

Analisis Yuridis Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Perjanjian Jual Beli dalam Hukum Perdata Indonesia

Rani Eka Arini¹, Nuryati Solapar², Ilham Akbar Bunyamin³

¹ Universitas Nusa Putra dan raniekaarini1009@gmail.com

² Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dan nuryatisolapari@untirta.ac.id

³ Universitas Nusa Putra dan ilhamakb14@gmail.com

Article Info

Article history:

Received Oct, 2025

Revised Oct, 2025

Accepted Oct, 2025

Kata Kunci:

Transaksi Media Sosial, Hukum Perdata Indonesia, Kontrak Elektronik, UU ITE, Perlindungan Konsumen

Keywords:

Social Media Transactions, Indonesian Civil Law, Electronic Contracts, UU ITE, Consumer Protection

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji validitas hukum dan keberlakuan perjanjian jual beli yang dilakukan melalui platform media sosial dalam kerangka hukum perdata Indonesia. Seiring dengan semakin dominannya komunikasi digital dalam interaksi komersial, platform seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp telah menjadi pasar yang luas untuk transaksi informal. Menggunakan metode yuridis normatif, penelitian ini menganalisis sumber hukum primer—termasuk Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), undang-undang perlindungan konsumen, dan yurisprudensi yang relevan—serta tafsiran doktrinal sekunder. Temuan menunjukkan bahwa transaksi berbasis media sosial dapat dianggap sebagai perjanjian yang mengikat secara hukum selama unsur-unsur esensial kontrak—persetujuan, kapasitas hukum, objek yang spesifik, dan sebab yang sah—terpenuhi. Pesan elektronik dan catatan digital dari media sosial diperbolehkan sebagai bukti hukum berdasarkan UU ITE, meskipun keandalan mereka bergantung pada dokumentasi yang tepat. Meskipun ada potensi pengakuan hukum, tantangan signifikan tetap ada terkait verifikasi identitas, kekuatan bukti, risiko penipuan, dan kurangnya pertanggungjawaban platform. Mekanisme perlindungan konsumen juga terbatas akibat sifat informal dan desentralisasi transaksi media sosial. Studi ini menyimpulkan bahwa meskipun perdagangan media sosial secara hukum sah, ia kekurangan jaminan yang memadai, sehingga memerlukan kerangka regulasi yang lebih jelas dan peningkatan literasi digital untuk memastikan keadilan, kepastian hukum, dan keamanan konsumen di pasar digital Indonesia.

ABSTRACT

This study examines the legal validity and enforceability of sales agreements made through social media platforms within the framework of Indonesian civil law. With the increasing dominance of digital communication in commercial interactions, platforms such as Facebook, Instagram, and WhatsApp have become a vast marketplace for informal transactions. Using a normative legal method, this study analyzes primary legal sources—including the Civil Code (KUHPerdata), the Electronic Information and Transactions Law (UU ITE), consumer protection laws, and relevant jurisprudence—as well as secondary doctrinal interpretations. The findings show that social media-based transactions can be considered legally binding agreements as long as the essential elements of a contract—consent, legal capacity, a specific object, and a valid cause—are fulfilled. Electronic messages and digital records from social media are

admissible as legal evidence under the ITE Law, although their reliability depends on proper documentation. Despite the potential for legal recognition, significant challenges remain regarding identity verification, evidentiary strength, fraud risk, and lack of platform accountability. Consumer protection mechanisms are also limited due to the informal and decentralized nature of social media transactions. This study concludes that although social media commerce is legally valid, it lacks adequate safeguards, requiring a clearer regulatory framework and improved digital literacy to ensure fairness, legal certainty, and consumer safety in Indonesia's digital marketplace.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Name:

Institution:

Email:

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah mengubah lanskap transaksi komersial di Indonesia. Platform media sosial—seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, dan TikTok—telah berkembang melampaui fungsi awalnya sebagai alat komunikasi dan kini menjadi pasar utama untuk membeli dan menjual barang dan jasa. Aksesibilitas, kecepatan, dan jangkauan luas platform-platform ini telah mendorong individu dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk menggunakan media sosial sebagai alternatif platform e-commerce konvensional dan formal. Akibatnya, transaksi berbasis media sosial telah menjadi bagian integral dari ekonomi digital, menciptakan pola baru dalam perilaku konsumen dan praktik bisnis. Ekonomi digital di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan, dengan media sosial memainkan peran krusial dalam transformasi ini. Penggunaan teknologi digital yang luas dan peningkatan penetrasi internet telah memfasilitasi pergeseran ini, memungkinkan media sosial menjadi komponen penting dalam ekonomi digital nasional (Christie, 2019; Cumala, 2021; Mumtaz, 2019). Evolusi ini mencerminkan tren yang lebih luas di mana transaksi online semakin umum, terutama di kalangan UMKM yang mencari akses pasar yang lebih luas (Fandiyanto et al., 2025).

Meskipun pertumbuhan yang pesat ini, implikasi hukum dari pelaksanaan perjanjian jual beli melalui media sosial masih kurang dieksplorasi. Berbeda dengan platform e-commerce formal yang beroperasi dalam sistem terstruktur yang diatur oleh syarat dan ketentuan yang jelas, transaksi melalui media sosial seringkali kurang jelas secara kontraktual. Penjual dan pembeli sering mengandalkan komunikasi informal, tangkapan layar, atau pesan chat sebagai bukti kesepakatan, yang menimbulkan pertanyaan mendasar mengenai pembentukan dan keberlakuan kontrak yang mengikat secara hukum berdasarkan hukum perdata Indonesia (Fandiyanto et al., 2025). Ketidakhadiran prosedur standar dan perjanjian tertulis juga menimbulkan risiko signifikan, termasuk penipuan, informasi yang menyesatkan, dan sengketa terkait barang, harga, atau pengiriman. Ketidakjelasan hukum ini menyoroti kebutuhan mendesak akan kerangka regulasi yang lebih jelas untuk memastikan kepastian hukum dan perlindungan konsumen dalam transaksi berbasis media sosial (Fandiyanto et al., 2025).

Dari sudut pandang hukum, hukum perdata Indonesia mengakui perjanjian berdasarkan prinsip-prinsip yang ditetapkan dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), khususnya mengenai unsur-unsur esensial dari perjanjian yang sah—yaitu persetujuan, kapasitas hukum, objek yang spesifik, dan sebab yang sah. Selain itu, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan perubahannya memberikan landasan hukum untuk pengakuan komunikasi elektronik dan bukti digital. Namun, penerapan norma-norma hukum ini pada transaksi berbasis media sosial tetap kompleks, terutama karena sifat interaksi yang informal, fleksibel, dan terdesentralisasi yang dilakukan melalui platform online.

Makalah ini membahas tantangan-tantangan ini melalui analisis hukum normatif dengan mengkaji bagaimana hukum perdata Indonesia menafsirkan dan mengatur perjanjian jual beli yang dibentuk melalui interaksi media sosial. Makalah ini mengevaluasi keselarasan antara prinsip-prinsip hukum kontrak tradisional dan praktik digital modern, menganalisis status hukum bukti elektronik yang berasal dari media sosial, serta mengeksplorasi tingkat perlindungan konsumen di pasar online informal. Pada akhirnya, penelitian ini menekankan pentingnya menyesuaikan kerangka hukum Indonesia dengan realitas perdagangan digital, seiring dengan terus berkembangnya peran media sosial dalam membentuk aktivitas ekonomi dan hubungan hukum di antara pembuat kebijakan, praktisi hukum, bisnis, dan konsumen.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Perjanjian Jual Beli dalam Hukum Perdata Indonesia*

Prinsip-prinsip dasar yang mengatur perjanjian jual beli di Indonesia berasal dari Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), khususnya Pasal 1320 dan 1457–1540. Pasal 1320 mengatur unsur-unsur esensial perjanjian yang sah, yaitu persetujuan para pihak, kapasitas hukum, objek yang spesifik, dan sebab yang sah. Dalam konteks jual beli, Pasal 1457 mendefinisikan transaksi sebagai perjanjian di mana salah satu pihak mengikat diri untuk menyerahkan barang sementara pihak lain membayar harga. Para ahli hukum seperti Subekti dan R. Setiawan menekankan bahwa pembentukan kontrak didasarkan pada kesepakatan pikiran (*consensus ad idem*), artinya perjanjian menjadi mengikat secara hukum ketika para pihak mencapai kesepakatan bersama mengenai syarat-syarat esensial, terlepas dari bentuknya. Pandangan doktrinal ini mencerminkan bahwa hukum kontrak Indonesia mengutamakan substansi daripada bentuk, sehingga perjanjian dapat disepakati secara lisan, tertulis, atau melalui pertukaran apa pun yang menunjukkan kesepakatan bersama.

Prinsip-prinsip dasar ini juga berlaku untuk kontrak elektronik, asalkan unsur-unsur esensial yang tercantum dalam Pasal 1320 terpenuhi. Kerangka hukum untuk kontrak elektronik diperkuat oleh Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019, yang mengakui komunikasi elektronik dan dokumen elektronik sebagai bukti hukum yang sah. Selain itu, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Elektronik (PP PMSE) melengkapi ketentuan-ketentuan tersebut dengan memastikan bahwa transaksi elektronik tetap sejalan dengan prinsip-prinsip dasar hukum kontrak (Effendy & Hanifah, 2025). Para ahli menegaskan bahwa kontrak elektronik memiliki kekuatan hukum mengikat jika dilaksanakan melalui sistem

elektronik yang andal dan memenuhi persyaratan hukum substantif (Elyviatino & Nugroho, 2025). Namun, studi yang ada juga mengidentifikasi tantangan dalam implementasi, termasuk rendahnya kesadaran publik tentang legalitas kontrak elektronik dan keterbatasan infrastruktur digital (Elyviatino & Nugroho, 2025). Akibatnya, langkah-langkah strategis diperlukan untuk memperkuat literasi hukum digital dan meningkatkan infrastruktur pendukung guna mengoptimalkan penerapan kontrak elektronik dalam praktik.

2.2 *Media Sosial sebagai Platform Transaksi Komersial*

Literatur terkini mengakui kemunculan media sosial sebagai platform populer untuk aktivitas komersial, terutama bagi usaha informal dan skala kecil, berkat kemampuannya memfasilitasi komunikasi cepat, interaksi personal, dan jangkauan pasar yang luas. Namun, para ahli secara konsisten menyoroti sifat informal dari transaksi ini, yang seringkali tidak dilengkapi dengan syarat yang jelas, sistem yang aman, dan proses kontrak yang formal. Kondisi ini menimbulkan risiko signifikan bagi perlindungan konsumen, terutama jika dibandingkan dengan platform e-commerce formal seperti Tokopedia atau Shopee yang beroperasi di bawah mekanisme terstruktur dengan sistem pembayaran dan penyelesaian sengketa yang terintegrasi. Sebaliknya, media sosial bergantung pada komunikasi peer-to-peer tanpa tanggung jawab platform yang jelas. Para ahli hukum pun mempertanyakan apakah tangkapan layar, pesan obrolan, atau komentar dapat dikategorikan sebagai bukti elektronik yang sah dan menyoroti keterbatasan dalam memverifikasi identitas, niat, dan keaslian dalam transaksi berbasis media sosial.

Dari perspektif perlindungan konsumen, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) memberikan landasan hukum yang menjamin hak konsumen atas informasi yang akurat, keamanan, advokasi, dan mekanisme penyelesaian sengketa (Ponten, 2023; Sinaga et al., 2023). Namun, studi empiris menunjukkan bahwa penipuan dan praktik curang tetap prevalen di pasar online informal akibat ketidakhadiran sistem verifikasi dan prosedur standar (Agustin & Suryono, 2025; Bhagaskara & Tarina, 2024). Platform seperti Facebook Marketplace dilaporkan tidak memiliki sistem verifikasi identitas yang memadai dan sistem pengaduan yang efektif, sehingga konsumen sangat rentan terhadap penipuan (Agustin & Suryono, 2025). Selain itu, banyak pasar informal beroperasi tanpa izin hukum, yang semakin mempersulit penegakan hukum dan melemahkan perlindungan konsumen (Bhagaskara & Tarina, 2024). Akibatnya, para ahli merekomendasikan penguatan regulasi mengenai tanggung jawab platform dan peningkatan pendidikan konsumen mengenai kesadaran hukum digital dan pencegahan penipuan untuk menciptakan ekosistem transaksi yang lebih aman (Agustin & Suryono, 2025; Bhagaskara & Tarina, 2024).

2.3 *Kekosongan Hukum dan Implikasi Regulasi*

Sebuah kumpulan literatur yang semakin berkembang mendesak perlunya regulasi yang lebih jelas untuk transaksi berbasis media sosial, meskipun UU ITE mengakui dokumen dan komunikasi elektronik sebagai sah secara hukum, namun tidak secara khusus mengatur perdagangan informal yang dilakukan melalui platform media sosial. Beberapa pakar berpendapat bahwa ketentuan yang ada harus

diharmonisasikan dengan hukum perdata, peraturan perlindungan konsumen, dan praktik digital yang terus berkembang untuk memastikan kepastian hukum. Para ahli hukum juga mengusulkan agar Indonesia mengadopsi pedoman khusus atau amandemen regulasi untuk menangani isu-isu kunci seperti verifikasi identitas digital, standarisasi prosedur transaksi, klarifikasi tanggung jawab platform, pembentukan mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif, dan penguatan penegakan hukum terhadap penipuan online.

3. METODE PENELITIAN

2.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif, yang juga dikenal sebagai penelitian hukum doktrinal, yang menganalisis hukum tertulis sebagai sumber utama, termasuk peraturan perundang-undangan, prinsip hukum yang berasal dari doktrin, putusan pengadilan, dan pendapat akademis. Tujuan utama pendekatan ini adalah untuk menafsirkan dan mensistematisasikan norma hukum terkait perjanjian kontrak, informasi elektronik, transaksi digital, dan perlindungan konsumen dalam konteks perdagangan berbasis media sosial.

3.2 Jenis Bahan Hukum

Penelitian ini mengandalkan tiga kategori bahan hukum, yaitu bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Bahan hukum primer terdiri dari sumber hukum yang mengikat yang menjadi inti analisis, termasuk Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), khususnya Pasal 1320 dan 1457–1540 mengenai pembentukan kontrak dan perjanjian jual beli, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) beserta perubahannya, Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Pelaksanaan Sistem dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), serta putusan pengadilan yang relevan terkait kontrak elektronik dan sengketa transaksi online. Bahan hukum sekunder berfungsi sebagai sumber pendukung untuk menafsirkan bahan hukum primer dan meliputi buku teks hukum dan komentar (seperti karya Subekti, R. Setiawan, dan Sinta Dewi), artikel jurnal dan studi akademis tentang kontrak elektronik, perdagangan digital, dan hukum siber, laporan ilmiah, serta studi hukum perbandingan dari yurisdiksi lain. Bahan hukum tersier berfungsi sebagai referensi pelengkap, termasuk kamus hukum, ensiklopedia, basis data hukum online, dan bahan referensi lain yang digunakan untuk menjelaskan terminologi dan konsep hukum.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian hukum normatif ini dilakukan melalui tinjauan pustaka dan analisis dokumen, yang meliputi pemeriksaan ketentuan undang-undang, tinjauan doktrin hukum dan tulisan ilmiah, analisis yurisprudensi, serta penilaian studi yang relevan tentang perdagangan digital.

Semua bahan penelitian diperoleh melalui penelitian perpustakaan sistematis menggunakan sumber-sumber seperti jurnal hukum, basis data online (misalnya Google Scholar dan portal hukum), buku, laporan akademis, dan publikasi resmi pemerintah.

3.4 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis hukum kualitatif melalui beberapa tahap terintegrasi, termasuk interpretasi norma hukum dengan menganalisis makna, ruang lingkup, dan implikasi hukum dari ketentuan undang-undang yang berkaitan dengan kontrak, transaksi elektronik, dan bukti; sistematisasi aturan hukum untuk mengorganisir bahan hukum ke dalam kerangka kerja yang koheren yang menghubungkan prinsip-prinsip hukum perdata dengan praktik digital; konstruksi argumen hukum berdasarkan doktrin hukum, interpretasi ketentuan undang-undang, dan pandangan akademik yang relevan; serta perbandingan analitis antara norma hukum yang ada dan praktik saat ini di platform media sosial untuk mengidentifikasi celah regulasi, kelemahan, atau ketidakkonsistenan. Kerangka analitis ini juga mencakup identifikasi masalah hukum terkait pembentukan, keabsahan, dan penegakan perjanjian berbasis media sosial, evaluasi masalah tersebut menggunakan norma hukum yang relevan dari KUHPperdata, UU ITE, dan undang-undang perlindungan konsumen, serta formulasi kesimpulan dan rekomendasi untuk menentukan apakah komunikasi media sosial memenuhi kriteria kontrak yang sah dan apa perbaikan regulasi yang diperlukan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Keabsahan Perjanjian Jual Beli yang Dilakukan Melalui Media Sosial

Berdasarkan analisis Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPperdata), transaksi jual beli yang dilakukan melalui media sosial dapat dianggap sebagai perjanjian yang sah secara hukum jika memenuhi empat unsur esensial kontrak, yaitu persetujuan para pihak, kapasitas hukum, objek yang spesifik, dan sebab yang sah. Unsur-unsur ini menjadi persyaratan dasar untuk pengakuan kontrak elektronik di bawah hukum Indonesia, sebagaimana diperkuat oleh KUHPperdata dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) (Effendy & Hanifah, 2025; Elyviatino & Nugroho, 2025; Sofian & Ufran, 2023). Persetujuan para pihak dapat dibuktikan melalui komunikasi melalui platform media sosial seperti pesan langsung, komentar, atau riwayat obrolan, di mana penawaran dan penerimaan ditukarkan selama pembeli dan penjual sepakat pada syarat-syarat utama seperti harga, barang, dan jumlah (Elyviatino & Nugroho, 2025; Sofian & Ufran, 2023). Kapasitas hukum, meskipun tidak secara teknis diverifikasi oleh platform media sosial, dianggap ada berdasarkan hukum perdata bagi individu yang berusia 21 tahun atau sudah menikah; namun, ketidakhadiran verifikasi ini dapat menimbulkan sengketa, terutama ketika anak di bawah umur terlibat dalam transaksi (Munte et al., 2025).

Persyaratan objek tertentu biasanya dipenuhi dalam transaksi media sosial melalui penyajian foto, deskripsi produk, dan harga yang dinyatakan, yang memberikan kejelasan mengenai objek kontrak (Effendy & Hanifah, 2025). Sementara itu, unsur sebab yang sah terpenuhi selama transaksi melibatkan barang yang secara hukum diperbolehkan; sebaliknya, transaksi yang melibatkan barang ilegal secara otomatis menjadikan kontrak batal dan tidak sah menurut hukum Indonesia (Ridho & Pradana, 2023). Secara keseluruhan, perjanjian jual beli berbasis media sosial dapat dianggap sah secara hukum selama unsur-unsur esensial pembentukan kontrak sesuai dengan Pasal 1320 KUHPperdata terpenuhi. Penggunaan media digital sebagai platform transaksi tidak mengurangi keabsahan perjanjian; justru substansi perjanjianlah yang pada akhirnya menentukan keabsahannya secara hukum.

4.2 Bukti Elektronik dan Pembentukan Kontrak Berdasarkan UU ITE

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), dokumen elektronik—termasuk riwayat obrolan, tangkapan layar, dan catatan transaksi digital—diakui sebagai bukti hukum yang sah. Pengakuan ini juga berlaku untuk komunikasi media sosial, yang dapat berfungsi sebagai bukti niat kontrak, asalkan memenuhi persyaratan formal dan material bukti serta didukung oleh keterangan ahli atau analisis forensik digital jika diperlukan (Adhi, 2018). Selain itu, kontrak elektronik diakui sebagai sah secara hukum di Indonesia selama memenuhi unsur-unsur kontrak yang esensial sesuai dengan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yaitu persetujuan bersama, kapasitas hukum, objek yang spesifik, dan sebab yang sah (Haspada et al., 2025). UU ITE juga menegaskan bahwa kontrak elektronik sah jika para pihak menunjukkan persetujuan secara elektronik, sistem yang digunakan dapat diandalkan, dan informasi dapat diakses dan disimpan. Kerangka hukum ini menegaskan bahwa media sosial, meskipun bersifat informal, termasuk dalam lingkup komunikasi elektronik yang berpotensi membentuk kontrak elektronik yang mengikat.

Namun, penggunaan media sosial sebagai platform kontrak menghadirkan tantangan signifikan jika dibandingkan dengan sistem e-commerce formal. Media sosial umumnya tidak memiliki prosedur standar untuk pembentukan kontrak, catatan transaksi yang aman, dan mekanisme verifikasi identitas yang biasanya terintegrasi dalam platform e-commerce resmi (Jayuska, 2016). Karena sifat informalnya, komunikasi media sosial sering memerlukan autentikasi tambahan dan harus diintegrasikan dengan bukti pendukung lainnya—seperti bukti pembayaran atau pengiriman—untuk memperkuat nilai bukti dalam proses hukum (Adhi, 2018). Meskipun UU ITE menyediakan kerangka hukum umum untuk kontrak elektronik, kepatuhan terhadap persyaratan hukum ini tetap menjadi isu kritis untuk memastikan validitas dan keberlakuan kontrak (Anggraini et al., 2025). Akibatnya, para ahli menekankan pentingnya pendidikan hukum dan penyempurnaan regulasi untuk mengatasi tantangan yang ditimbulkan oleh transaksi digital dan meningkatkan kredibilitas kontrak elektronik yang dibentuk melalui media sosial (Anggraini et al., 2025).

4.3 Ketidakjelasan Hukum dalam Transaksi Media Sosial

Sifat informal dan desentralisasi platform media sosial di Indonesia menimbulkan tantangan signifikan dalam mengatur transaksi komersial peer-to-peer. Platform media sosial seperti TikTok Shop dan Instagram Shopping hanya berfungsi sebagai perantara tanpa mengawasi langsung transaksi, yang mengakibatkan perlindungan konsumen yang lemah dan keamanan transaksi yang rendah (Asufie & Hanifah, 2024). Kondisi ini mengakibatkan ketidakmampuan verifikasi identitas penjual, ketidakhadiran autentikasi transaksi, dan kerentanan catatan komunikasi terhadap manipulasi atau penghapusan, yang semuanya mempersulit proses penyelesaian sengketa dan membuat konsumen sangat rentan terhadap penipuan (Budiono & Rahmawati, 2023). Penutupan TikTok Shop semakin menyoroti ketidakcukupan regulasi yang ada dalam mengelola perkembangan pesat dan dinamis perdagangan sosial, menekankan kebutuhan mendesak akan kerangka hukum yang adaptif dan responsif terhadap perubahan teknologi (Radian & Saluran, 2024).

Selain itu, ketidakhadiran kerangka hukum yang secara khusus mengatur perdagangan media sosial menciptakan celah regulasi yang signifikan. Regulasi saat ini, termasuk UU ITE, hanya memberikan payung hukum yang luas untuk informasi dan transaksi elektronik, tetapi tidak secara

khusus mengatur tanggung jawab platform, kewajiban penjual untuk transparansi, atau mekanisme penyelesaian sengketa internal dalam lingkungan media sosial (Budiono & Rahmawati, 2023). Ketidakpastian hukum seputar larangan transaksi di platform perdagangan sosial, seperti yang terlihat dalam kasus TikTok Shop, semakin menyoroti kebutuhan akan penyesuaian regulasi yang sejalan dengan kemajuan teknologi (Hartyanto et al., 2025). Selain itu, ketidakhadiran mekanisme penyelesaian sengketa yang spesifik di dalam platform media sosial mempersulit perlindungan konsumen dan melemahkan penegakan hak dalam kasus wanprestasi atau penipuan (Bachtiar & Chairunnisa, 2024). Akibatnya, meskipun transaksi media sosial mungkin secara hukum sah, celah regulasi yang signifikan tetap ada, membuatnya berisiko secara operasional bagi konsumen.

4.4 Masalah Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Media Sosial

Penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dalam transaksi media sosial menghadapi tantangan signifikan akibat sifat informal platform-platform tersebut. Meskipun konsumen berhak atas keamanan, informasi yang akurat, ganti rugi, dan penyelesaian sengketa berdasarkan UUPK, penegakan hak-hak ini dalam transaksi media sosial masih lemah. Salah satu hambatan utama terletak pada prevalensi penjual yang tidak terdaftar yang beroperasi secara informal dan oleh karena itu sulit untuk dituntut pertanggungjawabannya berdasarkan UUPK (Sinaga et al., 2023). Selain itu, platform media sosial seperti Facebook tidak berfungsi sebagai perantara e-commerce formal dan tidak menyediakan mekanisme mediasi sengketa, sehingga konsumen tidak memiliki saluran yang jelas untuk penyelesaian (Sinaga et al., 2023). Ketidakhadiran sistem standar untuk memverifikasi keaslian produk semakin mempersulit proses pembuktian penipuan atau representasi yang menyesatkan, membuat konsumen rentan terhadap praktik-praktik menipu (Lie & Az-Zahra, 2024; Prayuti et al., 2024). Akibatnya, konsumen sering mengalami penipuan, representasi produk yang menyesatkan, atau kegagalan pengiriman, namun akses mereka terhadap solusi hukum yang efektif tetap terbatas karena dukungan struktural dan institusional yang tidak memadai.

Masalah kritis lainnya terletak pada beban pembuktian yang ditanggung konsumen dalam transaksi media sosial. Konsumen harus membuktikan bahwa transaksi sebenarnya terjadi, penjual setuju pada syarat tertentu, dan penjual kemudian melanggar perjanjian. Beban ini menjadi sangat sulit dipenuhi tanpa adanya bukti resmi, sistem transaksi standar, atau kontrak tertulis (Pembayun & Gunawan, 2025). Selain itu, membuktikan keberadaan perjanjian dan pelanggaranannya berdasarkan komunikasi informal seperti pesan chat semakin melemahkan posisi hukum konsumen (Mayce et al., 2023). Akibatnya, meskipun undang-undang perlindungan konsumen secara prinsip berlaku untuk transaksi media sosial, penegakan praktisnya tetap lemah akibat struktur informal platform-platform ini dan kesulitan bukti yang dihadapi konsumen.

4.5 Penegakan Hukum dan Penyelesaian Sengketa

Pengadilan sipil menghadapi tantangan unik saat menangani sengketa kontrak yang timbul dari transaksi media sosial. Bukti digital seperti riwayat obrolan, tangkapan layar, dan catatan transfer bank sering digunakan untuk membuktikan keberadaan perjanjian dan pembayaran. Riwayat obrolan dapat berfungsi sebagai bukti penawaran dan penerimaan, namun keaslian dan relevansinya harus diverifikasi secara teknis untuk memenuhi standar hukum (Adhi, 2018; Zhang, 2024). Tangkapan layar juga diakui sebagai bukti yang sah di beberapa yurisdiksi, seperti Bolivia dan Spanyol, meskipun kelayakannya bergantung pada persyaratan prosedural yang ketat

(Gonzales, 2019). Transfer bank dapat berfungsi sebagai bukti pembayaran, namun harus didukung dengan bentuk bukti lain untuk menetapkan catatan transaksi yang lengkap (Möllers et al., 2022). Hakim umumnya mempertimbangkan bentuk-bentuk bukti digital ini, namun kesulitan tetap ada dalam memverifikasi identitas pihak-pihak, mengautentikasi data elektronik, dan menentukan niat di balik komunikasi digital, yang dapat diinterpretasikan dengan berbagai cara (Дпорозюк, 2020).

Masalah kritis lainnya adalah ketidakhadiran tanggung jawab platform dalam transaksi media sosial. Berbeda dengan platform e-commerce formal, situs media sosial tidak bertindak sebagai perantara transaksi, artinya mereka tidak menjamin barang atau jasa, tidak menangani pembayaran atau pengembalian dana, dan tidak menyimpan catatan transaksi resmi untuk tujuan hukum (Дпорозюк, 2020). Akibatnya, penegakan hukum dalam sengketa yang timbul dari transaksi media sosial sepenuhnya bergantung pada hubungan pembeli-penjual. Kondisi ini membuat penyelesaian sengketa sangat bergantung pada dokumentasi individu, seperti catatan obrolan pribadi dan bukti pembayaran pribadi, yang seringkali tidak memiliki verifikasi standar. Akibatnya, penyelesaian sengketa dalam transaksi media sosial tetap tidak efisien dan rentan secara prosedural karena dukungan institusional dan teknologi yang lemah seputar bukti digital.

Pembahasan

Temuan menunjukkan bahwa meskipun hukum perdata Indonesia mengizinkan pembentukan kontrak melalui cara informal, termasuk media sosial, kerangka hukum saat ini masih memiliki celah yang signifikan dalam memastikan keadilan, perlindungan, dan kepastian hukum. Dari perspektif hukum, transaksi yang dilakukan melalui media sosial dapat membentuk kontrak yang sah dan mengikat asalkan memenuhi unsur-unsur esensial dari suatu perjanjian. Namun, dalam praktiknya, transaksi semacam itu sangat rentan terhadap sengketa akibat ketidakhadiran struktur formal, prosedur standar, dan jaminan institusional. Kondisi ini menunjukkan ketidakseimbangan yang jelas antara validitas hukum transaksi media sosial dan tingkat perlindungan praktis yang tersedia bagi pihak-pihak yang terlibat.

Temuan ini juga menekankan kebutuhan mendesak akan modernisasi regulasi di Indonesia. Pedoman hukum yang lebih jelas diperlukan untuk menangani verifikasi identitas digital, standar tanggung jawab platform, persyaratan dokumentasi transaksi elektronik, dan mekanisme penyelesaian sengketa konsumen yang spesifik untuk perdagangan media sosial. Selain itu, peningkatan literasi digital di kalangan pengguna sangat penting, karena banyak sengketa timbul akibat kurangnya kesadaran mengenai dokumentasi transaksi yang tepat, verifikasi penjual, dan kemampuan mengenali indikator penipuan online. Selain itu, prinsip kebebasan kontrak tetap berlaku di era digital, tetapi harus diinterpretasikan secara harmonis dengan perkembangan teknologi. Pengadilan dan pembuat undang-undang oleh karena itu diharuskan memastikan bahwa prinsip-prinsip hukum perdata tradisional tetap adaptif dan responsif terhadap realitas transaksi digital yang terus berkembang.

5. KESIMPULAN

Studi ini menyimpulkan bahwa perjanjian jual beli yang dilakukan melalui media sosial secara hukum sah menurut hukum perdata Indonesia selama memenuhi unsur-unsur esensial kontrak sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPperdata. Komunikasi media sosial—seperti pesan chat, gambar digital, dan tangkapan layar—juga dapat berfungsi sebagai bukti elektronik yang diakui secara hukum berdasarkan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU

ITE). Oleh karena itu, penggunaan media digital sebagai platform komunikasi tidak menghalangi pembentukan perjanjian yang mengikat, karena keabsahan suatu perjanjian ditentukan oleh pemenuhan unsur-unsur hukum substantifnya, bukan oleh media yang digunakan untuk membentuknya.

Meskipun demikian, meskipun sah secara hukum, transaksi media sosial tetap menimbulkan tantangan yang signifikan. Sifat informal platform ini menciptakan kerentanan seperti penipuan, penyajian informasi yang menyesatkan, ketidakhadiran verifikasi identitas, dan kesulitan dalam membuktikan niat kontraktual. Meskipun undang-undang perlindungan konsumen berlaku secara prinsip, penegakan praktisnya tetap terbatas karena kurangnya mekanisme standar, tanggung jawab platform yang tidak jelas, dan ketidakhadiran prosedur penyelesaian sengketa formal. Selain itu, ketidakhadiran regulasi khusus yang mengatur perdagangan media sosial menyebabkan ketidakpastian hukum bagi pembeli dan penjual. Seiring dengan terus berkembangnya praktik komersial digital, sistem hukum Indonesia harus beradaptasi dengan menetapkan kerangka regulasi yang lebih jelas, meningkatkan pengelolaan identitas digital, dan memperkuat perlindungan konsumen. Pada akhirnya, meskipun perjanjian berbasis media sosial dapat diakui sebagai kontrak yang mengikat, perbaikan regulasi, pengamanan teknologi, dan peningkatan literasi digital sangat penting untuk memastikan transparansi, akuntabilitas, dan kepastian hukum di pasar digital Indonesia yang berkembang pesat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi, I. P. K. (2018). REKAMAN ELEKTRONIK PERSONAL CHAT PADA SOCIAL MEDIA SEBAGAI ALAT BUKTI. *Media Iuris*, 1(3), 457–481. <https://doi.org/https://doi.org/10.20473/mi.v1i3.9829>
- Agustin, R., & Suryono, A. (2025). Analisis Yuridis Tanggung Jawab Facebook Marketplace Sebagai Media Transaksi Jual Beli. *Indonesian Journal of Law and Justice*, 2(4), 12.
- Anggraini, S. R., Amini, A., & Nugroho, L. D. (2025). Keabsahan Kontrak Elektronik (E-Contract) dalam Transaksi E-Commerce berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. *AHKAM*, 4(2), 609–623. <https://doi.org/https://doi.org/10.58578/ahkam.v4i2.6318>
- Asufie, H. N., & Hanifah, L. (2024). PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP TRANSAKSI DALAM SOCIAL-COMMERCE DI INDONESIA. *Collegium Studiosum Journal*, 7(1), 102–115.
- Bachtiar, E. S. Y., & Chairunnisa, M. D. (2024). Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Berdasarkan KUH Perdata. *Syntax Idea*, 6(11), 6796–6807.
- Bhagaskara, K. A., & Tarina, D. D. Y. (2024). Perlindungan Konsumen Terhadap Permasalahan Transaksi Online Dalam Platform Marketplace Tidak Resmi. *Jurnal Usm Law Review*, 7(1), 393–411.
- Budiono, A., & Rahmawati, A. (2023). Juridical Review the Principle of Online Buying and Selling Trust Perspective of Law Number 11 of 2008 concerning Information and Electronic Transactions (UU ITE). *International Journal of Social Science Research and Review*, 6(2), 564–570.
- Christie, S. (2019). *The Development of Digital Economy in Indonesia*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/2buzt>
- Cumala, P. (2021). The Development of Digital Economy in Indonesia. *OSF Preprints 6vz4s*, Center for Open Science. <https://doi.org/10.31219/osf.io/6vz4s>
- Effendy, E. E., & Hanifah, G. (2025). Keabsahan Perjanjian Elektronik yang Termuat dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. *Notary Journal*, 5(1), 1–21. <https://doi.org/https://doi.org/10.19166/nj.v5i1.8241>
- Elyviatino, E. P., & Nugroho, L. D. (2025). Keabsahan Kontrak Elektronik dalam Perjanjian Jual Beli, Ditinjau dari Perspektif Pasal 1313 KUHPerdata. *AHKAM*, 4(2), 465–476. <https://doi.org/https://doi.org/10.58578/ahkam.v4i2.6010>
- Fandiyanto, R., Febriyanti, D. A., Triana, S., Luthfiaturahmah, L., Amelia, A., Paramita, D., Kamila, A. T., & Andrian, M. V. (2025). PERKEMBANGAN E-COMMERCE DARI MASA KE MASA: SEJARAH, TREN, DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEMAJUAN TRANSAKSI ONLINE DI INDONESIA. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 4(3), 448–459.
- Gonzales, N. P. Á. (2019). Las capturas de pantalla como medio de prueba en el proceso civil. *Revista Boliviana*

- de Derecho*, 27, 272–295.
- Hartyanto, S. B., Rosadi, S. D., & Ramli, T. S. (2025). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PENYELENGGARA SOCIAL-COMMERCE ATAS LARANGAN TRANSAKSI PADA PLATFORM SOCIAL-COMMERCE BERDASARKAN HUKUM POSITIF INDONESIA. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 6(3).
- HASPADA, D., JULI, A., RYAN, F., SAPUTRA, A. R., HERDIYANTI, S. H., GUNATI, M., & MARDIANSAH, S. (2025). POSITION OF ELECTRONIC AGREEMENTS (E-CONTRACT) IN EMASER ONLINE ARISAN AS EVIDENCE IN CIVIL PROCEDURE LAW. *JURNAL MULTIDISIPLIN MADANI* Упередителі: PT Formosa Cendekia Global, 5(1), 70–79.
- Jayuska, R. (2016). Keabsahan Kontrak Pada Transaksi E-Commerce Melalui Media Internet Berdasarkan Undang-Undang No 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik. *Jurnal Cahaya Keadilan*, 4(1), 43–57.
- Lie, G., & Az-Zahra, A. R. (2024). Analisis Hukum Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Bisnis E-Commerce di Indonesia. *Journal of Accounting Law Communication and Technology*, 2(1), 259–266.
- Mayce, S. V., Ramadani, R. R., Cahyani, R. N., & Anataya, T. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Melalui E-Commerce:(Studi Kasus Pembelian Melalui Sosial Media Tik Tok). *PLEDOI (Jurnal Hukum Dan Keadilan)*, 2(1).
- Möllers, F., Salemi, S., & Schliwinski, N. (2022). Digitale Beweise im Straf-und Zivilprozess. *Jusletter IT*, 169–178.
- Mumtaz, S. A. (2019). Review The Development Of Digital Economy In Indonesia. *OSF Preprints Jecyu, Center for Open Science*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/jecyu>
- Munte, H., Sinaga, M. I., & Sitepu, T. F. B. (2025). TINJAUAN YURIDIS TERHADAP SUBJEK HUKUM DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE COMMERCE DITINJAU DARI KITAB UNDANG-UNDANG HUKUM PERDATA. *GOVERNANCE: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal Dan Pembangunan*, 11(3), 77–87.
- Pembayun, E. P., & Gunawan, A. F. (2025). Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Digital: Tinjauan terhadap Implementasi UU Perlindungan Konsumen di Marketplance. *Jurnal Fakta Hukum*, 3(2), 84–94.
- Ponten, S. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui Sosial Media. *Realism: Law Review*, 1(3), 79–90.
- Prayuti, Y., Herlina, E., & Rasmiaty, M. (2024). Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Perdagangan di E-commerce di Indonesia. *Jurnal Hukum Mimbar Justitia*, 10(1), 27–44.
- Radian, M. L., & Saluran, S. (2024). Aspek Hukum Bisnis Online Shop Pada Media Sosial Terhadap Keberlangsungan Usaha Pasar Tradisional Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. *JURNAL HUKUM PELITA*, 5(2), 153–168.
- Ridho, A. T., & Pradana, R. A. R. (2023). Analisis Keabsahan Perjanjian Jual Beli Melalui Media Elektronik dengan Pembayaran Paylater (Bayar Nanti) Menurut KUH Perdata. *JOURNAL SAINS STUDENT RESEARCH*, 1(1), 787–793.
- Sinaga, O., Herlina, N., & Manik, H. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui Media Facebook. *Zaaken: Journal of Civil and Business Law*, 4(1), 72–90.
- Sofian, R., & Ufran, U. (2023). Kajian Yuridis Transaksi Jual-Beli melalui Facebook Ditinjau dari KUHPerdata. *Indonesia Berdaya*, 4(1), 369–376.
- Zhang, X. (2024). Problems and Countermeasures of Admitting Electronic Data Evidence in Civil Litigation — The Chat Record of WeChat as a Perspective. *Journal of Humanities, Arts and Social Science*, 8(3).
- Дрогозюк, К. (2020). ПРОЦЕСУАЛЬНО-ПРАВОВІ ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕКТРОННИХ ДОКАЗІВ, ОТРИМАНИХ ІЗ СО ЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ, У ЦИВІЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ. *Law of Ukraine/Pravo Ukraini*, 9.