalam akad yang bersifat mengikat, suatu akad dapat dianggap berakhir jika jual beli itu fasad; akad tidak dilaksanakan oleh salah satu pihak; dan tercapainya tujuan akad.
4. Salah satu pihak yang berakad meninggal dunia.

BAB III

**PEMENUHAN HAK ATAS INFORMASI KONSUMEN DALAM
PERJANJIAN JUAL BELI *DIECAST* BEKAS MELALUI FACEBOOK
*COMMERCE***

A. Pemenuhan Hak atas Informasi Konsumen dalam Perjanjian Jual Beli

Diecast Bekas di Facebook Commerce

Perkembangan zaman mengantarkan manusia kepada sistem jual beli tanpa bertemu secara langsung. Istilah dewasa ini dikenal dengan sebutan online. Wadah untuk membuka lapak secara online sudah banyak hadir, salah satunya Facebook *Commerce*. Melalui Facebook *Commerce*, perjanjian jual beli dapat terlaksana secara online. Konsumen berkomunikasi dengan penjual, melakukan tanya-jawab disertai negosiasi, dan berakhir dengan kata “*deal* atau *no deal*”. Perjanjian jual beli yang dilakukan dengan melalui media online atau elektronik diizinkan Negara. Sebab, belum terjadi larangan bahwa jual beli online melalui Facebook *Commerce* tidak diperkenankan.⁸⁸

Facebook *Commerce* diketahui menjual berbagai macam barang dan/atau jasa, salah satunya *diecast* bekas. *Diecast* bekas banyak dijual pada Facebook *Commerce* dikarenakan masyarakat mempunyai hobi sebagai kolektor.⁸⁹ Berdasarkan wawancara dengan narasumber, mengatakan bahwa hobi tersebut

⁸⁸ Hana Novita Ekawati, “Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Dalam Pelaksanaan Kontrak Elektronik”, *Juridica*, Vol. 3 No. 1, November 2021, hlm. 65.

⁸⁹ <https://jabar.tribunnews.com/2020/05/11/bagi-kolektor-diecast-harga-tidak-jadi-halangan-untuk-terus-membeli-mainan-tersebut?page=all>, diakses terakhir tanggal 30 November 2022, pukul 16.42 WIB.

sudah melekat sejak lama, sehingga sering memantau laman Facebook *Commerce* untuk mengoleksi *Diecast-diecast* bekas. Narasumber juga menambahkan bahwa dalam mengoleksi *Diecast* bekas, ia tidak pernah menghitung jumlah pengeluaran yang sudah dihabiskan. Maka, melalui wawancara ini terlihat jika masyarakat pecinta *Diecast* sangat antusias dengan pembelian *Diecast* bekas. Terlebih, narasumber menuturkan bahwa sangat terbantu dengan kehadiran Facebook *Commerce* dalam melengkapi koleksi *Diecast*.⁹⁰

Pemaparan-pemaparan beserta hasil wawancara dengan narasumber, apabila penulis analisa, kebutuhan masyarakat dewasa ini dapat terpenuhi dengan bantuan dan kemajuan teknologi. Segala kebutuhan dapat terpenuhi dengan mengakses secara online, sehingga jika mengalami kesibukan, tidak mengganggu untuk berbelanja. Sebagaimana dituturkan oleh narasumber bahwa dirinya merasa terbantu dalam mengoleksi *Diecast* bekas. Hobi sebagai kolektor *Diecast* tentu mempermudah mereka untuk mendapatkan barang-barang yang diincar. Melalui peristiwa tersebut, timbul pentingnya perlindungan atas hak-hak selaku konsumen yang membeli *Diecast* bekas di Facebook *Commerce*.

Wujud untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab. Maka, UU Perlindungan

⁹⁰ Wawancara dengan Robby, Pembeli *Diecast* bekas, di Yogyakarta, 20 Oktober 2022.

Konsumen disahkan untuk mewujudkan cita-cita tersebut. Pasal 3 UU Perlindungan Konsumen mempunyai tujuan bagi masyarakat selaku konsumen maupun pelaku usaha sebagai berikut:⁹¹

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 mendapatkan informasi.
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha.
6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Berdasarkan pemaparan bunyi pasal di atas, penulis menganalisa bahwa UU Perlindungan Konsumen bertujuan mengupayakan perlindungan dan pemenuhan terhadap hak-hak konsumen serta pelaku usaha. Selain itu, turut juga menekankan kepada pelaku usaha sebagai penjual agar senantiasa bersikap

⁹¹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

jujur dan bertanggung jawab atas kerugian yang dialami oleh konsumen. Kualitas barang juga menjadi hal penting bagi pelaku usaha untuk selalu diperhatikan, sehingga dapat menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Tujuan UU Perlindungan Konsumen sesuai dengan Pasal 3 tersebut, melahirkan adanya hak-hak yang dimiliki oleh konsumen selaku pengguna barang dan/atau jasa. Hak-hak demikian diatur dalam Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen sebagai berikut:⁹²

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

⁹² Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Berdasarkan penjabaran sembilan hak di atas, salah satunya adalah konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Hak ini dimaksudkan supaya konsumen bisa mendapat gambaran yang sesuai mengenai suatu produk dikarenakan adanya informasi itu, konsumen bisa memilih produk yang dibutuhkan dan juga supaya terhindar dari efek samping atas penggunaan produk tersebut selain itu juga tanggal kadaluarsa, alamat lengkap dari penjual atau pelaku usaha. Maka, pelaku usaha yang menjual *Diecast* bekas di Facebook *Commerce* harus menyertakan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang. Pelaku usaha dapat memenuhi hak atas informasi bagi konsumen yang membeli *Diecast* bekas di Facebook *Commerce* tersebut.⁹³

Wawancara dengan narasumber mengatakan bahwa pada saat melakukan transaksi di Facebook *Commerce*, sudah dipastikan jika informasi yang diberikan penjual sudah benar. Kemudian, narasumber yang sudah yakin dengan deskripsi informasi dari penjual, pun melakukan perjanjian jual beli. *Diecast* bekas dalam proses pengiriman selama 3 hari, dan sampai di lokasi sesuai estimasi waktu. Namun, ketika melakukan *unboxing Diecast* bekas

⁹³ Celine Tri Siwi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2017, hlm. 31.

tersebut, narasumber merasa bingung dan terkejut karena barang yang dibeli berbeda dengan keterangan informasi dalam kolom deskripsi. Narasumber mencoba untuk melakukan protes sebagai bentuk tidak dipenuhinya hak selaku konsumen oleh penjual. Akan tetapi, penjual tidak menanggapi keluhan dari narasumber.⁹⁴

Kejadian yang sama turut dialami oleh narasumber selanjutnya. Berdasarkan wawancara dengan narasumber, dikatakan bahwa sekitar bulan Juli 2022, narasumber membeli *Diecast* bekas di Facebook *Commerce*. Narasumber menuturkan jika penjual kerap mendapatkan pujian atas *Diecast-diecast* bekas yang dijualnya. Pujian tersebut membuat narasumber menjadi yakin serta percaya dengan penjual. Kemudian, narasumber melakukan perjanjian jual beli dengan penjual. Pada kolom deskripsi, penjual menuliskan jika *Diecast* memiliki kondisi yang bagus. Harga yang relatif rendah dari harga asli *Diecast* tersebut membuat narasumber akhirnya membeli secara bekas dengan penjual. Barang sampai dalam kurun waktu empat hari. Setelah melakukan *unboxing*, didapati jika *Diecast* bekas tersebut mengalami kerusakan di bagian *spoiler*. Narasumber segera menanyakan kepada penjual melalui Facebook. Akan tetapi, penjual beralasan bahwa hal demikian terjadi karena kesalahan kurir. Alasan itu juga ditambahkan oleh penjual bahwa dirinya tidak menerima ganti kerugian atau penukaran terhadap *Diecast* bekas tersebut.

⁹⁴ Wawancara dengan Sakti, Konsumen *Diecast* bekas, di Yogyakarta, 25 Oktober 2022.

Pada akhirnya, narasumber berbesar hati menerima kondisi barang yang tidak sesuai dengan informasi tertera.⁹⁵

Berdasarkan kejadian yang dialami oleh para narasumber di atas, penulis menganalisa bahwa hak atas informasi konsumen dalam perjanjian jual beli *diecast* bekas di Facebook *Commerce* belum terpenuhi. Pelaku usaha sebagai penjual tidak beriktikad baik untuk bertanggung jawab atas kerugian yang dialami oleh konsumen. Sejatinya, iktikad baik ini telah diatur dalam Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen mengenai kewajiban pelaku usaha. Berikut beberapa kewajiban pelaku usaha:⁹⁶

1. Beriktikad 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. Memberi 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 yang diperdagangkan.

⁹⁵ Wawancara dengan Kevin, Konsumen *Diecast* bekas, di Yogyakarta, 29 November 2022.

⁹⁶ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

6. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
7. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Kewajiban pelaku usaha nomor dua di atas memberi penegasan bahwasanya informasi bagi konsumen harus benar, jelas dan jujur. Namun, pada kejadian yang dialami oleh para narasumber dapat dinyatakan bahwa pelaku usaha gagal memenuhi kewajibannya dan hak konsumen. Sejatinya kembali, Pasal 8 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen menegaskan bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:⁹⁷

1. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundangundangan.
2. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut.
3. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya.

⁹⁷ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

4. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut.
5. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut.
6. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut.
7. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu.
8. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label.
9. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus di pasang/dibuat.
10. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Larangan-larangan tersebut seharusnya dilihat oleh pelaku usaha di Facebook *Commerce*. Akan tetapi, kenyataan terlihat jika pelaku usaha cenderung meraup keuntungan di atas kepentingan atau kepuasan konsumen.

Ketidakmampuan pelaku usaha memenuhi hak atas informasi konsumen di Facebook *Commerce* bertentangan dengan Pasal 9 UU ITE yang berbunyi:⁹⁸

“Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan”.

Kegagalan pemenuhan hak demikian mengharuskan pelaku usaha bertanggung jawab. Sebagaimana dikatakan dalam Pasal 1367 KUHPerdata yaitu seseorang tidak hanya bertanggung jawab atas kerugian yang ditimbulkan atas perbuatan melawan hukum yang dilakukannya, melainkan juga atas orang yang berada di bawah tanggungannya.⁹⁹

Menurut perspektif hukum Islam, sebagai pelaku usaha, wajib hukumnya untuk tidak memakan harta konsumen. Sebagaimana disebutkan dalam QS. an-Nisa: 29 yaitu hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. Selain itu, Rasulullah SAW pernah bersabda, apabila engkau berjual beli, maka katakanlah, tidak boleh ada tipuan (HR. Bukhari).

Berdasarkan penjabaran-penjabaran di atas, hak atas informasi konsumen dalam perjanjian jual beli *diecast* bekas di Facebook *Commerce* tidak terpenuhi. Pelaku tidak menuliskan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai

⁹⁸ Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

⁹⁹ Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

kondisi barang. Hal ini menyebabkan hak konsumen mengenai informasi yang terbuka tidak terpenuhi dengan baik.

B. Tanggung Jawab Penjual terhadap Barang yang Dijual Tidak Sesuai Dengan Informasi Tertera pada Deskripsi Produk di Facebook *Commerce*

Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Pada penelitian ini, pelaku usaha terbagi menjadi dua, yakni konsumen dan penyelenggara perdagangan elektronik melalui facebook *commerce*. Menurut Pasal 3 UU Perlindungan Konsumen, pelaku usaha adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor dan lain-lain yang menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.¹⁰⁰

Berdasarkan Pasal 1 angka 10 UU ITE, menyebutkan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer atau media elektronik lainnya. Maka, dengan begitu transaksi jual beli secara online merupakan salah satu bentuk dari definisi ketentuan di atas. Pada transaksi jual beli online, sama halnya dengan transaksi jual beli biasa yang dilakukan di dunia nyata. Kedudukan para pihaknya hampir sama, yang membedakan hanya para pihak tidak bertemu secara langsung atau tatap muka. Sedikit pembeda dalam transaksi jual beli online adalah adanya

¹⁰⁰ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

provider situs jual beli yang bertindak sebagai penyelenggara transaksi perdagangan elektronik.¹⁰¹

Konsumen sebagai pihak pembeli mempunyai kewajiban untuk membayar barang yang akan dibeli dari penjual sesuai kesepakatan bersama. Kemudian, konsumen wajib mengisi identitas diri secara benar dalam proses pembuatan akun di facebook. Selanjutnya, konsumen berhak mendapat informasi secara lengkap dari barang yang hendak dibeli, sehingga tidak merasa rugi di kemudian hari. Hubungan hukum demikian diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdara yang berbunyi:¹⁰²

“perjanjian dikatakan sah apabila telah memenuhi empat hal yaitu adanya kata sepakat, para pihak cakap hukum, adanya objek yang diperjanjikan, dan memuat kausa yang halal”.

Perjanjian jual beli yang dilakukan oleh konsumen dan penjual dalam facebook *commerce*, telah terhitung sebagai transaksi jual beli. Walaupun, barang yang dibeli belum diterima konsumen atau masih dalam tahap pengiriman melalui kurir. Pernyataan ini didukung atau didasari oleh Pasal 1458 KUHPerdara yang berbunyi:¹⁰³

“jual beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, segera setelah orang-orang itu mencapai kesepakatan tentang barang tersebut beserta harganya, meskipun barang itu belum diserahkan dan harganya belum dibayar”.

¹⁰¹ Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

¹⁰² Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

¹⁰³ *Ibid.*

Berdasarkan wawancara dengan Narasumber, dikatakan bahwa ketika hendak berbelanja *diecast* bekas, sudah diisi dengan benar data diri yang bersangkutan. Selain itu, Narasumber merasa bahwa informasi yang diterima melalui kolom deskripsi sudah jelas dan sesuai dengan gambar tertera. Kemudian, hal terpenting adalah Narasumber telah menyelesaikan pembayaran secara lunas.¹⁰⁴

Analisa penulis melalui pemaparan di atas bahwa konsumen telah memenuhi kewajiban dengan sebaik-baiknya. Penjual selaku pemilik *diecast* bekas memenuhi pula kewajibannya. Pemenuhan tersebut dengan memberikan hak konsumen sesuai dengan yang tertera dalam Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen berupa sebagai berikut:¹⁰⁵

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;

¹⁰⁴ Wawancara dengan Sakti, Konsumen *Diecast* bekas, di Yogyakarta, 25 Oktober 2022.

¹⁰⁵ Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; dan
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Hubungan hukum konsumen dengan Facebook *commerce* didasarkan kepada hubungan kontraktual. Perjanjian kontraktual adalah hubungan hukum antara subjek hukum satu dengan lainnya dalam bidang harta kekayaan. Perjanjian demikian berisi bahwa konsumen wajib tunduk pada *term of use* Facebook *commerce*. Hal tersebut dilakukan saat ditandai dan disetujui pada pembuatan akun disertai dengan menekan tanda persetujuan syarat dan ketentuan dari Facebook *commerce*. Hal yang sama juga dilakukan oleh penjual yang mendaftarkan diri sebagai pedagang di facebook *commerce* untuk tunduk pada syarat dan ketentuan.¹⁰⁶

Facebook *commerce* berperan sebagai *provider* yang menghubungkan konsumen dengan penjual. Kedudukan facebook *commerce* sebagai pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk melindungi dan memenuhi hak-hak

¹⁰⁶ Abdul Halim B., *Hak-hak Konsumen*, Nusa Media, Bandung, 2008, hlm. 52.

konsumen disertai pengawasan terhadap penjual. Begitu juga dengan penjual, wajib memenuhi hak-hak konsumen. Berdasarkan Pasal 17 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen, dikatakan bahwa pelaku usaha dalam menerangkan deskripsi produk dilarang:¹⁰⁷

1. Mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa;
2. Mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa;
3. Memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/ atau jasa;
4. Tidak memuat informasi mengenai resiko pemakaian barang dan/ atau jasa;
5. Mengeksploitasi kejadian dan/ atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan; dan
6. Melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundangundangan mengenai periklanan.

Kewajiban pelaku usaha secara online turut diatur dalam Pasal 9 UU ITE yang berbunyi:

“pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan”.

¹⁰⁷ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Ketentuan-ketentuan di atas menghantarkan pada prinsip bahwa penjual dilarang melakukan perbuatan melawan hukum. Apabila penjual melanggar, wajib dikenakan sanksi berupa ganti rugi terhadap konsumen. Larangan ini sejalan dengan Pasal 1365 KUHPerdara yang berbunyi:¹⁰⁸

“tiap perbuatan melawan hukum, yang membawa kerugian bagi orang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut”.

Berdasarkan wawancara dengan narasumber mengatakan jika *diecast* bekas yang dibeli tidak sesuai dengan informasi tertera. Padahal, narasumber merasa sudah yakin dengan *diecast* bekas yang dibeli bahwa akan sesuai. Namun, informasi yang diberikan pelaku usaha tidak sesuai dengan barang.¹⁰⁹

Analisa penulis sesuai pemaparan-pemaparan di atas, bahwa pelaku usaha, dalam hal ini penjual, tidak menjalankan kewajiban dengan sebaik-baiknya. Keterangan dari narasumber menyatakan jika barang yang dibelanjakan melalui Facebook *Commerce*, tidak sesuai dengan informasi tertera. Penjual sengaja tidak jujur kepada konsumen akan kondisi produknya yang dikirim kepada konsumen yang menyebabkan konsumen merasa tertipu dan rugi karena membeli barang yang tidak sesuai. Kondisi ini telah menimbulkan kerugian materiil bagi konsumen berupa uang dan barang. Maka, secara jelas pelaku usaha telah melanggar Pasal 17 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen. Maka dari itu, pelaku usaha telah melakukan Perbuatan Melawan

¹⁰⁸<http://www.hukumonline.com/klinik/detail/lt5142a15699512/perbuatan-melawan-hukum-dalam-hukum-perdata-dan-hukum-pidana>, diakses terakhir tanggal 20 November 2022, pukul 20.55 WIB.

¹⁰⁹ Wawancara dengan Sakti, Konsumen *Diecast* bekas, di Yogyakarta, 25 Oktober 2022.

Hukum dan pelaku usaha wajib bertanggung jawab atas perbuatan yang telah merugikan konsumen.

Salah satu teori pertanggungjawaban yang dapat diterapkan bagi pelaku usaha adalah tanggung jawab berdasarkan kesalahan. Teori ini diterapkan agar pelaku usaha yang berbuat salah serta menimbulkan kerugian pada diri konsumen, wajib memberikan bertanggung jawab dengan membayar ganti kerugian. Nominal ganti kerugian harus sebanding dengan yang diderita konsumen. Tanggung jawab demikian harus memenuhi empat unsur pokok berupa adanya perbuatan; adanya kesalahan; adanya hubungan kausalitas antara kesalahan dan kerugian; dan adanya kerugian yang diderita.¹¹⁰

Facebook *commerce* memiliki *terms of use* untuk para pengguna dan penjual yang harus dipatuhi pada saat pendaftaran akun. Berdasarkan Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara dikatakan bahwa semua persetujuan yang dibuat sesuai dengan undang-undang berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Pasal ini mengandung asas *pacta sun servanda* yaitu para pihak yang melakukan perjanjian harus mematuhi perjanjian mereka. Apabila ada salah satu pihak mengingkari atau tidak menjalankan perjanjian yang telah disepakati bersama, maka pihak lainnya bisa mengajukan permohonan kepada pengadilan untuk memaksa pihak yang melanggar perjanjian itu tetap menjalankan perjanjian yang telah disepakatinya.¹¹¹

¹¹⁰ <http://www.hukumonline.com/klinik/detail/lt5142a15699512/perbuatan-melawan-hukum-dalam-hukum-perdata-dan-hukum-pidana>, diakses terakhir tanggal 20 November 2022, pukul 20.55 WIB.

¹¹¹ Janus Sidabalok, *Op.Cit.*, hlm. 25.

Berdasarkan wawancara dengan narasumber mengatakan jika pihaknya sudah mencoba untuk menghubungi penjual melalui facebook *commerce* untuk meminta pertanggungjawaban serta ganti rugi. Namun, naas permintaan tersebut tidak dihiraukan oleh penjual. Padahal, disini penjual telah melanggar *terms of use* dari facebook *commerce*. Sebab, tidak memberi deskripsi gambar dan informasi yang benar dan jujur. Hal demikian membuat konsumen merasa rugi atas barang yang dibeli tidak sesuai keterangan penjual.¹¹²

Analisa penulis sesuai pemaparan-pemaparan di atas adalah penjual telah melanggar perjanjian yang dibuat dalam syarat dan ketentuan facebook *commerce*. Sebab, tidak memberi deskripsi gambar dan informasi yang benar dan jujur. Selain itu, penjual juga tidak merespon dan menerima permintaan konsumen untuk pengembalian dan penggantian barang. Konsumen disini merasa rugi karena barang tidak sesuai dengan informasi tertera. Hak konsumen tidak terpenuhi untuk mendapat informasi yang benar dan sesuai.

Penjual selaku pelaku usaha tidak memenuhi ketentuan yang tercantum dalam Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen. Ketentuan tersebut adalah sebagai berikut:¹¹³

1. Beritikad baik dalam melakukan usahanya;
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;

¹¹² Wawancara dengan Sakti, Konsumen *Diecast* bekas, di Yogyakarta, 25 Oktober 2022.

¹¹³ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

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. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberikan jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
6. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan; dan
7. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Menurut perspektif hukum Islam, jual beli harus sesuai dengan ketentuan dari Allah SWT. Peristiwa dalam penelitian ini menggambarkan jika pelaku usaha tidak memenuhi ketentuan dari Allah SWT dimaksud. QS. al-Baqarah: 275 mengatakan bahwa jual beli diperbolehkan oleh Allah SWT dan mengharamkan praktek riba. Makna ayat tersebut adalah Allah SWT memperbolehkan kepada manusia untuk melaksanakan transaksi jual beli demi memenuhi kebutuhan hidupnya. Akan tetapi, tentu saja transaksi jual beli itu harus sesuai dengan koridor atau ketentuan yang telah Allah SWT berikan. Kemudian, Allah SWT menyerukan kepada manusia agar mencari karuniannya

dan selalu ingat kepadanya. Jika melanggar, maka pelaku usaha mendapat dosa atas perbuatannya. Kemudian, bertanggung jawab atas dosa tersebut kelak di kemudian hari.

Berdasarkan pemaparan di atas, pelaku usaha yang tidak memenuhi hak-hak konsumen wajib bertanggung jawab sesuai ketentuan dalam KUHPerdata dan UU Perlindungan Konsumen. Apabila pelaku usaha di Facebook *commerce* tidak memberikan barang sesuai informasi yang tertera pada sarana jual beli *diecast* bekas, maka harus bertanggung jawab. Tanggung jawab pelaku usaha tersebut adalah membayar ganti kerugian. Nominal ganti kerugian harus sebanding dengan yang diderita konsumen. Selain itu, pelaku usaha harus menerima kembali barang yang tidak sesuai tersebut dari konsumen. Namun, realita yang terjadi adalah pelaku usaha tidak mengembalikan *Diecast* bekas dari konsumen. Kemudian, pelaku usaha melarikan diri dari konsumen saat *diecast* bekas tidak sesuai informasi tertera.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan-pembahasan yang ada, maka penelitian ini menyimpulkan sebagai berikut:

1. Hak atas informasi konsumen dalam perjanjian jual beli *diecast* bekas di Facebook *Commerce* tidak terpenuhi. Pelaku usaha tidak mencantumkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang. Hal ini menyebabkan hak konsumen mengenai informasi yang terbuka tidak terpenuhi dengan baik. Tentu dalam peristiwa tersebut, pelaku usaha telah melakukan perbuatan melawan hukum dengan melanggar ketentuan Pasal 4 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
2. Tanggung jawab pelaku usaha terhadap barang yang dijual tidak sesuai dengan informasi tertera pada deskripsi produk di Facebook *Commerce*. Pelaku usaha di Facebook *Commerce* tidak memberikan barang sesuai informasi yang tertera pada sarana jual beli *diecast* bekas, maka harus bertanggung jawab sebagaimana tercantum dalam Pasal 7 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pelaku usaha di Facebook *Commerce* tidak memberikan informasi yang benar tentang deskripsi produk yang dijual di Facebook *Commerce* dan tidak bertanggung jawab mengganti kerugian yang diderita oleh konsumen.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penelitian ini memberikan saran sebagai berikut:

1. Pemenuhan hak-hak konsumen oleh pelaku usaha di Facebook *Commerce* perlu dijalankan dengan baik dan benar yaitu dengan melaksanakan ketentuan yang terdapat dalam Pasal 4 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pelaku usaha sebaiknya memperhatikan hak atas informasi sebagai pemenuhan wujud hak-hak konsumen.
2. Berkaitan dengan tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen atas barang yang dijual tidak sesuai informasi, pelaku usaha seharusnya bersedia untuk mengganti deskripsi yang sesuai dengan barang yang dijual di facebook *commerce* dan bersedia untuk mengganti kerugian sesuai dengan yang diderita oleh konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- A.Z. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Ctk. Pertama, Daya Widya, Jakarta, 1999.
- Abdul Halim Barkatulah, *Hak-hak Konsumen*, Nusa Media, Bandung, 2010.
- Abdul Kadir Muhammad, *Hukum Perikatan*, Alumni, Bandung, 2000.
- _____, *Hukum dan Penelitian Hukum*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2004.
- Adrian Sutedi, *Tanggung jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, Ghalia Indonesia, Bogor, 2008.
- Ahmadi Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Kedelapan, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2014.
- Amiruddin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2006.
- Bambang Sunggono, *Metodologi Penelitian Hukum*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2007.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafik, Jakarta, 2008.
- _____, *Barang Jual Beli Online*, Ctk. Kedua, Sinar Grafika, Jakarta, 2009.
- Dedi Harianto, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen terhadap Iklan yang Menyesatkan*, Ctk. Pertama, PT. Ghalia Indonesia, Bogor, 2010.
- I Made Pasek Diantha, *Metodologi Penelitian Hukum Normatif dalam Justifikasi Teori Hukum*, Prenada Media Group, Jakarta, 2016.
- Janus Sidalabok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Medan, 2014.
- Mariam Darus Badruzaman, *Perlindungan terhadap Konsumen Dilihat dari Sudut Perjanjian Baku (Standar), dalam BPHN, Simposium Aspek-aspek Hukum Perlindungan Konsumen*, Binacipta, Bandung 1986.

- Munir Fuady, *Hukum Kontrak: Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2007.
- N.H.T. Siahaan, *Hukum Konsumen: Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, Ctk. Pertama, Panta Rei, Jakarta, 2005.
- R. Subekti, *Aneka Perjanjian*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000.
- Salim H.S., *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*, Sinar Grafika, Jakarta, 2003.
- Satrio J, *Hukum Perikatan tentang Hapusnya Perikatan*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000.
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, PT Grasindo, Jakarta, 2003.
- Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum: Suatu Pengantar*, Liberty, Yogyakarta, 2005.
- Suteki, *Metodologi Penelitian Hukum: Filsafat, Teori, dan Praktik*, Rajagrafindo Persada, Bandung, 2018.
- Leyla Maulinasari, “General Review of Legal Relations and Responsibility Carriers in Sea Transportation”, *International Law Discourse in Southeast Asia*, Vol. 1 No. 1, Januari-Juni 2022
- Hans Kelsen (a), sebagaimana diterjemahkan oleh Somardi, General Theory Of law and State , Teori Umum Hukum dan Negara, *Dasar-Dasar Ilmu Hukum Normatif Sebagai Ilmu Hukum Deskriptif Empirik*, BEE Media Indonesia, Jakarta. 2007
- Arumega Zarefar, “Corporate Social Responsibility: Theory, Practice and Its Impact on the Company”, *Caltex*, Vol. 14 No. 1, Mei 2021
- Abigail McWilliams, “Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective”, *Management Review*, Vol. 26 No. 1, Januari 2001.
- M. Idris Kabiru, “Social Responsibility Theory of the Press: A Critique of Its Application and Constraints”, *Ijiro*, Vol. 8 No. 12, Desember 2019.
- Wirjono Prodjodikoro, *Azas-azas Hukum Perjanjian*, Mandar Maju, Bandung, 2000.
- Jurnal**
- Dio Rama Aditia, “Mobil Mainan Diecast Skala 1:24 dalam Fotografi Still Life”, *Journal of Photography, Arts, and Media*, Vol. 1 No. 1, Mei 2017.

Sylvia Diansari dkk, "Pertanggungjawaban Hukum Pelaku Usaha dalam Hukum Perlindungan Konsumen", *Makalah*, Universitas Pelita Harapan, 2020.

Peraturan perundang-undangan

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

Hasil Wawancara

Wawancara dengan Robby, Pembeli *Diecast* bekas, di Yogyakarta, 20 Oktober 2022.

Wawancara dengan Sakti, Konsumen *Diecast* bekas, di Yogyakarta, 25 Oktober 2022.

Wawancara dengan Kevin, Konsumen *Diecast* bekas, di Yogyakarta, 29 November 2022.

Data Elektronik

<http://www.hukumonline.com/klinik/detail/lt5142a15699512/perbuatan-melawan-hukum-dalam-hukum-perdata-dan-hukum-pidana>, diakses terakhir tanggal 20 November 2022, pukul 20.55 WIB.



FAKULTAS
HUKUM

Gedung Fakultas Hukum
Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 7070222
E. fh@uii.ac.id
W. law.uii.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI

No. : 81/Perpus-S1/20/H/III/2023

Bismillaahirrahmaanirrahaim

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Joko Santosa, A.Md.**
NIK : **961002136**
Jabatan : **Staf Perpustakaan Referensi Fakultas Hukum UII**

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Abinefathsa Putra
No Mahasiswa : 18410542
Fakultas/Prodi : Hukum
Judul karya ilmiah : **PEMENUHAN HAK ATAS INFORMASI KONSUMEN
DALAM PERJANJIAN JUAL BELI DIECAST BEKAS
MELALUI FACEBOOK COMMERCE**

Karya ilmiah yang bersangkutan di atas telah melalui proses uji deteksi plagiasi dengan hasil **19.%**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 29 Maret 2023 M
7 Ramadhan 1444 H

Perpustakaan Referensi FH UII



Joko Santosa, A.Md.

PEMENUHAN HAK ATAS INFORMASI KONSUMEN DALAM PERJANJIAN JUAL BELI DIECAST BEKAS MELALUI FACEBOOK COMMERCE

by 18410542 Abinefathsa Putra

Submission date: 27-Mar-2023 10:38AM (UTC+0700)

Submission ID: 2047572256

File name: Perjanjian_Jual_Beli_Diecast_Bekas_Melalui_Facebook_Commerce.pdf (713.36K)

Word count: 16421

Character count: 104558

PEMENUHAN HAK ATAS INFORMASI KONSUMEN DALAM PERJANJIAN

JUAL BELI *DIECAST* BEKAS MELALUI FACEBOOK *COMMERCE*

SKRIPSI



Oleh:

ABINEFATHSA PUTRA

No. Mahasiswa: 18410542

PROGRAM STUDI HUKUM PROGRAM SARJANA

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2023

PEMENUHAN HAK ATAS INFORMASI KONSUMEN DALAM PERJANJIAN JUAL BELI DIECAST BEKAS MELALUI FACEBOOK COMMERCE

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

0%

INTERNET SOURCES

18%

PUBLICATIONS

10%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

- 1 Sri Wahyuni. "ANALISIS TERHADAP PESAWAT PENUMPANG KOMERSIL WINGS AIR YANG MENGALAMI INSIDEN PECAH BAN MENURUT ASAS KEAMANAN DAN KESELAMATAN KONSUMEN", KRTHA BHAYANGKARA, 2019 4%

Publication
- 2 Nur Shofa Hanafiah, Nabilah Apriani. "KAJIAN KEABSAHAN PERJANJIAN JUAL BELI PADA PLATFORM E-COMMERCE SEBAGAI UPAYA MEWUJUDKAN PERLINDUNGAN KONSUMEN", SPEKTRUM HUKUM, 2022 2%

Publication
- 3 Sarah Selfina Kuahaty, Teng Berlianty, Theresia Louize Pesulima, Agustina Balik, Maichel Lesnussa. "Pendidikan Perlindungan Konsumen Kepada Masyarakat Desa Di Kecamatan Teon Nila Serua Kabupaten Maluku Tengah", AIWADTHU: Jurnal Pengabdian Hukum, 2021 2%

Publication

4

Cyntia Angelina Nadapdap, Raffles Raffles, Herlina Manik. "Hak Hukum Terhadap Konsumen Penggunaan Alat Kesehatan Pencegah Covid-19 Ilegal", *Zaaken: Journal of Civil and Business Law*, 2022

Publication

1 %

5

Submitted to UIN Sunan Gunung Djati Bandung

Student Paper

1 %

6

Theresia Loize Pesulima, Sarah Selfina Kuahaty, Sabri Fataruba, Ronald Fadly Sopamena. "Penyuluhan Hukum Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Penggunaan Bahan Tambahan Pangan", *AIWADTHU: Jurnal Pengabdian Hukum*, 2022

Publication

1 %

7

Alvan Ali PagarAlam. "ANALISIS GUGATAN WANPRESTASI DALAM JUAL BELI TANAH", *DE RECHTSSTAAT*, 2020

Publication

1 %

8

Trinas Dewi Hariyana. "Eksistensi Asas Iktikad Baik dalam Perjanjian Jual Beli Melalui Internet dengan Sistem Pembayaran Cash on Delivery", *UNISKA LAW REVIEW*, 2021

Publication

1 %

9

Suparji Suparji, Akbar Pandu Pratamalistya. "KREDIT PEMILIKAN RUMAH DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERLINDUNGAN

1 %

KONSUMEN", Jurnal Magister Ilmu Hukum,
2021

Publication

10

USMAN USMAN. "ANALISIS UU NO. 19
TAHUN 2016 TENTANG JUAL BELI BERBASIS
ONLINE PERSPEKTIF SYARIAH ISLAM",
KASBANA : Jurnal Hukum Ekonomi Syariah,
2021

1 %

Publication

11

Juju Jumena, A. Otong Busthomi, Husnul
Khotimah. "JUAL BELI BORONGAN BAWANG
MERAH DI DESA GRINTING MENURUT
TINJAUAN HUKUM ISLAM", Al-Mustashfa:
Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah,
2017

1 %

Publication

12

Ollavega Aurelia, Sahlan Hasbi, Fitri Yetti.
"PENGELOLAAN PEMBIAYAAN MURABAHAH
NASABAH UMKM BPRS AMANAH INSANI DI
MASA PANDEMI COVID-19", NISBAH: JURNAL
PERBANKAN SYARIAH, 2021

1 %

Publication

13

Isty Yulistiani, Safitri Mukarromah. "Transaksi
Jual Beli Dengan Menggunakan Sistem
Member Card Di Warung Makan Sambel
Layah Purwokerto", JURNAL HUKUM
EKONOMI SYARIAH, 2020

1 %

Publication
