

ABSTRAK

Permasalahan konsumen khususnya di bidang bisnis, tidak hanya terjadi pada transaksi secara konvensional saja, melainkan juga pada transaksi yang dilakukan secara *online*. Instagram, sebuah sosial media yang diminati oleh khalayak ramai sudah menjadi sebuah wadah untuk para pelaku usaha memperdagangkan produk dagangannya. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen selalu berusaha untuk mengatasi setiap permasalahan yang terjadi pada konsumen.

Banyaknya informasi palsu yang diberikan pelaku usaha, mengakibatkan kerugian bagi konsumen. Tidak hanya konsumen yang berperekonomian tinggi saja, tetapi juga terhadap konsumen yang berperekonomian rendah. Perlindungan hukum terhadap konsumen yang bertransaksi secara *online* dirasakan masih kurang, begitu juga dengan akibat hukum serta tanggung jawab pelaku usaha (pemilik *Online Shop* di Instagram) yang memberikan informasi palsu kepada konsumen masih dirasa belum sepenuhnya ditegakkan.

Untuk memperoleh data-data yang menunjang kerampungan penulisan hukum ini, penulisan hukum ini dilakukan dengan penelitian yuridis empiris melalui metode pendekatan, spesifikasi penelitian, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, metode penyajian data, dan metode analisis data.

Berdasarkan hasil penelitian, Instagram sendiri tidak bertanggung jawab atas segala kerugian yang dialami konsumen selama bertransaksi. Sehingga dalam praktiknya banyak pelaku usaha yang justru tidak bertanggung jawab terhadap kerugian yang dialami konsumen. Namun konsumen berhak menuntut dan mendapatkan penggantian kerugian sebesar kerugian yang dialaminya, baik berupa pengembalian uang maupun penggantian dengan produk yang sama ataupun sejenis. Adapun aturan-aturan hukum yang menyinggung mengenai transaksi elektronik (*online*) diantaranya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, Perpres Nomor 74 Tahun 2017 Tentang Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (*Road Map E-Commerce*) Tahun 2017-2019, dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Upaya perlindungan hukum terhadap konsumen yang bertransaksi secara *online* di Instagram belum ada regulasi khususnya, sehingga diharapkan dengan banyaknya permasalahan konsumen yang terjadi dapat mempercepat munculnya regulasi baru yang khusus mengatur mengenai transaksi elektronik (*online*) ini. Sejalan dengan itu juga, diharapkan pelaku usaha untuk selalu beritikad baik dalam memberikan informasi kepada konsumennya serta bertanggung jawab untuk semua tindakan merugikan yang dialami oleh konsumennya.

Kata kunci : Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Instagram, Informasi palsu, transaksi *online*.