

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**  
**FAKULTAS HUKUM**

Terakreditasi Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi  
Nomor: 2193/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/IV/2022

**PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM JUAL-BELI PRODUK *PRELOVED***  
**MENGGUNAKAN APLIKASI TWITTER BERDASARKAN PERATURAN**  
**PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA NOMOR 80 TAHUN 2019 TENTANG**  
**PERDAGANGAN MELALUI SISTEM ELEKTRONIK**

OLEH

**Anita Pangestu**

**NPM : 6051901200**

**Dosen Pembimbing :**

Dr. Aluisius Dwi Rachmanto, S.H., M.Hum.

**Dosen Penguji :**

1. Prof. Dr. Bernadette Waluyo, S.H., M.H., CN.
2. Yanly Gandawidjaja, S.H., M.H., Sp1.



Penulisan Hukum

Disusun Sebagai Salah Satu Kelengkapan  
Untuk Menyelesaikan Program Pendidikan Sarjana  
Program Studi Ilmu Hukum

2023

Telah disidangkan pada Ujian  
Penulisan Hukum Fakultas Hukum  
Universitas Katolik Parahyangan

Pembimbing

Handwritten signature in blue ink, followed by the date 17/07/2019.

(Dr. Aluisius Dwi Rachmanto, S.H., M.Hum.)

Dekan,



(Dr.iur. Liona Nanang Supriatna, S.H., M.Hum.)



## PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK

Dalam rangka mewujudkan nilai-nilai ideal dan standar mutu akademik yang setinggi-tingginya, maka Saya, Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan yang beranda tangan di bawah ini :

Nama : Anita Pangestu

NPM : 6051901200

Dengan ini menyatakan dengan penuh kejujuran dan dengan kesungguhan hati dan pikiran, bahwa karya ilmiah / karya penulisan hukum yang berjudul:

**“PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM JUAL-BELI PRODUK *PRELOVED* MENGGUNAKAN APLIKASI TWITTER BERDASARKAN PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA NOMOR 80 TAHUN 2019 TENTANG PERDAGANGAN MELALUI SISTEM ELEKTRONIK”**

Adalah sungguh-sungguh merupakan karya ilmiah /Karya Penulisan Hukum yang telah saya susun dan selesaikan atas dasar upaya, kemampuan dan pengetahuan akademik Saya pribadi, dan sekurang-kurangnya tidak dibuat melalui dan atau mengandung hasil dari tindakan-tindakan yang:

- Secara tidak jujur dan secara langsung atau tidak langsung melanggar hak-hak atas kekayaan intelektual orang lain, dan atau
- Dari segi akademik dapat dianggap tidak jujur dan melanggar nilai-nilai integritas akademik dan itikad baik;

Seandainya di kemudian hari ternyata bahwa Saya telah menyalahi dan atau melanggar pernyataan Saya di atas, maka Saya sanggup untuk menerima akibat-akibat dan atau sanksi-sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku di lingkungan Universitas Katolik Parahyangan dan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pernyataan ini Saya buat dengan penuh kesadaran dan kesukarelaan, tanpa paksaan dalam bentuk apapun juga.

Bandung, 5 Juni 2023

Mahasiswa penyusun Karya Penulisan Hukum

ANITA PANGESTU  
6051901200



## PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK

Dalam rangka mewujudkan nilai-nilai ideal dan standar mutu akademik yang setinggi-tingginya, maka Saya, Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan yang beranda tangan di bawah ini :

Nama : Anita Pangestu

NPM : 6051901200

Dengan ini menyatakan dengan penuh kejujuran dan dengan kesungguhan hati dan pikiran, bahwa karya ilmiah / karya penulisan hukum yang berjudul:

**“PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM JUAL-BELI PRODUK *PRELOVED* MENGGUNAKAN APLIKASI TWITTER BERDASARKAN PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA NOMOR 80 TAHUN 2019 TENTANG PERDAGANGAN MELALUI SISTEM ELEKTRONIK”**

Adalah sungguh-sungguh merupakan karya ilmiah /Karya Penulisan Hukum yang telah saya susun dan selesaikan atas dasar upaya, kemampuan dan pengetahuan akademik Saya pribadi, dan sekurang-kurangnya tidak dibuat melalui dan atau mengandung hasil dari tindakan-tindakan yang:

- Secara tidak jujur dan secara langsung atau tidak langsung melanggar hak-hak atas kekayaan intelektual orang lain, dan atau
- Dari segi akademik dapat dianggap tidak jujur dan melanggar nilai-nilai integritas akademik dan itikad baik;

Seandainya di kemudian hari ternyata bahwa Saya telah menyalahi dan atau melanggar pernyataan Saya di atas, maka Saya sanggup untuk menerima akibat-akibat dan atau sanksi-sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku di lingkungan Universitas Katolik Parahyangan dan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pernyataan ini Saya buat dengan penuh kesadaran dan kesukarelaan, tanpa paksaan dalam bentuk apapun juga.

Bandung, 5 Juni 2023

Mahasiswa penyusun Karya Penulisan Hukum

ANITA PANGESTU  
6051901200

## ABSTRAK

Perkembangan zaman membuat teknologi turut berkembang yang menghasilkan kemajuan dalam bidang internet. Dengan kemajuan tersebut, aktivitas jual-beli kini dapat dilakukan secara *online* menggunakan media sosial, salah satunya adalah Twitter. Jual-beli juga bukan hanya berpusat pada sebuah produk baru, tetapi juga produk bekas pakai milik pribadi yang lebih dikenal sebagai produk *preloved*. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui perlindungan konsumen baik sebelum dan sesudah jual-beli produk *preloved* menggunakan aplikasi Twitter dilaksanakan. Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan menggunakan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat mengenai perlindungan konsumen berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Kata kunci: perlindungan konsumen, jual-beli *online*, Twitter, produk *preloved*.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus atas segala berkat dan rahmat yang diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan hukum yang berjudul **“PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM JUAL-BELI PRODUK *PRELOVED* MENGGUNAKAN APLIKASI TWITTER BERDASARKAN PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA NOMOR 80 TAHUN 2019 TENTANG PERDAGANGAN MELALUI SISTEM ELEKTRONIK”**. Penulisan hukum ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program pendidikan sarjana untuk mendapatkan gelar Sarjana Hukum pada Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Katolik Parahyangan. Penulis berharap dengan dibuatnya penulisan hukum ini, para pembaca dapat memperoleh serta menambah pengetahuan dan wawasan mengenai hukum perlindungan konsumen dalam perdagangan melalui sistem elektronik.

Dalam penulisan hukum ini, penulis mendapat banyak dukungan, bimbingan, bantuan, dan masukan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas segala karunia dan rahmatnya yang diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan hukum ini tepat waktu.
2. Keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan serta doa untuk penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan hukum ini dengan baik.
3. Bapak Dr. Aluisius Dwi Rachmanto, S.H., M.Hum. selaku dosen pembimbing penulis sejak seminar penulisan hukum hingga penulisan hukum yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis hingga penulisan hukum ini selesai dibuat.
4. Ibu Dr. Anne Safrina Kurniasari, S.H., LL.M. selaku dosen wali penulis yang telah membimbing serta memberikan nasihat kepada penulis selama masa perkuliahan penulis.

5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan, terima kasih atas segala ilmu yang telah diberikan kepada penulis selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan.
6. Sahabat penulis, Debby, Sheryn, dan Gita yang terus memberikan semangat, dukungan, dan hiburan kepada penulis tiap kali penulis merasa sedih dan merasa tidak mampu melanjutkan penulisan.
7. D’Kost, Seana, Fiona, dan Elisabeth yang terus bersama penulis sejak hari pertama perkuliahan. Terima kasih selalu memberikan dukungan, menyemangati, dan menemani penulis ketika penulis menangis. Penulisan hukum ini mungkin tidak akan selesai tepat waktu jika kita tidak mengerjakan skripsi bersama-sama di meja makan kos dari pagi hingga tengah malam.
8. Teman-teman penulis selama masa perkuliahan, Felyta, Kinda, Icha, Tiara, Vania, yang telah menemani masa perkuliahan penulis serta memberikan bantuan, dukungan, hiburan, masukan, dan semangat selama masa perkuliahan hingga penulisan hukum.
9. Teman-teman penulis di lingkup Universitas Katolik Parahyangan, Mattea, Angel, Iko, Pepen, Timo, Hendrik, Baso, Audwin, Ko Nathan, dan teman-teman lainnya yang menemani serta memberikan hiburan kepada penulis selama masa perkuliahan.
10. Vendry Wijaya, atas segala dukungan, semangat, motivasi, hiburan selama penulis melakukan penulisan hukum. Terima kasih atas rasa percaya yang diberikan kepada penulis ketika penulis sendiri tidak percaya pada diri penulis sendiri.
11. Unit Kegiatan Mahasiswa Bola Voli Universitas Katolik Parahyangan, Dioskuri, atas dukungan serta hiburan yang diberikan kepada penulis sejak masa perkuliahan penulis.
12. Teman-teman bimbingan penulisan hukum, atas dukungan, semangat, dan bantuan selama proses bimbingan sejak seminar proposal hingga penulisan hukum.

13. Staff perpustakaan Universitas Katolik Parahyangan, atas bantuan yang diberikan kepada penulis selama penulis mencari buku dan jurnal yang dibutuhkan.
14. Anita Pangestu, selaku penulis sendiri atas perjuangan, tangisan, yang telah dilalui selama masa perkuliahan hingga akhirnya penulisan hukum ini selesai dibuat. Terima kasih karena tidak menyerah.

Penulis menyadari jika penulisan hukum ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan di dalamnya. Penulis sangat terbuka terhadap kritik, saran, dan masukan yang dapat membantu penulisan hukum ini menjadi lebih baik. Atas pengertiannya, penulis mengucapkan terima kasih.

Bandung, 5 Juni 2023

Anita Pangestu

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>1</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>4</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1. Latar Belakang .....	1
2. Identifikasi Masalah .....	7
3. Tujuan Penelitian.....	7
4. Manfaat Penelitian.....	8
5. Tinjauan Pustaka Sementara .....	9
5.1 Perdagangan Melalui Sistem Elektronik .....	9
5.2 Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual-Beli .....	13
6. Metode Penelitian.....	18
7. Sistematika Penulisan.....	20
<b>BAB II PERLINDUNGAN KONSUMEN BERDASARKAN PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA NOMOR 80 TAHUN 2019 TENTANG PERDAGANGAN MELALUI SISTEM ELEKTRONIK .....</b>	<b>22</b>
1. Hukum Perlindungan Konsumen .....	22
2. Para Pihak Dalam Perlindungan Konsumen .....	24
2.1. Konsumen.....	24
2.2. Pelaku Usaha .....	26
2.2.1. Jenis-Jenis Pelaku Usaha Menurut PP PMSE .....	27
3. Pelaku Usaha Barang .....	29
3.1. Barang dan Barang Cacat .....	30
3.1.1. Cacat Tersembunyi.....	31
3.2. Pengiriman Barang .....	33
3.3. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Barang .....	34
3.3.1. Struktur Tanggung Jawab Pelaku Usaha Barang .....	34
3.3.2. Hubungan Langsung dengan Konsumen.....	35
3.3.3. Hubungan Tidak Langsung dengan Konsumen .....	35

3.4.	Tanggung Jawab Pelaku Usaha Barang Berdasarkan PP PMSE .....	36
4.	Hak dan Kewajiban Para Pihak .....	37
4.1.	Hak Konsumen .....	37
4.2.	Kewajiban Konsumen .....	39
4.3.	Hak Pelaku Usaha .....	39
4.4.	Kewajiban Pelaku Usaha .....	40
5.	Hubungan Hukum Antara Para Pihak .....	42
5.1.	Hubungan Hukum Privat .....	42
5.2.	Kontrak Elektronik .....	43
6.	Penyelesaian Sengketa .....	49

### **BAB III JUAL-BELI PRODUK *PRELOVED* MENGGUNAKAN APLIKASI TWITTER..... 50**

1.	Aplikasi Twitter Secara Umum .....	50
1.1.	Sejarah dan Pengertian Twitter .....	50
1.2.	Fitur-fitur Pada Aplikasi Twitter .....	52
1.3.	Syarat Penggunaan Twitter .....	55
2.	<i>Preloved</i> Secara Umum .....	56
2.1.	Pengertian <i>Preloved</i> .....	56
2.2.	Pengertian <i>Thrift</i> .....	56
3.	Produk <i>Preloved</i> .....	57
4.	Hubungan Hukum .....	58
4.1.1.	Pelaku Usaha Dalam Twitter .....	59
4.1.2.	Twitter .....	60
4.2.	Struktur Hubungan Hukum Para Pihak .....	61
5.	Tinjauan Produk .....	62
5.1.	Pemberian Tinjauan Terhadap Produk oleh Konsumen .....	62
5.2.	Pengaruh Tinjauan Produk Terhadap Pelaku Usaha .....	63

### **BAB IV ANALISIS PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM JUAL-BELI PRODUK *PRELOVED* MENGGUNAKAN APLIKASI TWITTER BERDASARKAN PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA NOMOR 80 TAHUN 2019 TENTANG PERDAGANGAN MELALUI SISTEM ELEKTRONIK..... 64**

1.	Analisis Perlindungan Konsumen Sebelum Transaksi Jual-Beli Produk <i>Preloved</i> Menggunakan Aplikasi Twitter Berdasarkan Peraturan Pemerintah	
----	---	--

Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik .....	64
1.1. Perundang-Undangan .....	66
1.2. Kode Etik.....	70
1.3. Kesepakatan Bersama .....	73
2. Analisis Perlindungan Konsumen Sesudah Transaksi Jual-Beli Produk <i>Preloved</i> Menggunakan Aplikasi Twitter Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik .....	75
2.1. Tanggung Jawab Pelaku Usaha.....	75
2.2. Penyelesaian Sengketa .....	77
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>81</b>
1. Kesimpulan.....	81
2. Saran.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>84</b>

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, muncul berbagai hal baru di dalam kehidupan manusia salah satunya adalah kemajuan teknologi. Dengan perkembangan teknologi, muncul berbagai banyak cara untuk berkomunikasi, terutama dalam komunikasi jarak jauh. Komunikasi jarak jauh tidak hanya dilakukan melalui telepon dan dilakukan dengan orang yang dikenal, tetapi komunikasi dapat dilakukan melalui sebuah aplikasi sekalipun dan dapat dilakukan bersama dengan orang yang tidak dikenal.

Berkomunikasi dengan orang yang tidak dikenal sekalipun dapat terjadi dengan kemajuan teknologi sekarang, terlebih dengan munculnya media sosial yang dirancang sedemikian rupa agar setiap orang dapat berinteraksi satu sama lain. Media sosial adalah bentuk komunikasi yang berbasis internet, dimana para pengguna sosial dapat berbincang satu sama lain, menyebarkan informasi, dan membuat konten.<sup>1</sup> Media sosial sendiri memiliki banyak jenis, yaitu *traditional social network*, *media sharing networks*, *discussion networks*, *social blogging network*, *review networks*.<sup>2</sup> Salah satu aplikasi tersebut adalah Twitter.

Twitter adalah sebuah wadah dimana penggunanya dapat berbagi tentang banyak hal pada akunnya dan orang lain dapat melihat apa yang dibagikan. “*Twitter is an online news and social networking site where people communicate in short messages called tweets.*”<sup>3</sup> Twitter yang dibangun oleh

---

<sup>1</sup> University of South Florida, “Introduction To Social Media”, diakses melalui <https://www.usf.edu/ucm/marketing/intro-social-media.aspx>, pada tanggal 24 Februari 2023, pukul 14.13 WIB.

<sup>2</sup> Ingrid Adames, “5 Types Of Social Media Networks And The Benefits Of Each One”, 6 September 2022, diakses melalui <https://www.searchenginejournal.com/social-media-networks-types/463203/>, pada tanggal 24 Februari 2023, pukul 14.17 WIB.

<sup>3</sup> Paul Gil, “What Is Twitter & How Does It Work?”, 29 Agustus 2021, diakses melalui <https://www.lifewire.com/what-exactly-is-twitter-2483331>, pada tanggal 24 Februari 2023, pukul 14.02 WIB.

Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone, dan Noah Glass- sekarang dimiliki oleh Elon Musk termasuk ke dalam kategori layanan blog mikro atau *microblogging*.<sup>4</sup> Twitter memang digunakan untuk berkomunikasi dan juga berbagi pesan singkat, dimana seorang pengguna dapat mengetik sebanyak 280 karakter dalam satu cuitan atau *Tweet*. Penggunaan aplikasi Twitter sangat mudah digunakan, setiap pengguna Twitter dapat membagikan cuitan mereka yang dapat dibaca oleh para pengguna Twitter lain yang mengikuti (*follow*) akun yang membagikan *Tweet* tersebut. Tetapi bukan hanya para pengikut atau *followers* akun tersebut itu saja, pengguna akun lain yang tidak mengikuti juga dapat membaca *Tweet* tersebut. yang kemudian berkembang menjadi sebuah *platform* yang digunakan juga untuk melakukan transaksi jual-beli.

Transaksi jual-beli merupakan hal yang turut berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Dulu, untuk melakukan transaksi jual-beli, konsumen harus pergi secara langsung ke pasar atau toko tempat pelaku usaha menjual barangnya, tetapi dengan kemajuan teknologi, aktivitas jual-beli dapat dilaksanakan secara daring atau *online*. Jual-beli secara daring adalah aktivitas jual-beli yang dilakukan melalui internet yang dapat diakses dimanapun dan kapanpun. Pembeli juga cukup melihat apa yang ingin dibeli melalui katalog, lalu membeli produk tersebut tanpa perlu bertatap muka dengan penjual. Hal ini dapat dilakukan pada banyak *platform* terutama melalui *e-commerce*, dimana penjual dapat menjual berbagai jenis barang melalui internet<sup>5</sup>. Hal ini yang membedakan transaksi jual-beli secara daring dan konvensional, dimana transaksi jual-beli konvensional mengharuskan konsumen untuk datang langsung ke toko atau pasar tempat pelaku usaha berjualan dan mencari produk yang ingin dibeli secara langsung, walau jual-beli yang dilakukan secara konvensional juga memberikan keuntungan

---

<sup>4</sup> Britannica, "Twitter", [britannica.com](https://www.britannica.com/topic/Twitter), 1 Maret 2023, diakses melalui <https://www.britannica.com/topic/Twitter>, pada 4 Maret 2023, pukul 14.57 WIB.

<sup>5</sup> Muhammad Idris, "Pengertian E-commerce dan Bedanya dengan Marketplace", Kompas.com, 14 Agustus 2022, diakses melalui <https://money.kompas.com/read/2021/09/11/191943626/pengertian-e-commerce-dan-bedanya-dengan-marketplace?page=all>, pada 23 November 2022, pukul 01.16 WIB.

kepada konsumen, yaitu konsumen dapat melihat kondisi produk tersebut secara langsung.

Dalam melakukan aktivitas jual-beli melalui internet, harus dibangun sebuah kepercayaan di antara penjual dan pembeli. Dimana pembeli harus menaruh rasa percaya kepada penjual, terlebih penjual tidak mengetahui identitas pembeli dengan pasti. Aktivitas jual-beli melalui internet juga menghasilkan sebuah hubungan hukum di antara penjual dan pembeli, sama seperti aktivitas jual-beli yang dilakukan secara langsung. Suatu hubungan hukum terjadi di antara para pihak ketika pihak penjual telah mengikatkan diri untuk memberikan barang dan pihak pembeli akan membayar barang tersebut.<sup>6</sup> Dalam pelaksanaan jual-beli melalui Twitter para pihak melakukan negosiasi terlebih dahulu sebelum pada akhirnya terbentuk suatu perjanjian yang meliputi hak dan kewajiban para pihak. Perjanjian yang terbentuk di antara para pihak dalam Twitter berbentuk kontrak elektronik. Kontrak elektronik sah dan mengikat para pihak jika di dalam kontrak tersebut terdapat syarat, kondisi, dan informasi mengenai produk tersebut sesuai dengan kesepakatan yang terbentuk di antara para pihak.<sup>7</sup>

Twitter pada hakikatnya bukan merupakan sebuah wadah untuk berjualan dan tidak ada sebuah fitur di dalamnya untuk melakukan transaksi jual-beli, tetapi para penggunanya melakukan transaksi jual-beli dengan memanfaatkan fitur cuitan yang ada. Dalam hal ini, penjual dan pembeli merupakan pengguna Twitter, dimana Twitter sebagai penyedia jasa layanan untuk berkomunikasi yang membuat penjual-pembeli menjadi seorang pengguna jasa layanan Twitter dalam berkomunikasi. Twitter sendiri memiliki kebijakan pribadi untuk mengatur penggunanya dalam menggunakan fitur-fitur yang ada. Jika para pengguna melakukan pelanggaran dan Twitter dapat membuka informasi data pribadi pengguna yang melakukan pelanggaran, terlebih jika permintaan pembukaan

---

<sup>6</sup> Pasal 1457, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

<sup>7</sup> Pasal 52, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

informasi tersebut dibutuhkan untuk kepentingan hukum atau untuk melindungi setiap orang dari tindak kejahatan yang ada di dalam Twitter.<sup>8</sup>

Dalam berjualan di Twitter, banyak pengguna Twitter yang hanya fokus berjualan produk-produk tertentu, seperti produk bekas pakai. Produk bekas pakai yang digunakan secara pribadi atau yang saat ini lebih sering disebut dengan produk *preloved* menjadi salah satu jenis produk yang marak dijual. Produk bekas pakai yang digunakan secara pribadi atau *preloved* merupakan produk yang marak diperjual-belikan oleh para pengguna Twitter. Menurut *Collins Dictionary*, *preloved*, artinya “*previously owned or used; second-hand*”<sup>9</sup>. Penggunaan kata *preloved* banyak membuat orang awam tidak paham, padahal *preloved* memiliki arti yang sama dengan *second-hand*.

“*Preloved is product which were previously owned and used but still maintained a good condition, despite not being the same as the new product.*”<sup>10</sup>.

Selain itu, banyak yang menyalahartikan *preloved* dengan *thrift*. *Preloved* merupakan produk bekas pakai pribadi yang masih dalam kondisi yang baik, sedangkan *thrift* biasanya merupakan barang bekas yang berasal dari luar negeri.<sup>11</sup>

Produk *Preloved* yang dijual dalam Twitter sangat beragam, mulai dari pakaian hingga produk kecantikan. Penjual produk *preloved* pada Twitter biasanya adalah seseorang yang mata pencaharian utamanya bukan berjualan. Pelaku usaha yang menjual barang/jasa secara temporal dan tujuan utamanya bukan untuk mencari keuntungan, seperti penjual produk

---

<sup>8</sup> Twitter, “Twitter Privacy Policy”, 10 Juni 2022, diakses melalui <https://twitter.com/en/privacy>, pada tanggal 30 November 2022, pukul 15.21 WIB.

<sup>9</sup> Collins Dictionary, “preloved”, diakses melalui <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/preloved>, pada tanggal 23 November 2022, pukul 13.42 WIB.

<sup>10</sup> Isma Nurhikmah Apupianti, Ujang Sumarwan, dan Netti Tinaprilla, 2019, “Influences of Shopping Lifestyle and Reference Groups Towards Purchase Intention of Preloved Fashion”, *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship (IJBE)* 5 (3), 252, <https://doi.org/10.17358/ijbe.5.3.252>, pada tanggal 23 November 2022, pukul 13.47 WIB.

<sup>11</sup> Fitline, “Sering Dianggap Sama, Berikut Perbedaan Thrift dan Preloved”, 20 September 2021, diakses melalui <https://fitinline.com/article/read/sering-dianggap-sama-berikut-perbedaan-thrift-dan-preloved/>, pada tanggal 2 Maret 2023, pukul 09.53 WIB.

*preloved* pada aplikasi Twitter.<sup>12</sup> Pada kenyataannya, banyak pelaku usaha yang memilih untuk membuka usahanya dengan menjual produk *preloved*, bahkan terdapat situs resmi yang menjual produk-produk *preloved*, dimana para pengguna situs tersebut dapat menjual barang miliknya melalui situs tersebut.

*“in fact although having been previously owned by someone else, the second-hand product does not necessarily involve a comparison with an equivalent product on the new goods market, nor an approach based solely on price.”*<sup>13</sup>

Dengan membeli produk *preloved*, produk tersebut tidak menjadi lebih rendah dari produk yang ada di pasaran dan produk *preloved* masih memiliki nilai yang sama dengan produk baru.

Fenomena penjualan produk *preloved* melalui aplikasi Twitter, banyak hal yang harus menjadi perhatian dengan dijualnya produk *preloved*, seperti memperhatikan keterangan yang dijelaskan oleh penjual produk *preloved*, lalu memperhatikan gambar atau foto yang diberikan oleh penjual mengenai kondisi produk *preloved* tersebut, dan memahami apa yang menjadi hak dan kewajiban para pihak dalam transaksi jual-beli produk *preloved*. Dalam membuat akun Twitter, membuat *username* merupakan sebuah kewajiban yang harus dilakukan oleh tiap orang yang mendaftarkan dirinya dan dengan adanya ketentuan yang mewajibkan setiap orang memiliki *username* yang berbeda, tidak semua orang dapat menggunakan nama aslinya dan hal ini yang membuat banyak yang menggunakan nama *alias*. Hal ini menjadi salah satu hal yang perlu diperhatikan, karena pembeli sebagai seorang konsumen berhak mendapat perlindungan terhadap barang yang dibeli.

Hukum perlindungan konsumen terbentuk karena banyak praktik bisnis curang, sehingga dibutuhkan suatu hukum untuk melindungi konsumen dari

---

<sup>12</sup> *Supra note 3*, Pasal 1 Nomor 9.

<sup>13</sup> Dominique Roux dan Denis Guiot, December 2008, “Measuring Second-Hand Shopping Motives, Antecedents, and Consequences”, *Recherche et Applications en Marketing* 23 (4), <https://doi.org/10.1177/205157070802300404>, diakses pada 30 November 2022, pukul 16.07 WIB.

praktik bisnis curang tersebut.<sup>14</sup> Perlindungan konsumen memang ditujukan untuk melindungi konsumen, tetapi juga mengatur tentang hak dan kewajiban pelaku usaha dan konsumen. Perlindungan konsumen merupakan sebuah jaminan yang dapat diberikan kepada konsumen mengenai keluhan dan permintaan mengenai informasi terhadap suatu barang atau jasa serta pelayanan yang baik, sehingga dengan adanya perlindungan konsumen dalam transaksi jual-beli, konsumen dapat terlindungi haknya.<sup>15</sup>

Jual-beli produk *preloved* melalui Twitter menjadi hal yang perlu diperhatikan terlebih dalam bidang perlindungan konsumen, karena konsumen hanya mendapatkan informasi sesuai dengan apa yang diberikan oleh pelaku usaha. Walaupun konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang.<sup>16</sup> Tetapi terdapat kemungkinan pelaku usaha membohongi konsumen dan tidak menutupi kemungkinan jika konsumen tidak memenuhi kewajibannya. Berdasarkan kemungkinan tersebut, sengketa di antara pelaku usaha dan konsumen tidak dapat dihindari, baik pelaku usaha yang mangkir dari kewajibannya, maupun konsumen yang tidak melaksanakan kewajibannya. Seorang pelaku usaha memiliki kewajiban untuk melindungi hak-hak konsumen sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen.<sup>17</sup> Walaupun pelaku usaha sudah memiliki kewajiban dalam melindungi hak-hak konsumen, permasalahan di antara para pihak tetap dapat timbul ketika pelaku usaha tidak melaksanakan kewajibannya dan pelaku usaha dapat dikenakan sanksi administratif sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.<sup>18</sup>

Dengan segala hal yang dijabarkan di atas, melakukan penjualan produk *preloved* melalui *platform* Twitter memiliki banyak keuntungan, namun

---

<sup>14</sup> Asean Committee on Consumer Protection (ACCP), "Consumer Protection", diakses melalui <https://aseanconsumer.org/cterms-consumer-protection>, pada 7 Desember 2022, pukul 17.30 WIB.

<sup>15</sup> Penjelasan Pasal 19 huruf (b), Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

<sup>16</sup> Pasal 4 huruf (c), Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>17</sup> *Supra Note* 3, Pasal 26.

<sup>18</sup> *Supra Note* 3, Pasal 80.

terdapat hal-hal yang perlu diperhatikan, terlebih yang berkaitan dengan perlindungan terhadap konsumen. Hak-hak konsumen yang perlu dipenuhi oleh pelaku usaha, terlebih hal ini masih menjadi masalah yang umum terjadi, karena sebagian besar pelaku usaha yang menjual produk *preloved* adalah seseorang yang hanya menjual produk bekas miliknya yang sudah tidak digunakan, dimana produk tersebut digunakan untuk keperluan pribadi. Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengkaji lebih lanjut dan menuangkannya dalam bentuk skripsi yang berjudul “Perlindungan Konsumen Dalam Jual-Beli Produk *Preloved* Menggunakan Aplikasi Twitter Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik”.

## **2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan konsumen dalam transaksi jual-beli produk *preloved* menggunakan aplikasi Twitter berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik?
2. Bagaimana penyelesaian sengketa konsumen dalam transaksi jual-beli produk *preloved* yang menggunakan aplikasi Twitter berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik?

## **3. Tujuan Penulisan**

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti perlindungan konsumen dalam transaksi jual-beli produk *preloved* menggunakan aplikasi Twitter berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Dimana seiring dengan berkembangnya zaman, transaksi jual-beli melalui internet semakin marak. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan bantuan dalam

menyelesaikan sengketa konsumen yang terjadi dalam transaksi jual-beli produk *preloved* yang menggunakan aplikasi Twitter berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Perlindungan konsumen merupakan hal yang perlu diperhatikan terutama dalam transaksi jual-beli, terlebih dalam transaksi jual-beli *online*. Penelitian ini melihat perlindungan konsumen secara lebih luas lagi, bukan hanya berdasar dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, tetapi dengan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Maka dari itu, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan kejelasan terhadap perlindungan konsumen dalam transaksi jual-beli produk *preloved* melalui aplikasi Twitter serta penyelesaian sengketa yang mungkin terjadi.

#### **4. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari dilakukannya penelitian ini adalah:

##### **a. Manfaat Praktis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap perbaikan ataupun perumusan regulasi di Indonesia, khususnya mengenai perlindungan konsumen dalam perdagangan melalui sistem elektronik.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi untuk menjadi pertimbangan dalam pembentukan regulasi yang lebih terfokus kepada masalah perdagangan melalui sistem elektronik, khususnya mengenai perlindungan konsumen.

##### **b. Manfaat Teoritis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran sebagai pembahasan dalam penelitian di dalam bidang hukum yang serupa.

## 5. Tinjauan Pustaka Sementara

### 5.1 Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

Pasal 1 Nomor 1 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, menjelaskan “Perdagangan adalah tatanan kegiatan yang terkait dengan transaksi Barang dan/atau Jasa di dalam negeri dan melampaui batas wilayah negara dengan tujuan pengalihan hak atas Barang dan/atau Jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi.” Pada awalnya perdagangan dilakukan secara konvensional, dimana perdagangan dilakukan secara langsung. Proses perdagangan secara konvensional terjadi dengan barang atau jasa ditawarkan oleh penjual, kemudian para pihak menyepakati persetujuan yang lahir, dan pembayaran serta penyerahan barang dilakukan.<sup>19</sup>

Dengan perkembangan zaman, sistem perdagangan tidak lagi hanya secara konvensional, tetapi secara *online* juga atau yang lebih dikenal dengan perdagangan elektronik. Dimana konsumen tidak perlu bertemu langsung dengan penjual ataupun melihat barang yang dijual secara langsung. “*In e-commerce transactions, they create business transactions more practical paperless and can be done without meeting in person (face to face) amongst the parties of the transaction.*”<sup>20</sup> Perdagangan elektronik membuat perdagangan menjadi lebih mudah dan efisien, karena perdagangan elektronik merupakan sebuah proses transaksi barang dan/atau jasa dengan menggunakan teknologi informasi.<sup>21</sup> “*E-commerce relies on technologies such as mobile commerce, electronic funds transfer,*

---

<sup>19</sup> S. Sahabuddin, “Transaksi Konvensional Dengan Transaksi E-Commerce (Pendekatan Komparatif),” hlm. 27, diakses melalui [http://jih.unbari.ac.id/index.php/LEX\\_SPECIALIST/article/viewFile/36/33](http://jih.unbari.ac.id/index.php/LEX_SPECIALIST/article/viewFile/36/33), pada tanggal 14 Desember 2022, pukul 00.08 WIB.

<sup>20</sup> Juwenie, et al., “Consumer Protection in E-Commerce Transactions in Indonesia”, *Journal of Law, Policy and Globalization*, Vol. 47, 2016, ISSN 2224-3259, hlm. 132., diakses melalui <https://www.iiste.org/Journals/index.php/JLPG/article/viewFile/29666/30459>, pada tanggal 14 Desember 2022, pukul 00.17 WIB.

<sup>21</sup> Dian Cita Sari, et. al, *Perdagangan Elektronik: Berjualan di Internet*, Yayasan Kita Menulis, Medan, 2020, hlm. 2.

*supply chain management, internet marketing, online transaction processing, Electronic Data Interchange (EDI), inventory management systems and automated data collection systems.*”<sup>22</sup>

Dalam melaksanakan perdagangan elektronik, dibutuhkan sebuah wadah untuk melakukan transaksi, yaitu *platform* perdagangan elektronik. Penyedia *platform* perdagangan elektronik adalah pihak yang menyediakan sebuah sarana yang memiliki fungsi sebagai pasar elektronik.<sup>23</sup>

Penyedia *platform* perdagangan elektronik yang semakin banyak, membuat pemerintah membentuk sebuah peraturan yang mengatur tentang perdagangan melalui sistem elektronik. Berdasarkan Pasal 1 Nomor 2 Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (selanjutnya disebut PP PMSE), “Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang selanjutnya disingkat PMSE adalah Perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik.” Dalam pelaksanaan PMSE, pelaku usaha yang terlibat di dalamnya mencakup pelaku usaha dalam negeri dan pelaku usaha luar negeri, tetapi terdapat pelaku usaha yang cukup berbeda dari pelaku usaha biasanya, dimana pelaku usaha menjalankan usahanya demi komersial tetapi tidak dengan Pribadi. Berdasarkan Pasal 1 Nomor 9 PP PMSE pengertian dari Pribadi, yaitu orang perseorangan yang menjual barang dan/atau jasa secara temporal dan tidak bertujuan komersial.

---

<sup>22</sup> Alekxy Kwilinski, et. al, “E-Commerce: Concept and Legal Regulation In Modern Economic Conditions”, *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, Volume 22, *Special Issue 2*, 2019, hlm. 2., diakses melalui <https://www.abacademies.org/articles/E-Commerce-concept-and-legal-regulation-in-modern-economic-conditions-1544-0044-22-SI-2-357.pdf>, pada tanggal 14 Desember 2022, pukul 00.36 WIB.

<sup>23</sup> Johannes Johny Koynja, et. al, “Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik Oleh Pelaku Usaha *E-Commerce* Dalam Memenuhi Target Penerimaan Perpajakan”, *Jurnal Kompilasi Hukum* Volume 4 No. 2, Desember 2019, E-ISSN 2598-6416, P-ISSN 2502-5333, hlm. 81, diakses melalui <https://jkh.unram.ac.id/index.php/jkh/article/view/19>, pada tanggal 14 Desember 2022, pukul 00.45 WIB.

Dalam melakukan kegiatan PMSE, terdapat para pihak yang saling bertransaksi yang kemudian menimbulkan hubungan hukum. Berdasarkan Pasal 4 PP PMSE, PMSE dapat dilakukan oleh pelaku usaha, konsumen, pribadi dan instansi penyelenggara negara, serta menimbulkan hubungan hukum privat diantaranya, yaitu:

- a. Pelaku usaha dengan pelaku usaha;
- b. Pelaku usaha dengan konsumen;
- c. Pribadi dengan pribadi;
- d. Instansi penyelenggara negara dengan pelaku usaha.

Dalam melaksanakan PMSE, para pihak tidak dapat secara bebas menjalani PMSE, berdasarkan Pasal 9 ayat (1) PP PMSE “Para pihak dalam PMSE harus memiliki, mencantumkan atau menyampaikan identitas subyek hukum yang jelas.” Selain itu, pelaku usaha juga memiliki kewajiban yang perlu dipenuhi dalam melaksanakan perdagangan melalui sistem elektronik, Pasal 13 ayat (1) PP PMSE menyebutkan kewajiban pelaku usaha, yaitu:

- a. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang identitas subyek hukum yang didukung dengan data atau dokumen yang sah;
- b. Menyampaikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan terhadap barang dan/atau jasa yang diperdagangkan termasuk sistem elektronik yang digunakan sesuai karakteristik fungsi dan perannya dalam transaksi tersebut; dan
- c. Memenuhi ketentuan etika periklanan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Penyampaian informasi yang benar, jelas, dan jujur sangat dibutuhkan dalam pelaksanaan PMSE, karena dalam transaksi yang terjadi melalui sistem elektronik, konsumen hanya berdasar dari rasa percaya terhadap segala informasi yang diberikan oleh pelaku usaha, baik itu deskripsi mengenai produk atau foto produk.

Ketika melaksanakan perdagangan secara konvensional, tidak jarang terjadi negosiasi di antara para pihak yang kemudian terbentuk suatu kesepakatan yang menimbulkan sebuah perjanjian di antara para pihak, hal ini pun turut terjadi dalam pelaksanaan perdagangan melalui sistem elektronik. Perjanjian tersebut berbentuk kontrak elektronik yang dapat berupa perjanjian jual-beli atau perjanjian lisensi.<sup>24</sup> Berdasarkan Pasal 53 ayat (2) PP PMSE, “Kontrak Elektronik dilarang mencantumkan klausula baku yang merugikan Konsumen sebagaimana diatur dalam Undang-Undang mengenai Perlindungan Konsumen.” Sekalipun perdagangan barang dan/atau jasa dilakukan melalui sistem elektronik, pencantuman klausula baku yang dapat merugikan konsumen tetap tidak boleh dicantumkan.

Perdagangan baik secara konvensional maupun secara elektronik tidak luput dari sengketa yang mungkin dapat terjadi dalam pelaksanaannya. Penyelesaian sengketa yang muncul dalam perdagangan melalui sistem elektronik dapat diselesaikan melalui pengadilan atau metode lainnya seperti mediasi, tetapi terdapat hal yang cukup mencolok dalam penyelesaian sengketa PMSE, yaitu berdasarkan Pasal 72 ayat (2) PP PMSE dalam proses penyelesaian sengketa PMSE dapat dilaksanakan secara elektronik atau *online dispute resolution*.

Dalam melaksanakan perdagangan melalui sistem elektronik, penggunaan domain tingkat tinggi di Indonesia atau *dot id* diutamakan untuk digunakan oleh pelaku usaha perdagangan melalui sistem elektronik baik dalam negeri maupun luar negeri seperti yang dijelaskan pada Pasal 21 ayat (1) huruf (a) PP PMSE. Sistem elektronik dalam bentuk *website* atau situs internet

---

<sup>24</sup> Pasal 51, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

diwajibkan untuk menggunakan *dot id*. Sebagai contoh sistem elektronik yang menggunakan domain tingkat tinggi Indonesia adalah Shopee. Sebagai salah satu *marketplace* terbesar di Indonesia, Shopee menggunakan domain *dot id* untuk situs internetnya, yaitu *shopee.co.id*. Selain Shopee, Sephora, salah satu *marketplace* dari luar negeri yang menjual produk kecantikan yang turut merambah Indonesia sebagai target pasarnya pun menggunakan *dot id* untuk situs internetnya, yaitu *sephora.co.id*.

Walaupun demikian, masih banyak *marketplace* yang tetap menggunakan domain berbasis *dot com* dan tidak jarang *marketplace* besar seperti Tokopedia masih menggunakan domain *dot com* untuk situs internetnya. Berdasarkan Pasal 21, jika tidak menggunakan domain *dot id* dapat dikenakan sanksi administratif berupa peringatan tertulis hingga pencabutan izin usaha sesuai dengan Pasal 80 PP PMSE.

## **5.2 Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual-Beli**

Dalam pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, terdapat tujuan bangsa Indonesia, yaitu melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia. Artinya masyarakat harus mendapat perlindungan oleh pemerintah termasuk mengenai perlindungan konsumen.<sup>25</sup> Pembentukan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UU Perlindungan Konsumen) berhasil menjadi udara segar dalam dunia hukum, terutama untuk konsumen yang memiliki perlindungan hukum. Berdasarkan Pasal 1 Nomor 2 UU Perlindungan Konsumen,

“Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”

---

<sup>25</sup> Abd. Haris Hamid, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, Sah Media, Makassar, 2017, hlm. 3.

Konsumen dapat memakai barang dan/atau jasa yang dihasilkan oleh pelaku usaha. Yang dimaksudkan dengan pelaku usaha dalam Pasal 1 Nomor 3 UU Perlindungan Konsumen,

“Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.”

Berdasarkan Pasal 1458 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata,

“Jual beli sudah terjadi antara kedua belah pihak seketika setelah mereka mencapai kata sepakat tentang barang dan harga meskipun belum diserahkan dan harga belum dibayar.” Kedua belah pihak yang dijelaskan pada Pasal 1458 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata mencakup banyak pihak, tetapi dalam pembahasan ini, kedua belah pihak tersebut adalah pelaku usaha dan konsumen. Pelaku usaha dan konsumen akan terikat dalam sebuah hubungan ketika menjalankan kegiatan transaksi dan terdapat dua jenis hubungan yang timbul di antara konsumen dan pelaku usaha, yaitu hubungan langsung dan tidak langsung.<sup>26</sup> Hubungan langsung adalah hubungan yang timbul di antara pelaku usaha dan konsumen yang terikat secara langsung dengan suatu perjanjian.<sup>27</sup> Hubungan tidak langsung adalah hubungan yang timbul antara pelaku usaha dan konsumen yang secara tidak langsung terikat oleh suatu perjanjian karena ada pihak lain di antara pelaku usaha dan konsumen.<sup>28</sup>

Timbulnya hubungan hukum di antara pelaku usaha dan konsumen, memunculkan suatu perjanjian di antara para pihak. Perjanjian yang terbentuk adalah perjanjian jual-beli. Umumnya, perjanjian jual-beli

---

<sup>26</sup> Ahmadi Miru, Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia, PT RajaGrafindo, Jakarta, 2013, hlm. 34.

<sup>27</sup> Id.

<sup>28</sup> Id., hlm. 35.

dilakukan baik secara tertulis maupun secara lisan. Dalam perjanjian tertulis tidak jarang ditemukan sebuah klausul baku yang merugikan konsumen dimana hal tersebut dilarang oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan Pasal 18 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, terdapat hal-hal yang dilarang dalam klausul baku, salah satunya adalah pengalihan tanggung jawab pelaku usaha.

Dalam perlindungan konsumen, terdapat 4 (empat) jenis tanggung jawab pelaku usaha, yaitu tanggung jawab kontraktual, tanggung jawab produk, tanggung jawab profesional, dan tanggung jawab komersial. Tanggung jawab kontraktual adalah tanggung jawab yang dilakukan atas dasar kontrak antara para pihak karena kerugian yang dialami oleh konsumen.<sup>29</sup> Tanggung jawab kontraktual pun mengalami perkembangan, sebelum revolusi industri, kontrak terbentuk karena hasil negosiasi, tetapi setelah revolusi industri, kontrak sudah dibentuk oleh pelaku usaha atau yang lebih dikenal dengan kontrak baku dengan menganut asas *freedom of entrance*.<sup>30</sup>

Tanggung jawab produk atau *product liability* juga mengalami perkembangan, baik sebelum dan sesudah revolusi industri. Sebelum revolusi industri terjadi, pelaku usaha memproduksi produknya sesuai dengan kemampuan pelaku usaha, tetapi setelah revolusi industri, pelaku usaha memproduksi barang sesuai dengan keinginan pasar.<sup>31</sup> Tanggung jawab profesional adalah tanggung jawab pelaku usaha jasa atas jasa yang diberikan dengan tujuan utama untuk mencari nafkah.<sup>32</sup> Sedangkan tanggung jawab

---

<sup>29</sup> Tami Rusli, "Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen", diakses melalui <https://media.neliti.com/media/publications/26769-ID-tanggung-jawab-produk-dalam-hukum-perlindungan-konsumen.pdf>, pada tanggal 15 Desember 2022, pukul 14.05 WIB.

<sup>30</sup> Johannes Gunawan, et. al., Bahan Ajar Hukum Perlindungan Konsumen, Mata kuliah Hukum Perlindungan Konsumen, 2021.

<sup>31</sup> Id.

<sup>32</sup> Id.

komersial adalah tanggung jawab pelaku usaha jasa atas jasa yang diberikan dengan tujuan utama untuk mencari laba atau profit. Keempat tanggung jawab pelaku usaha tersebut dapat diterapkan dalam transaksi jual-beli, baik itu jual-beli barang maupun jasa.<sup>33</sup>

Dalam transaksi jual-beli, seorang konsumen berhak untuk mendapatkan kejelasan mengenai barang yang akan dibeli. Berdasarkan Pasal 4 huruf (c) UU Perlindungan Konsumen, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi jaminan barang dan/atau jasa. Permasalahan tersebut masih terus muncul karena tidak semua pelaku usaha memiliki sikap jujur, sekalipun dalam Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen telah dinyatakan apa saja yang menjadi kewajiban seorang pelaku usaha, salah satunya adalah dengan memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang dan/atau jasa.

Permasalahan dimana pelaku usaha tidak memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang dan/atau jasa memerlukan perhatian lebih, dimana dengan keadaan sekarang yang semakin maju, transaksi jual-beli bisa dilakukan secara elektronik. Perbuatan pelaku usaha yang tidak jujur dalam memberikan informasi mengenai barang dan/atau jasa kerap kali terjadi, tetapi perbuatan konsumen yang tidak jujur dalam transaksi jual-beli. Berdasarkan Pasal 5 huruf (b) UU Perlindungan Konsumen, kewajiban konsumen adalah “beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.” yang mana pada kenyataannya banyak konsumen yang tidak memiliki itikad baik dalam transaksi jual-beli.

---

<sup>33</sup> Id.

Berdasarkan uraian sebelumnya, dalam transaksi jual-beli sangat mungkin terjadi sengketa di antara para pihak. Walaupun di Indonesia sendiri keberadaan konsumen masih dianggap lebih lemah daripada pelaku usaha, tetapi posisi konsumen masih dapat terus diupayakan agar dapat sejajar dengan pelaku usaha.<sup>34</sup> Berdasarkan Pasal 19 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, “Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.” Dengan kerugian yang muncul, konsumen dapat menerima ganti rugi berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau memiliki nilai yang setara dan dalam bentuk perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan.

Ketika terjadinya sengketa konsumen, pelaku usaha dapat membuktikan jika dirinya tidak bertanggung jawab atas terjadinya kerugian yang konsumen derita. Berdasarkan Pasal 27 Undang-Undang Perlindungan Konsumen:

“Pelaku usaha yang memproduksi barang dibebaskan dari tanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen, apabila:

- a. Barang tersebut terbukti seharusnya tidak diedarkan atau tidak dimaksudkan untuk diedarkan;
- b. Cacat barang timbul pada kemudian hari;
- c. Cacat timbul akibat ditaatinya ketentuan mengenai kualifikasi barang;
- d. Kelalaian yang diakibatkan oleh konsumen;
- e. Lewatnya jangka waktu penuntutan 4 (empat) tahun sejak barang dibeli atau lewatnya jangka waktu yang diperjanjikan.”

Sengketa konsumen dalam transaksi jual-beli antara pelaku usaha dan konsumen, konsumen mungkin dianggap lebih lemah kedudukannya dibandingkan pelaku usaha, tetapi konsumen dapat melakukan penuntutan terhadap pelaku usaha jika konsumen mengalami kerugian setelah menggunakan barang dan/atau jasa

---

<sup>34</sup> *Supra note* 16, hlm. 41.

yang dijual oleh pelaku usaha. Walaupun demikian, pelaku usaha juga dapat mempertahankan kedudukannya dengan membuktikan jika kerugian yang diderita oleh konsumen bukan kesalahan yang timbul akibat menggunakan barang dan/atau jasa yang dijual oleh pelaku usaha.

## **6. Metode Penelitian**

Penelitian ilmiah ini dilakukan dengan menggunakan metodologis secara sistematis yang artinya menggunakan suatu metode dan menguraikan dengan langkah-langkah yang berurut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian yuridis normatif. Dimana penelitian yang menggunakan metode yuridis normatif dilakukan berdasarkan pada bahan hukum primer dan sekunder yang mana adalah norma-norma yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan. Dimana dalam pelaksanaannya, metode ini menggunakan cara berpikir deduktif dan kriterium kebenaran koheren yang artinya menarik kesimpulan dari sesuatu yang bersifat umum dimana sesuatu yang bersifat umum ini telah dianggap benar ke sesuatu yang bersifat khusus.<sup>35</sup>

Penelitian ini akan menggunakan perundang-undangan seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Berdasarkan perundang-undangan tersebut, penulis dapat melakukan penelitian ini untuk mengetahui apakah perlindungan konsumen dalam transaksi jual-beli produk *preloved*

---

<sup>35</sup> Sedarmayanti dan Syarifudin Hidayat, Metodologi Penelitian, Mandar Maju, Bandung, 2002, hlm. 23.

melalui aplikasi Twitter telah sesuai dengan keadaan serta kondisi masyarakat.

## 2. Sumber Data

Data yang digunakan untuk melakukan penelitian ini bersumber dari pustaka, antara lain:<sup>36</sup>

- a. Bahan hukum primer, berupa perundang-undangan yang memiliki relevansi dengan permasalahan yang diteliti. Perundang-undangan tersebut adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
- b. Bahan hukum sekunder, seperti jurnal, artikel, buku, doktrin, dan lainnya yang memiliki hubungan dengan perdagangan melalui sistem elektronik, produk *preloved*, dan perlindungan konsumen.
- c. Bahan hukum tersier, bahan yang digunakan sebagai penjelasan lebih lanjut terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Dapat berupa ensiklopedia, kamus hukum, dan lainnya.

## 3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara studi kepustakaan atau *library research*. Studi kepustakaan artinya melakukan pengumpulan data yang relevan baik itu dari perundang-undangan, buku, jurnal, kamus, internet, artikel, dan lainnya tanpa harus terjun secara langsung ke lapangan.<sup>37</sup>

## 4. Metode Analisis Data

Segala data-data yang diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif, yaitu dilakukan dengan menggunakan interpretasi kepada data-data untuk

---

<sup>36</sup> Johnny Ibrahim, *Teori & Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, Bayumedia, Malang, 2012, hlm. 329.

<sup>37</sup> Rizaldy Fatha Pringgar dan Bambang Sujatmiko, "Penelitian Kepustakaan (*Library Research*) Modul Pembelajaran Berbasis *Augmented Reality* Pada Pembelajaran Siswa", 2021, *Jurnal Information Technology and Education*, 5 (01), 317-329, diakses melalui <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/it-edu/article/view/37489>, pada tanggal 15 Desember 2022, pukul 15.28 WIB.

memberikan pemahaman terhadap segala data-data yang ada.<sup>38</sup> Dengan digunakannya metode analisis deskriptif, data-data yang didapatkan dari studi kepustakaan akan diuraikan dan dengan menggunakan analisis kualitatif, data-data yang telah diperoleh tersebut akan dianalisis dengan metode deduktif.<sup>39</sup>

## 7. Sistematika Penulisan

### BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dimuat latar belakang serta alasan mengapa penulis memilih topik “Perlindungan Konsumen Dalam Jual-Beli Produk *Preloved* Menggunakan Aplikasi Twitter Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik”, serta membahas tentang rumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini, tujuan diadakannya penelitian ini, manfaat dari penelitian ini, metode yang digunakan dalam melaksanakan penelitian ini, dan sistematika penulisan hukum yang dirancang oleh penulis.

### BAB II PERLINDUNGAN KONSUMEN BERDASARKAN PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA NOMOR 80 TAHUN 2019 TENTANG PERDAGANGAN MELALUI SISTEM ELEKTRONIK

Bab ini akan menjelaskan secara menyeluruh tentang perlindungan konsumen berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem elektronik.

### BAB III JUAL-BELI PRODUK *PRELOVED* MENGGUNAKAN APLIKASI TWITTER

Bab ini akan menguraikan tentang jual-beli produk *preloved* secara menyeluruh menggunakan aplikasi Twitter.

---

<sup>38</sup> Firman, “Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif”, diakses melalui <https://osf.io>, hlm. 2, pada tanggal 15 Desember 2022, pukul 15.35 WIB.

<sup>39</sup> Sutrisno Hadi, *Metode Research II*, Andi Offset, Yogyakarta, 1989, hlm. 193.

BAB IV ANALISIS PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM JUAL-BELI PRODUK *PRELOVED* MENGGUNAKAN APLIKASI TWITTER BERDASARKAN PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA NO. 80 TAHUN 2019 TENTANG PERDAGANGAN MELALUI SISTEM ELEKTRONIK

Bab ini akan menguraikan analisis mengenai perlindungan konsumen terhadap pembelian produk *preloved* pada aplikasi Twitter yang terjadi di Indonesia berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini, penulis akan menyampaikan dan menarik kesimpulan serta saran atas penelitian yang dilakukan oleh penulis berdasarkan pembahasan yang dilakukan pada bab-bab yang sudah dipaparkan sebelumnya.