



Analisis Yuridis Tanggung Jawab Facebook Marketplace Sebagai Media Transaksi Jual Beli

Riva Putri Ayu Agustin*, Ahmad Suryono

Universitas Muhammadiyah Jember

DOI:

<https://doi.org/10.47134/ijlj.v2i4.4365>

*Correspondence: Riva Putri Ayu

Agustin

Email: agustinayuu183@gmail.com

Received: 23-04-2025

Accepted: 23-05-2025

Published: 25-06-2025



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk tanggung jawab Facebook Marketplace sebagai media transaksi jual beli dalam perspektif hukum Indonesia. Latar belakang dari penelitian ini adalah maraknya penggunaan Facebook Marketplace sebagai platform jual beli daring yang tidak diimbangi dengan sistem perlindungan konsumen dan mekanisme hukum yang memadai. Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Facebook sebagai penyelenggara sistem elektronik belum sepenuhnya memenuhi ketentuan dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan Peraturan Pemerintah tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE), terutama terkait kewajiban verifikasi identitas, keakuratan informasi produk, dan perlindungan data pribadi pengguna. Ketidakhadiran sistem escrow serta tidak adanya mekanisme pengaduan yang efektif menjadikan konsumen rentan terhadap penipuan. Penelitian ini merekomendasikan perlunya peningkatan regulasi dan tanggung jawab hukum bagi platform media sosial yang menyediakan layanan perdagangan digital guna menciptakan ekosistem transaksi yang aman dan adil bagi seluruh pihak.

Kata Kunci: Tanggung Jawab Hukum, *Facebook Marketplace*, Transaksi Elektronik, Perlindungan Konsumen, UU ITE.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah melahirkan berbagai inovasi dalam aktivitas ekonomi digital, salah satunya adalah keberadaan marketplace di media sosial seperti Facebook. Facebook Marketplace sebagai fitur jual beli langsung antar pengguna (*consumer to consumer*) menawarkan kemudahan dan efisiensi dalam transaksi. Namun, keberadaannya menimbulkan tantangan yuridis tersendiri, terutama dalam aspek perlindungan hukum terhadap konsumen dan penegakan tanggung jawab platform sebagai fasilitator transaksi.

Literatur sebelumnya banyak membahas perlindungan konsumen dalam konteks e-commerce konvensional seperti Shopee, Tokopedia, atau Bukalapak, yang secara sistemik menerapkan escrow system dan verifikasi identitas pengguna secara ketat (Usman, 2018) (Widyastuti et al, 2022). Platform-platform tersebut telah diatur secara jelas melalui regulasi seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), serta Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE). Sementara itu, Facebook Marketplace, meskipun berperan sebagai

sarana transaksi digital, belum sepenuhnya memenuhi parameter perlindungan hukum sebagaimana diatur dalam regulasi tersebut.

Gap penelitian muncul pada fakta bahwa Facebook Marketplace tidak menerapkan sistem verifikasi identitas pengguna maupun sistem pembayaran aman (*escrow system*). Akibatnya, banyak ditemukan kasus penipuan, penyebaran informasi yang menyesatkan, dan lemahnya akuntabilitas jika terjadi sengketa antar pihak. Berbeda dengan platform e-commerce yang memiliki sistem integrasi dan mekanisme perlindungan konsumen yang mapan, Facebook hanya menyediakan ruang promosi dan komunikasi, tanpa pengawasan atau tanggung jawab langsung terhadap isi dan aktivitas transaksi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tanggung jawab Facebook dalam transaksi jual beli sebagai marketplace, dengan mengkaji keterkaitannya terhadap regulasi yang berlaku di Indonesia, baik dari aspek perlindungan konsumen maupun tanggung jawab penyelenggara sistem elektronik. Manfaat dari penelitian ini adalah diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dalam pengembangan ilmu hukum, khususnya terkait analisis yuridis atas tanggung jawab Facebook sebagai media transaksi jual beli dalam bentuk marketplace. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan acuan dalam pembentukan kebijakan atau peraturan yang relevan dengan dinamika perdagangan digital berbasis media sosial.

Oleh karena itu, penulis ingin mengkaji lebih dalam mengenai bentuk tanggung jawab facebook dalam transaksi jual beli melalui marketplace, baik dari sudut pandang hukum yang berlaku di indonesia maupun dari sisi perlindungan konsumen di era digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan regulasi yang mampu menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi serta pola transaksi daring yang semakin kompleks.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif, yaitu metode yang mengandalkan analisis terhadap peraturan perundang-undangan, doktrin hukum, dan sumber-sumber hukum lainnya sebagai dasar untuk menjawab permasalahan penelitian. Penelitian ini berfokus pada bagaimana tanggung jawab hukum Facebook sebagai penyedia layanan marketplace ditinjau dari peraturan yang berlaku di Indonesia. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), dengan mengkaji ketentuan normatif yang relevan seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), serta Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Selain itu, pendekatan konseptual (*conceptual approach*) juga digunakan dengan menelaah teori-teori dan pendapat para ahli hukum yang mendukung analisis dalam penelitian ini.

Data dalam penelitian ini terdiri dari bahan hukum primer, yaitu peraturan perundang-undangan yang mengatur perdagangan elektronik, perlindungan konsumen, dan sistem elektronik; bahan hukum sekunder seperti buku, jurnal, artikel ilmiah, dan hasil penelitian terdahulu; serta bahan hukum tersier yang berfungsi menunjang pemahaman istilah dan konsep hukum. Pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan,

dengan cara mengidentifikasi dan menginventarisasi dokumen hukum yang relevan melalui perpustakaan, sumber daring terpercaya, dan publikasi akademik. Validitas data dijaga dengan memastikan bahwa seluruh bahan hukum yang digunakan berasal dari sumber resmi dan memiliki kredibilitas akademik, sementara reliabilitas ditingkatkan dengan membandingkan data dari berbagai referensi untuk memastikan konsistensi isi dan interpretasinya.

Analisis data dilakukan secara normatif, yakni dengan menelaah dan menginterpretasikan ketentuan hukum serta teori hukum untuk menjawab permasalahan yang diajukan. Analisis dilakukan secara deskriptif untuk menggambarkan tanggung jawab hukum Facebook dalam konteks transaksi jual beli melalui marketplace, serta preskriptif dalam menyusun argumen mengenai bagaimana seharusnya tanggung jawab tersebut dijalankan berdasarkan prinsip keadilan, kepastian hukum, dan perlindungan konsumen. Interpretasi dilakukan secara sistematis dengan mempertimbangkan asas-asas hukum perdata, prinsip tanggung gugat, serta dinamika hukum di era digital. Untuk menjaga validitas dan reliabilitas hasil, penelitian ini mengandalkan triangulasi dokumen, pemahaman lintas literatur, serta pengujian logis terhadap argumentasi hukum yang disusun.

Hasil dan Pembahasan

Dalam aktivitas bisnis berbasis internet, diperlukan regulasi hukum yang jelas guna menciptakan ketertiban dan keamanan bagi seluruh pihak yang terlibat. Aturan ini dapat memastikan bahwa setiap transaksi berlangsung sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Jika terdapat salah satu pihak yang tidak memenuhi atau melanggar kewajiban dalam perjanjian, maka hal tersebut dapat dikategorikan sebagai wanprestasi, sebagaimana diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata). Apabila pelaku usaha mengalami kerugian akibat penggunaan aplikasi jual beli online, maka tanggung jawab atas kerugian tersebut seharusnya dibebankan kepada penyedia aplikasi. Hal ini berkaitan dengan kewajiban penyedia aplikasi dalam memastikan hak pelaku usaha terpenuhi, khususnya dalam hal penerimaan pembayaran sesuai dengan kesepakatan atas barang atau jasa yang diperdagangkan. Jika terjadi pelanggaran, seperti pembayaran yang tidak sesuai, maka pihak penyedia aplikasi harus bertanggung jawab atas kelalaian tersebut.

Perdagangan secara online dapat dilakukan melalui berbagai platform e-commerce, baik melalui media sosial seperti facebook maupun marketplace seperti shopee dan tokopedia. Sedangkan facebook itu sendiri berfungsi terutama sebagai platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten, dan membangun komunitas secara online. Fitur-fitur seperti news feed, grup, halaman bisnis, serta layanan pesan seperti messenger dan whatsapp (milik Meta). Selain itu, facebook menyediakan fitur marketplace yang menyediakan pengguna untuk menjual dan membeli barang secara langsung di platformnya. Namun, dalam transaksi ini facebook hanya menyediakan platform dan tidak terlibat langsung dalam proses pembayaran atau pengiriman barang. Dengan demikian, facebook adalah platform media sosial yang juga menawarkan fitur

marketplace, bukan platform e-commerce murni seperti tokopedia atau shopee yang menyediakan sistem pembayaran dan pengiriman terintegrasi.

Facebook marketplace merupakan fitur yang disediakan untuk pengguna melakukan aktivitas jual beli langsung di dalam platform facebook. Fitur ini dirancang khusus bagi pengguna facebook dan dapat diakses melalui berbagai perangkat, termasuk desktop, tablet, serta aplikasi facebook di smartphone. Untuk menggunakannya, pengguna dapat mengakses ikon marketplace yang tersedia di bagian bawah aplikasi facebook pada perangkat iOS, di bagian atas untuk Android, atau di sidebar kiri jika mengakses melalui browser desktop. Tujuan utama dari facebook marketplace adalah mempermudah pengguna dalam mencari serta menemukan berbagai barang yang dijual di facebook. Dengan fitur ini, pengguna dapat langsung mengakses marketplace tanpa perlu mengunduh atau menginstal aplikasi tambahan.

Facebook marketplace telah berkembang menjadi alternatif platform ritel yang semakin populer. Hal ini terjadi karena berbagai keunggulan dan kemudahan yang ditawarkannya kepada pengguna. Salah satu keunggulan utama facebook marketplace adalah akses yang gratis bagi siapa saja yang memiliki akun facebook aktif. Pengguna dapat menggunakan fitur ini tanpa biaya tersembunyi, sehingga sangat menguntungkan untuk pemula sekalipun dengan anggaran terbatas dapat dengan mudah membuat daftar produk, menjalankan promosi, dan menghasilkan pendapatan. Keunggulan lainnya adalah fleksibilitas dalam jangkauan penjualan, baik secara lokal maupun nasional. Jika pengguna memiliki produk yang ingin dijual, mereka dapat menjangkau pasar yang lebih luas, tidak terbatas hanya pada komunitas terdekat. Dengan mendaftarkan produk di facebook *marketplace*, penjual dapat terhubung dengan jaringan pembeli yang lebih besar di seluruh negeri.

Selain itu, kemudahan dalam mengaplikasikan menjadi keunggulan tersendiri. Facebook marketplace memiliki antarmuka yang intuitif, sehingga pengguna tidak memerlukan keahlian teknis untuk mulai berjualan. Cukup dengan mengunggah foto barang, menulis deskripsi, menetapkan harga, dan mempublikasikan barang, pengguna sudah bisa mulai berjualan dalam hitungan menit. Keunggulan lain dari facebook marketplace adalah dapat membangun interaksi antara penjual dan pembeli. Dengan adanya fitur Messenger, komunikasi menjadi lebih mudah dan cepat, memungkinkan penjual untuk meningkatkan keterlibatan serta membangun kepercayaan dengan calon pembeli. Di samping itu, algoritma pintar facebook marketplace memberikan penyesuaian pengalaman berbelanja bagi pengguna. Produk yang ditampilkan kepada pembeli disesuaikan dengan pola pencarian mereka, sehingga bisnis baru memiliki peluang lebih besar untuk menjangkau target pasar yang tepat dan meningkatkan penjualan dengan lebih efektif.

Pasal 28 ayat (1) UU ITE melarang penyebaran informasi menyesatkan yang merugikan konsumen dalam transaksi elektronik. Namun, dalam konteks facebook marketplace, tidak terdapat sistem moderasi yang memadai untuk mencegah penyebaran iklan palsu, penipuan, atau penawaran yang tidak sesuai deskripsi. Ketika konsumen

dirugikan, tidak ada jalur pengaduan yang jelas dalam platform, sehingga perlindungan hukum menjadi terhambat dan konsumen sulit mendapatkan keadilan. Selain itu, transaksi di facebook marketplace umumnya dilakukan di luar platform, misalnya melalui WhatsApp atau transfer bank langsung. Dalam proses ini, pengguna harus menyerahkan data pribadinya, seperti nomor telepon atau rekening, tanpa adanya jaminan perlindungan yang memadai dari pihak platform. Kondisi ini bertentangan dengan Pasal 26 ayat (1) UU ITE yang mengatur bahwa penggunaan data pribadi harus disertai persetujuan dan dilindungi oleh sistem yang memadai.

Namun, meskipun memiliki banyak keunggulan, facebook marketplace juga memiliki beberapa keterbatasan. Salah satu kelemahannya adalah minimnya perlindungan bagi pembeli dan penjual. Tidak seperti platform e-commerce lainnya, facebook marketplace tidak menyediakan jaminan atau garansi atas barang yang dijual. Hal ini dapat meningkatkan risiko penipuan atau transaksi yang tidak aman, yang sulit terdeteksi facebook dan ditindaklanjuti jika terjadi sengketa. Selain itu, opsi pembayaran yang terbatas juga menjadi masalah bagi sebagian pengguna. Facebook marketplace hanya menyediakan metode pembayaran melalui sistem internalnya, yang mungkin kurang fleksibel bagi mereka yang lebih memilih metode lain. Terakhir, karena facebook marketplace merupakan bagian dari ekosistem facebook, gangguan dari fitur lain seperti umpan berita dan notifikasi dapat mengalihkan perhatian pembeli dan penjual, sehingga pengalaman berbelanja menjadi kurang optimal.

Facebook marketplace hanya berfungsi sebagai media perantara untuk mengiklankan barang atau jasa secara langsung antar pengguna (C2C—consumer to consumer). Akibatnya, regulasi yang seharusnya mengatur kegiatan perdagangan digital menjadi sulit diterapkan secara efektif pada platform ini. Pasal 9 UU ITE mewajibkan pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik untuk memberikan informasi yang benar, jujur, dan tidak menyesatkan. Namun, di facebook marketplace, tidak ada kebijakan yang mewajibkan penjual mencantumkan informasi produk secara lengkap atau validasi terhadap keaslian informasi tersebut. Banyak penjual memberikan keterangan palsu atau menyembunyikan kondisi sebenarnya dari barang yang ditawarkan, sehingga berpotensi menyesatkan dan merugikan konsumen.

Berbeda dengan platform e-commerce konvensional seperti Shopee, Tokopedia, atau Bukalapak yang mengelola seluruh proses transaksi secara terintegrasi, Facebook marketplace beroperasi hanya sebagai platform perantara tanpa menyediakan sistem pembayaran dan pengiriman resmi. Pada platform e-commerce tersebut, biasanya diterapkan sistem escrow yaitu mekanisme penahanan dana sementara oleh pihak ketiga (platform) sampai pembeli menerima barang sesuai pesanan. Sistem ini berfungsi sebagai jaminan keamanan transaksi dan mencegah penipuan bagi kedua belah pihak.

Sistem escrow ini menjadi salah satu aspek kunci yang meningkatkan kepercayaan konsumen karena memastikan bahwa dana baru akan diteruskan ke penjual jika barang telah diterima dan sesuai dengan deskripsi. Selain itu, platform e-commerce juga

menyediakan layanan customer service untuk menyelesaikan sengketa dan pengembalian barang, yang memudahkan perlindungan konsumen secara menyeluruh.

Sebaliknya, facebook marketplace tidak menyediakan fitur serupa. Pengguna harus melakukan pembayaran dan pengiriman secara mandiri dan bertanggung jawab sendiri atas keabsahan transaksi. Hal ini berpotensi meningkatkan risiko penipuan dan sengketa yang sulit diselesaikan hanya melalui fitur pelaporan dan moderasi konten.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 15 ayat 1 yaitu setiap penyelenggara sistem elektronik harus menyelenggarakan sistem elektronik secara andal dan aman serta bertanggung jawab terhadap beroperasinya sistem elektronik sebagaimana mestinya. Karena itu, dari sisi tanggung jawab, facebook marketplace seharusnya mengadopsi sistem yang lebih aman dan terintegrasi, seperti sistem escrow dan layanan mediasi sengketa, agar dapat memberikan perlindungan yang setara bagi penjual dan pembeli layaknya platform e-commerce. Dengan demikian, facebook dapat meningkatkan kredibilitas marketplace dan mengurangi risiko transaksi ilegal atau merugikan pengguna.

Dalam konteks transaksi jual beli yang berlangsung melalui facebook marketplace, muncul berbagai permasalahan yang berkaitan dengan tanggung jawab platform terhadap keamanan, keabsahan, dan perlindungan hak pengguna. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian mendalam mengenai bagaimana bentuk tanggung jawab facebook dalam memfasilitasi transaksi tersebut. Kajian ini tidak hanya dilihat dari sudut pandang norma hukum yang berlaku di Indonesia, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) beserta perubahannya, dan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika terkait penyelenggaraan sistem elektronik, tetapi juga dari perspektif perlindungan konsumen di era ekonomi digital yang semakin kompleks.

Lebih jauh, Pasal 15 ayat (1) PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik mewajibkan penyelenggara platform untuk menjamin keabsahan data pelaku usaha. Namun, Facebook marketplace tidak menerapkan sistem verifikasi identitas yang kuat terhadap penggunanya, sehingga banyak akun palsu dapat melakukan transaksi secara bebas. Akibatnya, ketika terjadi penipuan, proses pelacakan dan pembuktian menjadi sangat sulit karena identitas pelaku tidak terverifikasi secara memadai.

Dengan semakin berkembangnya transaksi daring melalui platform yang tidak secara langsung mengelola pembayaran maupun pengiriman, seperti facebook marketplace, maka peran dan tanggung jawab facebook sebagai penyedia platform menjadi sangat krusial untuk memberikan jaminan keamanan dan keadilan bagi pengguna. Hal ini penting untuk mencegah terjadinya penipuan, sengketa, dan pelanggaran hak konsumen yang dapat merugikan pihak-pihak yang bertransaksi.

Dalam kajian ini juga akan dibahas bagaimana facebook marketplace seharusnya mengadopsi sistem pengamanan transaksi, seperti sistem escrow yang diterapkan oleh platform e-commerce resmi seperti Shopee dan Tokopedia, guna meningkatkan perlindungan konsumen dan kredibilitas transaksi. Sistem escrow ini berfungsi sebagai

penengah yang menahan pembayaran sampai barang diterima dalam kondisi sesuai, sehingga risiko penipuan dapat diminimalisasi.

Berbeda dengan platform e-commerce yang sudah mapan seperti Shopee dan Tokopedia, facebook marketplace belum menerapkan sistem pengelolaan transaksi yang setara, seperti mekanisme escrow yang menahan dana pembeli hingga barang diterima dalam kondisi sesuai kesepakatan. Hal ini menimbulkan risiko yang cukup besar, mulai dari potensi penipuan, ketidakjelasan status barang, hingga sengketa yang sulit diselesaikan secara efisien. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana sebenarnya tanggung jawab facebook sebagai penyedia platform dalam mengatur dan mengawasi transaksi yang terjadi di marketplace-nya.

Kajian ini akan mengulas tanggung jawab facebook marketplace tidak hanya dari sudut pandang hukum yang berlaku di Indonesia, meliputi Undang-Undang Perlindungan Konsumen, UU Informasi dan Transaksi Elektronik, serta peraturan terkait perdagangan elektronik, tetapi juga dari perspektif perlindungan konsumen di era ekonomi digital. Berikut regulasi yang relevan dalam transaksi di facebook marketplace.

1. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK)

UU ini menjadi landasan utama dalam menjamin hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha. Dalam konteks facebook marketplace, facebook sebagai penyedia platform dapat dikaji apakah memiliki tanggung jawab sebagai pelaku usaha atau fasilitator yang harus menjamin keamanan transaksi dan informasi produk yang benar. Misalnya, ketentuan mengenai kewajiban memberikan informasi yang jelas, perlindungan atas hak konsumen untuk mendapatkan produk sesuai deskripsi, serta penyelesaian sengketa.

2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan Perubahannya

UU ITE mengatur aktivitas elektronik termasuk transaksi daring. Facebook marketplace sebagai media transaksi elektronik harus memastikan bahwa sistemnya tidak digunakan untuk penipuan, penyebaran konten ilegal, atau pelanggaran data pribadi. Selain itu, ada kewajiban untuk menjaga keamanan data pengguna sesuai dengan ketentuan perlindungan data pribadi.

3. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Sistem Elektronik Lingkup Privat

Peraturan ini mengatur tanggung jawab penyelenggara sistem elektronik (PSE) dalam menyediakan sistem yang andal, aman, dan dapat dipertanggungjawabkan. Facebook, sebagai PSE lingkup privat, wajib menerapkan standar keamanan dan mekanisme pengaduan pengguna.

4. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PSE)

PP ini mengatur kegiatan perdagangan elektronik, termasuk kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar dan melindungi hak konsumen. Facebook

marketplace, meskipun bukan pelaku usaha langsung, memiliki peran sebagai fasilitator yang wajib membantu terciptanya transaksi yang aman dan transparan.

Facebook marketplace beroperasi lebih sebagai platform perantara yang mempertemukan penjual dan pembeli tanpa menyediakan sistem keamanan transaksi seperti escrow atau jaminan pengembalian dana yang biasanya ada pada platform e-commerce besar seperti Shopee atau Tokopedia.

Dalam konteks hukum Indonesia, perlindungan konsumen diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). UUPK mengatur hak-hak konsumen, seperti hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa, hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang/jasa, serta hak untuk mendapatkan ganti rugi apabila menerima barang/jasa yang tidak sesuai.

Namun, penerapan UUPK dalam transaksi yang dilakukan di facebook marketplace masih memiliki tantangan tersendiri karena:

1. Tidak adanya sistem transaksi terpusat: Facebook tidak memfasilitasi pembayaran atau pengiriman secara langsung, sehingga konsumen harus berinteraksi dan bertransaksi secara langsung dengan penjual. Hal ini meningkatkan risiko penipuan karena tidak ada mekanisme pengamanan transaksi.
2. Kesulitan menuntut hak: Ketika terjadi sengketa, konsumen kesulitan mengajukan keluhan atau klaim ganti rugi kepada facebook karena platform mengklaim hanya sebagai penyedia ruang pertemuan penjual dan pembeli, bukan sebagai pelaku transaksi.
3. Minimnya pengawasan: Facebook sebagai platform global memiliki regulasi internal dan kebijakan penggunaan, tetapi pengawasan terhadap transaksi jual beli di Marketplace sering kali kurang ketat, terutama terkait verifikasi identitas penjual dan barang yang dijual.

Dalam hal ini, konsumen sangat bergantung pada kepercayaan dan kehati-hatian pribadi dalam melakukan transaksi. Meski demikian, UUPK dan peraturan tambahan, seperti Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 mulai menegaskan tanggung jawab penyelenggara sistem elektronik (termasuk platform digital) untuk memastikan keamanan dan kepatuhan terhadap standar perlindungan konsumen.

Karenanya, dalam era ekonomi digital yang semakin berkembang, perlindungan konsumen dalam transaksi di facebook marketplace memerlukan perhatian lebih dari pihak regulator, penyedia platform, dan masyarakat pengguna agar hak konsumen tetap terlindungi dan risiko penipuan dapat diminimalisir.

Simpulan

Berdasarkan hasil kajian yuridis terhadap tanggung jawab Facebook Marketplace sebagai media transaksi jual beli, dapat disimpulkan bahwa meskipun fitur marketplace di Facebook memberikan kemudahan dan aksesibilitas tinggi bagi masyarakat dalam melakukan transaksi daring, namun secara hukum platform ini belum sepenuhnya memenuhi ketentuan perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), serta Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Facebook Marketplace tidak menerapkan sistem escrow, tidak melakukan verifikasi identitas pengguna secara memadai, dan tidak memiliki mekanisme penyelesaian sengketa yang jelas, sehingga berisiko tinggi terjadi penipuan dan merugikan konsumen.

Implikasi penting dari temuan ini menunjukkan adanya celah regulasi dalam menempatkan tanggung jawab penyedia platform media sosial yang juga berperan sebagai fasilitator transaksi perdagangan elektronik. Hal ini menimbulkan ketidakpastian hukum, terutama bagi konsumen yang mengalami kerugian, dan menyulitkan penegakan hukum karena ketiadaan sistem pengawasan dan validasi identitas pengguna. Oleh karena itu, diperlukan pembaruan regulasi atau penegasan yuridis terhadap tanggung jawab penyelenggara platform digital seperti Facebook dalam ekosistem e-commerce.

Sebagai saran untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar dilakukan kajian empiris melalui wawancara dengan pengguna Facebook Marketplace atau studi kasus atas laporan-laporan penipuan yang terjadi, guna menggambarkan secara lebih konkret bagaimana tanggung jawab platform dapat diukur dalam praktik. Selain itu, penelitian juga dapat mengkaji aspek yurisdiksi internasional dalam perlindungan konsumen digital lintas negara, mengingat Facebook merupakan perusahaan multinasional yang beroperasi secara global.

Adapun rekomendasi praktis yang dapat diberikan adalah: pertama, pemerintah melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika perlu memperkuat pengawasan terhadap platform media sosial yang menyediakan layanan transaksi dengan mewajibkan registrasi sebagai Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) secara penuh. Kedua, Facebook perlu mengadopsi fitur keamanan seperti sistem escrow, verifikasi akun penjual, dan pusat pengaduan konsumen sebagai bentuk tanggung jawab sosial dan hukum. Ketiga, konsumen harus meningkatkan literasi digital dan kehati-hatian dalam bertransaksi melalui media sosial, termasuk memverifikasi reputasi penjual sebelum melakukan pembayaran. Dengan demikian, tercipta ekosistem transaksi daring yang aman, adil, dan terlindungi secara hukum sesuai dengan prinsip keadilan dan kepastian hukum di era digital.

Daftar Pustaka

- Abdi, S., & Karneli, Y. (2020). Kecanduan game online: penanganannya dalam konseling individual. *Guidance*, Vol 17 No.02
- Ainur, A., Rezky, A., Tanda, P., & Dewi, A. (2022). Penyelesaian Sengketa Sistem Pembayaran Cash On Delivery Pada Media E-Commerce. *Jurnal Bina Mulia Hukum*, Vol 6 No.2
- Ali, A. (2002). *Menguak Teori Hukum dan Teori Peradilan*, Prenada Media, Jakarta
- Arifin, R. W. (2015). Peran *Facebook* sebagai media promosi dalam mengembangkan industri kreatif. *Bina Insani ICT Journal*, Vol 2 No.2
- Asshiddiqie, J. (2010). *Konstitusi dan Perlindungan Hak Asasi Manusia*, Rajawali Pers, Jakarta
- Athii'uallah, A. M., & Hadi, N. (2024). Perilaku Konsumtif: Non-professional Player pada Game Online Mobile Legends di Kota Malang. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, Vol 11 No.1
- Effendi, A. (2003). *Prinsip-Prinsip Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Putra Media Nusantara, Surabaya
- Fitriani. (2020). Perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce berbasis marketplace. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 50(2).
- Friedman, L. M. (2009). *Hukum dan Perubahan Sosial*, Nusa Media, Bandung
- Hamzah, A. (2001). *Perlindungan Konsumen dalam Hukum Perdata*, Citra Aditya Bakti, Bandung
- Harahap, M. Y. (2005). *Hukum Acara Perdata: Tentang Gugatan, Persidangan, Penyitaan, Pembuktian, dan Putusan Pengadilan*, Sinar Grafika, Jakarta
- Hidayat, A. R. (2020). Tinjauan ekonomi Islam terhadap jual beli online account game Mobile Legends: Bang Bang dalam tinjauan fiqih muamalah. *Jurnal Syntax Admiration*, 1(1).
- Khairandy, R. (2010). *Itikad Baik dalam Kebebasan Berkontrak*, FHUI Press, Depok
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), Pasal 1238.
- Kusumaningsih, R. (2024). Perizinan pendistribusian musik melalui platform digital di Indonesia ditinjau dari undang-undang hak cipta. *PLEDOI (Jurnal Hukum dan Keadilan)*, 3(1).
- Manan, A. (2005). *Reformasi Hukum Perdata di Indonesia*, Kencana, Jakarta
- Marzuki, P. M. (2013). *Penelitian Hukum*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta
- Marzuki, P. M. (2016). *Pengantar Ilmu Hukum*, Kencana, Jakarta
- Meliala, D. S. (2012). *Penuntun praktis hukum perjanjian khusus: jual-beli, sewa-menyewa, pinjam-meminjam*, Penerbit Nuansa Aulia
- Mochtar, K. (1993). *Pengantar Ilmu Hukum*, Alumni, Bandung. .
- Muchsin. (2003). *Perlindungan dan Kepastian Hukum bagi Investor di Indonesia*, UNS Press, Surakarta
- Muladi, & Arief, B. N. (1992). *Teori-Teori dan Kebijakan Pidana*, Alumni, Bandung

- Nurtjahjanti, H. (2012). Hubungan antara persepsi terhadap harga dan kualitas produk dengan minat membeli produk fashion online shop di Facebook pada mahasiswa Politeknik X Semarang. *11*(2).
- Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Lembaran Negara Tahun 2019 Nomor 198.
- Permenkominfo Nomor 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Sistem Elektronik Lingkup Privat.
- Pratama, D. S. & Suryono, A. (2024). Perlindungan Hukum Terhadap Tenaga Kesehatan Berupa Jaminan Kesehatan Di Masa Pandemi Covid-19, *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Terpadu, Universitas Muhammadiyah Jember*, Vol 8 No. 7
- Putra, I. P. E. S., Budiarta, I. N. P., & Karma, N. M. S. (2019). Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam jual beli barang melalui e-commerce. *Jurnal Analogi Hukum*, *1*(2).
- Putri, A. H., & Hadrian, E. (2022). Perlindungan hukum bagi korban penipuan jual beli online. *Krtha Bhayangkara*, *16*(1).
- Rahardjo, S. (2010). *Hukum dalam Jagat Ketertiban*, Genta Publishing, Jakarta
- Salim, H. S., & Nurbani, E. S. (2016). *Penerapan Teori Hukum pada Penelitian Tesis dan Disertasi*, Rajawali Press, Jakarta
- Satrio, J. (2014). *Hukum Perikatan: Perikatan yang Lahir dari Perjanjian*, Citra Aditya Bakti, Bandung
- Setiawan, A. R. M. H. H. (2021). Memahami konsep transaksi jual beli online sesuai hukum Islam. 'Aainul Haq: *Jurnal Hukum Keluarga Islam*, *1*(1).
- Setiawan, R. (2014). *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*, Alumni, Bandung
- Simanjuntak, A. (2012). *Hukum dan Kebijakan Publik*, Mandar Maju, Bandung
- Sinaga, A. D. (2008). *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Prenada Media, Jakarta
- Sitorus, F. M., Amirulloh, M., & Djukardi, E. H. (2022). Status hak kebendaan atas virtual property serta keabsahan real money trading yang dilakukan oleh para pemain dalam permainan Mobile Legends ditinjau dari hukum perdata dan cyber law Indonesia. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, *6*(1).
- Soekanto, S. (2009). *Penelitian Hukum*, RajaGrafindo Persada, Jakarta
- Sofwan, S. S. M. (1994). *Hukum Perdata: Hak-Hak dan Kewajiban dalam Perikatan*, Rajawali Press, Jakarta
- Subekti, R. (2010). *Hukum Perjanjian*, Intermasa, Jakarta
- Tanya, B. L., & Yani, A. T. (2013). *Teori Hukum: Strategi Tertib Manusia Lintas Ruang dan Generasi*, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta
- Tasliman, M., & Suryawibawa, D. T. (2019). Analisis pemanfaatan Facebook sebagai media promosi produk perumahan syariah di PT. Jannata Land. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen dan Akuntansi)*, *2*.
- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 .

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Lembaran Negara Tahun 1999 Nomor 42.

Usman, R. (2018). *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, hlm. 152.

Wahiddin, D. & Nurdiansyah, M. F. (2022). Pemanfaatan platform digital pada usaha mikro kecil dan menengah (umkm). Universitas Buana Perjuangan Karawang, Vol 2

Wati, A., Paramansyah, A., & Damayanthi, D. (2020). Penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 1(2). (Original idea from Suhendi, 2008).

Widyastuti, E. S., Kamila, T. R., & Saputra, P. A. A. (2022). Perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce: Suatu perspektif hukum Islam. *Milkiyah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1(2).

Yaqin, A. (2019). Akibat hukum wanprestasi dalam jual beli online menurut Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. *Dinamika*, 25(6).