

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Melakukan Transaksi E-Commerce Melalui Media Sosial Instagram

Legal Protection for Consumers Engaging in E-Commerce Transactions via the Social Media Platform Instagram

Roos Nelly

¹ Universitas Amir Hamzah

ARTICLE INFO

Article history:

Received 20 January 2026

Revised 25 January 2026

Accepted 30 January 2026

Available online 14 February 2026

Keywords:

Internet, Jual Beli, Instagram,
Transaksi Elektronik, Wanprestasi

Keywords:

Internet, Sale and Purchase, Instagram,
Electronic Transactions, Breach of
Contract



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2025 by Author. Published by Yayasan Daarul Huda

ABSTRACT

Internet banyak dimanfaatkan dalam berbagai kegiatan perdagangan, kegiatan perdagangan yang memanfaatkan internet dikenal dengan sebutan e-commerce, salah satu kegiatan perdagangan internet yaitu melalui platform Instagram. Perdagangan melalui media sosial Instagram itu sendiri menimbulkan banyak permasalahan yang berkaitan dengan hukum dengan segala risikonya. Permasalahan yang dapat timbul antara lain adalah wanprestasi. Tujuan skripsi ini adalah untuk menganalisis hak dan kewajiban para pihak dalam transaksi jual beli melalui Instagram dan akibat hukum yang timbul apabila penjual dalam transaksi jual beli melalui Instagram melakukan wanprestasi. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif empiris dengan mengkaji pelaksanaan atau implementasi ketentuan hukum positif (perundang-undangan) dan kontrak secara faktual pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat guna mencapai tujuan yang telah ditentukan serta mengkaji hukum yang dikonsepsikan sebagai perilaku nyata (actual behavior), sebagai gejala sosial yang sifatnya tidak tertulis, yang dialami setiap orang dalam hubungan hidup bermasyarakat. Sumber data yang digunakan adalah data yang bersifat kepustakaan, dan wawancara. Analisis dilakukan secara kualitatif, dan hasil penelitian disajikan dalam

bentuk paragraf naratif sedangkan data disajikan dengan deskriptif analitis.

ABSTRACT

The internet is widely utilized in various commercial activities, and trade conducted through the internet is commonly known as e-commerce. One form of internet-based trade is conducted through the Instagram platform. Trading through the social media platform Instagram gives rise to numerous legal issues along with its associated risks. One of the problems that may arise is breach of contract. The purpose of this thesis is to analyze the rights and obligations of the parties involved in sale and purchase transactions conducted through Instagram and to examine the legal consequences that arise if the seller commits a breach of contract in such transactions. The research method used is normative-empirical legal research by examining the implementation of positive legal provisions (statutory regulations) and contracts in factual circumstances in specific legal events occurring within society to achieve predetermined objectives. It also examines law as conceptualized in actual behavior, as an unwritten social phenomenon experienced by individuals in social interactions. The data sources used consist of library research and interviews. The analysis is conducted qualitatively, and the research findings are presented in narrative paragraph form, while the data are presented descriptively and analytically.

PENDAHULUAN

Munculnya media internet mengakibatkan jarak dan waktu tidak lagi menjadi hambatan setiap orang untuk melakukan transaksi. Selain untuk berkomunikasi, internet di luar dugaan sebelumnya telah berkembang menjadi media untuk berbisnis. Transaksi jual beli yang dilakukan melalui media sosial pada dasarnya sama dengan transaksi jual beli pada umumnya. Perdagangan lewat internet ini mendorong berkembangnya sistem bisnis virtual, seperti virtual store dan virtual company, pelaku bisnis menjalankan bisnis dan perdagangannya melalui media internet

dan tidak lagi mengandalkan bisnis perusahaan konvensional yang nyata. Pada awalnya jual beli dilakukan dengan cara konvensional, yaitu bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli. Seiring berkembangnya teknologi, pasar sebagai tempat bertemunya permintaan dan penawaran mengalami perubahan. Pembeli dan penjual tidak lagi harus bertatap muka untuk melakukan transaksi. Munculnya internet sebagai media baru, mendorong perubahan ini menjadi lebih maju, kecepatan, kemudahan, serta murah biaya internet menjadi pertimbangan banyak orang untuk memakainya, termasuk untuk melakukan transaksi. Fenomena semakin majunya ilmu pengetahuan dan teknologi adalah sebagai motor penggerak bagi produktivitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkan dalam rangka mencapai sasaran usaha, maka perlindungan hukum terhadap konsumen di pandang sangat penting keberadaannya. Sebab dalam rangka mengejar produktivitas dan efisiensi tersebut, pada akhirnya baik secara langsung atau tidak langsung konsumenlah yang menanggung dampaknya.

Perkembangan teknologi internet ini menimbulkan masalah baru di bidang hukum, khususnya hukum perlindungan konsumen. Dalam lingkup pembicaraan hukum dan teknologi, perlindungan konsumen menjadi hal yang sangat efektifitas perkembangan dan penerapan teknologi tersebut di tengah masyarakat. Sebaliknya Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang sekarang berlaku di Indonesia masih berbasis kepada sesuatu yang sifatnya fisik belum pada virtual/maya. Transaksi melalui perdagangan elektronik atau lazim disebut *electroniccommerce* menyisakan berbagai macam masalah, meskipun sudah diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik tetapi aturan tersebut belum mampu untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan tersebut.

Electronic commerce terbentuk dari berbagai subsistem yang tersusun secara sistematis, dan masing-masing subsistem tersebut memiliki permasalahannya masing-masing dampak negatif dari *e-commerce* yaitu cenderung merugikan konsumen. Kegiatan jual-beli melalui internet yang mudah dilakukan seringkali meningkatkan tindak kecurangan dari para penjualnya. Kecurangan-kecurangan tersebut dapat terjadi yang menyangkut keberadaan pelaku usaha barang yang dibeli harga barang dan pembayaran oleh konsumen kecurangan yang menyangkut pelaku usaha misalnya pelaku usaha yang bersangkutan merupakan tokoh yang fiktif. Instagram adalah salah satu platform di media sosial yang paling populer di dunia, terutama di kalangan dewasa muda. Hingga kuartal 1- 2025, jumlah pengguna aktif Instagram di seluruh dunia mencapai 1,07 miliar dan 354 juta berusia 25 hingga 34 tahun.

Dikutip dari *statista.com*, India merupakan negara dengan pengguna Instagram terbanyak di dunia, yaitu mencapai 180 juta pengguna. Salah satu hal yang menjadi perhatian bagi para pelaku perdagangan melalui internet adalah terjadinya resiko penipuan. Penipuan yang sering terjadi antara lain berupa penjual yang tidak memberikan informasi secara lengkap dan benar mengenai barang yang dijual, penjual yang tidak mengirimkan barang setelah pembeli melakukan pembayaran atau penjual mengirimkan barang yang tidak sesuai dengan kesepakatan. Bentuk penipuan seperti ini sangat mudah terjadi karena transaksi tidak dilakukan secara tatap muka. Transaksi di mana pembeli tidak dapat melihat langsung barang yang akan dibelinya dapat menimbulkan resiko kerugian yang lebih besar yang harus ditanggung oleh pembeli. Dalam hal ini pembeli sebagai konsumen harus mendapatkan perlindungan dalam melakukan transaksi jual-beli, sekalipun dilakukan melalui media internet. Bentuk-bentuk penipuan tersebut pun seringkali terjadi dalam proses jual beli.

KAJIAN PUSTAKA

Hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyedia dan penggunaannya,

dalam kehidupan bermasyarakat. Tegasnya, hukum perlindungan konsumen merupakan keseluruhan peraturan perundang-undangan lainnya serta putusan-putusan hakim yang substansinya mengatur mengenai kepentingan konsumen. Menurut Pasal 1457 BW (KUHPdata), pengertian jual beli adalah suatu persetujuan atau perjanjian yang mengikat penjual dan pembeli. Penjual mengikatkan diri untuk menyerahkan suatu barang yang disetujui bersama dan pembeli mengikatkan diri juga untuk membayar harga barang yang disetujui bersama. Jual beli yaitu suatu peristiwa hukum antara dua orang yakni penjual dan pembeli di mana salah satu pihak menyerahkan barangnya kepada yang lain dengan adanya persetujuan dan penggantian dilakukan dengan saling rela dari keduanya mengenai kesepakatan harga dan barang dengan jalan yang dibenarkan. Atau bisa dikatakan bahwa, perkataan jual beli menunjukkan adanya sebuah aktifitas perbuatan dalam suatu peristiwa, yaitu satu pihak menjual dan pihak yang lain membeli. Maka dalam hal ini terjadilah peristiwa hukum jual beli. Berarti dalam sebuah perjanjian jual beli itu terlibat dua pihak yang saling menukar atau melakukan pertukaran.

Transaksi modern e-commerce merupakan teknologi bar yang belum pernah di jumpai oleh banyak dikenal. Keberadaan ecommerce dapat di lihat dari keberadaan sudut pandang syariah. Ecommerce merupakan suatu transaksi yang di lakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam suatu hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, jasa, dan peralihan hak. Transaksi komersial ini terdapat di dalam media elektronik (media digital) dimana kehadiran para pihak secara fisik tidak di perlukan. Jual beli online ini basisnya adalah transaksi jual beli praktis yang tidak harus dilakukan secara langsung atau face to face maka tidak dapat dihindarinya banyak masalah hukum yang timbul. Masalah hukum tersebut sering kali perihal advertisement atau iklan. Tindakan-tindakan pelanggaran iklan yang pada umumnya dilakukan pelaku usaha berupa iklan yang tidak memenuhi syarat karena produk yang tidak terdaftar, iklan suatu produk yang belum mendapatkan persetujuan, iklan obat atau kosmetik yang tidak sesuai dengan rancangan yang telah disetujui, dan lain sebagainya.

Instagram ialah suatu jejaring sosial yang mempunyai tujuan untuk membantu penggunanya untuk membagikan foto kepada pengguna lainnya, Instagram sendiri masih berfokus kepada pengguna android, iphone, ipad, dan gadget yang mempunyai OS 3.2 untuk pengguna komputer masih belum sempurna. Karena Instagram hanya di buat untuk gadget saja. Instagram di betuk oleh perusahaan Burb INC, perusahaan INC adalah perusahaan yang mempunyai visi dan misi dalam membuat aplikasi untuk gadget.

METODE

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum kualitatif untuk mendeskripsikan penyelesaian perkara wanprestasi dan perbuatan melawan hukum yang terjadi dalam transaksi online melalui media sosial Instagram.

2. Sumber Data

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung tanpa perantara pihak lain (langsung dari objeknya) dengan metode wawancara, observasi, pengamatan maupun metode lainnya, kemudian disusun sedemikian rupa untuk mempermudah proses analisis.
- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh oleh peneliti tidak secara langsung dari objek penelitian, namun, melalui sumber lain yang berkaitan sebagai pembanding data primer dalam proses analisis data primer.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam dengan jenis tidak terstruktur. Wawancara mendalam adalah proses memperoleh keterangan untuk

tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama.

4. Analisis Data

Analisis data dimulai dari tahap pengumpulan data sampai tahap penulisan laporan yang menyebabkan skripsi ini menjadi suatu kesatuan yang padu dan tidak hanya menghasilkan data deskriptif belaka. Dimana deskriptif dalam penelitian ini meliputi proses transaksi, perlindungan terhadap konsumen yang dirugikan ataupun data terkait kerugian yang dialami oleh konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari permasalahan yang sering terjadi pada konsumen ada beberapa faktor yang melatarbelakangi hal-hal tersebut bisa terjadi yaitu karena ketidakhatihan dari konsumen dalam berbelanja, yang kemudian mengakibatkan kerugian bagi konsumen itu sendiri. Contohnya di dalam jual beli online konsumen tidak tahu bagaimana kondisi barang yang dijual bagaimana, konsumen hanya bisa melihat gambar tidak bisa melakukan pengecekan secara langsung, konsumen biasanya tahu produk itu dari deskripsi yang ada dalam produk, namun jarang atau sering diemukan bahwa konsumen tidak membaca terlebih dahulu deskripsi yang ada dalam produk tersebut, sehingga dalam hal ini kemudian kerugian yang bisa saja nantinya alami. Namun terkadang ada juga ada penjual yang nakal yang sengaja tidak mendeskripsikan secara jelas, misalnya produk yang produsen jual dan konsumen hanya percaya dengan gambar yang ada, dan ketika barang yang di pesan konsumen sudah datang tetapi tidak sesuai dengan gambar konsumen merasa di rugikan. Selain itu, masalah eksternal seperti regulasi yang berkaitan dengan transaksi online yang belum jelas, misalnya bagaimana regulasi terkait pertanggung jawaban penjual dalam transaksi online, apabila konsumen mengalami kerugian itu seperti apa, lalu apabila penjual ini mendapatkan atau menjual lewat marketplace itu pertanggung jawabannya seperti apa, apakah marketplace ikut terlibat atau tidak, hal tersebut masih belum bisa dijawab dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen ataupun Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Platform Instagram merupakan aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke layanan jejaring sosial, termasuk milik platform Instagram itu sendiri, dengan layanan tersebut Instagram juga menyediakan layanan marketplace yang memungkinkan penggunanya untuk melakukan transaksi jual beli secara online. Jual beli yang dilakukan di media sosial Instagram menggunakan transaksi Business to Customer dan Customer to Customer, dengan layanan tersebut memberikan penggunanya keleluasaan lebih untuk melakukan transaksi melalui media sosial Instagram. Tetapi dengan menggunakan layanan tersebut juga lebih memungkinkan untuk penjual melakukan wanprestasi. Ada beberapa faktor sehingga tertarik untuk melakukan jual beli secara online melalui media sosial Instagram, penyajian gambar dengan visual yang menarik dan berbeda dengan platform media sosial yang lain menjadikan platform Instagram sebagai salah satu platform yang digemari penggunanya untuk melakukan transaksi online. Tetapi karena faktor ketidakhati-hatian oleh penggunanya ada beberapa kasus wanprestasi yang terjadi ketika pengguna melakukan transaksi jual beli melalui media sosial Instagram.

Wanprestasi yang terjadi di Instagram kebanyakan dilakukan oleh penjual, karena penjual lebih tau bagaimana sistem transaksi dan pelayanan yang dilakukan oleh

Instagram, bagaimana celah-celah yang ada pada system jual beli online melalui media sosial Instagram, termasuk celah celah yang ada dalam peraturan Perundang Undangan, rata-rata penjual yang melakukan wanprestasi melalui media sosial Instagram adalah penjual yang telah berulang kali melakukan wanprestasi.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi Transaksi elektronik belum mencakup peraturan-peraturan secara khusus mengenai bagaimana sistem platform jual beli elektronik, sehingga membuat lebih banyak celah untuk terjadinya wanprestasi, di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi Transaksi Elektronik belum mencakup regulasi yang berkaitan dengan transaksi online yang belum jelas, misalnya bagaimana regulasi terkait pertanggung jawaban penjual dalam transaksi online, apabila konsumen mengalami kerugian itu seperti apa, lalu apabila penjual ini mendapatkan atau menjual lewat marketplace itu pertanggung jawabannya seperti apa, apakah marketplace ikut terlibat atau tidak. Apabila regulasi tersebut sudah di atur memungkinkan untuk meminimalisir terjadi wanprestasi dalam jual beli online khususnya di platform media sosial Instagram.

Suatu perjanjian jual beli dapat terlaksana dengan baik apabila para pihak telah memenuhi hak-hak maupun kewajiban serta prestasinya masing-masing seperti yang telah di perjanjikan tanpa ada pihak yang dirugikan. Namun walaupun sudah diatur jelas mengenai hak dan kewajiban para pihak dalam peraturan perundang-undangan, tidak menutup kemungkinan dalam pelaksanaannya, jual beli melalui media elektronik ini tidak selamanya mampu berjalan dengan lancar, hal ini bisa terjadi dikarenakan adanya perbuatan salah satu pihak yang tidak mematuhi yang berlaku sehingga menyebabkan terjadinya hal-hal seperti penipuan maupun wanprestasi.

SIMPULAN

1. Praktik jual beli online yang ada di Instagram hampir sama dengan marketplace pada umumnya yaitu menggunakan transaksi bisnis C2C (customer to customer) dan B2C (Business to Consumer), yang membedakan adalah dalam penyajian gambar yang visualnya lebih menarik sehingga menumbuhkan minat konsumen untuk membeli barang yang ada di media sosial Instagram.
2. Perlindungan hukum yang diberikan Instagram sebagai penyedia marketplace berkaitan perlindungan terhadap konsumen yang mengalami kerugian yang di sebabkan oleh penjual, baik karena wanprestasi, perbuatan melawan hukum, penipuan pembobolan atau jenis perbuatan lainnya yang di sebabkan oleh pelaku usaha, beban pertanggung jawabannya di bebaskan kepada pelaku usaha atau pihak lainnya yang menyebabkan kerugian tersebut. Adapun perlindungan yang di berikan Instagram adalah hanya sebatas pengawasan sebagai regulator yang menyediakan tempat untuk bertransaksi dengan baik, regulator yang mengimplementasikan variasi tindakan kemanan untuk menjaga keselamatan data pribadi para pihak yang ada di Instagram atau dibawah kendali Instagram.

REFERENSI

- Arikunto, S. (2002). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. PT Rineka Cipta.
- Barkatullah, A. H. (2009). *Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce lintas negara di Indonesia*. FH UII Press.
- Erlinawati, M., & Nugrahaningsih, W. (2017). *Perlindungan konsumen dalam transaksi online*. CV Pustaka Bengawan.
- Khairandy, R. (2016). *Perjanjian jual beli* (Cet. 1). FH UII Press.
- Setiawan, I. K. O. (2016). *Hukum perikatan*. Sinar Grafika.

Siwi Kristiyanti, C. T. (2010). *Hukum perlindungan konsumen*. Sinar Grafika.

Winarni, E. W. (2018). *Teori dan praktik penelitian kuantitatif kualitatif*. Bumi Aksara.

Yodo, A. M., & Sutarman, A. (2004). *Hukum perlindungan konsumen*. PT Raja Grafindo Persada.