

**PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM JUAL BELI *IPHONE*
BEKAS DI PLATFORM *FACEBOOK* PERSPEKTIF UNDANG-
UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN**

SKRIPSI



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Oleh:

Ilmi Mufidah

NIM: 214102020006

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS SYARIAH
JUNI 2025**

**PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM JUAL BELI *IPHONE*
BEKAS DI PLATFORM *FACEBOOK* PERSPEKTIF UU
NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN
KONSUMEN**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu prasyarat memperoleh
gelar Sarjana Hukum (S.H.)
Fakultas Syari'ah
Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah



Oleh:

Ilmi Mufidah

NIM: 214102020006

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS SYARIAH
JUNI 2025**

**PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM JUAL BELI *IPHONE*
BEKAS DI PLATFORM *FACEBOOK* PERSPEKTIF UU
NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN
KONSUMEN**

SKRIPSI

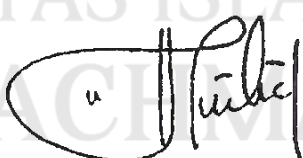
diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu prasyarat memperoleh
gelar Sarjana Hukum (S.H.)
Fakultas Syari'ah
Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah

Oleh:

Ilmi Mufidah

NIM: 214102020006

Disetujui Pembimbing

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

ANJAR APRILIA KRISTANTI, M.Pd.
NIP.199204292019032020

**PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM JUAL BELI *IPHONE*
BEKAS DI PLATFORM *FACEBOOK* PERSPEKTIF UU
NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN
KONSUMEN**

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H)
Fakultas Syariah
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

Hari: Kamis
Tanggal: 26 Juni 2025

Tim Penguji

Ketua

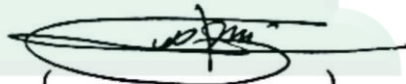
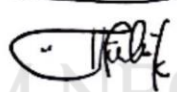

M. Svifaul Hasan, M.Si
NIP. 19900817202321104

Sekretaris


M. Al Syaifudin Zuhri, SEI, MM
NIP. 198202072025211004

Anggota:

1. Dr. H. Ahmad Junaidi, M.Ag
2. Anjar Aprilia Kristanti, M.Pd


()

()

Menyetujui
Dekan Fakultas Syariah

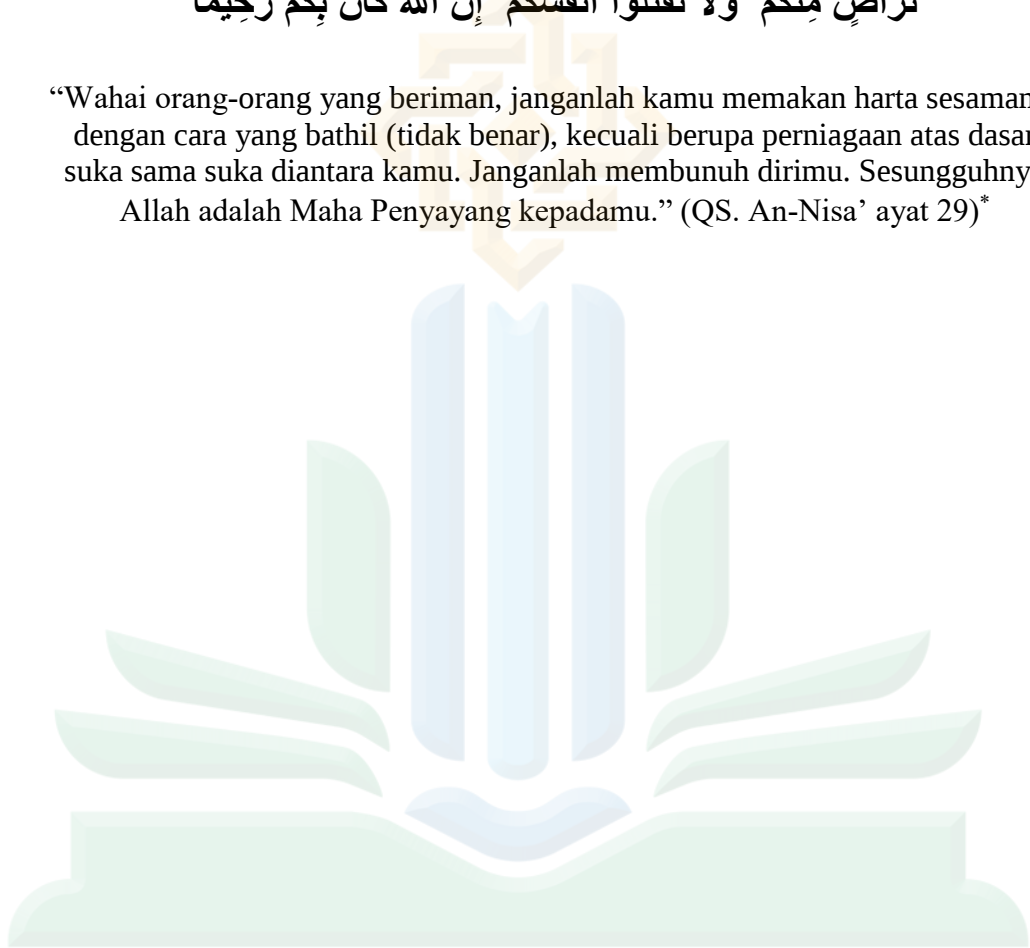



Dr. Wildani Hefni, M.A.
NIP. 199111072018011004

MOTTO

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

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang bathil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka diantara kamu. Janganlah membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An-Nisa’ ayat 29)*



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

*Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Hafalan Tahfidz Metode 5 (lima)*
Blok Warna dan Terjemah (Bandung: Cordoba, 2021), 83

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT, penulis mengucapkan terima kasih atas segala rahmat dan pentunjuk-Nya yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, kesabaran, dan ketekunan dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Dengan kerendahan hati, penulis mempersembahkan karya sederhana ini sebagai ungkapan rasa terima kasih kepada:

1. Kedua Orang Tua terutama cinta pertama penulis, abi H. M. Musta'in, S.Pd, M.Ag dan ibu Hj. Mawar Wati, S.E, yang sudah mendukung, mendoakan, serta memberikan cinta dan kasih sayang yang tidak pernah kurang untuk anak kedua-nya ini. Terima kasih telah mendidik, dan menasihati penulis untuk selalu optimis dan menjadi lebih baik dari sebelumnya. Tolong hidup lebih lama, Surgaku.
2. Untuk kakak dan adik-adik penulis, Nadia A'yun Hisbiyah, S.Pd, M. Afif Alfani, Keisa Laila Mumtazah yang menjadi salah satu sumber motivasi dan penyemangat penulis. Terima kasih untuk semua kalimat-kalimat penenang yang diberikan untuk meyakinkan penulis bahwa semua ini pasti bisa terlewati.
3. Kepada para informan yang telah bersedia meluangkan waktu, membuka ruang cerita, dan memberikan jawaban dengan jujur serta penuh kepercayaan. Terima kasih telah menjadi bagian penting dalam perjalanan penelitian ini. Setiap pengalaman yang saudara/i bagikan bukan hanya menjadi data, tetapi juga pelajaran berharga yang memperkaya pemahaman penulis tentang realita di lapangan. Semoga kebaikan dan kesediaan yang telah diberikan menjadi catatan amal yang terus mengalir manfaatnya, dan semoga penelitian ini bisa memberikan sedikit arti bagi dunia yang kita jalani bersama.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Dengan penuh rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, yang memungkinkan penulis menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM JUAL BELI *IPHONE* BEKAS DI PLATFORM *FACEBOOK* PERSPEKTIF UU NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana di jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Penulis menyadari bahwa karya ini masih memiliki beberapa kekurangan, baik dari segi materi, bahasa, maupun teknik penelitian. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran konstruktif dari semua pihak untuk perbaikan di masa mendatang.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebenar-benarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni, S. Ag, M.M. selaku Rektor UIN KHAS Jember
2. Bapak Dr. Wildani Hefni, M.A. selaku Dekan Fakultas Syariah UIN KHAS Jember
3. Ibu Dr. Busriyanti, M.Ag. selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Syariah UIN KHAS Jember
4. Bapak Sholikul Hadi, S.H., M.H. selaku Plt. Kepala Jurusan Hukum Islam
5. Bapak Freddy Hidayat, S.H., M.H. selaku Koordinator Program Studi Hukum Ekonomi Syariah
6. Bapak Mohammad Ikrom, S.H.I., M.S.I selaku Dosen Pembimbing Akademik

7. Ibu Anjar Aprilia Kristanti, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing yang bukan hanya membimbing secara akademik, tetapi juga menjadi pengarah, penyemangat, dan motivator yang luar biasa. Terima kasih yang sebesar-besarnya atas waktu, kesabaran, dan perhatian yang ibu berikan selama proses penulisan skripsi ini. Terima kasih telah mempermudah setiap proses, selalu membuka pintu konsultasi dengan lapang, dan memahami setiap kesulitan yang penulis hadapi. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan, serta balasan terbaik untuk setiap kebaikan yang ibu berikan.
8. Seluruh Dosen UIN KHAS Jember terutama Dosen Fakultas Syariah UIN KHAS Jember
9. Teman-teman santri AIQ PPME Nuris 2 terutama program tahfidz
10. Almamater UIN KHAS Jember yang telah memberikan kesempatan untuk menimba ilmu dan belajar dari para dosen, sehingga memberikan banyak pengalaman dan pelajaran berharga.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan memiliki banyak kekurangan akibat keterbatasan dan kemampuan penulis. Oleh karena itu, penulis berharap kritik dan saran yang membangun untuk memperbaiki segala kekurangan demi mencapai kesempurnaan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Jember, 23 Mei 2025

Penulis

ABSTRAK

Ilmi Mufidah, 2025: Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli *iPhone* Bekas di Platform *facebook* Perspektif UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, *iPhone* Bekas, *facebook*, Transaksi Online, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

Latar belakang penelitian ini dilandasi oleh pesatnya perkembangan teknologi dan digitalisasi yang telah mengubah sistem perdagangan, termasuk munculnya platform media sosial seperti *facebook* sebagai sarana jual-beli. Terdapat ketidaksesuaian pelaku usaha dalam jual beli *iPhone* bekas di *facebook* dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan kurangnya perlindungan hukum terhadap konsumen yang kehilangan hak-haknya.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah: 1) Bagaimana pemenuhan hak dan kewajiban pelaku usaha dalam transaksi jual-beli *iPhone* bekas melalui platform *facebook* ditinjau dari Undang-Undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen? 2) Bagaimana pemenuhan hak dan kewajiban konsumen dalam transaksi jual-beli *iPhone* bekas melalui platform *facebook* ditinjau dari Undang-Undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen?

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) untuk mendeskripsikan dan menganalisis pemenuhan hak dan kewajiban pelaku usaha dalam transaksi jual beli *iPhone* bekas melalui platform *facebook* ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. 2) untuk mendeskripsikan dan menganalisis pemenuhan hak dan kewajiban konsumen dalam transaksi jual beli *iPhone* bekas melalui platform *facebook* ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Penelitian ini memakai pendekatan perundang-undangan dengan metode hukum empiris, melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap pelaku usaha dan konsumen di grup *facebook* “Jual Beli *iPhone* Jawa Timur”.

Hasil dari penelitian ini: 1) praktik jual beli *iPhone* bekas di platform *facebook*, khususnya pada grup Jual Beli *iPhone* Jawa Timur, belum sepenuhnya mencerminkan pelaksanaan hak dan kewajiban pelaku usaha sesuai UUPK. Dari sisi hak, pelaku usaha belum mendapat perlindungan hukum yang memadai terhadap konsumen yang tidak jujur serta belum tersedia mekanisme pemulihan nama baik saat terjadi sengketa. Dari sisi kewajiban, sebagian pelaku usaha telah beritikad baik dengan memberi informasi jelas dan melayani secara adil, tapi masih ada yang menyesatkan konsumen, mengabaikan keluhan, dan tidak memberi jaminan. Ketiadaan sistem *escrow* dan regulasi digital memperlemah perlindungan sehingga diperlukan sistem yang lebih adaptif, adil, dan transparan. 2) praktik jual beli *iPhone* bekas di platform *facebook*, khususnya pada grup jual beli *iPhone* Jawa Timur, konsumen merasakan terpenuhinya hak konsumen, namun hak atas pembinaan dan edukasi belum maksimal karena kurangnya upaya sistematis dalam meningkatkan pemahaman hukum. Sementara dari sisi kewajiban konsumen, mereka umumnya telah membayar sesuai kesepakatan, bersikap jujur, dan memahami informasi produk. Meski begitu, kelemahan dalam kesadaran hukum dan keterampilan digital membuat konsumen kesulitan menyelesaikan sengketa. Oleh karena itu, edukasi hukum berkelanjutan penting untuk meningkatkan kesadaran akan hak dan kewajiban konsumen dalam transaksi digital.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iii
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Definisi istilah	9
F. Sistematika penulisan	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
A. Penelitian Terdahulu.....	12
B. Kajian Teori.....	17
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	28
B. Lokasi Penelitian	29
C. Subyek Penelitian	29

D. Teknik Pengumpulan Data	31
E. Teknik Analisis Data	32
F. Keabsahan Data	33
G. Tahap-Tahap Penelitian.....	34
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS.....	35
A. Gambaran Obyek Penelitian.....	35
B. Penyajian Data dan Analisis.....	38
C. Pembahasan Temuan.....	53
BAB V PENUTUP	64
A. Kesimpulan.....	64
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN-LAMPIRAN	72

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR TABEL

tabel 2. 1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3. 1 Daftar Nama Informan	30



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Deskripsi Produk Elektronik	41
Gambar 4. 2 Tawar-menawar produk pada fitur komentar.....	47



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Seiring dengan kemajuan zaman yang semakin modern, sistem perdagangan, metode bertransaksi, dan sistem pemasaran pun mengalami pembaharuan. Di era digital saat ini, khususnya dengan semakin berkembangnya internet, tantangan terkait jarak, waktu, dan biaya dapat diatasi dengan mudah. Salah satu teknologi yang dapat membantu meningkatkan keterampilan berbisnis, mendongkrak penjualan produk, dan memudahkan pembelian adalah platform *facebook*.¹ Media sosial ini banyak memiliki potensi yang dapat dimanfaatkan oleh para pelaku usaha, apalagi hampir semua orang menggunakan platform ini. *Facebook* menyediakan peluang beriklan bagi para penggunanya untuk memasarkan atau mempromosikan berbagai produk termasuk pakaian, barang kecantikan, produk kesehatan, dan perangkat elektronik.

Facebook yang didirikan oleh Mark Zuckerberg pada tahun 2004 merupakan salah satu platform sosial media tertua yang terus berkembang tanpa mengalami penurunan popularitas. Popularitas ini didukung oleh kemudahan penggunaan yang membuatnya tetap diminati. Selain itu, *facebook* terus mengalami pembaruan dengan menghadirkan berbagai fitur baru yang sesuai dengan tren dan kebutuhan pengguna, seperti *facebook stories*, *facebook live*, *facebook marketplace*. pembaruan ini membantu *facebook* tetap relevan di tengah persaingan ketat dengan platform media sosial lainnya.² Secara keseluruhan, konsistensi perkembangan dan penambahan fitur-fitur baru telah menjadikannya sebagai salah satu platform media sosial terbesar di dunia.

¹Faruq Abdullah Shiddiq, Novita Suzimri Bili, and Muhamad Fathoni, "Fenomena Penggunaan Facebook Sebagai Media Pemasaran Produk Di Kalangan Masyarakat," *Prosiding Seminar Nasional* (2023): 231–240.

² "Alasan facebook masih populer sebagai media sosial saat ini", eraspase, 17 Jul 2023, diakses 25 Des 2024, [Alasan Facebook Masih Populer Sebagai Media Sosial Saat Ini](#)

Menurut riset yang dilakukan agensi pemasaran digital yang bernama We Are Social bekerja sama dengan Hootsuite pada Januari 2023, *facebook* menempati peringkat ketiga sebagai media sosial yang paling banyak digunakan mencapai 83,8% atau sekitar 119,9 juta pengguna. Popularitas tinggi platform ini didukung oleh jangkauannya yang luas serta kemudahan penggunaannya, yang dapat dipahami oleh berbagai kalangan masyarakat. Sementara itu, hasil survey dari Pricewaterhouse Coopers (PwC) menunjukkan bahwa 63% pengguna memanfaatkan *facebook* untuk mencari informasi mengenai produk, layanan, maupun penjualan.³

Di era saat ini, kategori barang yang populer di kalangan masyarakat cenderung mencerminkan gaya konsumtif, terutama di platform *facebook*. Salah satu jenis barang yang banyak diminati adalah alat elektronik khususnya *handphone*, karena terdapat perbedaan harga yang cukup signifikan dibandingkan dengan *official store*. Misalnya, harga *handphone* di *official store* dibanderol sekitar Rp4.000.000, sedangkan di *facebook* harganya bisa lebih rendah, sekitar Rp3.500.000. Mengingat harga *handphone* baru sering kali tinggi saat pertama kali masuk pasar, konsumen cenderung menunggu beberapa minggu atau bulan hingga harganya turun.⁴ Namun, jika penurunan harga tersebut memakan waktu lama, banyak konsumen beralih untuk membeli *handphone* bekas. *Facebook* menjadi salah satu platform yang sering dikunjungi oleh konsumen untuk mencari *handphone* bekas dengan harga yang lebih murah.

Masyarakat Indonesia kini semakin mengenal berbagai merek *handphone* dari produsen ternama dunia, seperti *Samsung*, *Nokia*, *Xiaomi*, *Oppo*, *Vivo*, dan lainnya. salah satu merek yang memiliki banyak pengguna di Indonesia

³I M D Atmaja, I M S Maradona, and ..., "Pengaruh Sosial Media Facebook Pada Penjualan Studi Kasus Pada UMKM Group Wisata Kuliner Pringsewu," *Journal of Digital ...* 1, no. 2 (2023): 50–60, <https://jurnal.relawantik.or.id/ict/article/view/91%0Ahttps://jurnal.relawantik.or.id/ict/article/download/91/68>.

⁴ Imam Ali (2024), "10 Cara Aman Beli Hp Secara Online di Marketplace, TERJAMIN!" diakses 19 Feb 2025, https://www.pricebook.co.id/article/tips_tricks/9759/tips-beli-hp-online

adalah *Apple* dengan produknya, *iPhone*. *iPhone* dirancang dan dipasarkan oleh Apple Inc. pertama kali diperkenalkan oleh Steve Jobs pada 9 Januari 2007. Kehadirannya berhasil menarik minat masyarakat di seluruh dunia, termasuk di Indonesia.⁵ Pada tahun 2023, *iPhone* terjual mencapai 2,3 juta unit. Selain itu, pangsa pasar *iPhone* di Indonesia per Maret 2024 tercatat sebesar 11,56% dengan jumlah penggunaan sekitar 14,4 juta dari total 190 juta pemilik ponsel.⁶ Data ini menunjukkan tingginya minat dan permintaan masyarakat terhadap *iPhone*, meskipun harganya lebih tinggi dibandingkan rata-rata merek ponsel lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa fitur dan teknologi yang ditawarkan *iPhone* tetap menjadi daya tarik utama bagi konsumen.

iPhone bekas menjadi salah satu produk yang cukup diminati di platform *facebook* terutama karena harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan *iPhone* baru. Selain itu, perangkat ini dikenal memiliki kualitas dan performa yang tetap dapat diandalkan meskipun dalam kondisi bekas. Dukungan pembaruan perangkat lunak dari *Apple* yang bertahan lebih lama dibandingkan produsen lain juga menjadi nilai tambahan. Tidak hanya itu, nilai jual yang relatif stabil membuat banyak konsumen merasa bahwa membeli *iPhone* bekas adalah investasi yang aman.

Platform *facebook* menjadi tempat bagi pelaku usaha dari berbagai latar belakang mulai dari individu, *reseller* kecil, hingga pedagang profesional yang menawarkan produk dengan harga beragam. Salah satu produk yang cukup diminati adalah *iPhone* bekas, yang seringkali ditawarkan dengan harga yang jauh lebih murah dibandingkan harga pasaran. Fenomena ini menjadi alasan tingginya penjualan *iPhone* bekas di platform *facebook*.

⁵Tjoa Cynthia Anggraini Wijaya, "Motif Masyarakat Surabaya Dalam Menggunakan iPhone", *Jurnal E-Komunikasi*, Vol 1. No. 1 Tahun 2013, Universitas Kristen Petra Surabaya, hlm. 2

⁶ M. Raihan Muzakki (2024), "Kemenperin Sebut Penjualan iPhone di Indonesia Capai 2,3 Juta Unit pada 2023, Indonesia Jadi Salah Satu Pasar Terbesar", diakses 24 Feb 2025, <https://www.tempo.co/ekonomi/kemenperin-sebut-penjualan-iphone-di-indonesia-capai-2-3-juta-unit-pada-2023-indonesia-jadi-salah-satu-pasar-terbesar-1177065>

Namun, kurangnya proteksi dari platform ini membawa risiko penipuan yang cukup tinggi. *Facebook* tidak menyediakan sistem *escrow* atau rekening bersama seperti yang dimiliki oleh platform *e-commerce* lain, seperti *shoppe*. Selain itu, interaksi langsung antara penjual dan pembeli yang sering dilanjutkan melalui aplikasi pesan *whatsapp*, menciptakan ruang untuk negosiasi personal tetapi juga memiliki risiko manipulasi. Di platform *shopee* menawarkan fitur yang lebih aman dan terpercaya, seperti *official store* yang menjamin keaslian produk serta sistem pembayaran dengan jaminan keamanan.⁷ Hal ini memberikan rasa aman bagi konsumen yang mengutamakan kualitas dan garansi dalam setiap pembelian. Sementara itu, platform *facebook* tidak menyediakan fitur untuk memverifikasi apakah penjual merupakan distributor resmi atau memastikan keaslian produk yang dijual. Selain itu, apabila terjadi penipuan, pembeli harus berupaya menyelesaikan permasalahan secara langsung dengan penjual, tanpa adanya mekanisme pengembalian dana atau layanan mediasi resmi dari *facebook*.

Penjualan *iPhone* bekas melalui *facebook* semakin diminati oleh pelaku usaha karena platform ini memberikan akses mudah ke pasar yang luas. Banyak penjual yang memanfaatkan grup jual beli dan fitur *marketplace* di *facebook* untuk memasarkan produk mereka dengan harga yang lebih kompetitif dibandingkan di platform lainnya. Namun, disisi lain banyak pelaku usaha yang merasa khawatir dengan tingkat kecurangan yang terjadi di platform tersebut. Penipuan sering terjadi dalam transaksi jual beli, di mana pelaku menggunakan identitas palsu atau akun curian untuk menawarkan *iPhone* dengan harga yang sangat menarik. Setelah pembayaran dilakukan, penipu biasanya menghilang tanpa mengirimkan barang. Selain itu, ada juga modus yang melibatkan permintaan transfer uang sebagai pembayaran awal sebelum barang dikirim, yang sering berakhir dengan penipuan. Bagi pelaku usaha yang menjalankan bisnisnya dengan jujur, praktik penipuan ini

⁷ Lucky Sebastian (2019), “*Beli Smartphone di Online Lebih Murah Dibanding Toko Resmi, Kenapa?*” diakses 25 Des 2024, [Beli Smartphone di Online Lebih Murah Dibanding Toko Resmi, Kenapa?](#)

berdampak besar karena dapat merusak reputasi mereka dan mengurangi tingkat kepercayaan konsumen terhadap transaksi di *facebook*.

Pada tahun 2023, pihak berwenang menerima hampir 100 laporan penipuan *online* dengan berbagai modus, termasuk penipuan jual beli *iPhone* melalui platform *facebook*.⁸ Oleh karena itu, diperlukan perlindungan hukum yang jelas bagi konsumen di platform *facebook*, untuk memastikan kejujuran dan kepercayaan antara pelaku usaha dan konsumen, serta mekanisme yang efektif untuk melindungi dan menegakkan hak-hak konsumen.

Peneliti memilih platform *facebook* sebagai obyek penelitian karena platform ini merupakan salah satu yang terbesar di Indonesia dan sering digunakan oleh masyarakat untuk membeli berbagai produk, termasuk barang elektronik dengan harga yang relatif murah serta sebagai tempat berlangsungnya praktik jual beli. Di platform ini, sering muncul berbagai persoalan hukum terkait perlindungan konsumen, seperti ketidaksesuaian spesifikasi produk dengan deskripsi yang dijanjikan, kondisi barang yang tidak layak, hingga kasus penipuan. Dalam banyak kasus, konsumen sering dirugikan akibat minimnya informasi yang jelas tentang produk yang dibeli serta lemahnya regulasi perlindungan konsumen yang berlaku di platform *facebook*.⁹

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan, yang sering disebut sebagai penelitian hukum empiris, yang berlandaskan pada peraturan perundang-undangan, khususnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen serta tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi jual beli *iPhone* bekas di platform *facebook*. UUPK dipilih sebagai dasar penelitian karena secara

⁸ Kris Toffan Hia (2023), “Modus Baru Penipuan Jual HP di Facebook Terungkap”, diakses 15 Des 2024, <https://www.rri.co.id/kriminalitas/320523/modus-baru-penipuan-jual-hp-di-facebook-terungkap?utm>

⁹ Abdul Halim Barkatullah, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi *E commerce* Lintas Negara di Indonesia”, (Yogyakarta: FH UII Press, 2009), hlm. 4

husus mengatur hak dan kewajiban baik konsumen maupun pelaku usaha dalam transaksi jual beli. Dengan demikian, perspektif UUPK memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi potensi pelanggaran yang mungkin dilakukan oleh pelaku usaha serta menilai efektivitas pelaksanaan hak konsumen yang diatur dalam pasal 7 UUPK. Hal ini mencakup kewajiban untuk memberikan informasi yang jelas, benar, dan jujur mengenai barang yang dijual, serta menjamin kualitas dan keasliannya. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji kepatuhan pelaku usaha terhadap larangan-larangan yang tercantum dalam pasal 8 UUPK, seperti larangan untuk menyampaikan informasi yang palsu, menyesatkan, atau menyembunyikan fakta yang dapat merugikan konsumen.

Namun, praktik di lapangan menunjukkan bahwa ada motif penipuan dalam transaksi *online* dimana pelaku usaha dengan sengaja memberikan informasi yang salah atau menyesatkan tentang barang dan/atau jasa yang dijual, seperti kondisi, spesifikasi, harga, atau kelebihan produk. Pelaku usaha secara sepihak memblokir akun atau menghentikan komunikasi dengan korban setelah si korban melakukan transaksi dan pembayaran. Tindakan ini membuat konsumen tidak memiliki cara untuk komplain, meminta pertanggungjawaban, atau meminta pengembalian dana karena tindakan ini.¹⁰

Selain itu, fenomena ini menunjukkan perbedaan kekuatan antara pelaku usaha dengan konsumen dalam transaksi *online*, dimana konsumen lemah dan rentan terhadap penyalahgunaan. Konsumen kehilangan hak-haknya untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur serta hak untuk mendapatkan ganti rugi atau kompensasi apabila barang dan/atau jasa yang mereka terima tidak sesuai dengan perjanjian sesuai dengan pasal 4 UUPK. Sebaliknya, langkah-langkah yang diambil pelaku usaha ini melanggar pasal 10 UUPK, yang melarang penawaran, promosi, atau pernyataan yang tidak jujur dan menyesatkan. Namun, situasi semakin memburuk karena kurangnya pengawasan dan penegakkan hukum pada transaksi *online*, terutama melalui

¹⁰ Hakim, R., & Sari, R. "Analisis Penipuan *Online* dan Perlindungan Konsumen dalam Transaksi *E-Commerce* di Indonesia". *Jurnal Hukum Ekonomi*, 2021, 12(2), 45-52.

platform *e-commerce* dan media sosial.¹¹ Konsumen tidak hanya mengalami kerugian materiil, tetapi mereka juga mengalami kerugian emosional dan psikologis sebagai akibat dari ketidakberdayaan yang mereka alami saat menghadapi praktik penipuan seperti ini. Oleh karena itu, motif penipuan dengan memblokir akun korban setelah transaksi online ini menunjukkan kekurangan perlindungan konsumen dan pentingnya perbaikan regulasi dan mekanisme pengawasan dalam perdagangan digital untuk melindungi hak-hak konsumen secara optimal.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai pelaksanaan transaksi jual-beli *iPhone* bekas melalui platform *facebook* serta perlindungan hukum bagi konsumen yang hak-haknya tidak terpenuhi. Kajian ini ditinjau berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengkaji hal tersebut dengan judul penelitian “Perlindungan Konsumen dalam Jual-Beli *iPhone* bekas di Platform *Facebook* Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen”

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat disimpulkan beberapa pokok permasalahan dalam melakukan penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pemenuhan hak dan kewajiban pelaku usaha dalam transaksi jual-beli *iPhone* bekas melalui platform *facebook* ditinjau dari Undang-Undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen?
2. Bagaimana pemenuhan hak dan kewajiban konsumen dalam transaksi jual-beli *iPhone* bekas melalui platform *facebook* ditinjau dari Undang-Undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen?

¹¹ Nugraha, A., & Kurniawan, T. “Urgensi Reformasi Regulasi dalam Perlindungan Konsumen di Era Perdagangan Digital”. *Jurnal Sosial Humaniora*, (2023), 19(2), 123-135.

C. Tujuan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis pemenuhan hak dan kewajiban pelaku usaha dalam transaksi jual-beli *iPhone* bekas melalui platform *facebook* ditinjau dari Undang-Undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.
2. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis pemenuhan hak dan kewajiban konsumen dalam transaksi jual-beli *iPhone* bekas melalui platform *facebook* ditinjau dari Undang-Undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi yang diberikan setelah melakukan penelitian. Berikut manfaat penelitian yang diharapkan oleh peneliti, yaitu:

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi berupa karya ilmiah serta memberikan kontribusi keilmuan di bidang hukum ekonomi, khususnya terkait perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual-beli *online* melalui platform *facebook*. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sumber pengetahuan bagi peneliti selanjutnya atau akademisi lain yang mengangkat tema serupa. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk memperluas wawasan dan pengetahuan para pembaca mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi digital.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual-beli *iPhone* bekas melalui platform *facebook*, khususnya terkait

pemenuhan hak-hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha dalam transaksi jual beli *online*.

E. Definisi istilah

1. Perlindungan Konsumen

Menurut Pasal 1 angka (1) UUPK menjelaskan bahwa definisi perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.¹² Perlindungan konsumen dalam penelitian ini merujuk pada upaya untuk menjamin pemenuhan hak-hak konsumen serta memastikan keamanan dalam transaksi, sekaligus menyoroti kewajiban pelaku usaha dalam jual beli *iPhone* bekas melalui platform *facebook*.

2. Jual Beli

Menurut ketentuan Pasal 1457 KUHPdata, pengertian jual beli yaitu suatu perjanjian antara pihak satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak lain untuk membayar dengan harga yang telah dijanjikan.¹³ Dalam penelitian ini, jual beli merujuk pada proses transaksi yang melibatkan penjual dan pembeli yang dilakukan melalui platform digital atau media elektronik.

3. *iPhone* Bekas

iPhone merupakan telepon pintar dari Apple Inc. yang pertama kali diperkenalkan pada tahun 2007 yang dikenal dengan desainnya yang unik, elegan, tipis, dan ringan, *iPhone* memiliki daya tarik yang sangat besar. Selain itu, *iPhone* juga dilengkapi dengan sistem operasi yang berbeda dari merk *handphone* lain.¹⁴ Dalam penelitian ini, *iPhone* yang dimaksud

¹² Sekretariat Negara Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pasal 1 angka (1), hlm. 2

¹³ Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, pasal 1457, hlm 401

¹⁴ Terry Luana Aprilia, "Pengaruh Brand Image Produk Apple Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Komunitas Instamarinda", *eJournal Ilmu Komunikasi*, (2016), 4 (3): 421-431

adalah *iPhone* bekas yang telah dipakai sebelumnya dan dijual kembali oleh pelaku usaha dalam berbagai kondisi fisik dan fungsi, dengan harga yang umumnya lebih terjangkau dibandingkan *iPhone* baru.

4. *Facebook*

Facebook merupakan platform digital yang menyediakan layanan komunikasi dan transaksi *online*, khususnya melalui fitur *Marketplace* dan grup jual-beli. Namun, dalam konteks perlindungan konsumen, *facebook* hanya bertindak sebagai perantara atau fasilitator tanpa mengambil peran pengawasan atau tanggung jawab penuh terhadap transaksi yang terjadi di dalam platformnya.¹⁵ Penelitian ini berfokus pada fitur dan aktivitas jual beli dalam grup *marketplace* Jual Beli *iPhone* Jawa Timur di *facebook*, khususnya dalam menganalisis bagaimana proses transaksi berlangsung, bagaimana pelaku usaha menjalankan kewajibannya, serta sejauh mana hak-hak konsumen dipenuhi dan dilindungi dalam transaksi jual beli *iPhone* bekas di platform tersebut.

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

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen adalah peraturan hukum di Indonesia yang bertujuan melindungi hak-hak konsumen dan menciptakan keadilan dalam hubungan antara konsumen dan pelaku usaha demi terciptanya iklim perdagangan yang sehat. Undang-undang ini mengatur hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, serta larangan bagi pelaku usaha.

¹⁵ Widodo, S. Transaksi Jual Beli Online di Media Sosial Ditinjau dari Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, (2021), 20(2), 112–124.

F. Sistematika penulisan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup.¹⁶ Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini agar lebih mudah bagi para pembaca untuk memahaminya, terbagi dalam empat bab dengan penjelasan sebagai berikut:

Bab I adalah Pendahuluan, pada bab ini berisi latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika pembahasan. Pada bab ini akan menjelaskan permasalahan umum tentang keseluruhan isi penelitian yang kemudian dijelaskan lebih rinci pada bab selanjutnya.

Bab II adalah Kajian Pustaka, pada bab ini membahas mengenai penelitian terdahulu yang didalamnya dicantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu dan kajian teori yang berkaitan dengan perlindungan konsumen terhadap jual-beli *iPhone* bekas platform *facebook* perspektif UU nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

Bab III adalah Metode Penelitian, membahas tentang jenis penelitian dan pendekatan yang digunakan peneliti, sumber bahan hukum, teknik pengumpulan bahan hukum, serta analisis bahan hukum yang akan dilakukan dalam penelitian ini.

Bab IV adalah Hasil dan Pembahasan, yang berisi uraian hasil penelitian dan penyajian data yang kemudian diedit, diklasifikasi, diverifikasi dan kemudian dianalisis untuk menjawab fokus penelitian.

Bab V adalah Penutup, yang berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan pada penelitian ini merupakan jawaban singkat dari fokus penelitian. Sedangkan saran pada penelitian ini merupakan usulan kepada pihak-pihak tertentu sesuai dengan fokus dan obyek penelitian.

¹⁶ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah* (Jember:UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2024), hlm. 88

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini, peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang relevan untuk mengkorelasikan kelebihan dan kekurangan yang ada. Peneliti juga menggali informasi dari jurnal-jurnal maupun skripsi untuk mendapatkan informasi dan teori-teori yang berkaitan dengan judul, berikut beberapa penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini:

1. Skripsi yang ditulis oleh Yosua Dwi Setiady dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta dari Fakultas Hukum Tahun 2020 yang berjudul **“Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli iPhone Bekas Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999”**.¹⁷

Penelitian ini menjelaskan tentang kesesuaian peraturan perundang-undangan terkait perlindungan konsumen dengan praktik jual beli *iPhone* bekas antara konsumen dan pelaku usaha *iPhone* bekas. Kemudian diteliti lebih lanjut mengenai kendala-kendala yang dihadapi oleh konsumen dalam praktik jual beli ini, mengingat konsumen harus menanggung resiko apabila *iPhone* bekas yang dibeli mengalami cacat kerusakan, padahal kerusakan pada *iPhone* bekas bisa disebabkan oleh kelalaian pelaku usaha dalam mengecek kondisi barang sebelum *iPhone* bekas tersebut dijual dan cacat tersembunyi yang dilakukan pelaku usaha *iPhone* bekas tersebut. Perbedaan dengan penelitian ini terdapat pada obyek penelitian yang di mana peneliti menggunakan obyek penelitian platform *facebook*.

¹⁷ Yosua Dwi Setiady, “Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli *iPhone* Bekas Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999”, (Skripsi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2020)

2. Skripsi yang ditulis oleh Muhammad Ikhsan dari Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh dari Fakultas Syariah dan Hukum Tahun 2022 yang berjudul **“Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online Menggunakan Media Instagram Menurut UU No. 8 Tahun 1999 dan Perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES)”**.¹⁸

Penelitian ini menjelaskan tentang jual beli *online* melalui media instagram yang diperbolehkan terlebih pada jual beli *online* ini menggunakan akad salam, penjual akan memberitahu sebelumnya bahwa barang akan dikirim setelah melakukan transaksi pembayaran dan pembeli hanya tunggu kiriman barang tersebut melalui bukti resi pengiriman dan barang akan dikirim dalam waktu 5-7 hari melalui ekspedisi, kemudian menurut hukum perlindungan konsumen dan kompilasi hukum ekonomi syariah, apabila pembeli telah membayar transaksi tersebut, apabila terjadi sesuatu ditengah perjalanan sebelum barang tersebut sampai, maka pihak pembeli dapat komplain ataupun membawa permasalahan tersebut ke jalur hukum sesuai dengan kerugian yang ditaksir apabila terjadi penipuan. Perbedaan dengan penelitian ini terdapat pada studi kasus yang berbeda di mana peneliti menggunakan studi kasus platform *facebook* yang hanya ditinjau dari Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen.

¹⁸ Muhammad Ikhsan, “Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online Menggunakan Media *Instagram* Menurut UU No. 8 Tahun 1999 dan Perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES)”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2022)

3. Skripsi yang ditulis oleh Filla Raudhotul Jannah dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dari Fakultas Syari'ah dan Hukum Tahun 2023 yang berjudul **“Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli Melalui Marketplace Facebook Perspektif Masalah Mursalah”**.¹⁹

Penelitian ini menjelaskan tentang ketidaksesuaian praktik transaksi jual beli melalui *marketplace facebook* yang ditinjau dari masalah mursalah, yang dimana menurut pendapat Dr. Abdul Wahab Kholaf yang mensyaratkan beberapa manfaat yang dapat dikategorikan masalah mursalah diantaranya, harus berupa manfaat faktual, harus berupa manfaat yang bersifat umum yang telah ditetapkan berdasarkan nash atau *ijma'*, selain itu diperlukan keselarasan dengan aturan pemerintah yang telah ditetapkan melalui perlindungan konsumen. Perbedaan dengan penelitian ini terdapat pada teori yang digunakan yaitu di mana peneliti menggunakan teori yang mengarah pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Selain itu, dalam penelitian ini juga berfokus pada jual beli *iPhone* bekas.

4. Skripsi yang ditulis oleh Dwi Ayu Fathanah, dari Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dari Fakultas Syariah Tahun 2024 yang berjudul **“Jual Beli Handphone Bekas Perspektif Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Jl. Jawa, Kelurahan Tegal Boto Lor, Kecamatan, Sumbersari, Kabupaten Jember)”**.²⁰

Penelitian ini menjelaskan tentang praktik jual beli yang tidak memberikan informasi dengan jelas, lengkap serta jujur terhadap barang

¹⁹ Filla Raudhotul Jannah, “Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli Melalui *Marketplace Facebook* Perspektif Masalah Mursalah” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2023)

²⁰ Dwi Ayu Fathanah, “Jual Beli *Handphone* Bekas Perspektif Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Jl. Jawa, Kelurahan Tegal Boto Lor, Kecamatan, Sumbersari, Kabupaten Jember)” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2024)

yang di jual, sehingga konsumen tidak mendapatkan hak-haknya. Jual Beli Handphone bekas Rekondisi di toko daerah jalan jawa merupakan praktik jual beli yang belum sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pasal 4 huruf c yang menjelaskan mengenai hak-hak yang dimiliki konsumen saat jual beli. Karena pada kenyataannya penjual tidak memberikan informasi secara lengkap atas barang yang diperjual belikan kepada calon pembeli. Sehingga hak-hak konsumen tidak terpenuhi. Perbedaan dengan penelitian ini terdapat pada studi kasus yang berbeda di mana peneliti menggunakan studi kasus platform *facebook* dan ditinjau dari Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen.

5. Jurnal yang ditulis oleh Fitriah dari Universitas Palembang Tahun 2020 yang berjudul **“Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Sosial”**²¹

Penelitian ini menjelaskan tentang perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* yang timbul dari adanya hak dan kewajiban dari kedua belah pihak, dimana produsen memiliki tanggung jawab atas informasi, produk dan keamanan yang harus dilakukan dalam transaksi. Pada prinsipnya transaksi *e-commerce* sama dengan transaksi lainnya sehingga apabila salah satu pihak melakukan wanprestasi kepada pihak lainnya yang bertentangan dengan kesepakatan maka telah melanggar hukum positif yang berlaku dan juga kesepakatan yang telah terjadi di awal transaksi serta dapat dilakukan tindakan hukum melalui litigasi atau non litigasi. Perbedaan dengan penelitian ini yaitu terdapat pada jenis penelitian yang di mana peneliti menggunakan jenis penelitian lapangan atau penelitian hukum empiris yang mengacu pada peraturan perundang-undangan, khususnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

²¹ Fitriah Fitriah, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Sosial,” *Solusi* 18, no. 3 (2020): 371–382.

tabel 2. 1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Yoshua Dwi Setiady, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2020. “Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Iphone Bekas Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999”	Persamaan dengan peneliti ialah sama-sama membahas tentang kesesuaian peraturan perundang-undangan terkait perlindungan konsumen dengan praktik jual beli <i>iPhone</i> bekas.	Perbedaan dengan penelitian ini terdapat pada obyek penelitian di mana peneliti menggunakan obyek penelitian platform <i>facebook</i> .
2	Muhammad Ikhsan, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2022. “Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online Menggunakan Media Instagram Menurut UU No. 8 Tahun 1999 dan Perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES)”	Persamaan dengan peneliti ialah sama-sama membahas tentang perlindungan hukum konsumen dalam transaksi jual beli <i>online</i> menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.	Perbedaan dengan penelitian ini terdapat pada studi kasus di mana peneliti menggunakan studi kasus platform <i>facebook</i> dan hanya ditinjau dari UUPK.
3	Filla Raudhotul Jannah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2023. “Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli Melalui <i>Marketplace Facebook</i> Perspektif Masalah Mursalah”	Persamaan dengan peneliti ialah sama-sama membahas tentang perlindungan konsumen terhadap jual beli melalui platform <i>facebook</i> .	Perbedaan dengan penelitian ini terdapat pada perspektif yang digunakan, di mana peneliti menggunakan perspektif yang mengarah pada UUPK. Selain itu, peneliti berfokus pada jual beli <i>iPhone</i> bekas.
4	Dwi Ayu Fathanah, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2024 “Jual Beli <i>Handphone</i> Bekas Perspektif Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Jl. Jawa, Kelurahan Tegal Boto	Persamaan dengan peneliti ialah sama-sama membahas tentang jual beli <i>Handphone</i> bekas.	Perbedaan dengan penelitian ini terdapat pada studi kasus yang di mana peneliti menggunakan studi kasus platform <i>facebook</i>

No	Nama, Tahun, Judul	Persamaan	Perbedaan
	Lor, Kecamatan, Sumbersari, Kabupaten Jember)		dan ditinjau dari Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen.
5	Fitriah, Universitas Palembang, 2020. “Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli melalui Sosial Media”	Persamaan dengan peneliti ialah sama-sama membahas tentang perlindungan hukum terhadap konsumen melalui media sosial.	Perbedaan dengan penelitian ini terdapat pada jenis penelitian lapangan atau penelitian hukum empiris yang mengacu pada peraturan perundang-undangan, khususnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

B. Kajian Teori

Kajian teori merupakan bagian yang memuat teori-teori yang menjadi landasam perspektif dalam penelitian. bagian ini membahas berbagai konsep yang relevan dengan topik penelitian secara lebih mendalam yang bertujuan untuk memberikan kerangka teoretis yang kuat.²²

²² Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah* (Jember: UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2024), hlm. 81

1. Konsep Perlindungan Konsumen

a) Pengertian Perlindungan Konsumen

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada pasal 1 ayat (1) bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Perlindungan konsumen bermakna sebagai upaya pemerintah yang dilakukan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dari potensi kerugian yang timbul akibat tindakan produsen dalam proses transaksi jual beli.²³

Aktivitas jual beli akan menjadi lebih aman apabila konsumen dan pelaku usaha memahami kewajiban serta larangan yang harus diperhatikan. Seiring dengan perkembangan zaman, transaksi pembelian tidak memerlukan pertemuan langsung antara pelaku usaha dan konsumen. Saat ini, tersedia berbagai aplikasi yang menyediakan wadah bagi pelaku usaha untuk memasarkan produknya, salah satunya adalah platform *facebook*. Oleh karena itu, perlindungan konsumen tidak hanya ditunjukkan kepada konsumen, tetapi juga mencakup perlindungan bagi pelaku usaha yang menjalankan kegiatan bisnisnya melalui platform tersebut.

Pengaturan mengenai perlindungan konsumen bertujuan untuk menjamin hak konsumen, termasuk hak untuk mendapatkan barang yang memenuhi standar dan aman digunakan, serta hak untuk memperoleh informasi yang akurat, jelas dan jujur terkait barang dan/atau jasa yang digunakan.

b) Tujuan perlindungan konsumen

Pada pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen menjelaskan tentang tujuan dari perlindungan konsumen, yaitu: a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk

²³ Burhanudin S, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal* (Malang: UIN Maliki Press, 2011), 1.

melindungi diri; b. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi; c. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha.²⁴

c) Hak dan Kewajiban Konsumen

Hak-hak konsumen diatur dalam pasal 4 UUPK, diantaranya: a. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; b. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; c. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Adapun kewajiban konsumen diatur dalam pasal 5 UUPK, yaitu: 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.

Konsep perlindungan konsumen berlandaskan pada asas-asas yang bertujuan untuk mewujudkan keseimbangan antara hak dan kewajiban konsumen maupun pelaku usaha. Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 menjelaskan bahwa perlindungan konsumen dilakukan untuk tujuan bersama, dengan dasar lima asas yang relevan yaitu sebagai berikut:

- a. Asas manfaat, asas ini memiliki makna bahwa setiap upaya dalam pelaksanaan perlindungan konsumen harus diarahkan untuk

²⁴ Sekretariat Negara Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pasal 3.

memberikan manfaat yang optimal bagi kepentingan konsumen maupun pelaku usaha secara menyeluruh.

- b. Asas keadilan, asas ini bertujuan untuk mewujudkan kesejahteraan seluruh masyarakat secara maksimal, sekaligus memberikan kesempatan bagi konsumen dan pelaku usaha untuk menikmati hak-haknya serta menjalankan kewajibannya secara adil.
- c. Asas keseimbangan, asas ini bertujuan untuk menciptakan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah, baik dalam aspek materiil maupun spiritual. asas ini menekankan pentingnya keselarasan manfaat yang diperoleh oleh ketiga pihak tersebut melalui pengaturan dan penegakkan hukum perlindungan konsumen.
- d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen, asas ini bertujuan untuk memberikan jaminan keamanan dan keselamatan bagi konsumen dalam menggunakan, memanfaatkan, atau mengonsumsi barang dan/atau jasa. Asas ini menekankan pentingnya kepastian hukum yang memastikan konsumen mendapatkan manfaat dari produk yang digunakan, sekaligus menjamin bahwa produk tersebut tidak akan membahayakan keselamatan, ketentraman, maupun harta benda mereka.
- e. Asas kepastian hukum, asas ini bertujuan untuk memastikan bahwa pelaku usaha dan konsumen mematuhi hukum serta mendapatkan keadilan dalam pelaksanaan perlindungan konsumen, sekaligus menjamin adanya kepastian hukum yang diberikan oleh negara.²⁵

²⁵ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2020), hlm. 58.

2. Pelaku usaha dan Tanggung Jawabnya

a) Pengertian pelaku usaha

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang tercantum pada pasal 1 ayat (3) pelaku usaha merupakan 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 penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai ekonomi. Para pelaku usaha yang dimaksud dalam UU ini tidak dibatasi hanya pabrikan saja, tetapi juga para distributor serta para importer. Dalam undang-undang ini tidak membedakan kewajiban yang harus dipenuhi oleh kedua pelaku usaha tersebut, demikian juga berbagai larangan yang dikenakan untuk keduanya.²⁶

Dalam konteks jual beli *online*, pelaku usaha mencakup individu atau badan yang memanfaatkan platform digital untuk menjual barang atau jasa kepada konsumen yang lebih luas dan efisien. Melalui platform *facebook*, pelaku usaha dapat menjangkau berbagai kelompok audiens, sekaligus menyediakan kemudahan dalam berkomunikasi dengan calon pembeli. Namun, aktivitas di ruang digital ini menuntut pelaku usaha untuk memiliki tanggung jawab yang lebih besar, termasuk memastikan bahwa barang dan/atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan deskripsi, aman digunakan, dan memenuhi standar yang berlaku, sebagaimana diatur dalam undang-undang.

b) Kewajiban pelaku usaha

Menurut pasal 7 UUPK, pelaku usaha memiliki kewajiban yang merupakan konsekuensi dari hak-hak konsumen, diantaranya: a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya; b. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta

²⁶ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2020), hlm. 17.

memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan; c. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku; d. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

Dalam transaksi jual beli *online*, pelaku usaha memiliki kewajiban untuk menyediakan deskripsi produk yang jelas dan akurat, sehingga konsumen dapat memahami karakteristik barang atau jasa yang ditawarkan dengan baik. Selain itu, pelaku usaha juga diwajibkan menyertakan foto produk yang sesuai dengan kondisi sebenarnya, tanpa manipulasi atau informasi yang menyesatkan. Pelaku usaha juga harus memberikan keterangan lengkap mengenai kondisi barang, apakah dalam keadaan baru, bekas, atau terdapat cacat, serta menyediakan panduan yang jelas terkait metode pembayaran dan proses pengiriman, guna memastikan transparansi dan kenyamanan dalam transaksi.²⁷

c) Tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen

Pada pasal 19 UUPK, pelaku usaha bertanggung jawab atas kerugian konsumen akibat barang atau jasa yang dipasarkan. Dalam transaksi online di platform *facebook*, tanggung jawab itu mencakup: a. Menjamin barang yang dikirim sesuai dengan deskripsi dan kesepakatan; b. Bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan; c. Ganti rugi dapat berupa pengembalian atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya.

Tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi *online* mencakup berbagai hal yang bertujuan untuk melindungi hak-hak konsumen sekaligus memastikan kelancaran dan keadilan dalam proses jual beli. Dalam aktivitas jual beli

²⁷ Mantri, B. H. Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* (Doctoral dissertation, program Pascasarjana Universitas Diponegoro, 2007).

online, pelaku usaha juga diwajibkan menjaga transparansi dalam setiap tahapan transaksi, termasuk proses pembayaran, melindungi data pribadi konsumen, serta menghindari tindakan-tindakan yang merugikan, seperti penipuan atau pengiriman barang yang tidak sesuai. Dengan menjalankan tanggung jawab tersebut, pelaku usaha tidak hanya memperkuat kepercayaan konsumen, tetapi juga mendukung terciptanya ekosistem perdagangan digital yang adil, aman, dan berkelanjutan.²⁸

d) Larangan bagi pelaku usaha

Pada pasal 8 UUPK, menjelaskan perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha yaitu: a. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut; b. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang yang dimaksud; c. Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru.

Larangan bagi pelaku usaha mencakup berbagai tindakan yang dapat merugikan konsumen, termasuk memberikan informasi yang menyesatkan atau tidak jujur terkait barang atau jasa yang dijual. Hal ini mencakup penyampaian deskripsi produk yang tidak sesuai dengan fakta, penggunaan gambar yang telah dimanipulasi, atau pernyataan yang tidak transparan mengenai kondisi barang, seperti keaslian, kualitas, atau kondisi fisiknya. Larangan ini bertujuan untuk melindungi konsumen dari potensi kerugian serta menjaga kepercayaan dan integritas dalam transaksi jual beli, terutama di

²⁸ Sitepu, D. P. B., Manurung, A. F. R., Zulkifli, S., & Noor, T. Analisis Hukum Tanggungjawab Penyedia Platform *Marketplace* terhadap Produk Palsu dalam Transaksi Jual Beli Online. *Jurnal Darma Agung*, 2004, 32(6), 464-474.

lingkungan digital yang lebih rawan terhadap penyebaran informasi yang tidak akurat.²⁹

3. Jual Beli Online

Transaksi jual beli *online* adalah bentuk perdagangan yang menggunakan teknologi internet untuk memfasilitasi hubungan antara penjual dan pembeli tanpa perlu bertatap muka secara langsung. Dalam transaksi ini, pelaku usaha memanfaatkan platform digital, seperti media sosial, situs web, atau aplikasi *e-commerce* untuk memasarkan barang atau jasa mereka kepada konsumen.³⁰ Salah satu keunggulan utama dari transaksi jual beli *online* adalah ketergantungan pada teknologi digital untuk mendukung seluruh prosesnya. Selain itu terdapat pada kemudahan aksesnya, dimana konsumen dapat berbelanja kapan saja dan dimana saja, tanpa dibatasi oleh jarak geografis atau waktu operasional. Transaksi ini juga mengandalkan metode pembayaran elektronik, seperti transfer bank, kartu kredit, dompet digital, atau sistem pembayaran lainnya untuk mempermudah proses pembayaran.

Transaksi *online* memiliki perbedaan mendasar dibandingkan dengan transaksi konvensional terutama dalam cara pelaksanaan, interaksi antara penjual dan pembeli, serta sistem pendukungnya. Transaksi konvensional melibatkan pertemuan fisik antara penjual dan pembeli di lokasi tertentu, seperti toko, pasar, atau pusat perbelanjaan sehingga memungkinkan pembeli untuk melihat, memeriksa, atau mencoba barang sebelum memutuskan untuk membeli. Sebaliknya, transaksi *online* dilakukan secara virtual melalui platform digital yang mengandalkan teknologi internet. Dalam transaksi ini, pembeli memilih barang atau jasa melalui situs web, aplikasi *e-commerce*, atau media sosial.

²⁹ Susanto, I., & Johendra, M. Transparansi jual beli *online*: perspektif etika islam dalam praktik *e-commerce*. At-tasharruf: *Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah*, 2024, 2(1), 41-49.

³⁰ Sain, M., & Bahri, S. Ekonomi Islam sebagai Landasan Fundamental dalam Praktik Bisnis Online Era Digital. *El-kahfi Journal of Islamic Economics*, 2024, 5(02), 203-218.

Dari sisi regulasi, transaksi konvensional cenderung lebih mudah diawasi karena adanya interaksi langsung, sementara transaksi digital memerlukan regulasi yang lebih kompleks untuk menangani berbagai aspek, seperti perlindungan data pribadi, keabsahan kontrak elektronik, serta pengawasan terhadap pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab.³¹

Transaksi jual beli *online* telah menjadi salah satu metode perdagangan paling populer di era digital karena menawarkan banyak kemudahan. Namun, kemudahan tersebut juga membawa berbagai risiko dan tantangan yang dapat mempengaruhi konsumen maupun pelaku usaha. Salah satu risiko yang sering terjadi dalam transaksi *online* adalah penipuan. Modus penipuan yang sering terjadi biasanya berupa produk yang tidak sesuai dengan deskripsi, pengiriman barang palsu, atau bahkan tidak adanya pengiriman barang sama sekali setelah pembayaran dilakukan. Selain itu pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab dapat memanipulasi informasi produk, seperti menggunakan foto yang tidak sesuai atau memberikan deskripsi yang menyesatkan demi menarik perhatian konsumen. Dari perspektif hukum, tantangan lainnya adalah rendahnya tingkat kepatuhan pelaku usaha terhadap peraturan yang berlaku, seperti yang diatur Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Selain itu, minimnya pengawasan terhadap transaksi di platform digital, seperti media sosial, juga menyulitkan penegakkan hukum terhadap pelaku usaha yang melanggar hak konsumen.³²

4. *Facebook* sebagai Media Jual Beli

Facebook adalah salah satu media sosial terbesar di dunia yang telah berkembang jauh melampaui fungsi awalnya sebagai platform jejaring sosial. Saat ini, *facebook* juga berperan sebagai media jual beli yang efektif dengan

³¹ Widiarty, W. S., & Saragih, R. V. “*Hukum Perlindungan Konsumen di Era Globalisasi*”, 2024

³² Izazi, F. S., Sajena, P., Kirana, R. S., & Marsaulina, K. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Peraturan Pemerintah (Pp) Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik”. *Leuser: Jurnal Hukum Nusantara*, 2024, 1(2), 8-14.

menghadirkan fitur seperti *marketplace*, grup jual beli, dan iklan berbayar. Fitur-fitur ini memungkinkan pelaku usaha memasarkan barang atau jasa mereka kepada audiens yang luas.³³ Sebagai platform yang bersifat terbuka, *facebook marketplace* dirancang untuk memfasilitasi kebutuhan penjual dan pembeli tanpa memerlukan perantara pihak ketiga. *Marketplace* berfungsi memberikan kemudahan bagi pengguna untuk menjual barang, baik yang baru maupun bekas, dengan cara yang praktis dan efisien. Pengguna juga dapat mencari barang berdasarkan kategori tertentu, seperti elektronik, pakaian, atau kendaraan. Selain itu, *marketplace* sering dimanfaatkan oleh pelaku usaha kecil sebagai sarana mempromosikan produk mereka dengan biaya rendah, sehingga dapat menjangkau lebih banyak calon konsumen.

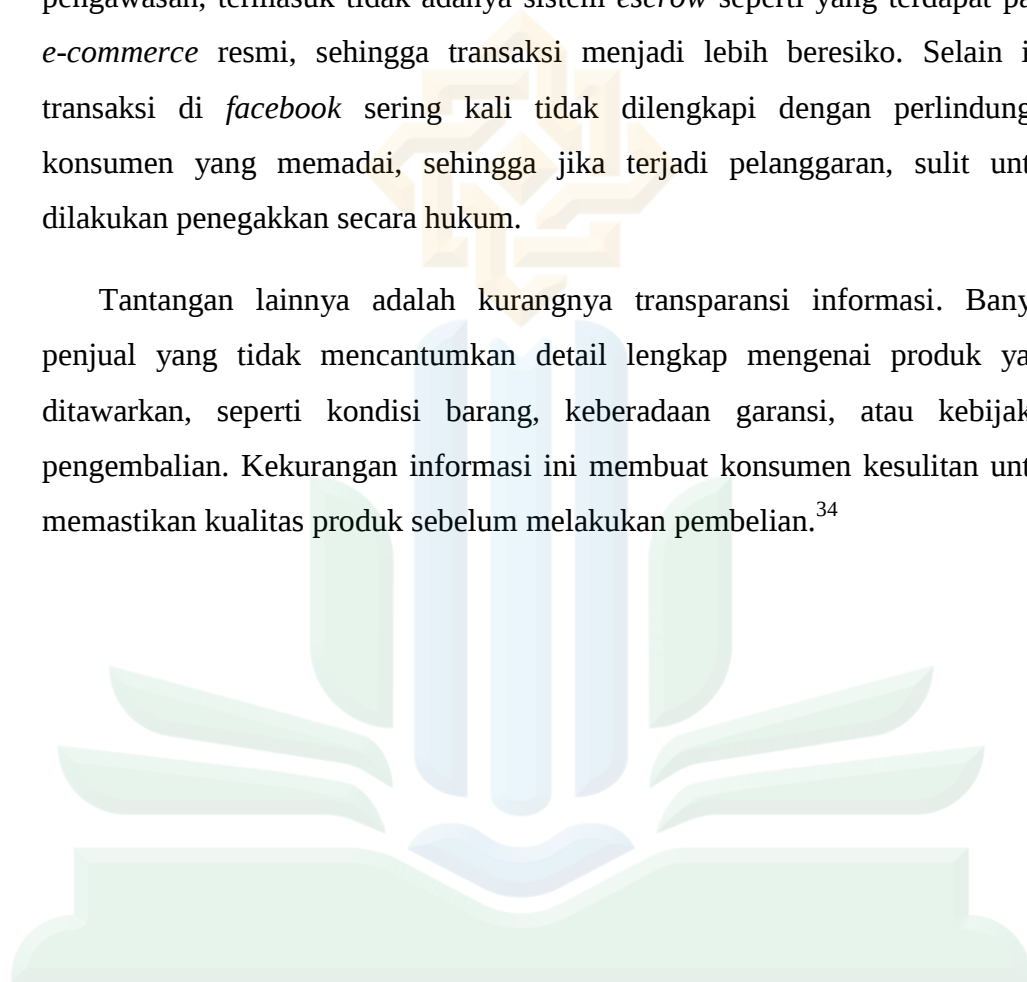
Popularitas *facebook* sebagai salah satu platform utama untuk transaksi barang bekas termasuk produk elektronik seperti *iPhone*, disebabkan oleh basis pengguna yang sangat besar. Hal ini memungkinkan pelaku usaha dan individu untuk menjangkau pasar yang luas dengan mudah. Produk seperti *iPhone* bekas sangat diminati di *facebook* karena platform ini memberikan kesempatan kepada penjual untuk menawarkan harga yang lebih kompetitif dibandingkan harga pasar resmi. Bagi konsumen, *facebook* menjadi pilihan yang menarik untuk mendapatkan barang dengan harga yang lebih terjangkau. Sementara itu, pelaku usaha memanfaatkan *facebook* sebagai sarana untuk mempercepat perputaran stok barang bekas dengan cara yang lebih fleksibel dan murah dibandingkan platform lainnya.

Facebook memiliki sejumlah keunggulan sebagai platform jual beli, namun juga memiliki kelemahan yang perlu diperhatikan. Salah satu keunggulannya adalah kemudahan bagi pengguna untuk memposting iklan jual beli secara cepat tanpa biaya atau dengan biaya yang relatif rendah jika menggunakan fitur iklan berbayar. Selain itu, dengan miliaran pengguna aktif, *facebook* memberikan peluang bagi penjual untuk menjangkau konsumen dari

³³ Oktaviani, D. "Pengaruh media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa IAIN metro" (Doctoral dissertation, IAIN Metro, 2019).

berbagai wilayah dengan lebih mudah. Di sisi lain, terdapat kelemahan signifikan yang perlu diperhatikan. Salah satunya adalah kurangnya pengawasan, termasuk tidak adanya sistem *escrow* seperti yang terdapat pada *e-commerce* resmi, sehingga transaksi menjadi lebih beresiko. Selain itu, transaksi di *facebook* sering kali tidak dilengkapi dengan perlindungan konsumen yang memadai, sehingga jika terjadi pelanggaran, sulit untuk dilakukan penegakkan secara hukum.

Tantangan lainnya adalah kurangnya transparansi informasi. Banyak penjual yang tidak mencantumkan detail lengkap mengenai produk yang ditawarkan, seperti kondisi barang, keberadaan garansi, atau kebijakan pengembalian. Kekurangan informasi ini membuat konsumen kesulitan untuk memastikan kualitas produk sebelum melakukan pembelian.³⁴



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

³⁴ Widiastuti, M. Misinformasi Produk Elektronik Hak Khayar: dan Perlindungan Konsumen Belanja *Online* di Era Digital (Doctoral dissertation, IAIN Metro, 2024).

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan suatu kegiatan ilmiah yang didasarkan pada tata cara, sistematika, dan pemikiran tertentu yang bertujuan untuk mengungkapkan kebenaran sistematis, metodologis, dan konsisten. Penelitian bertujuan untuk memperoleh data yang akurat sehingga dapat menjawab permasalahan sesuai dengan fakta dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.³⁵ Berdasarkan pembahasan permasalahan-permasalahan yang disusun dalam penelitian ini, maka perlu adanya metode yang digunakan untuk pengumpulan data, antara lain:

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini yaitu pendekatan perundang-undangan (*Statute Approach*),³⁶ yang berhubungan dengan peraturan hukum tentang perlindungan konsumen yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 yang berfokus pada pemenuhan hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha saat transaksi jual beli *iPhone* bekas melalui platform *facebook*.

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian hukum empiris (*empirical law research*) atau disebut juga penelitian hukum sosiologis atau disebut dengan penelitian lapangan.³⁷ Melalui metode penelitian hukum empiris ini, peneliti menganalisis fakta sosial masyarakat terkait pemenuhan hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha saat transaksi jual-beli *iPhone* bekas melalui platform *facebook*.

³⁵ Ani Purwati, *Metode Penelitian Hukum Teori & Praktek*, (Surabaya: CV Jakad Media Publishing, 2020), hlm. 3

³⁶ Peter Mahmud Marzuki, "*Penelitian Hukum*", (Surabaya: Prenadamia Grup), hlm. 56

³⁷ Muhaimin, SH., *Metode Penelitian Hukum* (Upt. Mataram University Press, 2020), hlm. 83

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti memperoleh informasi mengenai data yang diperlukan. Pemilihan lokasi harus didasarkan pada pertimbangan terkait kemenarikan, keunikan dan kesesuaian dengan topik yang dipilih. Dengan pemilihan lokasi ini peneliti berharap menemukan hal-hal yang bermakna dan baru. Wilayah penelitian biasanya berisi tentang desa, organisasi, peristiwa, teks, dan sebagainya.³⁸

Lokasi penelitian dalam skripsi ini berfokus pada lingkungan digital, khususnya grup jual beli *iPhone* di wilayah Jawa Timur yang terdapat di platform *facebook*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis transaksi jual beli *iPhone* bekas yang terjadi dalam grup tersebut, dengan fokus utama pada pemenuhan hak konsumen serta pelaksanaan kewajiban pelaku usaha. Grup ini menyediakan data yang relevan terkait praktik jual beli *online* serta permasalahan yang sering muncul, seperti kurangnya transparansi informasi, kejujuran pelaku usaha, dan perlindungan konsumen dalam lingkungan transaksi digital.

C. Subyek Penelitian

Penelitian ini memanfaatkan informan sebagai sumber utama dalam pengumpulan data. Data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup seluruh informasi yang diperoleh dari informan yang dianggap paling mengetahui secara jelas terkait fokus penelitian yang akan diteliti. Selain itu, data tersebut juga berfungsi sebagai acuan utama dalam proses analisis dan pembahasan penelitian:

1. Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang diteliti dan berasal dari sumber utamanya dan merupakan data murni yang diperoleh dari hasil penelitian lapangan secara langsung yang masih membutuhkan pengolahan

³⁸ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah* (Jember:UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2024), hlm. 81

kembali oleh peneliti.³⁹ Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dengan sumber utama yaitu pelaku usaha yang memasarkan *iPhone* bekas di platform *facebook* dan konsumen yang melakukan transaksi jual-beli *iPhone* bekas melalui platform *facebook*.

Berikut merupakan beberapa informan yang peneliti tetapkan dalam penelitian ini:

Tabel 3. 1 Daftar Nama Informan

No	Nama Informan	Profesi
1	Nur Indana	Pelaku Usaha
2	Radja Putra	Pelaku Usaha
3	Nadia A'yun	Pelaku Usaha
4	Cinta Rimadillah	Konsumen
5	Adakhil	Konsumen
6	Putri Latifatul	Konsumen

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang memberikan informasi atau data yang relevan untuk mendukung analisis dan pembahasan, namun diperoleh secara tidak langsung melalui pihak yang terlibat dalam penelitian.⁴⁰ Data sekunder yang digunakan pada penelitian ini meliputi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, buku atau jurnal yang membahas aspek hukum dalam transaksi digital, serta artikel berita yang relevan dengan isu-isu perlindungan konsumen dalam jual beli *online*.

³⁹ Muhammad Teguh, *Metode Penelitian Ekonomi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 122.

⁴⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 225.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian hukum empiris adalah langkah-langkah yang digunakan untuk memperoleh data yang relevan di lapangan. Dalam penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara merupakan sebuah proses interaksi tanya jawab antara peneliti dengan narasumber atau informan untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan.⁴¹ Data yang akan diperoleh melalui metode ini berfokus pada pengalaman dan perspektif pelaku usaha serta konsumen terkait jual beli *iPhone* bekas di platform *facebook*. Pada penelitian ini, teknik yang digunakan yaitu dengan wawancara *online* yang bersumber pada pelaku usaha dan konsumen dengan menggali informasi mengenai transparansi penjual dalam memberikan deskripsi produk, mekanisme pembayaran yang digunakan, potensi risiko penipuan, pemenuhan hak konsumen, serta tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi digital. Hasil wawancara akan memberikan gambaran nyata mengenai praktik jual beli *iPhone* bekas di *facebook* dan sejauh mana perlindungan konsumen diterapkan dalam proses tersebut.

2. Observasi

Observasi merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data yang dilakukan dengan sistematis dan terencana untuk mengamati fenomena yang berkaitan dengan obyek penelitian.⁴² Dalam penelitian ini, observasi dilakukan secara digital dengan fokus pada proses transaksi jual beli *iPhone* bekas di platform *facebook*, khususnya di grup jual beli *iphone* wilayah Jawa Timur. Data yang diperoleh melalui observasi berupa catatan lapangan yang mencakup interaksi antara pelaku usaha dan konsumen, deskripsi produk

⁴¹ M.Hum Dr. Muhaimin, SH., *Metode Penelitian Hukum* (Upt. Mataram University Press, 2020), hlm. 95

⁴² Hardani dkk, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (CV. Pustaka Ilmu Group) hlm. 125

yang ditawarkan, metode pembayaran, hingga komunikasi yang digunakan dalam transaksi.

3. Dokumentasi

Dokumentasi pada penelitian ini yaitu suatu teknik atau cara pengumpulan, pemilihan, pengolahan dan penyimpanan informasi yang dipergunakan untuk mengumpulkan data dari hasil rekaman, foto, atau catatan khusus.⁴³ Data yang diperoleh melalui dokumentasi berupa tangkapan layar (*screenshot*) yang menggambarkan aktivitas transaksi jual beli *iPhone* bekas di platform *facebook*. Tangkapan layar ini mencakup deskripsi produk yang diunggah pelaku usaha, informasi harga, hingga percakapan antara penjual dan pembeli.

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah metode yang digunakan untuk mengolah data serta informasi yang diperoleh selama proses penelitian penelitian. Analisis data dilakukan secara sistematis untuk menyusun data yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini, langkah awal analisis dimulai dengan proses analisis menggunakan pendekatan kualitatif.⁴⁴ Penelitian ini menerapkan beberapa tahapan, yaitu:

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan salah satu tahap dari analisis yang bertujuan untuk memperjelas, mengklasifikasikan, mengarahkan, serta menghilangkan yang tidak diperlukan agar data lebih terorganisir.⁴⁵ Proses ini mencakup pemilihan, penyederhanaan, dan pengelompokkan data yang relevan dari hasil wawancara, observasi, serta dokumentasi yang mendukung fokus

⁴³ Hardani dkk, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (CV. Pustaka Ilmu Group) hlm. 149

⁴⁴ Irawan Soeharto, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004), hlm. 67-68

⁴⁵ Hardani dkk, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (CV. Pustaka Ilmu Group) hlm. 164

penelitian yaitu perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *iPhone* bekas di platform *facebook*. Data yang tidak mendukung atau kurang relevan akan disaring guna menjaga obyektivitas analisis serta memastikan bahwa hasil penelitian tetap fokus dan akurat.

2. Penyajian Data

Penyajian data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyusun informasi yang telah melalui proses reduksi ke dalam bentuk deskripsi naratif. Tujuan dari tahap ini adalah untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai pola transaksi jual beli *iPhone* bekas di platform *facebook*, tantangan dalam perlindungan konsumen, serta tingkat kepatuhan pelaku usaha terhadap regulasi yang berlaku.

3. Penarikan Simpulan dan Verifikasi

Penarikan simpulan dan verifikasi merupakan tahap akhir dalam analisis data, di mana data yang telah dianalisis diklasifikasikan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. proses ini harus didasarkan pada bukti empiris dan teori hukum yang relevan agar dapat menghasilkan pemahaman yang akurat mengenai pemenuhan hak konsumen serta kewajiban pelaku usaha dalam transaksi jual beli *iPhone* bekas di platform *facebook*.

F. Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, teknik keabsahan data digunakan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar valid dan sesuai dengan kondisi nyata di lapangan. Keabsahan data diuji melalui teknik triangulasi, yaitu dengan membandingkan dan mengkonfirmasi data dari berbagai sumber, baik data primer yang diperoleh langsung dari obserbasi dan wawancara, maupun data sekunder yang berasal dari regulasi, literatur, serta dokumen terkait.⁴⁶ Dengan menerapkan teknik ini, penelitian dapat menghasilkan temuan yang lebih obyektif, terpercaya, dan memberikan gambaran yang valid mengenai

⁴⁶ Ibrahim, *Metologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung Alfabeta, 2015), hlm. 119

pemenuhan hak konsumen serta kewajiban pelaku usaha dalam transaksi jual beli *iPhone* bekas di platform *facebook*.

G. Tahap-Tahap Penelitian

Bagian ini menjelaskan tentang penguraian rencana pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Tahapan yang perlu dilaksanakan dalam penelitian ini terdiri dari beberapa tahapan, yaitu tahapan pra penelitian, tahapan penelitian lapangan, dan tahapan akhir penelitian lapangan.

a) Tahap pra lapangan

1. Menyusun rancangan penelitian
2. Memilih lapangan penelitian
3. Menentukan fokus penelitian
4. Konsultasi fokus penelitian
5. Menghubungi lokasi penelitian
6. Mengurus perizinan
7. Menyiapkan perlengkapan penelitian

b) Tahap penelitian lapangan

1. Mencari refrensi atau sumber informasi yang akan dipakai oleh peneliti. Refrensi ini mencakup berbagai jenis sumber, seperti buku, jurnal, skripsi, artikel online, dan dokumen tertulis lainnya.
2. Memasuki lokasi penelitian lapangan
3. mengumpulkan data atau informasi yang relevan dengan fokus penelitian dan melakukan pencatatan data
4. Menganalisis data menggunakan prosedur penelitian yang telah dirancang, baik dari dokumen, hasil wawancara, hasil observasi, maupun sumber data lainnya.

c) Tahap akhir penelitian lapangan

1. Penarikan kesimpulan
2. Menyusun data yang telah ditetapkan
3. Kritik dan saran.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. *Facebook* Sebagai Media Sosial

Dalam era digital seperti sekarang, media sosial memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari, tidak hanya untuk berkomunikasi, tetapi juga untuk berbagai aktivitas lainnya, termasuk jual beli. *Facebook* merupakan salah satu platform media sosial terbesar di dunia yang paling banyak digunakan oleh masyarakat untuk berbagai aktivitas sosial, seperti informasi, mengunggah foto dan video, serta berkomunikasi lewat pesan pribadi maupun grup. Awalnya, *facebook* dikenal sebagai platform untuk berinteraksi dengan teman, keluarga, atau komunitas. Namun, seiring berjalannya waktu, fungsinya semakin berkembang.⁴⁷

Facebook sebagai media sosial tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk berbagi cerita, foto, atau video, tetapi juga menjadi wadah interaksi yang dinamis antar penggunanya. Interaksi ini biasa terlihat di berbagai aktivitas sederhana seperti memberikan komentar, menyukai (*like*) unggahan, hingga membagikan konten yang dianggap menarik atau bermanfaat. Tidak hanya sebagai sarana untuk bersosialisasi, *Facebook* juga menyediakan fitur tambahan yang sangat bermanfaat, salah satunya adalah *Facebook Marketplace*. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk menjual dan membeli berbagai macam barang secara lokal, mulai dari kebutuhan sehari-hari hingga barang elektronik.

Dengan sistem yang sederhana dan akses yang luas, *facebook* telah berkembang dari sekedar media sosial menjadi platform multifungsi yang mendukung aktivitas ekonomi masyarakat secara praktis dan mudah digunakan. Hal ini menunjukkan bahwa *facebook* bukan hanya tempat untuk bersosialisasi secara personal, tetapi juga telah berkembang menjadi

⁴⁷ Observasi Digital di Platform *Facebook*, 10 April 2025

ruang digital yang aktif dan kolaboratif, dimana interaksi sosial memiliki peran penting dalam membentuk kepercayaan dan membangun koneksi antar pengguna.

2. Facebook Sebagai Platform E-commerce

Salah satu fitur yang paling menonjol yang dimiliki platform *facebook* adalah *facebook marketplace*, sebuah ruang khusus yang memungkinkan pengguna untuk menawarkan barang dagangan mereka kepada pengguna di sekitar lokasi mereka. *Marketplace* ini dirancang agar pengguna bisa mencari barang berdasarkan kategori, lokasi, dan harga, sehingga proses jual beli menjadi lebih terarah dan efisien. Barang yang dijual pun beragam, mulai dari kebutuhan rumah tangga hingga barang elektronik seperti *iPhone* bekas yang banyak diminati.

Selain *marketplace*, grup jual beli juga menjadi sarana populer di *facebook* bagi komunitas pengguna yang memiliki minat atau kebutuhan serupa. Di dalam grup ini, interaksi antara penjual dan pembeli terasa lebih lebih personal. Penjual bisa mengunggah foto produk disertai deskripsi dan harga, sedangkan pembeli dapat langsung menanggapi di kolom komentar atau menanyakan detail lebih lanjut. Grup juga memungkinkan anggota untuk memberikan testimoni atau peringatan terhadap penjual yang tidak terpercaya, sehingga menciptakan ekosistem transaksi yang lebih transparan. Setelah calon pembeli tertarik dengan suatu produk, biasanya komunikasi akan dilanjutkan melalui pesan pribadi agar bisa mendiskusikan kondisi barang, harga akhir, metode pembayaran, hingga pengaturan pengiriman atau pertemuan. Dengan adanya fitur ini, transaksi bisa dilakukan dengan lebih fleksibel dan cepat.⁴⁸

Dengan adanya fitur-fitur tersebut, *facebook* berhasil bertransformasi dari media sosial biasa menjadi platform multifungsi yang juga mendukung kegiatan ekonomi digital. Kemudahan, keterjangkauan,

⁴⁸ Observasi Digital di Platform *Facebook marketplace*, 8 Mei 2025

dan luasnya jangkauan membuat *facebook* menjadi salah satu pilihan utama masyarakat dalam melakukan jual beli secara *online*.

3. Pola Transaksi Jual Beli *iPhone* Bekas di Platform *Facebook* (Grup Jual Beli *iPhone* Jawa Timur)

Proses jual beli yang terjadi di Grup Jual Beli *iPhone* Jawa Timur memiliki alur yang cukup sederhana namun tetap melibatkan beberapa tahapan penting yang menunjukkan adanya interaksi aktif antara penjual dan pembeli. Aktivitas ini biasanya dimulai dari unggahan atau postingan produk oleh penjual. Dalam postingan tersebut, penjual akan mencantumkan foto produk, deskripsi barang (seperti kondisi, spesifikasi, dan kelengkapan), serta harga yang ditawarkan. Setelah produk diunggah, calon pembeli biasanya mulai melakukan interaksi awal dengan memberikan komentar di bawah postingan. Mereka akan mengajukan berbagai pertanyaan, mulai dari kondisi barang, riwayat penggunaan, hingga ketersediaan stok. Apabila tertarik, pembeli akan mengarahkan percakapan ke jalur yang lebih privat melalui fitur *chat* pribadi (*messenger*) untuk melanjutkan diskusi secara lebih detail. Di tahap inilah biasanya terjadi proses negosiasi harga, di mana pembeli dan penjual saling tawar menawar hingga mencapai kesepakatan. Setelah disepakati, pembahasan berlanjut pada metode pembayaran. Ada dua metode yang umum digunakan, yaitu transfer bank dan *cash on delivery* (COD). Metode transfer bank biasanya dipilih apabila jarak antara penjual dan pembeli cukup jauh, sehingga barang akan dikirim melalui jasa ekspedisi. Sedangkan metode COD dipilih jika lokasi keduanya masih memungkinkan untuk bertemu langsung, agar pembeli dapat memeriksa kondisi barang sebelum membayar.⁴⁹

Sepanjang proses ini, komunikasi antara penjual dan pembeli memegang peranan penting. Mereka harus saling terbuka, jujur, dan responsif agar transaksi berjalan lancar. Komunikasi juga menjadi kunci dalam membangun kepercayaan, terutama karena transaksi dilakukan

⁴⁹ Observasi Digital di Platform *Facebook marketplace*, 8 Mei 2025

tanpa perantara atau sistem perlindungan seperti di *marketplace* resmi. Oleh karena itu, etika dalam berkomunikasi dan kejelasan informasi sangat menentukan keberhasilan jual beli di grup Jual Beli *iPhone* Jawa Timur.

B. Penyajian Data dan Analisis

Penyajian data ini adalah bagian yang mengatakan data yang dihasilkan dari peneliti dan disesuaikan dengan fokus masalah dan analisa data yang relevan. Data yang diperoleh peneliti yaitu melalui wawancara untuk memperoleh data yang akurat, selain itu peneliti juga menggunakan metode observasi dan dokumentasi. Berikut pemaparan hasil dari wawancara dengan beberapa pelaku usaha dan konsumen dalam jual beli *iPhone* bekas melalui platform *facebook* khususnya grup Jual Beli *iPhone* Jawa Timur.

1. Pemenuhan Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha dalam Transaksi Jual-Beli *iPhone* Bekas melalui Platform *Facebook* ditinjau dari Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

a. Hak Pelaku Usaha

Pelaku usaha memiliki hak untuk menerima pembayaran sesuai kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang yang diperdagangkan dan hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik. Sebagian besar pelaku usaha menyampaikan bahwa pembeli sering menawar ulang setelah terjadi kesepakatan harga, atau membatalkan transaksi sepihak.

Berikut ini peneliti melakukan wawancara dengan kak Indana (23), pelaku usaha asal Bondowoso yang tergabung dalam grup jual beli *iPhone* Jawa Timur mengenai hak menerima pembayaran sesuai kesepakatan dan hak mendapatkan perlindungan hukum dari konsumen yang beritikad tidak baik:

“Sebagian besar pembeli mengikuti kesepakatan, tapi ada juga yang mencoba menawar kembali setelah deal atau menunda pembayaran. Ada juga beberapa yang setelah sepakat, tiba-tiba membatalkan sepihak tanpa alasan jelas. Bahkan ada yang memberikan alamat palsu saat COD”⁵⁰

Sementara itu, konsumen menegaskan bahwa mereka selalu melakukan pembayaran tepat waktu jika harga telah disepakati. Seperti jawaban kak Cinta (17), konsumen dari kak Indana saat dimintai wawancara mengenai kesepakatan harga dan kondisi barang serta sikap konsumen pada saat melakukan transaksi:

“barang yang saya terima sesuai dengan yang dijelaskan di postingan. Harganya juga sesuai dengan kesepakatan awal. Saya juga berusaha menjadi pembeli yang jujur, tidak menawar berlebihan, dan langsung transfer sesuai waktu yang dijanjikan.”⁵¹

Berdasarkan data hasil wawancara, pola transaksi di platform *facebook* mencerminkan beragam perilaku konsumen. Sebagian konsumen memilih untuk melakukan negosiasi ulang meskipun telah mencapai kesepakatan, sementara yang lainnya langsung melakukan pembayaran sesuai dengan harga yang telah disetujui. Perbedaan perilaku ini menjadi salah satu tantangan dalam menjaga keseimbangan antara hak dan kewajiban pelaku usaha dan konsumen dalam ekosistem jual beli *online*.

Selanjutnya, hak pelaku usaha atas pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian sengketa konsumen, hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang yang diperdagangkan, serta hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan. Dalam praktiknya, apabila terjadi sengketa dengan konsumen, pelaku usaha mayoritas lebih memilih menyelesaikan secara privat atau kekeluargaan dan berdiskusi

⁵⁰ Kak Indana (23), diwawancarai oleh penulis, 8 Mei 2025

⁵¹ Kak Cinta (17), diwawancarai oleh penulis, 8 Mei 2025

untuk mencari solusi baik-baik dan hak pelaku usaha atas rehabilitasi nama baik juga dipertimbangkan untuk melindungi pelaku usaha dari pencemaran reputasi usaha. Seperti yang disampaikan oleh kak Radja (24) selaku pelaku usaha saat ditanyai mengenai pembelaan diri dan hak rehabilitasi nama baik:

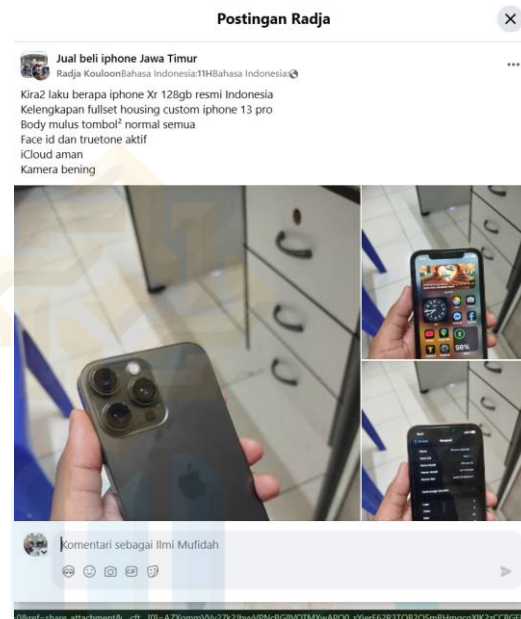
“apabila ada masalah dengan konsumen, saya lebih suka menyelesaikannya secara privat. Jalur hukum belum saya tempuh, tapi saya simpan semua bukti chat dan transfer sebagai jaga-jaga. Saya juga pernah merasa nama baik saya tercemar karena diduga menipu konsumen. Barang saya kan custom, dan beberapa orang malah bilang kalau itu nipu padahal saya sudah jelaskan dari awal kalau barang yang saya jual ini housing modifikasi. Saya juga berharap *facebook* atau grup jual beli ini memiliki sistem penilaian atau verifikasi penjual untuk penjual aktif dan jujur untuk melindungi reputasi penjual agar tidak disamakan dengan penipu”.⁵²

Apabila terjadi permasalahan dalam transaksi, mayoritas konsumen lebih memilih menyelesaikan langsung dengan penjual. Apabila tidak menemukan jalan keluar, biasanya para konsumen lebih memilih menghubungi admin grup. Konsumen juga tidak pernah memberikan testimoni negatif apabila kesalahan bukan dari pihak pelaku usaha, karena konsumen juga mengetahui bahwa reputasi penjual juga penting. Seperti yang dikatakan oleh kak Adakhil (25), konsumen dari pelaku usaha kak Radja (24):

“saya lebih memilih menyelesaikan langsung dengan penjual dulu. Kalau tidak bisa, baru saya pertimbangkan lagi dengan menghubungi admin grup. Kalau untuk testimoni negatif saya tidak pernah, kalau barangnya sesuai dan penjual sudah jujur, saya beri ulasan positif, karena saya tau reputasi penjual sangat penting. Seperti yang dijelaskan oleh penjual bahwa barang yang dijual merupakan housing modifikasi, dan waktu datang memang unit custom. Berarti kan sudah termasuk jujur dalam menjelaskan deskripsi produknya.”⁵³

⁵² kak Radja (24), diwawancarai oleh penulis, 9 Mei 2025

⁵³ kak Adakhil (25), diwawancarai oleh penulis, 9 Mei 2025



Gambar 4. 1 Deskripsi Produk Elektronik

Berdasarkan hasil wawancara dan gambar yang disajikan, analisis menunjukkan bahwa dalam praktik jual beli *iPhone* bekas di platform *facebook*, terdapat kesadaran bersama antara pelaku usaha dan konsumen mengenai pentingnya menyelesaikan sengketa secara kekeluargaan serta perlindungan terhadap reputasi pelaku usaha. Dalam konteks ini, hak pelaku usaha untuk membela diri dan memulihkan nama baiknya dilaksanakan secara informal melalui komunikasi langsung dengan konsumen. Konsumen pun menyadari pentingnya menjaga reputasi pelaku usaha. Kerjasama ini mencerminkan bahwa meskipun tidak ada hukum formal yang terlibat dalam setiap sengketa, proses penyelesaian secara kekeluargaan tetap berlangsung dengan mengedepankan prinsip keadilan dan kejujuran antara kedua belah pihak.

Untuk memperkuat hasil wawancara, dilakukan juga observasi secara digital terhadap aktivitas jual beli di grup Jual Beli *iPhone* Jawa Timur. Hasil observasi menunjukkan bahwa mekanisme jual beli yang diterapkan di grup tersebut cenderung

sederhana dan informal, tanpa adanya sistem pengawasan atau perlindungan yang terstruktur dari pihak platform maupun admin grup. Sebagian besar pelaku usaha telah secara aktif menjelaskan kondisi barang, harga, dan metode transaksi secara terbuka di kolom deskripsi postingan. Ini mengindikasikan adanya upaya dari pelaku usaha untuk menegaskan haknya dalam menerima pembayaran sesuai kesepakatan. Selain itu, saat terjadi kesalahpahaman atau sengketa, peneliti tidak menemukan bukti pelaporan kepada pihak berwenang maupun admin grup, melainkan adanya kecenderungan menyelesaikan masalah melalui pesan pribadi. Hal ini sesuai dengan pernyataan pelaku usaha bahwa penyelesaian sengketa lebih sering dilakukan secara kekeluargaan, bukan melalui jalur hukum. Observasi juga menunjukkan bahwa pelaku usaha sangat menjaga reputasi usahanya dengan tetap bersikap responsif dan profesional dalam membalas keluhan pembeli, yang memperkuat data tentang pentingnya hak atas rehabilitasi nama baik.⁵⁴

b. Kewajiban Pelaku Usaha

Pelaku usaha berkewajiban untuk beritikad baik kepada konsumen dalam melakukan kegiatannya, memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai jaminan barang yang diperdagangkan, melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif. Dalam praktiknya, pelaku usaha menunjukkan itikad baiknya dengan memberikan informasi secara benar dan jujur terkait kondisi barang yang diperdagangkan seperti spesifikasi produk, ketersediaan barang, serta kemungkinan negosiasi barang, serta pelaku usaha melayani konsumen dengan perlakuan yang sama tanpa membedakan.

⁵⁴ Observasi Digital di Platform *Facebook marketplace*, 8 Mei 2025

Berikut ini kutipan wawancara oleh kak Nadia (25), pelaku usaha asal Malang yang tergabung dalam grup Jual Beli *iPhone* Jawa Timur saat ditanyai mengenai kewajiban beretikad baik, memberikan informasi secara benar dan jujur, serta cara melayani konsumen dengan benar dan tidak diskriminatif:

“cara saya memastikan berjualan dengan baik dan memberikan informasi dengan jujur yaitu dengan selalu mencantumkan detail kondisi produk, video cek unit, dan buka komunikasi yang jelas. Saya berusaha jujur dan detail, karena saya sendiri tidak ingin punya masalah dengan orang lain. Saya juga melayani pembeli secara profesional. Yang penting sopan dan komunikatif pasti lebih enak diajak bertransaksi.”⁵⁵

Narasumber yang berperan sebagai konsumen lainnya juga mengatakan bahwa penjual memberikan informasi dengan jujur, responsif dan informatif. Namun, pada saat konsumen menyampaikan apabila unit bermasalah, pelaku usaha jadi lebih tertutup dalam menjelaskan spesifikasi produk . Seperti yang dijelaskan oleh kak Putri (21):

“pengalaman saya saat berkomunikasi dengan penjual awalnya baik dan responsif, tapi saat saya sampaikan unit ada yang bermasalah, responnya mulai defentif dan agak tertutup.”⁵⁶

Dalam praktik jual beli *iPhone* bekas di *facebook*, analisis menunjukkan bahwa pelaku usaha umumnya telah memenuhi kewajiban mereka untuk memberikan informasi yang jujur dan melayani konsumen dengan baik. Namun, masih ada kebutuhan untuk meningkatkan konsistensi dalam sikap terbuka dan profesional, terutama ketika menghadapi keluhan atau masalah yang diajukan oleh konsumen. Keseimbangan antara keterbukaan dan tanggung jawab menjadi faktor kunci dalam membangun

⁵⁵ Kak Nadia, diwawancarai oleh Penulis, 9 Mei 2025

⁵⁶ Kak Putri, diwawancarai oleh Penulis, 9 Mei 2025

hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen, terutama diruang digital yang minim pengawasan formal.

Selanjutnya yaitu kewajiban pelaku usaha untuk memberi jaminan mutu barang yang diperdagangkan, memberi kesempatan kepada konsumen untuk mencoba barang, memberikan kompensasi dan ganti rugi akibat penggunaan dan apabila barang yang diterima tidak sesuai perjanjian. Dalam praktiknya, pelaku usaha selalu memastikan cek semua fungsi sebelum posting, memastikan fungsi normal dan memberi kesempatan kepada konsumen untuk mencoba perangkat sebelum membeli. Apabila mengalami kerusakan setelah membeli, biasanya pelaku usaha bertanggung jawab dengan memberi garansi kepada konsumen. Seperti yang dijelaskan oleh kak Nadia (25):

“untuk menjamin kualitas barang, unit saya seleksi dari awak. Tidak ambil eks inter, iCloud nyangkut, atau batangan. Saya juga memberi kesempatan ke konsumen untuk cek unit sepuasnya pada saat COD, kalau via pengiriman, biasanya saya kirimkan video detail. Kalau dalam 3 hari unit rusak bukan karena jatuh atau salah pakai, saya bertanggung jawab bantu ganti unit atau *refund* parsial. Tapi harus jelas dulu kesalahannya dimana, jangan sepihak langsung bilang rusak.”⁵⁷

Narasumber yang berperan sebagai konsumen lainnya menerima barang sesuai dengan deskripsi seperti fungsi normal dan sesuai dengan foto, barang lengkap dan tidak ada yang tersembunyi karena konsumen juga diberi kesempatan untuk mengecek barang sebelum transaksi. Apabila konsumen memilih metode transaksi melalui transfer atau pengiriman online, mereka tidak memiliki kesempatan untuk memeriksa kondisi barang secara langsung. Oleh karena itu, konsumen umumnya meminta penjual untuk mengirimkan video unit iPhone sebagai bukti kondisi fisik dan fungsi barang sebelum melakukan pembayaran. Konsumen

⁵⁷ Kak Nadia, diwawancarai oleh Penulis, 9 Mei 2025

juga diberi garansi oleh pelaku usaha apabila terdapat kerugian karena barang tidak sesuai atau rusak dan mendapatkan kompensasi atau penggantian barang sesuai dengan kesepakatan antara pelaku usaha dan konsumen. Seperti yang disampaikan oleh kak Putri (21), konsumen dari kak Nadia (25):

“barang yang saya terima secara fisik sesuai dengan deskripsi, tapi secara fungsi tidak. Penjual bilang sinyal normal, tapi kenyataannya tidak ada sinyal sejak awal di nyalakan. Karena saya beli via pengiriman luar kota, saya tidak bisa cek langsung, saya hanya terima video dari penjual sebagai bukti. Saya komplain karena saya merasa dirugikan karena barang tidak sesuai. Saya tidak mendapatkan kompensasi, tapi setidaknya penjual bersedia menerima pengembalian unit.”⁵⁸

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pelaku usaha mayoritas telah menjalankan kewajiban tersebut, Pelaku usaha menunjukkan itikad baik dengan menyampaikan informasi secara jujur dan lengkap mengenai spesifikasi, kondisi, dan status barang, serta memberikan ruang komunikasi terbuka dengan konsumen. Namun, beberapa pelaku usaha juga kurang terbuka saat menerima keluhan dari konsumen setelah transaksi, khususnya jika pembeli mengungkapkan adanya kerusakan pada barang. Di sisi lain, konsumen menyatakan bahwa mereka menghargai transparansi penjual, terutama ketika diberi kesempatan untuk mengecek unit sebelum transaksi atau diberikan jaminan garansi setelah pembelian. Pelaku usaha juga umumnya memberikan kompensasi atau opsi pengembalian unit apabila terdapat kesalahan produk, namun hal ini masih bergantung pada penilaian sepihak dari pihak pelaku usaha. Ini menunjukkan bahwa belum terdapat mekanisme penyelesaian yang pasti dan adil untuk menilai kerusakan atau kesalahan dalam transaksi, terutama dalam model pembelian *online*.

⁵⁸ Kak Putri, diwawancarai oleh Penulis, 9 Mei 2025

2. Pemenuhan Hak dan Kewajiban Konsumen dalam Transaksi Jual-Beli *iPhone* Bekas melalui Platform *Facebook* ditinjau dari Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

a. Hak Konsumen

Hak konsumen atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang, hak atas memilih barang dan mendapatkan barang sesuai dengan nilai tukar, hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur, hak untuk didengar pendapatnya dan hak untuk mendapatkan perlindungan dalam penyelesaian sengketa terhadap pelaku usaha. Dalam praktiknya, konsumen merasa nyaman dan aman saat membeli barang karena komunikasi yang jelas dan terbuka seperti simlock dan status *iCloud* juga dijelaskan di deskripsi. Konsumen juga diberi kebebasan dalam memilih barang sesuai dengan harga dan jaminan yang dijanjikan.⁵⁹

Berikut ini merupakan kutipan wawancara dengan kak Cinta (17) saat ditanyai mengenai keamanan dan kenyamanan saat bertransaksi.

“pada saat melakukan transaksi, saya cukup nyaman karena komunikasi lancar, barang dikemas rapih dan sesuai dengan informasi yang diberikan seperti simlock dan status *iCloud* juga dijelaskan di iklan. Saya juga bisa memilih tipe dan kapasitas sesuai dengan kebutuhan. Penjual juga menerima keluhan apabila terdapat masalah di unit dan memberikan jaminan 3 hari setelah barang diterima. Kalau ada masalah saat transaksi saya biasanya hubungi penjual dulu, apabila masih belum ada jalan keluar bisa lapor ke admin grup.”⁶⁰

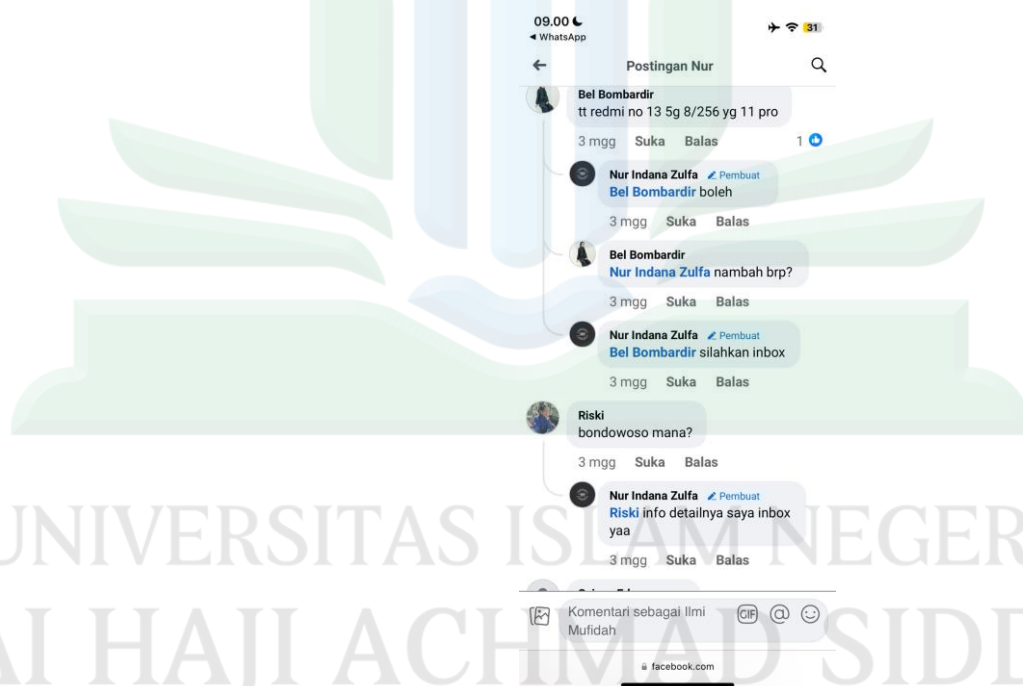
Pelaku usaha juga memberikan jaminan kenyamanan dan keamanan dengan membungkus rapih lengkap dengan dus dan

⁵⁹ Observasi Digital di Platform *Facebook marketplace* (grup Jual Beli *iPhone* Jawa Timur), 8 Mei 2025

⁶⁰ Kak Cinta (17), diwawancarai oleh penulis, 8 Mei 2025

memastikan barang berfungsi normal. Pelaku usaha juga memastikan barang yang dijual sesuai dengan nilai tukar dengan melihat kondisi, fungsi dan kelengkapan. Sama halnya dengan yang dijelaskan oleh kak Indana (23):

“saya menjamin kenyamanan konsumen dengan menulis detail spesifikasi barang di postigan. Keamanan barang juga penting dengan *packing* rapi lengkap dengan dus, dan selalu memastikan barang berfungsi normal, saya juga terbuka untuk komunikasi pasca pembelian. Saya memastikan bahwa harga yang saya tawarkan sepadan dengan kondisi barang dan pasaran, tidak terlalu tinggi agar konsumen tidak merasa dirugikan juga. Apabila konsumen komplain, pastinya saya dengarkan dulu keluhannya, lalu saya bantu cari solusi. Apabila terjadi permasalahan, tentu saya mencari solusi adil. Saya percaya, konsumen juga akan menghargai penjual yang bertanggung jawab.”⁶¹



Gambar 4. 2 Tawar-menawar produk pada fitur komentar

Berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi gambar, analisis menunjukkan bahwa dalam praktik jual beli *iPhone* bekas di platform *facebook*, konsumen dan pelaku usaha umumnya

⁶¹ Kak Indana (23), diwawancarai oleh penulis, 8 Mei 2025

menjalin komunikasi yang terbuka dimana kedua belah pihak saling memberikan informasi dengan jelas tanpa menutupi hal-hal penting terkait produk yang dijual, serta kesediaan pelaku usaha menjawab pertanyaan, menerima masukan atau keluhan, dan memberikan penjelasan yang dapat membantu konsumen dalam mengambil keputusan secara bijak. Praktik-praktik ini mencerminkan upaya nyata dalam melindungi konsumen. Selain itu, pelaku usaha juga menunjukkan kesadaran untuk menjaga kualitas layanan dan membangun kepercayaan konsumen. Hal ini menjadi landasan penting untuk dalam menciptakan ekosistem perdagangan yang aman, nyaman, dan saling menghormati.

Selanjutnya yaitu hak konsumen untuk mendapatkan pembinaan, dilayani secara benar dan jujur, hak untuk mendapatkan kompensasi dan ganti rugi. Dalam praktik jual beli *iPhone* bekas di platform *facebook* ini, konsumen mayoritas tidak secara langsung mendapatkan edukasi tentang hak-hak sebagai konsumen dari grup atau komunitas, tetapi anggota grup juga sering membagikan pengalaman dan tips aman beli barang bekas. Konsumen juga merasa diperlakukan dengan adil dan tidak dibeda-bedakan oleh pelaku usaha meskipun baru pertama kali bertransaksi dengan pelaku usaha. Konsumen mayoritas mengetahui beberapa hal dasar mengenai hak-hak konsumen seperti hak untuk komplain dan mendapatkan barang sesuai dengan informasi. Seperti yang disampaikan oleh kak Adakhil (26):

“saya belum pernah secara langsung mendapatkan edukasi tentang hak-hak konsumen, tapi kadang ada postingan dari admin grup atau akun-akun lain tentang tips aman beli barang bekas. secara umum saya tau mengenai hak-hak konsumen berdasarkan undang-undang, seperti hak untuk

mendapat barang sesuai dengan informasi dan hak komplain”⁶²

Disisi lain, pelaku usaha juga memberikan edukasi atau tips kepada konsumen terkait pembelian barang bekas dengan tidak membedakan antara konsumen satu dengan konsumen lainnya. Pelaku usaha juga memberikan tanggungjawab jika barang yang diterima konsumen tidak sesuai. Hal ini dijelaskan kembali oleh kak Radja (24) mengenai edukasi dan tanggung jawab terhadap konsumen:

“saya sering memberikan edukasi atau tips kepada konsumen terkait pembelian barang bekas. saya kasih tau cara cek *iCloud*, IMEI, dan ajarkan cek fungsionalitas sebelum transaksi. Saya melayani konsumen semua dengan standar yang sama, tapi kalau ada yang tidak serius pasti saya hindari. Bentuk tanggung jawab saya apabila barang yang diterima konsumen tidak sesuai bisa *refund* sebagian, tukar unit, atau solusi lain sesuai kesepakatan dan bukti yang ada.”⁶³

Hasil wawancara menunjukkan konsumen merasa telah mendapatkan haknya, khususnya hak atas kenyamanan, keamanan, informasi, serta perlindungan terhadap sengketa. Dalam praktiknya, kenyamanan dan keamanan terwujud melalui komunikasi yang terbuka, pengemasan produk yang rapi, dan informasi yang rinci seperti status *iCloud*, *simlock*, serta kelengkapan unit. Hak atas pilihan juga diakomodasi dengan variasi harga dan model barang yang sesuai dengan nilai tukar serta kebutuhan konsumen. Selain itu, konsumen merasa mendapat perlakuan yang adil dari pelaku usaha tanpa diskriminasi, bahkan meskipun mereka adalah pembeli baru. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan pelaku usaha telah mencerminkan prinsip kejujuran dan keterbukaan. Namun

⁶² kak Adakhil (25), diwawancarai oleh penulis, 9 Mei 2025

⁶³ kak Radja (24), diwawancarai oleh penulis, 9 Mei 2025

demikian, sebagian besar konsumen belum memperoleh pembinaan formal mengenai hak-hak mereka sebagai konsumen. Edukasi lebih banyak diperoleh dari pengalaman pribadi atau melalui postingan informal di grup jual beli. Artinya, aspek hak konsumen atas pembinaan (Pasal 4 huruf f) masih belum terpenuhi secara optimal.

Untuk memperkuat data, peneliti juga melakukan observasi digital bahwa pelaku usaha cenderung menyertakan informasi teknis yang lengkap dalam setiap unggahan produk, seperti kondisi fisik, status iCloud, kapasitas baterai, dan kelengkapan unit. Gambar dan video sering kali disertakan untuk meyakinkan calon pembeli mengenai kondisi barang. Komentar dari anggota grup juga menunjukkan bahwa komunikasi antara pelaku usaha dan konsumen bersifat terbuka dan responsif. Dalam beberapa kasus yang diamati, jika ada komplain dari pembeli, penjual berupaya menanggapi secara profesional dengan menyarankan solusi melalui chat pribadi. Namun, tidak ditemukan adanya konten atau aktivitas rutin dari admin grup yang secara khusus bertujuan mengedukasi anggota mengenai hak-hak konsumen atau perlindungan konsumen menurut undang-undang. Edukasi yang terjadi bersifat informal dan insidental, biasanya muncul melalui pengalaman pribadi anggota yang dibagikan secara sukarela. Dengan demikian, observasi ini menguatkan bahwa praktik jual beli memang cukup menjunjung hak konsumen, namun hak atas pembinaan dan penyelesaian sengketa masih sangat bergantung pada inisiatif individu, baik dari konsumen maupun pelaku usaha.⁶⁴

⁶⁴ Observasi Digital di Platform *Facebook marketplace* (grup Jual Beli *iPhone Jawa Timur*), 9 Mei 2025

b. Kewajiban Konsumen

Kewajiban konsumen untuk membaca dan mengikuti petunjuk informasi barang demi keamanan, beritikad baik dalam melakukan transaksi, membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati, serta mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa secara patut apabila terjadi permasalahan dalam bertransaksi. Konsumen mayoritas membaca dan memahami informasi dan prosedur yang diberikan oleh pelaku usaha, serta selalu berusaha menjaga komunikasi yang sopan dengan tidak menawar secara tidak wajar dan selalu membayar sesuai harga yang telah disepakati bersama. Jika terjadi sengketa, konsumen lebih memilih menyelesaikan secara mandiri dengan diskusi bersama daripada menyebarkan keluhan ke publik. Seperti pernyataan yang disampaikan oleh kak Adakhil (25):

“saya selalu membaca informasi dan prosedur penggunaan barang sebelum memakainya, saya cek dulu pengaturannya dan pastikan *iCloud* bersih sebelum mulai digunakan. Saya menjaga niat baik saya saat memberi barang dari penjual *online* dengan tidak PHP-in penjual, komunikasi sopan, dan kalau sudah deal, saya langsung bayar full sesuai janji. Apabila terjadi sengketa, saya lebih pilih komunikasi terbuka dengan penjual daripada harus menyebarkan keluhan ke publik”⁶⁵

Pelaku usaha juga memberikan panduan penggunaan atau peringatan penting kepada konsumen terkait pembelian barang, yaitu dengan menjelaskan kondisi barang dan juga upaya agar transaksi berjalan jujur dan tidak merugikan kedua pihak, serta sikap pelaku usaha apabila terdapat konsumen yang mencoba menawar secara berlebihan dan apabila konsumen membawa masalah ke admin atau jalur hukum. Seperti yang dijelaskan oleh kak Radja (24):

⁶⁵ kak Adakhil (25), diwawancarai oleh penulis, 9 Mei 2025

“upaya agar transaksi berjalan jujur yaitu komunikasi terbuka, detail postingan jelas, dan bukti transaksi lengkap agar tidak terjadi salah paham. Kalau ada konsumen yang menawar terlalu jauh langsung saya tolak, kalau batal sepihak saya anggap itu rezeki belum jodoh. Apabila ada konsumen saya membawa masalah ke admin, saya siap menjelaskan secara terbuka yang penting saya jaga bukti lengkap biar kuat.”⁶⁶

Berdasarkan hasil wawancara, konsumen menunjukkan kepatuhan terhadap kewajibannya. Konsumen membaca informasi sebelum membeli, termasuk memeriksa status iCloud dan spesifikasi unit. Mereka juga menjaga komunikasi yang baik dengan penjual, tidak menawar secara tidak masuk akal, dan melunasi pembayaran sesuai dengan kesepakatan. Sikap konsumen dalam menyelesaikan masalah juga mencerminkan itikad baik. Dalam kasus sengketa, konsumen lebih memilih komunikasi terbuka secara pribadi dengan penjual ketimbang mempublikasikan keluhan di media sosial atau forum grup. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen memahami pentingnya menjaga hubungan yang profesional dan konstruktif dalam transaksi daring. Dari sisi pelaku usaha, mereka memberikan informasi dan edukasi mengenai kondisi barang secara terbuka, serta menjaga transparansi untuk mencegah sengketa. Pelaku usaha juga menegaskan batasan terhadap perilaku konsumen, seperti menolak tawaran yang tidak wajar dan menanggapi permasalahan dengan bukti yang lengkap jika dibawa ke pihak ketiga seperti admin grup atau jalur hukum.

Berdasarkan pengamatan terhadap interaksi di grup jual beli *iPhone* bekas di *Facebook*, terlihat bahwa konsumen umumnya menanggapi unggahan penjual dengan sopan, menanyakan detail produk dengan spesifik, dan tidak menawar secara ekstrem. Selain itu, penjual sering kali menyertakan catatan penting di deskripsi

⁶⁶ kak Radja (24), diwawancarai oleh penulis, 9 Mei 2025

postingan, seperti kondisi fisik, baterai health, status iCloud, dan garansi personal. Hal ini memperlihatkan bahwa konsumen memang diberikan ruang untuk memahami produk sebelum memutuskan untuk membeli.⁶⁷ Observasi ini memperkuat hasil wawancara yang menunjukkan bahwa baik pelaku usaha maupun konsumen berusaha menjalankan peran masing-masing secara bertanggung jawab dalam ekosistem jual beli *online*.

C. Pembahasan Temuan

1. Analisis Pemenuhan Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha dalam Transaksi Jual Beli *iPhone* Bekas melalui Platform *Facebook* Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

a) Hak Pelaku Usaha

Pelaku usaha memiliki hak-hak yang diatur dalam pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen antara lain:

- a. Hak untuk menerima pembayaran sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang yang diperdagangkan
- b. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang yang diperdagangkan
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.⁶⁸

⁶⁷ Observasi Digital di Platform *Facebook marketplace*, 9 Mei 2025

⁶⁸ Sekretariat Negara Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 6

Dalam konteks jual beli *iPhone* bekas di platform *facebook*, hasil wawancara mengungkapkan bahwa pelaku usaha sering menghadapi berbagai tantangan dalam menegakkan hak-haknya. Salah satu masalah yang sering muncul adalah tindakan konsumen yang melakukan negosiasi ulang setelah harga disepakati atau membatalkan transaksi secara sepihak. Praktik semacam ini menciptakan ketidakpastian dalam proses transaksi dan dapat merugikan pelaku usaha, baik dari segi materiil maupun non-materiil. Ketidakpastian ini juga menunjukkan bahwa sistem transaksi yang berbasis media sosial masih memiliki celah dalam hal perlindungan hak pelaku usaha. Pelaku usaha juga mengalami keterbatasan perlindungan ketika konsumen melakukan tindakan tidak etis, seperti menunda pembayaran atau tidak hadir pada saat COD. Untuk melindungi hak ini, seharusnya platform jual beli menyediakan sistem *escrow* atau pembayaran pihak ketiga yang menjamin bahwa dana akan diterima pelaku usaha setelah barang diterima konsumen dalam kondisi baik.⁶⁹ Namun, dalam praktiknya, sebagian besar grup *facebook* jual beli *iPhone* tidak memiliki mekanisme perlindungan semacam ini.

Seorang konsumen yang tidak memenuhi kewajiban pembayaran sebagaimana yang telah disepakati dalam perjanjian dapat dikategorikan sebagai wanprestasi dan dapat digugat secara perdata oleh pihak penjual. Dasar hukum mengenai hal ini tertuang dalam pasal 1243 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer), yang menyatakan bahwa pihak yang dirugikan akibat tidak dipenuhinya perikatan dapat menuntut ganti rugi. Namun, sebelum itu, penting untuk menegaskan bahwa perjanjian yang menjadi dasar hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha harus memenuhi syarat sahnya perjanjian sebagaimana diatur

⁶⁹ Januar, L. R. A., Haq, L. H., & Fitrahadi, K. F. (2024). PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE DENGAN MENGGUNAKAN REKENING BERSAMA. *Commerce Law*, 4(2), 374-383.

dalam pasal 1320 KUHPer, yaitu adanya kesepakatan, kecakapan para pihak, obyek tertentu, dan sebab yang halal.⁷⁰ Oleh karena itu, ketika konsumen melanggar kesepakatan pembayaran, penjual berhak menempuh jalur hukum melalui gugatan perdata atas dasar wanprestasi, demi mendapatkan perlindungan hukum dan pemulihan atas kerugian yang diderita.

Selain itu, hak pelaku usaha untuk membela diri dan memperoleh rehabilitasi nama baik juga menjadi penting dalam konteks media sosial. Berdasarkan hasil wawancara, terdapat pelaku usaha yang merasa dirugikan secara reputasi karena tuduhan tidak berdasar dari konsumen, meskipun barang yang ditawarkan telah dijelaskan secara lengkap sejak awal. Namun, karena tidak adanya sistem mediasi resmi di platform *facebook*, pelaku usaha tidak memiliki mekanisme hukum yang jelas untuk memulihkan nama baiknya. Pelaku usaha cenderung memilih untuk menyelesaikan sengketa secara privat atau kekeluargaan ketika menghadapi masalah dengan konsumen. Pendekatan ini tidak hanya bertujuan untuk menjaga hubungan baik dengan pembeli, tetapi juga merupakan strategi untuk melindungi reputasi usaha mereka di dunia digital.

Hal ini menunjukkan bahwa meskipun hak-hak pelaku usaha telah diatur secara hukum, pelaksanaannya masih bergantung pada itikad baik kedua belah pihak dan belum mendapatkan perlindungan memadai dari pihak platform. Apabila konsumen melakukan tindakan *hit and run* yang secara nyata melanggar kesepakatan, maka konsumen telah melanggar hak pelaku usaha untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang yang diperdagangkan

⁷⁰ Sekretariat Negara Republik Indonesia, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, pasal 1243

seperti yang telah dijelaskan dalam pasal 6 huruf a Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.⁷¹

b) Kewajiban Pelaku Usaha

Dalam ketentuan Pasal 7 UUPK, pelaku usaha diwajibkan untuk:

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya
- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi barang
- c. Melayani konsumen secara benar dan serta tidak diskriminatif
- d. serta menjamin mutu barang yang diperdagangkan.⁷²

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam praktik jual beli *iPhone* bekas di platform *facebook*, pelaku usaha secara umum telah berusaha memberikan informasi produk yang rinci, seperti kondisi fisik, kapasitas penyimpanan, *battery health*, dan status *iCloud*. Hal ini dilakukan sebagai bentuk tanggung jawab agar konsumen memiliki gambaran yang utuh sebelum melakukan transaksi. Upaya pelaku usaha untuk bersikap terbuka dan jujur ini juga mencerminkan adanya kesadaran bahwa kepercayaan konsumen sangat bergantung pada kualitas informasi yang disampaikan. Selain itu, sikap beritikad baik ini dimaksudkan untuk mencegah kesalahpahaman dan potensi sengketa di kemudian hari, yang bisa merugikan kedua belah pihak.

Namun demikian, masih ditemukan sejumlah praktik yang tidak sesuai, seperti tidak mencantumkan kondisi cacat pada barang atau menggunakan foto produk yang tidak menggambarkan kondisi aktual. Hal ini bertentangan dengan Pasal 8 UUPK tentang perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha yaitu dilarang

⁷¹ Farida Danas Putri, "Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha UMKM," *Jurnal Perlindungan Hukum* 04, no. 1 (2021): 286–292.

⁷² Sekretariat Negara Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pasal 7

memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang tersebut.

Hal tersebut menunjukkan adanya pelanggaran terhadap kewajiban pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 7 huruf b Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang menyatakan bahwa pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Dalam praktik jual beli *iPhone* bekas di platform *facebook*, masih ditemukan pelaku usaha yang menyembunyikan informasi penting terkait kondisi barang, seperti kerusakan pada baterai, layar, atau status *iCloud* yang terkunci. Ketidakterbukaan ini berpotensi menyesatkan konsumen dalam mengambil keputusan transaksi, dan secara langsung bertentangan dengan prinsip keterbukaan informasi dalam perlindungan konsumen. Padahal, kewajiban menyampaikan informasi secara jujur merupakan landasan penting dalam membangun kepercayaan dan hubungan yang adil antara pelaku usaha dan konsumen, terutama dalam transaksi yang berbasis kepercayaan seperti jual beli *online*.

Dengan demikian, meskipun dalam praktiknya sebagian pelaku usaha telah menunjukkan itikad baik dalam menjalankan transaksi jual beli, seperti memberikan informasi produk secara terbuka, merespons keluhan konsumen, dan menyelesaikan sengketa secara kekeluargaan, kenyataannya masih ditemukan berbagai bentuk pelanggaran terhadap kewajiban mereka. Pelanggaran tersebut mencakup penjualan produk yang tidak sesuai deskripsi, tidak memberikan jaminan terhadap barang yang dijual, hingga mengabaikan hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar dan utuh. Kondisi ini tentu berdampak langsung pada

perlindungan hak-hak konsumen, yang sering kali berada pada posisi yang lebih lemah, terutama dalam transaksi berbasis platform informal seperti *facebook*. Kurangnya regulasi khusus dan minimnya pengawasan membuat praktik jual beli di media sosial rawan disalahgunakan oleh oknum tidak bertanggung jawab.⁷³ Oleh karena itu, diperlukan upaya yang lebih sistematis dan berkelanjutan untuk meningkatkan edukasi kepada para pelaku usaha mengenai kewajiban hukum mereka sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Di samping itu, dibutuhkan juga pengawasan yang lebih tegas dan terstruktur, baik dari otoritas berwenang maupun dari pengelola komunitas jual beli di media sosial, guna menciptakan ekosistem transaksi yang lebih adil, transparan, dan berorientasi pada perlindungan konsumen. Penegakan prinsip keadilan dan tanggung jawab dalam transaksi digital menjadi kunci utama dalam mewujudkan kepercayaan dan keberlanjutan aktivitas jual beli di platform informal.

2. Analisis Pemenuhan Hak dan Kewajiban Konsumen dalam Transaksi Jual Beli *iPhone* Bekas melalui Platform *Facebook* Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

a) Hak Konsumen

Hak-hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4

UUPK mencakup:

- a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang,
- b. hak untuk memilih barang serta mendapatkan barang sesuai nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan
- c. hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur

⁷³ Cahyono, E. B. (2023). *PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN PADA TRANSAKSI ECOMMERCE MELALUI PEMBAYARAN CASH ON DELIVERY* (Bachelor's thesis, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).

- d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan
- e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut
- f. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.⁷⁴

Dalam praktiknya, pemenuhan hak konsumen dalam praktik jual beli *iPhone* bekas melalui platform *facebook* dapat dikatakan sudah cukup baik, khususnya dalam aspek kenyamanan, keamanan, ketersediaan informasi, serta perlindungan terhadap sengketa yang timbul. Banyak pelaku usaha yang berusaha menjaga reputasi dengan memberikan pelayanan yang responsif, deskripsi produk yang cukup informatif, dan kesediaan untuk menyelesaikan konflik secara kekeluargaan. Konsumen umumnya merasa nyaman dan aman saat bertransaksi. Kenyamanan ini terutama muncul dari komunikasi yang terbuka, responsif, dan jelas antara pelaku usaha dan konsumen sebelum terjadinya transaksi. Konsumen merasa terlibat secara aktif dalam proses transaksi, terutama ketika pelaku usaha menyediakan foto, video pengecekan unit, dan deskripsi rinci mengenai kondisi barang. Tindakan ini merupakan wujud nyata dari pemenuhan hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang akurat dan jujur. Selain itu, hal ini juga membantu menciptakan rasa kepercayaan dan kenyamanan dalam proses jual beli, meskipun dilakukan di platform informal seperti *facebook*.

Namun, terdapat satu aspek penting yang masih menjadi kelemahan mendasar, yaitu pembinaan formal terhadap konsumen. Aspek ini sering kali terabaikan baik oleh pelaku usaha maupun oleh pengelola platform atau admin grup. Padahal, pembinaan yang

⁷⁴ Sekretariat Negara Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pasal 4

terstruktur seperti edukasi mengenai hak dan kewajiban konsumen, serta cara melaporkan atau menanggapi sengketa secara bijak sangat penting untuk menciptakan ekosistem transaksi yang sehat dan berkelanjutan. Tanpa adanya upaya pembinaan ini, konsumen cenderung tidak memahami hak-haknya secara menyeluruh, sehingga mudah dirugikan atau justru berpotensi bertindak secara tidak proporsional saat menghadapi masalah.

Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) secara konsisten menekankan pentingnya edukasi dan sosialisasi berkelanjutan sebagai kunci untuk membentuk konsumen yang lebih sadar, cermat, dan kritis dalam menuntut serta mempertahankan hak-haknya. Kesadaran konsumen yang tinggi diyakini mampu mendorong terciptanya transaksi yang lebih adil dan bertanggung jawab, terutama di tengah pesatnya perkembangan perdagangan digital. Namun, dalam praktiknya, edukasi formal mengenai perlindungan konsumen masih sangat terbatas, baik di ruang digital seperti grup jual beli *facebook*, maupun dalam komunitas *offline* di tingkat lokal. Banyak konsumen yang belum memahami secara utuh hak dan kewajiban mereka sesuai dengan ketentuan perundang-undangan, sehingga sering kali berada dalam posisi lemah ketika terjadi sengketa atau kerugian dalam transaksi. Keterbatasan ini menegaskan perlunya upaya kolaboratif dari pemerintah, pelaku usaha, dan pengelola platform untuk menghadirkan program edukatif yang mudah diakses dan relevan dengan kondisi nyata di lapangan.⁷⁵

Hal ini menunjukkan belum terpenuhinya hak konsumen secara maksimal sebagaimana diatur dalam Pasal 4 UUPK

⁷⁵ “Penguatan Peran Konsumen dan Pelaku Usaha dalam Ekonomi Digital: Pentingnya Edukasi dan Sosialisasi,” berita UIN Online, September 25, 2024, <https://ppid.uinjkt.ac.id/id/penguatan-peran-konsumen-dan-pelaku-usaha-dalam-ekonomi-digital-pentingnya-edukasi-dan-sosialisasi>

khususnya hak hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.

b) Kewajiban konsumen

Kewajiban konsumen yang diatur dalam pasal 5 UUPK menjelaskan tentang:

- 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.⁷⁶

Dalam praktiknya, sebagian besar konsumen dalam praktik jual beli *iPhone* bekas di platform *facebook* telah menjalankan kewajibannya dengan cukup baik. Mereka umumnya melakukan pembayaran sesuai kesepakatan serta mengikuti prosedur transaksi yang telah ditetapkan bersama pelaku usaha. Hal ini mencerminkan adanya kesadaran konsumen dalam menjaga etika dan komitmen dalam bertransaksi.

Namun, masih ditemukan sejumlah kasus di mana konsumen membatalkan transaksi secara sepihak tanpa alasan yang jelas atau bahkan menghilang setelah melakukan negosiasi harga. Perilaku semacam ini tentu merugikan pelaku usaha, terutama mereka yang telah menyiapkan barang atau menolak calon pembeli lain demi memenuhi komitmen awal dengan konsumen tersebut. Fenomena ini menunjukkan bahwa perlindungan terhadap hak-hak konsumen memang penting, tetapi pelaksanaan kewajiban

⁷⁶ Sekretariat Negara Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pasal 5

konsumen juga tidak boleh diabaikan. Transaksi yang adil dan seimbang hanya dapat tercipta apabila kedua belah pihak baik pelaku usaha maupun konsumen sama-sama memahami dan melaksanakan tanggung jawabnya. Salah satu faktor yang memengaruhi inkonsistensi perilaku konsumen adalah minimnya edukasi mengenai tanggung jawab dalam transaksi digital. Banyak konsumen belum menyadari bahwa komitmen dalam transaksi *online* memiliki konsekuensi hukum dan etika yang sama pentingnya seperti dalam transaksi konvensional. Oleh karena itu, diperlukan upaya edukatif yang lebih masif dan berkelanjutan untuk menanamkan pemahaman mengenai pentingnya tanggung jawab konsumen dalam menjaga integritas ekosistem perdagangan digital.⁷⁷

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) menyoroti bahwa minimnya edukasi mengenai tanggung jawab konsumen dalam transaksi digital menjadi salah satu faktor utama munculnya berbagai perilaku yang tidak konsisten dan merugikan dalam ekosistem perdagangan *online*. Kurangnya pemahaman konsumen terhadap hak dan kewajiban mereka sering kali berujung pada tindakan yang tidak bertanggung jawab, seperti melakukan pembatalan sepihak setelah kesepakatan terjadi, menyebarkan informasi palsu, hingga terlibat dalam praktik penipuan yang merugikan pelaku usaha.⁷⁸

Selain itu, banyak konsumen yang belum memiliki kesadaran akan konsekuensi hukum dan etika dari tindakan mereka dalam ruang digital, sehingga memperbesar potensi terjadinya sengketa dan ketimpangan dalam transaksi. Kondisi ini

⁷⁷ Rachmat, Z., Pandowo, A., Rukmana, A. Y., Haryanti, I., Sasongko, D. B., Nugraha, J. P., & Salam, R. (2023). *Digital marketing dan E-commerce*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.

⁷⁸ SYADITA CHOLIFA SARI, DIAN. MAISHAROH, "Vol. 2 No.2 Edisi 2 Januari 2020 [Http://Jurnal.Ensiklopediaku.Org](http://Jurnal.Ensiklopediaku.Org) Ensiklopedia of Journal," *Ensiklopedia of Journal PERANCANGAN* 2, no. 2 (2024): 155–164.

mencerminkan pentingnya penguatan literasi digital di kalangan masyarakat, khususnya dalam aspek hukum dan etika bertransaksi. Untuk itu, diperlukan kolaborasi antara pemerintah, pelaku platform, serta komunitas digital guna memberikan edukasi yang komprehensif dan berkelanjutan kepada konsumen. Melalui peningkatan kesadaran akan tanggung jawab dalam bertransaksi, diharapkan konsumen dapat berperan aktif dalam menciptakan ekosistem jual beli yang lebih adil, aman, dan saling menguntungkan, terutama di platform informal seperti *facebook* yang masih minim regulasi langsung dari negara.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan tentang Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli *iPhone* Bekas di Platform *Facebook* Perspektif UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa analisis praktik jual beli *iPhone* bekas di platform *facebook* khususnya grup Jual Beli *iPhone* Jawa Timur, belum sepenuhnya menjalankan hak dan kewajiban sebagai pelaku usaha yang telah diatur dalam pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Hak pelaku usaha untuk memperoleh perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang tidak jujur, serta hak untuk memulihkan nama baik ketika terjadi sengketa atau pencemaran nama di forum terbuka belum terpenuhi dengan baik. Ketiadaan perlindungan hukum dan sistem penyelesaian sengketa yang formal di dalam platform digital ini menunjukkan lemahnya posisi pelaku usaha maupun konsumen ketika terjadi permasalahan. Di sisi lain, Sebagian besar pelaku usaha memang telah menunjukkan itikad baik dalam bertransaksi, seperti memberikan informasi produk secara cukup jelas dan melayani konsumen secara adil, seperti yang diatur dalam, pasal 7 UUPK. Namun, masih ditemukan oknum pelaku usaha yang melakukan praktik merugikan, antara lain memberikan deskripsi produk yang menyesatkan, mengabaikan keluhan pembeli, hingga tidak menyediakan jaminan atau kejelasan dalam proses penyelesaian sengketa. Tidak adanya sistem *escrow* dan mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif di platform *facebook* juga berdampak pada kerugian yang dialami pelaku usaha itu sendiri Oleh karena itu, meskipun terdapat pelaku usaha yang telah berupaya menjalankan

tanggung jawabnya, pelaksanaan hak dan kewajiban mereka masih perlu diperkuat melalui regulasi yang lebih adaptif serta dukungan sistem digital yang transparan, adil, dan bertanggung jawab.

2. Dari hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa analisis praktik jual beli *iPhone* bekas di platform *facebook* khususnya grup Jual Beli *iPhone* Jawa Timur, konsumen mengaku sudah merasakan terpenuhinya hak-hak yang diatur dalam pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, seperti hak atas kenyamanan, keamanan, informasi yang benar, serta hak untuk menyampaikan keluhan, terutama dalam hal keterbukaan informasi dan kenyamanan selama proses transaksi. Meski begitu, hak atas pembinaan dan edukasi konsumen masih belum terpenuhi secara maksimal. Minimnya edukasi yang sistematis mengenai hak dan kewajiban sebagai konsumen menyebabkan banyak orang tidak memahami posisi hukum mereka, sehingga rawan mengalami kerugian atau bahkan bertindak tidak profesional. Dari sisi kewajiban sebagaimana diatur dalam Pasal 5 UUPK, konsumen telah menjalankan tanggung jawabnya, seperti membayar sesuai dengan kesepakatan dan bersikap kooperatif selama proses jual beli dan berkewajiban untuk memahami produk yang mereka beli dan bersikap jujur selama proses transaksi. Sayangnya, rendahnya pemahaman tentang hukum dan keterampilan digital membuat banyak konsumen tidak tahu cara menindaklanjuti kerugian yang mereka alami. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran konsumen terhadap tanggung jawab mereka dalam transaksi digital masih perlu ditingkatkan. Serta perlu adanya upaya edukasi dan peningkatan kesadaran hukum agar konsumen bisa lebih memahami haknya dan terlindungi secara maksimal dalam aktivitas jual beli *online* di media sosial.

B. Saran

Adapun saran yang diberikan pada penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Pelaku usaha perlu menunjukkan tanggung jawab dan sikap profesional dalam menjalankan kegiatan jual beli, terutama dengan menyampaikan informasi produk secara jujur, lengkap, dan tidak menyesatkan, sesuai ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Mereka juga perlu menjaga etika bisnis dengan memberikan pelayanan yang adil, merespons keluhan konsumen dengan cepat, dan memastikan kualitas produk yang ditawarkan. Di samping itu, pelaku usaha perlu memahami dan mentaati aturan hukum terkait perlindungan konsumen agar tidak terjerat pelanggaran yang bisa merugikan baik konsumen maupun bisnis mereka sendiri. Menjaga nama baik usaha juga menjadi hal penting, yang bisa dilakukan dengan memberikan pelayanan yang transparan dan dapat dipercaya.
2. Konsumen perlu lebih waspada dan cermat saat melakukan transaksi jual beli *iPhone* bekas di platform *facebook*. Sebelum membeli, konsumen sebaiknya memeriksa keaslian produk dan mengecek reputasi penjual, misalnya dengan memverifikasi identitasnya, membaca deskripsi barang secara detail, serta menyimpan bukti transaksi seperti tangkapan layar dan bukti pembayaran. Selain itu, konsumen dianjurkan untuk menghindari transfer langsung ke penjual yang belum terpercaya, dan sebaiknya memilih metode pembayaran yang lebih aman seperti *cash on delivery* (COD). Jika mengalami kerugian, konsumen sebaiknya segera melapor ke pihak berwenang dan menempuh jalur hukum agar penjual yang tidak bertanggung jawab mendapatkan efek jera.

3. Pihak berwenang, seperti Kementerian Perdagangan, Kepolisian, dan lembaga yang menangani perlindungan konsumen, agar lebih aktif dalam mengawasi kegiatan jual beli barang elektronik bekas secara *online*, terutama yang dilakukan melalui media sosial seperti *facebook*. Selain itu, penting juga bagi pemerintah untuk memberikan edukasi dan penyuluhan kepada masyarakat tentang hak dan kewajiban pelaku usaha dan konsumen, sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pemerintah juga diharapkan bisa bekerja sama dengan pihak media sosial untuk mempermudah proses pelaporan jika terjadi penipuan, serta menindak tegas akun-akun yang terbukti merugikan konsumen dan menyediakan layanan pengaduan yang mudah diakses dan cepat ditindaklanjuti agar konsumen yang merasa dirugikan bisa mendapatkan perlindungan hukum secara nyata.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdul Halim Barkatullah, “*Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi E commerce Lintas Negara di Indonesia*”, (Yogyakarta: FH UII Press, 2009)
- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Udayana University Press, 2020)
- Ani Purwati, *Metode Penelitian Hukum Teori & Praktek*, (CV Jakad Media Publishing, 2020)
- Burhanudin S, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsmen dan Sertifikasi Halal* (Malang: UIN Maliki Press, 2011)
- Hardani dkk, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (CV. Pustaka Ilmu Group)
- Ibrahim, *metologi penelitian kualitatif* (Bandung: alfabeta, 2015)
- Irawan Soeharto, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004)
- M.Hum Dr. Muhaimin, SH., *Metode Penelitian Hukum* (UPT. MATARAM UNIVERSITY PRESS, 2020)
- Muhammad Teguh, *Metode Penelitian Ekonomi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005)
- Peter Mahmud Marzuki, “*Penelitian Hukum*”, (Surabaya: Prenadamia Grup)
- Rachmat, Z., Pandowo, A., Rukmana, A. Y., Haryanti, I., Sasongko, D. B., Nugraha, J. P., & Salam, R. *Digital marketing dan E-commerce*. (Padang: Global Eksekutif Teknologi, 2023)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2014)
- Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah* (Jember:UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2024)
- Widiarty, W. S., & Saragih, R. V.. *Hukum Perlindungan Konsumen di Era Globalisasi*. (2024)

Jurnal

Faruq Abdullah Shiddiq, Novita Suzimri Bili, and Muhamad Fathoni, “*Fenomena Penggunaan Facebook Sebagai Media Pemasaran Produk Di Kalangan Masyarakat,*” Prosiding Seminar Nasional (2023): 231–240

Fitriah Fitriah, “*Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Sosial,*” Solusi 18, no. 3 (2020): 371–382.

Hakim, R., & Sari, R. “*Analisis Penipuan Online dan Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia*”. Jurnal Hukum Ekonomi, 12(2), (2021): 45-52.

I M D Atmaja, I M S Maradona, and ..., “*Pengaruh Sosial Media Facebook Pada Penjualan Studi Kasus Pada UMKM Group Wisata Kuliner Pringsewu,*” Journal of Digital ... 1, no. 2 (2023): 50–60, <https://jurnal.relawantik.or.id/ict/article/view/91%0Ahttps://jurnal.relawan tik.or.id/ict/article/download/91/68>.

Izazi, F. S., Sajena, P., Kirana, R. S., & Marsaulina, K. “*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Peraturan Pemerintah (Pp) Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.*” Leuser: Jurnal Hukum Nusantara, 1(2) (2024): 8-14.

Januar, L. R. A., Haq, L. H., & Fitrahadi, K. F. “*Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce dengan menggunakan Rekening Bersama.*” Commerce Law, 4(2) (2024): 374-383.

Nugraha, A., & Kurniawan, T. “*Urgensi Reformasi Regulasi dalam Perlindungan Konsumen di Era Perdagangan Digital*”. Jurnal Sosial Humaniora, 19(2) (2023): 123-135.

Sain, M., & Bahri, S. “*Ekonomi Islam sebagai Landasan Fundamental dalam Praktik Bisnis Online Era Digital.*” El-kahfi Journal of Islamic Economics, 5(02) (2024): 203-218.

Sitepu, D. P. B., Manurung, A. F. R., Zulkifli, S., & Noor, T. “*Analisis Hukum Tanggung Jawab Penyedia Platform Market Place Terhadap Produk*

Palsu Dalam Transaksi Jual Beli Online.” Jurnal Darma Agung, 32(6) (2024): 464-474.

Susanto, I., & Johendra, M. “*Transparansi Jual Beli Online: Perspektif Etika Islam Dalam Praktik E-Commerce. At-Tasharruf:*” Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah, 2(1) (2024): 41-49.

Syadita Cholifa Sari, Dian. Maisharoh, “Vol. 2 No.2 Edisi 2 Januari 2020 [Http://Jurnal.Ensiklopediaku.Org](http://Jurnal.Ensiklopediaku.Org) Ensiklopedia of Journal,” Ensiklopedia of Journal PERANCANGAN 2, no. 2 (2024): 155–164.

Terry Luana Aprilia, “*Pengaruh Brand Image Produk Apple Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Komunitas Instamarinda*”, eJournal Ilmu Komunikasi, 4 (3) (2016): 421-431

Tjoa Cynthia Anggraini Wijaya, “*Motif Masyarakat Surabaya Dalam Menggunakan iPhone*”, Jurnal E-Komunikasi, Vol 1. No. 1 Tahun 2013, Universitas Kristen Petra Surabaya

Widodo, S. “*Transaksi Jual Beli Online di Media Sosial Ditinjau dari Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen.*” Jurnal Hukum dan Pembangunan, 20(2) (2021): 112–124.

Skripsi

Cahyono, E. B. “*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pada Transaksi Ecommerce Melalui Pembayaran Cash On Delivery.*” (Bachelor's thesis, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023).

Dwi Ayu Fathanah, “*Jual Beli Handphone Bekas Perspektif Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Jl. Jawa, Kelurahan Tegal Boto Lor, Kecamatan, Sumber Sari, Kabupaten Jember)*” Skripsi, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2024.

Filla Raudhotul Jannah, “*Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli Melalui Marketplace Facebook Perspektif Masalah Mursalah.*” Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2023.

Muhammad Ikhsan, “*Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online Menggunakan Media Instagram Menurut UU No. 8 Tahun 1999*

dan Perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES)”, Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2022.

Yosua Dwi Setiady, “Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Iphone Bekas Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999”, Skripsi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2020

Website

“Alasan facebook masih populer sebagai media sosial saat ini”, eraspase, 17 Jul 2023, diakses 25 Des 2024, Alasan Facebook Masih Populer Sebagai Media Sosial Saat Ini

“Penguatan Peran Konsumen dan Pelaku Usaha dalam Ekonomi Digital: Pentingnya Edukasi dan Sosialisasi,” berita UIN Online, September 25, 2024, <https://ppid.uinjkt.ac.id/id/penguatan-peran-konsumen-dan-pelaku-usaha-dalam-ekonomi-digital-pentingnya-edukasi-dan-sosialisasi>

Kris Toffan Hia, “Modus Baru Penipuan Jual HP di Facebook Terungkap”, diakses 15 Des 2024, <https://www.rri.co.id/kriminalitas/320523/modus-baru-penipuan-jual-hp-di-facebook-terungkap?utm>

Lucky Sebastian (2019), “Beli Smartphone di Online Lebih Murah Dibanding Toko Resmi, Kenapa?” diakses 25 Des 2024, Beli Smartphone di Online Lebih Murah Dibanding Toko Resmi, Kenapa?

Peraturan perundang-undangan

Indonesia. *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*. Jakarta: Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, 2009.

Sekretariat Negara Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ilmi Mufidah

NIM : 214102020006

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas : Fakultas Syariah

Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Jember, 20 Juni 2025

Saya Yang Menyatakan



Ilmi Mufidah
NIM. 214102020006



LAMPIRAN-LAMPIRAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

**PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM JUAL BELI *IPHONE* BEKAS DI PLATFORM FACEBOOK
PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

Pemenuhan Hak dan Kewajiban Pelaku usaha dalam Transaksi Jual Beli *iPhone* bekas melalui Platform *facebook* ditinjau dari UUPK

Pemenuhan Hak dan Kewajiban konsumen dalam Transaksi Jual Beli *iPhone* bekas melalui Platform *facebook* ditinjau dari UUPK

Hak Pelaku Usaha (Pasal 6)

Kewajiban Pelaku Usaha (Pasal 7)

Hak Konsumen (Pasal 4)

Kewajiban Konsumen (Pasal 5)

Terpenuhi

1. Konsumen melakukan pembayaran ke rekening penjual sesuai kesepakatan meskipun seringkali melakukan negosiasi ulang

Tidak Terpenuhi

1. Pelaku usaha seringkali mendapatkan konsumen yang membatalkan sepihak namun tidak ada mekanisme resmi dari *facebook* untuk mendapatkan perlindungan hukum
2. Tidak ada sistem mediasi resmi di platform *facebook*, sehingga pelaku usaha tidak memiliki mekanisme hukum yang jelas
3. Pelaku usaha cenderung memilih menyelesaikan sengketa secara privat atau kekeluargaan untuk melindungi reputasi usaha mereka di dunia digital.

Terpenuhi

1. Mencegah kesalahpahaman dan potensi sengketa di kemudian hari, yang bisa merugikan kedua belah pihak
2. Pelaku usaha telah berusaha memberikan informasi produk secara rinci dan jelas, seperti kondisi fisik, kapasitas penyimpanan, *battery health*, dan status *iCloud*.
3. Pelaku usaha tetap bersikap sopan saat melakukan negosiasi harga.
4. Pelaku usaha selalu memastikan cek semua fungsi sebelum memposting, memastikan fungsi normal dan memberi kesempatan pada konsumen untuk mencoba perangkat sebelum membeli
5. Pelaku usaha memberikan kesempatan kepada konsumen untuk cek unit sepuasnya apabila transaksi menggunakan metode COD. Apabila via pengiriman, pelaku usaha hanya mengirimkan video detail kondisi *iPhone*.
6. Pelaku usaha memberikan kompensasi, dan ganti rugi apabila disebabkan oleh penggunaan konsumen. Namun, tetap dalam jangka waktu yang disepakati.
7. Mayoritas pelaku usaha memberikan garansi kepada konsumen apabila terdapat kerugian karena barang tidak sesuai atau rusak sesuai dengan kesepakatan

Terpenuhi

1. Pelaku usaha berusaha menjaga reputasi dengan memberikan pelayanan yang responsif dan menjamin kenyamanan dengan membungkus rapih lengkap dengan dus dan memastikan barang berfungsi normal. Konsumen juga merasa aman saat berinteraksi pada pelaku usaha sebelum terjadinya transaksi
2. Konsumen diberi kesempatan untuk memilih tipe barang dan kapasitas penyimpanan sesuai dengan kebutuhan, harga dan jaminan yang dijanjikan
3. Konsumen merasa aman dan nyaman saat melakukan transaksi karena komunikasi yang jelas dan jelas seperti *simlock* dan status *iCloud* juga dijelaskan di deskripsi produk.
4. Apabila konsumen terdapat komplain, pelaku usaha berupaya menanggapi secara profesional dengan menyarankan solusi melalui chat pribadi
5. Pelaku usaha memberikan edukasi dan pembinaan secara mandiri kepada konsumen terkait pembelian barang bekas dan tata cara merawat unit seperti cek *iCloud*, IMEI, dan cek fungsional
6. Konsumen merasa diperlakukan secara adil dan tidak dibeda-bedakan antara dari pelaku usaha, bahkan meskipun mereka baru pertama kali bertransaksi dengan pelaku usaha
7. Sebagai bentuk tanggung jawab, apabila barang yang diterima konsumen tidak sesuai, bisa *refund* sebagian, tukar unit atau solusi lain sesuai kesepakatan dan bukti yang ada

Terpenuhi

1. Konsumen membaca dan memahami informasi sebelum bertransaksi, termasuk memeriksa status *iCloud* dan spesifikasi unit
2. Konsumen menjaga komunikasi yang baik dengan penjual, tidak menawar secara berlebihan, dan melunasi pembayaran sesuai dengan kesepakatan
3. Konsumen melakukan pembayaran sesuai dengan kesepakatan serta mengikuti prosedur transaksi yang telah ditetapkan bersama pelaku usaha meskipun seringkali melakukan negosiasi ulang

Tidak Terpenuhi

1. Masih terdapat konsumen yang membatalkan transaksi secara sepihak tanpa alasan yang jelas atau bahkan menghilang setelah melakukan negosiasi harga
2. Konsumen lebih memilih menyelesaikan secara mandiri dengan diskusi bersama pelaku usaha daripada menyebarkan keluhan ke publik karena tidak adanya sistem mediasi resmi di platform *facebook*, sehingga konsumen merasa tidak memiliki mekanisme hukum yang jelas

Tidak Terpenuhi

1. Tidak Terpenuhi masih ditemukan sejumlah praktik yang tidak sesuai, seperti tidak mencantumkan kondisi cacat pada barang atau menggunakan foto produk yang tidak menggambarkan kondisi aktual

Tidak Terpenuhi

1. Tidak ditemukan adanya konten atau aktivitas rutin yang secara khusus bertujuan mengedukasi anggota grup mengenai hak-hak konsumen atau perlindungan konsumen menurut undang-undang
2. Tidak ada upaya pembinaan resmi terhadap konsumen yang cenderung tidak memahami hak-haknya secara menyeluruh, sehingga mudah dirugikan dan memiliki potensi untuk bertindak secara tidak proporsional saat menghadapi masalah

PEDOMAN PENELITIAN

NO	FOKUS PENELITIAN	INDIKATOR PENELITIAN Berdasarkan UU NO 8 TAHUN 1999 tentang perlindungan Konsumen
1	Bagaimana wujud hak dan kewajiban pelaku usaha dalam transaksi jual-beli <i>iPhone</i> bekas melalui platform <i>facebook</i> ditinjau dari Undang-Undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen?	• Hak pelaku usaha (pasal 6) a. Hak untuk menerima pembayaran sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan b. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang yang diperdagangkan e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan • Kewajiban pelaku usaha (pasal 7) a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatannya

		b. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif d. Menjamin mutu barang yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang yang berlaku e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan atau diperdagangkan f. Memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, pemanfaatan barang yang diperdagangkan. g. Memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian
2	Bagaimana wujud hak dan kewajiban konsumen dalam transaksi jual-beli <i>iPhone</i> bekas	C. Hak konsumen (pasal 4) a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan

melalui platform <i>facebook</i> ditinjau dari Undang-Undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen?	keselamatan dalam mengkonsumsi barang b. Hak untuk memilih barang serta mendapatkan barang sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang yang digunakan e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan
--	--

	D. Kewajiban konsumen (pasal 5) a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang, demi keamanan dan keselamatan b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati. d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.
--	---

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

INSTRUMEN PENELITIAN

A. Pedoman wawancara

Berikut ini merupakan pedoman wawancara yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Menghubungi narasumber melalui pesan pribadi di *facebook, whatsapp*, atau media komunikasi lain.
2. Menjelaskan tujuan penelitian.
3. Menentukan jadwal wawancara.
4. Wawancara dilakukan secara *online* (chat, panggilan suara, video call, google meet).

B. Subyek penelitian

Dalam penelitian ini terdapat subyek penelitian sebagai narasumber penelitian. Subyek penelitian terdiri atas pelaku usaha dan konsumen. Berikut ini merupakan kriteria pertanyaan yang akan diberikan kepada subyek penelitian.

a. Pelaku Usaha

Pada pelaku usaha, peneliti nantinya akan mengajukan beberapa pertanyaan terkait dengan:

1. Alasan memilih *facebook* sebagai platform transaksi
2. Proses jual beli yang dilakukan di platform *facebook*
3. Cara memberikan informasi ke calon pembeli
4. Kebijakan terkait garansi dan pengembalian barang
5. Pandangan terhadap regulasi perlindungan konsumen dalam transaksi digital
6. Pandangan mengenai perlunya mekanisme keamanan tambahan dalam jual beli iphone bekas di *facebook*.

b. Konsumen

Pada konsumen, peneliti nantinya akan mengajukan beberapa pertanyaan terkait dengan:

1. Pengalaman dalam membeli *iPhone* bekas melalui *facebook*
2. Cara memastikan keaslian produk sebelum membeli
3. Hambatan atau masalah yang pernah dialami dalam transaksi
4. Upaya yang dilakukan saat menghadapi penipuan atau jika barang tidak sesuai
5. Pengetahuan tentang hak-hak konsumen

C. Pedoman observasi

a. Berikut ini merupakan pedoman observasi yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Peneliti bergabung dalam grup jual beli *iPhone* di wilayah Jawa Timur di platform *facebook*
2. Peneliti Memantau postingan yang dibuat oleh penjual, termasuk deskripsi barang, harga, serta jaminan keaslian.
3. Mengamati interaksi antara penjual dan pembeli melalui kolom komentar serta pesan pribadi (jika memungkinkan)
4. Menganalisis cara transaksi dilakukan, menggunakan rekening bersama, pembayaran langsung, atau metode lainnya.

b. Fokus observasi:

1. Cara pelaku usaha menawarkan produk (deskripsi, harga, kondisi barang)
2. Interaksi antara penjual dan calon pembeli dalam negosiasi harga dan transaksi
3. Cara penjual memberikan jaminan keaslian dan garansi produk
4. Pola umum transaksi yang terjadi dalam grup jual beli *iPhone* bekas

D. Pedoman dokumentasi

1. *Screenshot* postingan atau transaksi jual beli *iPhone* bekas di *facebook*
2. Kutipan percakapan antara penjual dan pembeli terkait transaksi
3. Artikel atau berita terkait kasus penipuan dalam jual beli *iPhone* bekas di *facebook*
4. Dokumen terkait hak dan kewajiban pelaku usaha serta konsumen jual beli *iphone* bekas di platform *facebook*.

Tabel pertanyaan wawancara

1. wujud hak dan kewajiban pelaku usaha dalam transaksi jual-beli *iPhone* bekas melalui platform *facebook* ditinjau dari Undang-Undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen

No	Indikator Penelitian UUPK	Pelaku Usaha	Konsumen
1	Hak untuk menerima pembayaran sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan (Pasal 6a)	Apakah pembeli selalu melakukan pembayaran sesuai kesepakatan harga dan kondisi barang?	Apakah harga dan kondisi barang yang Anda terima sudah sesuai dengan kesepakatan saat pembelian?
2	Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik (Pasal 6b)	Pernahkah Anda mengalami konsumen yang bertindak tidak jujur atau merugikan, misalnya membatalkan sepihak atau menipu?	Apakah Anda sebagai pembeli juga berusaha bersikap jujur dan tidak merugikan penjual?
3	Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen (Pasal 6c)	Jika terjadi sengketa dengan konsumen, bagaimana Anda menyikapinya? Apakah Anda pernah menggunakan jalur	Jika terjadi permasalahan dalam transaksi, apakah Anda pernah mencoba menyelesaikan secara

No	Indikator Penelitian UUPK	Pelaku Usaha	Konsumen
		hukum?	baik-baik atau melalui admin grup?
4	Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang yang diperdagangkan (Pasal 6d)	Pernahkah Anda merasa nama baik usaha Anda tercemar padahal barang yang Anda jual tidak bermasalah?	Apakah Anda pernah memberikan testimoni negatif terhadap penjual padahal kesalahan bukan dari pihak mereka?
5	Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan (Pasal 6e)	Apa saja perlindungan hukum yang Anda ketahui dan harapkan sebagai penjual di platform seperti Facebook?	-
6	Beritikad baik dalam melakukan kegiatannya (Pasal 7a)	Bagaimana Anda memastikan berjualan dengan itikad baik di grup Facebook seperti “jual beli iphone Jawa timur”?	-
7	Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang (Pasal 7b)	Sejauh mana Anda memberikan informasi secara benar dan jujur terkait kondisi barang (misalnya: simlock, iCloud, baterai, fungsi, dll)?	Bagaimana pengalaman Anda saat berkomunikasi dengan penjual? Apakah mereka memberikan informasi dengan jujur?
8	Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif (Pasal 7c)	Apakah Anda melayani semua konsumen dengan perlakuan yang sama	-

No	Indikator Penelitian UUPK	Pelaku Usaha	Konsumen
		tanpa membedakan?	
9	Menjamin mutu barang yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang yang berlaku (Pasal 7d)	Bagaimana Anda menjamin mutu dan kualitas iPhone bekas yang Anda jual?	Apakah kondisi barang yang Anda terima sesuai dengan deskripsi yang diberikan?
10	Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan atau diperdagangkan (Pasal 7e)	Apakah Anda memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji atau mencoba perangkat sebelum membeli?	Apakah Anda diberi kesempatan untuk mencoba atau mengecek barang sebelum membeli?
11	Memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, pemanfaatan barang yang diperdagangkan (Pasal 7f)	Jika konsumen mengalami kerusakan setelah membeli, apakah Anda bersedia memberikan garansi atau kompensasi?	Pernahkah Anda mengalami kerugian karena barang tidak sesuai atau rusak? Bagaimana penjual menanggapi hal tersebut?
12	Memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian (Pasal 7g)	Apa bentuk tanggung jawab Anda jika barang yang diterima konsumen ternyata tidak sesuai dengan informasi di iklan?	Apakah Anda pernah mendapatkan kompensasi atau penggantian saat menerima barang yang tidak sesuai?

2. wujud hak dan kewajiban konsumen dalam transaksi jual-beli *iPhone* bekas melalui platform *facebook* ditinjau dari Undang-Undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen

No	Indikator Penelitian UUPK	Konsumen	Pelaku Usaha
1	Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang (Pasal 4a)	Apakah Anda merasa nyaman dan aman saat membeli dan menggunakan barang dari penjual di Facebook?	Bagaimana Anda menjamin kenyamanan dan keamanan barang yang Anda jual kepada konsumen?
2	Hak untuk memilih barang serta mendapatkan barang sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan (Pasal 4b)	Apakah Anda bebas memilih barang dan sesuai dengan harga serta jaminan yang dijanjikan?	Bagaimana Anda memastikan barang yang Anda jual sesuai dengan nilai tukar dan jaminan yang diberikan?
3	Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang (Pasal 4c)	Apakah Anda menerima informasi yang jujur dan transparan mengenai kondisi barang sebelum membeli?	Bagaimana Anda menjelaskan kondisi barang kepada calon pembeli di postingan dan saat komunikasi langsung?
4	Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang yang digunakan (Pasal 4d)	Apakah Anda diberi kesempatan untuk menyampaikan keluhan ketika mengalami masalah dengan barang?	Bagaimana Anda merespons jika konsumen menyampaikan keluhan terkait barang yang dibelinya?
5	Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan	Jika ada masalah saat transaksi, apakah Anda tahu ke mana harus mengadu atau	Jika terjadi sengketa, apakah Anda bersedia terlibat dalam penyelesaian

No	Indikator Penelitian UUPK	Konsumen	Pelaku Usaha
	konsumen secara patut (Pasal 4e)	menyelesaikannya?	yang adil dengan konsumen?
6	Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen (Pasal 4f)	Pernahkah Anda mendapat edukasi tentang hak-hak sebagai konsumen dari grup atau komunitas?	Apakah Anda pernah memberikan edukasi atau tips kepada konsumen terkait pembelian barang bekas?
7	Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif (Pasal 4g)	Apakah Anda merasa diperlakukan dengan jujur dan tidak dibeda-bedakan oleh penjual?	Bagaimana Anda memastikan tidak membedakan perlakuan antar konsumen saat berjualan online?
8	Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya (Pasal 4h)	Apakah Anda pernah menerima kompensasi atau penggantian jika barang tidak sesuai harapan?	Apa bentuk tanggung jawab yang Anda berikan jika barang yang diterima konsumen tidak sesuai?
9	Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan (Pasal 4i)	Apakah Anda mengetahui hak-hak Anda sebagai konsumen berdasarkan undang-undang?	-
10	Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang, demi keamanan dan keselamatan (Pasal 5a)	Apakah Anda membaca informasi dan prosedur penggunaan barang sebelum memakainya?	Apakah Anda memberikan panduan penggunaan atau peringatan penting kepada pembeli terkait barang?

No	Indikator Penelitian UUPK	Konsumen	Pelaku Usaha
11	Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang (Pasal 5b)	Bagaimana Anda menjaga itikad baik saat membeli barang dari penjual online?	Apa upaya Anda agar transaksi berjalan jujur dan tidak merugikan kedua pihak?
12	Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati (Pasal 5c)	Apakah Anda selalu membayar sesuai harga yang telah disepakati dengan penjual?	Bagaimana Anda menyikapi konsumen yang mencoba menawar berlebihan atau membatalkan sepihak setelah deal?
13	Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut (Pasal 5d)	Jika terjadi sengketa, apakah Anda bersedia menyelesaikannya secara baik-baik?	Bagaimana sikap Anda jika konsumen membawa masalah ke admin atau ke jalur hukum?

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS SYARIAH**

Jl. Mataram No. 1 Mangli, Jember, Kode Pos 68136 Telp. (0331) 487550 Fax (0331) 427005
e-mail: syariah@uinkhas.ac.id Website: www.fsyariah.uinkhas.ac.id



No : B-1022/Un.22/D.2/KM.00.10.C/03/ 2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian Lapangan

10 Maret 2025

Yth. Konsumen dan Pelaku Usaha Jual Beli Iphone Wilayah Jawa Timur

Di

Tempat

Diberitahukan dengan hormat bahwa untuk penyelesaian Program Sarjana Strata Satu di Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, mohon berkenan kepada Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan izin kegiatan penelitian lapangan kepada mahasiswa berikut :

Nama : Ilmi Mufidah
NIM : 214102020006
Semester : 8 (delapan)
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli Iphone bekas di Platform Facebook Perspektif UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Demikian surat permohonan ini, atas perhatian dan kerjasamanya, disampaikan terimakasih.

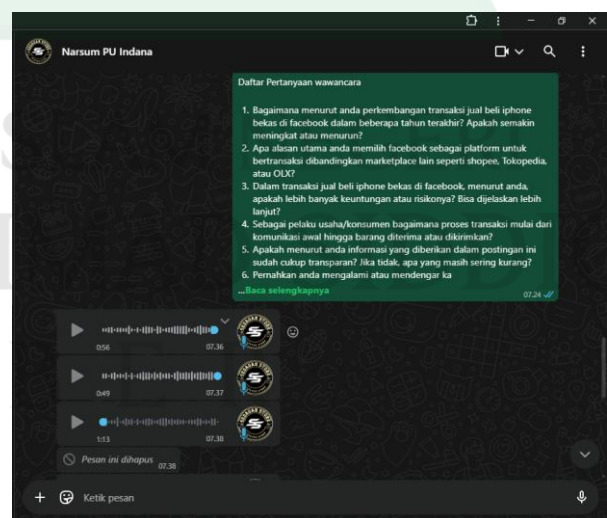
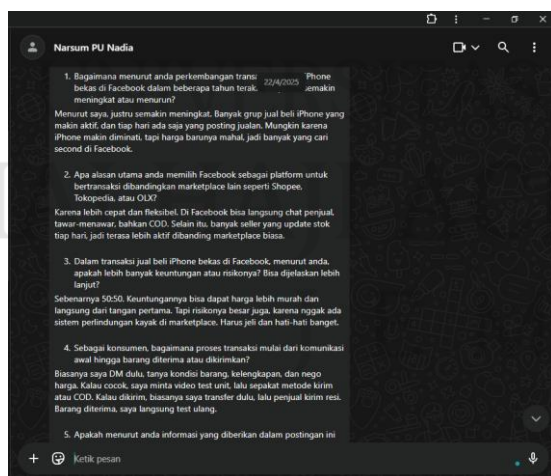
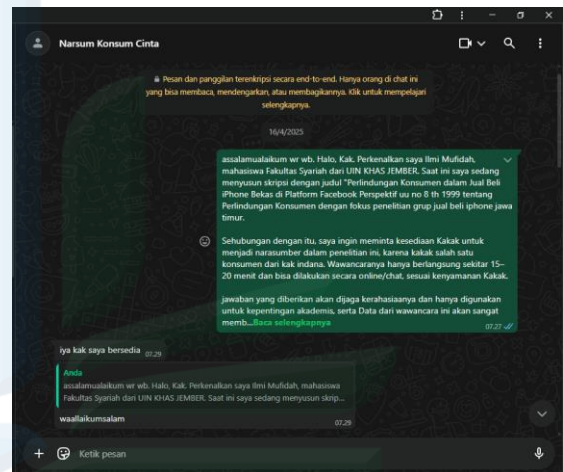
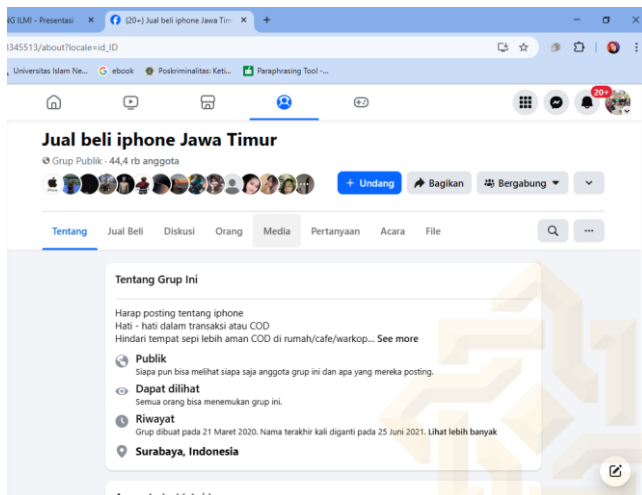


Dekan,

Wildani Hefni

[Signature]





BIODATA PENULIS**A. Identitas Mahasiswa:**

Nama : Ilmi Mufidah
Nim : 214102020006
Tempat, tanggal lahir : Pringsewu, 1 April 2003
Alamat : Jl. Diponegoro No. 1002 Pringsewu Selatan,
Pringsewu, Lampung
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah

B. Riwayat Pendidikan

1. TK Aisyiyah Bustanul Athfal 1 Pringsewu
2. SD Muhammadiyah Pringsewu
3. SMP Al-Munawwariyyah Malang
4. SMAS Al-Munawwariyyah Malang
5. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R