

Gorontalo Law Review

Volume 8 - No. 1 – April 2025

E-ISSN: 2614-5030 P-ISSN: 2614-5022



ANALISIS YURIDIS MENGENAI PERBUATAN MELANGGAR HUKUM OLEH DROPSHIPPER DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE MELALUI PLATFORM FACEBOOK

Hermawan Dwi Saputro

Fakultas Hukum Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
email : 20071010122@student.upnjatim.ac.id

Aldira Mara Ditta Caesar Purwanto

Fakultas Hukum Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
email : aldira.ih@upnjatim.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong munculnya berbagai model transaksi jual beli secara online, termasuk sistem dropshipping yang tidak mengharuskan pelaku usaha menyimpan stok barang. Namun, praktik dropshipping ilegal kerap menimbulkan kerugian bagi konsumen dan pemilik barang asli, khususnya pada platform Facebook. Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis-normatif dengan mengacu pada Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHP) dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perbuatan melawan hukum dalam transaksi jual beli online oleh dropshipper ilegal terjadi akibat penyalahgunaan informasi dan sistem transaksi digital. Tindakan ini tidak hanya melanggar kesepakatan hukum, tetapi juga menyebabkan kerugian materiil dan immateriil bagi pihak yang dirugikan. Oleh karena itu, perlu adanya upaya hukum, baik secara litigasi maupun non-litigasi, untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dan pelaku usaha yang menjadi korban.

Kata kunci: Dropshipping, Perbuatan Melawan Hukum, Jual Beli Online, Facebook.

Abstract

The rapid development of information and communication technology has led to various forms of online buying and selling, including the dropshipping system, which does not require sellers to stock goods. However, illegal dropshipping practices often cause harm to consumers and original product owners, particularly on the Facebook platform. This research uses a juridical-normative approach, referring to the Indonesian Civil Code and the Consumer Protection Law. The findings reveal that unlawful acts in online buying and selling transactions by illegal dropshippers arise from the misuse of information and

digital transaction systems. These actions not only violate legal agreements but also result in material and immaterial losses to the affected parties. Therefore, legal remedies, both litigation and non-litigation, are essential to protect the rights of consumers and business actors who are harmed.

Keywords: *Dropshipping, Unlawful Acts, Online Buying and Selling, Facebook*

1. PENDAHULUAN

Dewasa ini, kemajuan dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat. Hal ini terlihat jelas dari era globalisasi yang mendorong interaksi sosial di antara individu. Dengan akses yang semakin meluas ke teknologi informasi dan komunikasi, memungkinkan orang untuk berinteraksi tanpa adanya batasan. Dari adanya perkembangan teknologi tersebut menguntungkan didalam menjalani kehidupan bersosial masyarakat. Teknologi menjadi salah satu pilihan alternatif yang dapat dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis sebagai sarana untuk menjalankan aktivitas usaha mereka. Kemudahan tersebut membuat para pelaku bisnis dalam usaha jual beli memanfaatkan perkembangan penggunaan dari teknologi saat ini dengan melakukan transaksi secara elektronik.

Mengenai kegiatan jual beli telah diatur di dalam Pasal 1457 sampai dengan Pasal 1540 Kitab Undang – Undang Hukum Perdata (KUHP) yang dimana didalamnya menjelaskan bahwasannya jual beli adalah suatu perjanjian di mana terdapat salah satu pihak sepakat untuk menyerahkan suatu barang, sedangkan pihak lainnya berkewajiban membayar sejumlah harga yang telah ditentukan oleh para pihak sebelumnya. Berdasarkan definisi tersebut, jual beli merupakan bentuk perjanjian yang melibatkan penyerahan hak kepemilikan atas suatu barang (Simorangkir et al., 2000). Proses ini dilakukan dengan menerima pembayaran dalam bentuk uang sesuai dengan kesepakatan bersama. Penjual bertanggung jawab untuk menyerahkan hak kepemilikan barang tersebut, sedangkan pembeli berkewajiban untuk membayar sejumlah uang sebagai kompensasi atas perolehan hak tersebut (Simorangkir et al., 2000).

Pada dasarnya, penjual dan pembeli sama-sama mendapatkan keuntungan karena seluruh proses transaksi dapat dilakukan melalui internet. Penjual berperan sebagai pelaku usaha, sementara pembeli berfungsi sebagai konsumen, di mana keduanya tidak perlu bertemu langsung untuk memastikan kualitas barang yang dijual. Hal ini menegaskan bahwa transaksi elektronik (e-commerce) memiliki perbedaan mendasar dibandingkan dengan transaksi jual beli secara konvensional, salah satunya adalah transaksi konvensional mensyaratkan adanya pertemuan tatap muka antara penjual dan pembeli. E-commerce atau electronic commerce, merujuk pada segala aktivitas atau kegiatan bisnis yang dilakukan melalui jaringan internet. Salah satu jenis kegiatan bisnis yang terjadi dalam e-commerce adalah perdagangan, yang melibatkan dua pihak utama, yaitu pedagang (penjual) dan konsumen (pembeli) (Sofian & Ufran, 2022). Secara umum e-commerce merupakan transaksi komersial antara pihak satu dengan pihak lainnya. Transaksi ini meliputi penjual, pembeli ataupun pihak lain yang menunjang pada satu tujuan sama. Pihak yang melakukan transaksi e-commerce memiliki hubungan perjanjian untuk memberikan sejumlah barang, pelayanan ataupun peralihan hak (Simorangkir et al., 2000).

Dalam transaksi elektronik, terdapat model bisnis dropshipping yang sering dikenal dengan istilah dropshipper. Dropshipper merupakan salah satu bentuk bisnis yang memungkinkan pelaku usaha untuk melakukan kegiatan jual beli tanpa perlu melakukan stok barang atau menyimpan barang. Dalam model ini, pihak yang melakukan penjualan akan langsung mengirimkan barang melalui

pihak ketiga untuk memenuhi pesanan konsumen (Tamara, 2021). Menurut pandangan ahli Derry Iswidharmanjaya, dropshipper diartikan sebagai "penjualan produk yang dilakukan tanpa keharusan untuk memiliki produk secara langsung." (Salma, 2021). Selain itu, berdasarkan pendapat Feri Sulianta, dropshipper didefinisikan sebagai salah satu metode transaksi jual beli secara daring, di mana individu atau badan usaha, termasuk toko online maupun pengecer, tidak perlu menyimpan persediaan barang secara langsung (Soviana & Abidin, 2020).

Salah satu platform populer untuk kegiatan jual beli online adalah Facebook, yang menyediakan ruang digital untuk menghubungkan banyak orang dan mendukung transaksi. Facebook menawarkan banyak peluang bagi pelaku usaha, termasuk mereka yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia, untuk memperluas jangkauan pasar tanpa batasan lokasi. Aktivitas jual beli di Facebook memungkinkan siapa saja, baik yang dikategorikan sebagai pelaku usaha maupun bukan, untuk berpartisipasi. Selain itu, platform ini menyediakan fitur Marketplace, sebuah wadah tanpa batasan kategori barang, yang memudahkan pengguna dalam mencari, membeli, dan menjual berbagai produk. Marketplace ini memberikan efisiensi dan kemudahan dalam transaksi, karena penjual dan pembeli dapat bertemu secara digital tanpa harus bertatap muka langsung (Agusti & Aravik, 2023).

Di Facebook terdapat grup jual beli yang fokus pada satu kategori barang, seperti elektronik, kebutuhan pokok, hingga kendaraan baru dan bekas, dengan aturan yang lebih ketat dibanding marketplace. Meskipun demikian, penjual dan pembeli di grup ini tetap dapat mengunggah barang dengan deskripsi dan harga yang bisa dinegosiasikan. Hal ini mendorong berbagai pedagang, termasuk reseller dan dropshipper, untuk berjualan di platform tersebut. Namun, meski tidak ada batasan kategori barang, transaksi jual beli di Facebook bisa berpotensi melanggar hukum, seperti yang diatur dalam Pasal 1365 KUHP, yang menyatakan bahwa perbuatan melawan hukum dapat merugikan orang lain dan pelaku wajib memberikan ganti rugi atas kerugian tersebut.

Perbuatan melawan hukum atau *onrechtmatige daad* yang berarti merupakan tindakan yang menyalahi hak-hak milik individu lain (Sari, 2020). Munir Faudy berpendapat bahwa cakupan perbuatan melawan hukum dapat dipahami sebagaimana kompilasi prinsip-prinsip yang mengatur atau mengendalikan perilaku berbahaya, memastikan tanggung jawab atas kerugian yang muncul akibat interaksi sosial, serta memberikan ganti rugi kepada korban melalui mekanisme gugatan yang sesuai (Fuady, 2013). Selain itu, menurut pendapat ahli lainnya, MA Moegni Djojodirjo dalam bukunya menyatakan bahwa Pasal 1365 KUHP tidak memberikan definisi yang jelas, melainkan hanya menentukan tentang kapan individu yang mengalami kerugian akibat perbuatan melawan hukum individu lainnya terhadap dirinya, berhak mengajukan tuntutan ganti rugi (Djojodirdjo, 1982).

Perbuatan melawan hukum mencakup tindakan yang melanggar hak orang lain, bertentangan dengan kewajiban hukum, serta tidak sesuai dengan norma kesusilaan, baik dilakukan secara sengaja maupun tidak sengaja. Pelaku yang menyebabkan kerugian bagi orang lain diwajibkan memberikan ganti rugi dan menghindari tindakan yang melanggar norma, baik terhadap diri sendiri maupun orang lain (S et al., 2024). Salah satu contoh kasus yang sering terjadi di Facebook adalah penyamaran pelaku sebagai penjual atau pembeli, menyebabkan kerugian bagi konsumen dan penjual asli. Pelaku biasanya mengambil foto barang milik penjual asli tanpa izin, kemudian mengunggahnya ke marketplace atau grup jual beli dengan harga lebih murah untuk menarik konsumen, meskipun barang tersebut sebenarnya bukan miliknya.

Setelah melakukan unggahan untuk melancarkan aksinya, pihak terkait biasanya mengumpulkan informasi akurat tentang barang yang dijual oleh pemilik

asli. Informasi ini kemudian digunakan untuk meyakinkan calon pembeli dengan mengarahkan mereka kepada pemilik barang asli, sambil mengklaim bahwa pemilik barang tersebut adalah saudara mereka. Pihak terkait meminta calon pembeli mentransfer uang ke rekeningnya setelah melihat barang. Setelah transaksi berhasil, pelaku menghilang, menyebabkan kerugian bagi pemilik barang dan konsumen. Pemilik barang dirugikan nama baik tokonya, sementara konsumen kehilangan uang untuk barang yang sebenarnya bukan milik pelaku.

Peneliti mengangkat kasus ini karena pernah mengalami situasi serupa, seperti dijelaskan dalam penelitian ini. Pelaku yang menyebabkan kerugian seharusnya diwajibkan memberikan kompensasi sebagai bentuk ganti rugi atas kerugian materiil dan immateriil yang dialami konsumen dan pemilik barang asli. Tindakan tersebut mengandung unsur kesengajaan, mengingat pelaku melanggar aturan yang telah ditetapkan dalam grup Facebook. Sistem yang dilakukan pelaku dapat dikategorikan sebagai dropshipping ilegal, karena model bisnis dropshipping yang sah harus didasarkan pada kesepakatan antara kedua belah pihak, sesuai ketentuan hukum dalam KUHPer. Oleh karena itu, pemerintah memiliki tanggung jawab yang signifikan dalam memberikan perlindungan kepada masyarakat terhadap dampak buruk dari perkembangan teknologi informasi, khususnya yang berkaitan dengan transaksi elektronik. Berangkat dari pemikiran tersebut, penulis merasa tertarik untuk menyusun sebuah artikel dengan judul: "Analisis Yuridis Terhadap Perbuatan Melawan Hukum Oleh Dropshipper Dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui Platform *Facebook*."

2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian normatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Dalam penelitian ini, penulis melakukan analisis data dengan menggunakan metode kuantitatif, yaitu melakukan analisis data dan memberikan penjelasan yang relevan, masalah dibahas lebih lanjut penelitian dan analisis dilakukan dan menjadikannya suatu kesimpulan. (Anam et al., 2024) Kami telah mengumpulkan data dari berbagai sumber, baik dari database publikasi seperti buku, jurnal, website dan materi online lainnya. Setelah melakukan pengumpulan data kami melakukan penyusunan data dengan seksama hingga data yang tersusun terasa valid. Kami benar – benar menggunakan data primer dan juga data sekunder.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Bentuk Perbuatan Melawan Hukum Yang Dilakukan Oleh Dropshipper Dalam Transaksi Jual Beli Di *Facebook*

Transaksi jual beli pada dasarnya adalah mekanisme interaksi antara penjual dan pembeli yang dijalankan sesuai fungsinya masing-masing. Berdasarkan Pasal 1457 KUHPer, jual beli melibatkan penyerahan barang untuk perpindahan kepemilikan yang didasarkan pada kesepakatan bersama. Seiring perkembangan teknologi, jual beli yang awalnya dilakukan secara konvensional kini berkembang menjadi elektronik atau *e-commerce*, yang disukai karena kepraktisan dan efisiensinya. Menurut data GoodStats, 75% responden memilih belanja *online* karena hemat waktu dan tenaga, sementara 63% lainnya menyukai kemudahan membandingkan harga (Lase, 2023). Perbedaan utama antara jual beli elektronik dan konvensional terletak pada media interaksinya, di mana jual beli *online* berlangsung melalui internet. Perkembangan ini turut melahirkan model bisnis baru, seperti *dropshipper*.

Dropshipper secara umum merupakan model bisnis dalam *e-commerce* yang tidak memerlukan banyak modal, seperti dana untuk stok barang, tempat usaha, atau persiapan produk. Dalam praktiknya, *dropshipper* hanya menjual barang milik pihak lain, yaitu *supplier*, yang telah sepakat bekerja sama untuk membantu memasarkan produknya. *Dropshipper* menggunakan foto dan deskripsi produk dari *supplier* dengan persetujuan bersama. Dalam bisnis ini, *dropshipper*

bertanggung jawab memastikan barang sampai ke pembeli, sementara *supplier* bertanggung jawab atas kualitas dan keamanan barang. Proses jual beli dengan model *dropshipper* mencerminkan interaksi seperti penjual dan pembeli pada umumnya, termasuk negosiasi hingga mencapai kesepakatan, namun dilakukan secara *online* tanpa tatap muka, berbeda dari transaksi konvensional yang bersifat langsung.

Dalam model bisnis *dropship*, terdapat tiga pihak utama dengan peran yang saling berkaitan: *dropshipper*, *supplier*, dan pembeli. *Dropshipper* menjalankan usaha tanpa memerlukan penyimpanan barang atau modal besar, cukup menjalin kesepakatan dengan *supplier* untuk menjual barang milik *supplier* dengan harga yang disesuaikan. *Supplier*, sebagai pemilik atau penyedia barang, memberikan kemudahan bagi *dropshipper* dengan menyediakan foto dan deskripsi produk untuk pemasaran. Pembeli, di sisi lain, adalah pihak yang membeli barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan mereka. Sistem *dropship* beroperasi sepenuhnya secara daring, di mana *dropshipper* meneruskan pesanan dari pembeli ke *supplier*, yang kemudian mengirimkan barang langsung kepada pembeli atas nama *dropshipper* (Nugroho, 2006).

Dalam transaksi ini, *dropshipper* bertindak sebagai perantara yang memasarkan barang milik *supplier* tanpa memilikinya secara fisik, menjadikannya pelaku usaha dengan modal minimal. Kedudukan *dropshipper* bersifat unik karena bagi pembeli, ia berperan sebagai penjual yang bertanggung jawab atas kejelasan informasi barang, seperti foto dan detail produk. Namun, dalam pandangan *supplier*, *dropshipper* adalah mitra pemasaran yang memasarkan barangnya berdasarkan kesepakatan kerjasama yang memberikan wewenang kepada *dropshipper* untuk memperoleh keuntungan berupa fee atau upah dari penjualan. Model bisnis ini memanfaatkan sistem digital untuk menghubungkan para pihak dan memfasilitasi transaksi yang efisien tanpa memerlukan tatap muka secara langsung (Salman, 2022).

Dalam konteks hukum di Indonesia, transaksi jual beli, baik secara konvensional maupun elektronik, berlandaskan pada hukum perdata dan hukum dagang. Perbedaan utama keduanya terletak pada sarana pelaksanaan, di mana transaksi *online* menggunakan sistem elektronik. Secara normatif, proses jual beli dianggap sah apabila memenuhi syarat yang diatur dalam Pasal 1320 KUHP, yaitu adanya kesepakatan para pihak, kecakapan hukum, tujuan yang halal, serta objek tertentu yang menjadi dasar perikatan. Dalam transaksi konvensional, peran *dropshipper* dapat dibandingkan dengan makelar, yang menjual barang milik orang lain untuk memperoleh komisi. Pasal 63 KUHD mengatur bahwa tindakan pedagang perantara memiliki akibat hukum apabila dilandasi oleh persetujuan pemberian kuasa. Dalam transaksi elektronik, *dropshipper* bertindak sebagai penghubung antara *supplier*, sebagai pemilik barang, dan pembeli sebagai konsumen akhir, memfasilitasi transaksi tanpa harus memiliki barang secara fisik.

Meskipun sistem *dropship* dan makelar memiliki kesamaan sebagai perantara, terdapat perbedaan dalam mekanisme keuntungan. *Dropshipper* memperoleh keuntungan dari mark-up harga yang telah disepakati dengan *supplier*, sedangkan makelar menerima fee dari pemilik barang (Suhendi, 2019). Hubungan hukum antara *supplier* dan *dropshipper* dapat dikategorikan sebagai perjanjian pemberian kuasa sesuai Pasal 1792 KUHP, di mana *supplier* memberikan wewenang kepada *dropshipper* untuk memasarkan produknya. Sementara itu, hubungan antara *dropshipper* dan pembeli diatur oleh Pasal 1457 hingga Pasal 1518 KUHP, yang mewajibkan *dropshipper* bertanggung jawab atas informasi barang yang diberikan kepada pembeli. Meski tidak memiliki barang secara fisik, *dropshipper* harus bertindak berdasarkan prinsip itikad baik sebagaimana diatur dalam Pasal 1338

KUHPer. Prinsip ini menegaskan bahwa kesepakatan antara kedua belah pihak harus dijalankan dengan niat baik dan tidak boleh diingkari.

Kegiatan jual beli di *Facebook* menunjukkan transformasi platform jejaring sosial ini menjadi sarana penting dalam interaksi dan aktivitas digital, termasuk bisnis *online* (Kirkpatrick, 2010). Selain menyediakan Messenger sebagai layanan komunikasi pribadi, *Facebook* juga menghadirkan *marketplace* dan grup sebagai wadah pemasaran yang dapat digunakan secara gratis oleh penggunanya (Agusti & Aravik, 2023). *Marketplace* memungkinkan penjualan berbagai kategori barang tanpa batasan, sementara grup menawarkan sistem yang lebih terstruktur dengan aturan sesuai kategori tertentu (Akbar et al., 2022). Hal ini menjadikan *Facebook* sebagai tempat berkumpulnya penjual dan pembeli, menciptakan peluang bisnis yang luas dalam skala *business-to-business* (B2B) maupun *customer-to-customer* (C2C). Keberadaan *marketplace* dan grup tidak hanya mendukung pelaku usaha untuk memperluas pasar tetapi juga memungkinkan pengguna non-pelaku usaha memanfaatkan barang yang dipasarkan. Dengan menyediakan ruang interaksi dan ekonomi digital, *Facebook* berhasil melengkapi metode bisnis konvensional dengan cara yang lebih modern dan praktis (Ananta Kumala Sari & Hwihanus, 2023).

Marketplace dan grup *Facebook* merupakan dua wadah digital yang disediakan untuk aktivitas jual beli, masing-masing memiliki prosedur dan pengawasan tersendiri. Dalam *marketplace*, pengguna dapat memulai dengan membuka menu *marketplace*, memilih opsi "jual dan buat penawaran", menentukan kategori barang, memberikan informasi terkait barang beserta deskripsinya, dan mengklik "terbitkan". Penawaran yang diterbitkan akan melalui proses verifikasi untuk memastikan kesesuaian dengan ketentuan barang yang diizinkan. Pengawasan ini dirancang untuk menghindari kelalaian atau pelanggaran, meskipun beberapa oknum dapat memanfaatkan celah sistem, seperti mengunggah foto kurang jelas untuk menarik pembeli sebelum melancarkan aksi yang merugikan (Ilham, 2024).

Sebaliknya, dalam grup *Facebook*, langkah-langkahnya dimulai dengan membuka aplikasi, memilih grup jual beli yang sesuai, memilih opsi "apa yang Anda jual", mengunggah foto barang, memberikan informasi lengkap tentang barang, dan mempostingnya. Berbeda dengan *marketplace*, sistem pengawasan dalam grup bergantung pada aturan yang dibuat oleh admin grup. Grup dengan aturan ketat biasanya menerapkan verifikasi sebelum penawaran diterbitkan, sedangkan grup tanpa aturan membiarkan penawaran langsung diterbitkan. Sayangnya, ketidakkonsistenan pengawasan di grup sering dimanfaatkan oleh oknum untuk melanjutkan aksi mereka setelah ditolak oleh *marketplace* (Ryan, 2024). Dengan demikian, baik *marketplace* maupun grup menghadirkan peluang sekaligus tantangan dalam meminimalkan risiko kerugian bagi pengguna.

Analisis tindakan melawan hukum dalam perjanjian jual beli berdasarkan kasus yang terjadi mengungkap kasus di mana seseorang menyamar sebagai penjual dan pembeli di platform *Facebook* untuk melakukan aksi penipuan. Sebagai penjual palsu, pihak ini mengaku memiliki barang tertentu, seperti kendaraan mobil, yang dijual dengan harga lebih murah dari pasaran untuk menarik minat pembeli. Sebaliknya, sebagai pembeli palsu, pelaku berpura-pura tertarik membeli barang dari penjual asli untuk mendapatkan informasi detail tentang barang tersebut, termasuk foto, lokasi, dan dokumen seperti STNK dan BPKB. Modus operandi yang digunakan menyerupai sistem *dropshipper*, tetapi tanpa adanya kesepakatan atau keuntungan bersama yang sah. Pelaku hanya memanfaatkan foto dan informasi dari penjual asli tanpa izin untuk memasarkan kembali barang tersebut.

Dalam menjalankan aksinya, pelaku menggunakan strategi berpindah-pindah antara *marketplace* dan grup jual beli di *Facebook* untuk menghindari kecurigaan penjual asli. Setelah mendapatkan informasi barang secara lengkap, pelaku

membuat janji kepada penjual asli, misalnya dengan alasan sedang berada di luar kota tetapi berniat serius membeli. Namun, janji tersebut hanya digunakan untuk menciptakan celah waktu bagi pelaku memasarkankan kembali barang menggunakan foto dan informasi yang sama. Harga yang ditawarkan pelaku sering kali jauh di bawah harga pasar, sehingga menarik calon pembeli yang langsung melakukan transaksi tanpa memeriksa kebenaran informasi. Dalam tahap akhir, pelaku meminta konsumen untuk mentransfer pembayaran langsung ke rekeningnya dan mengatur agar barang terlihat oleh konsumen melalui penjual asli, tanpa menyadari mereka sedang dimanfaatkan.

Setelah uang dari konsumen masuk ke rekening pelaku, pelaku menghilang, meninggalkan penjual asli dan konsumen dalam keadaan dirugikan. Penjual asli kehilangan reputasi karena barang yang mereka miliki telah digunakan dalam aksi penipuan tanpa izin, sementara konsumen kehilangan uangnya karena barang yang mereka beli tidak benar-benar milik pelaku. Modus ini menggambarkan bagaimana celah pengawasan dalam *marketplace* dan grup jual beli di *Facebook* dapat dimanfaatkan oleh pihak-pihak tertentu untuk menjalankan penipuan yang merugikan kedua belah pihak.

Perjanjian jual beli merupakan suatu kegiatan yang tidak bisa terlepas dari interaksi manusia, di mana hukum berperan sebagai pedoman dalam kehidupan sehari-hari. Namun, dalam praktiknya, seringkali ada individu yang melakukan tindakan yang bertentangan dengan hukum, seperti dalam kasus yang dibahas dalam penulisan skripsi ini, yang menggambarkan perbuatan seseorang yang menyebabkan kerugian dan hampir menyerupai model bisnis *dropshipper*. Sebagai bagian dari e-commerce, yang memungkinkan transaksi antara penjual dan pembeli tanpa pertemuan langsung, perbuatan tersebut berawal dari penyamaran oleh pihak yang menyebabkan kerugian sebagai pembeli untuk mendapatkan informasi mengenai barang yang akan dipasarkan. Setelah memperoleh informasi yang akurat, pihak tersebut melakukan tindakan yang berlawanan dengan prinsip dasar bisnis *dropshipper* yang sah, yaitu memasarkankan kembali barang milik orang lain tanpa izin, serta menawarkan harga yang lebih murah kepada calon pembeli.

Dalam perspektif hukum perdata, perbuatan tersebut dapat dianalisis sebagai bentuk pelanggaran terhadap perjanjian yang sah. Berdasarkan Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer), suatu perjanjian hanya dapat tercipta melalui kesepakatan antara kedua belah pihak, yang saling mengikat dan berkaitan satu sama lain. Dalam konteks ini, hubungan antara *supplier*, *dropshipper*, dan pembeli diatur oleh perjanjian yang jelas mengenai harga, kualitas barang, serta kewajiban pihak yang terlibat (Maulana, 2015). Namun, dalam kasus ini, pihak yang menyebabkan kerugian tidak mematuhi prinsip-prinsip dasar dalam perjanjian jual beli, seperti yang diatur dalam Pasal 1457 KUHPer, yang menyatakan bahwa jual beli melibatkan penyerahan barang dan pembayaran sesuai dengan kesepakatan yang dibuat oleh kedua belah pihak.

Selain itu, perbuatan yang dilakukan oleh pihak yang menyebabkan kerugian juga mengandung unsur perbuatan melawan hukum. Pasal 1365 KUHPer menyatakan bahwa setiap perbuatan yang merugikan orang lain dan melanggar hukum dapat dimintakan pertanggungjawaban. Dalam hal ini, pihak yang menyebabkan kerugian tidak hanya melanggar hak-hak pemilik barang (penjual asli) tetapi juga hak-hak konsumen, yang seharusnya menerima barang sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati. Akibat dari perbuatan ini, kedua belah pihak—baik pemilik barang asli maupun pembeli menderita kerugian, baik materiil maupun immateriil. Oleh karena itu, tindakan ini harus dipertanggungjawabkan secara hukum, mengingat adanya unsur kesengajaan, pelanggaran terhadap kewajiban hukum, dan kerugian yang ditimbulkan akibat dari tindakan tersebut.

B. Upaya Hukum Yang Dapat Dilakukan Oleh Pihak Yang Dirugikan Akibat Perbuatan Yang Telah Dilakukan Oleh *Dropshipper* Dalam Transaksi Jual Beli Di *Facebook*

Kegiatan jual beli melibatkan interaksi antara penjual dan pembeli, di mana masing-masing pihak memiliki kewajiban yang harus dipenuhi untuk menjamin kesetaraan hak, yang merupakan bagian dari pemenuhan hak dasar individu sesuai hukum positif, bukan sekadar penghargaan dari pihak lain (Smith et al., 2008). Hak ini menjadi landasan penting untuk memastikan keadilan dalam transaksi, termasuk perlindungan terhadap kerugian akibat ketidaksesuaian yang mungkin timbul, seperti yang terjadi dalam kasus *dropshipper* yang merugikan penjual dan calon pembeli akibat perbuatan melawan hukum.

Kegiatan jual beli diatur dalam c. UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan KUHPer, yang mengatur hak dan kewajiban penjual maupun pembeli. Hak penjual diatur dalam Pasal 6 UUPK, yang mencakup hak untuk menerima pembayaran atas barang yang dijual. Dalam kasus yang terjadi, penjual asli dirugikan karena barangnya disalahgunakan oleh pihak lain yang mengelabui konsumen dan menerima pembayaran tanpa melibatkan penjual asli. Penjual juga berhak mendapatkan perlindungan hukum jika terjadinya kecurangan dari pihak yang menyebabkan kerugian. Dalam hal ini, pihak tersebut menyamar sebagai pembeli untuk mendapatkan informasi detail tentang barang, dan kemudian menjualnya kembali tanpa sepengetahuan penjual asli. Selain itu, penjual memiliki hak untuk membela diri dan membawa masalah ini ke jalur hukum jika terbukti ada perbuatan melawan hukum yang menyebabkan kerugian.

Sementara itu, hak pembeli diatur dalam Pasal 4 UUPK, termasuk hak untuk mendapatkan ganti rugi jika barang yang diterima tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Dalam kasus ini, konsumen yang tertipu oleh pihak yang menyebabkan kerugian berhak untuk meminta ganti rugi setelah melakukan pembayaran. Konsumen juga berhak untuk mengajukan keluhan jika tidak puas dengan barang yang diterima, meskipun dalam hal ini, karena pihak yang menyebabkan kerugian menghilang setelah transaksi, konsumen tidak bisa melakukan aduan kepada penjual yang tidak bertanggung jawab. Selain itu, konsumen berhak mendapatkan informasi yang benar tentang barang yang ditawarkan, dan dalam kasus ini, pihak yang menyebabkan kerugian memberikan informasi palsu. Konsumen juga berhak mendapatkan perlindungan hukum, yang seharusnya diberikan oleh penjual asli, bukan oleh pihak yang melakukan perbuatan melawan hukum untuk keuntungan pribadi.

Dalam transaksi jual beli, kewajiban pembeli diatur dalam Pasal 1513 KUHPer, yang mengharuskan pembeli untuk membayar setelah menerima barang sesuai kesepakatan. Dalam kasus yang terjadi, konsumen telah melakukan pembayaran sesuai arahan pihak yang menyebabkan kerugian, namun pembayarannya tidak diterima oleh penjual asli yang tidak mengetahui tindakan pihak tersebut. Pihak yang menyebabkan kerugian bertindak seperti seorang *dropshipper* tanpa kesepakatan dengan penjual asli, dan menyamar sebagai pembeli untuk menjual barang milik orang lain dengan informasi yang sama. Selain itu, kewajiban penjual diatur dalam Pasal 1474 KUHPer, yang mengharuskan penjual untuk menyerahkan barang setelah pembayaran diterima. Dalam kasus ini, penjual asli tidak memberikan barang karena pembayaran belum diterima, sementara pihak yang menyebabkan kerugian menghilang setelah menerima uang dari konsumen. Akibat perbuatan melawan hukum ini, penjual asli dan konsumen dapat menuntut ganti rugi dengan bukti yang ada, seperti bukti percakapan dan transfer, untuk membuktikan kesalahan pihak yang menyebabkan kerugian.

BPSK, sebagai lembaga yang berwenang dalam penyelesaian sengketa, memberikan alternatif penyelesaian yang tidak selalu melibatkan pengadilan,

salah satunya adalah melalui konsiliasi. Dalam pendekatan ini, pihak ketiga yang netral berperan sebagai konsiliator yang membantu kedua belah pihak untuk mencapai kesepakatan. Dalam konteks kasus ini, konsumen dan penjual asli yang dirugikan dapat memperoleh ganti rugi berdasarkan perbuatan melawan hukum yang dilakukan oleh pihak yang menyebabkan kerugian. Selain itu, pihak yang menyebabkan kerugian harus bertanggung jawab sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam UUPK, dengan menyediakan ganti rugi yang sesuai hak konsumen dan pelaku usaha.

Konsumen memiliki kewenangan untuk mengajukan pengaduan kepada BPSK apabila pelaku usaha menolak memberikan ganti rugi. Pengaduan ini harus memenuhi beberapa persyaratan yang diatur dalam Pasal 14 ayat (1) Permendag Nomor 17/M-Dag/PER/4/2007, antara lain mencakup identitas konsumen, informasi pelaku usaha, barang atau jasa yang diadukan, bukti transaksi, serta keterangan kerugian yang dialami. Setelah aduan diterima, BPSK akan memanggil pihak-pihak terkait untuk melaksanakan proses konsiliasi, yang dimulai dengan pemanggilan, penyediaan forum untuk berdialog, dan upaya untuk mencapai kesepakatan antara konsumen dan pelaku usaha. Selama proses ini, konsiliator akan memberikan saran atau usulan alternatif untuk membantu kedua belah pihak menyelesaikan sengketa dengan cara yang saling menguntungkan.

Jika kesepakatan tercapai, maka hasil konsiliasi akan dituangkan dalam perjanjian yang mengikat dan final. Namun, jika konsiliasi gagal, proses akan dilanjutkan dengan mediasi, dan jika masih belum mencapai titik terang, dapat dilanjutkan dengan arbitrase. Seluruh tahapan ini mengikuti ketentuan yang ada dalam Permendag Nomor 17/M-Dag/PER/4/2007. Dalam hal ini, jika kesepakatan tidak tercapai, kedua belah pihak dapat melanjutkan sengketa secara litigasi untuk memperoleh hak mereka. Sebagai tambahan, sesuai dengan Pasal 19 ayat (2) UUPK, pelaku usaha yang melanggar kewajibannya dapat dikenakan sanksi administratif berupa ganti rugi, termasuk pengembalian uang, penggantian barang atau jasa, serta perawatan pemulihan kesehatan.

4. PENUTUP

Perbuatan pihak yang menyebabkan kerugian dalam kasus ini merupakan perbuatan melawan hukum karena meniru bisnis dropshipper tanpa kesepakatan perjanjian yang sah, serta melanggar norma kesusilaan. Tindakan tersebut memenuhi unsur-unsur perbuatan melawan hukum, karena telah menyebabkan kerugian bagi penjual asli dan konsumen, serta bertentangan dengan aturan yang berlaku dalam dunia bisnis.

Kerugian yang dialami oleh penjual asli dan konsumen terdiri dari kerugian materiil dan immateriil, yang dapat dituntut melalui penyelesaian secara kekeluargaan. Jika tidak tercapai kesepakatan, penyelesaian dapat dilakukan melalui BPSK dengan metode konsiliasi, mediasi, atau arbitrase. Apabila proses non-litigasi gagal, pihak yang dirugikan dapat mengajukan gugatan ke pengadilan untuk memperoleh haknya sesuai ketentuan yang berlaku.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Agusti, R., & Aravik, H. (2023). Analisis Penggunaan Marketplace Facebook Terhadap Penjualan Mebel Dalam Bauran Pemasaran Syariah Di Supran Mebel Karang Anyar Palembang. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen (JURBISMAN)*, 1(2), 375–390. <https://doi.org/10.61930/jurbisman.v1i2.144>
- Akbar, W., Kurniawan, R., Tarantang, J., Sodiq, & Cornelia, R. (2022). ASSISTANCE AND UTILIZATION OF THE MARKETPLACE IN THE FACEBOOK APPLICATION AS A MEAN OF BUYING BY TRADERS IN PALANGKA RAYA CITY. *Jurnal Penyuluhan Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(3), 1–7. <https://doi.org/10.59066/jppm.v1i3.45>
- Anam, F., Moonti, R. M., Kadir, Y., & Kasim, M. (2024). Penerapan Diversi Terhadap Tindak Pidana Tanpa Korban (Tindak Pidana Narkotika) Yang

- Dilakukan Oleh Anak. *WISSEN: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 124–144.
- Ananta Kumala Sari, & Hwihanus. (2023). PERAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN DALAM PENGEMBANGAN DIGITAL MARKETPLACE PASCA PANDEMI BERBASIS CONSUMER TO CONSUMER (C2C). *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 1(1), 90–100. <https://doi.org/10.59031/jkpim.v1i1.52>
- Djojodirdjo, M. A. M. (1982). *Perbuatan Melawan Hukum*. Pradnya Paramita.
- Fuady, M. (2013). *Perbuatan Melawan Hukum (Pendekatan Kontemporer)* (4th ed.). Citra Aditya Bhakti.
- Ilham. (2024). *Penjual di Marketplace Facebook*.
- Kirkpatrick, D. (2010). *The Facebook Effect (The Inside Story of The Company That is Connecting The World)*. Simon & Schuster Paperbacks.
- Lase, Y. K. (2023). *Alasan Masyarakat Indonesia Memilih Metode Belanja Online*. GoodStats.
- Maulana, M. H. (2015). *Analisis Yuridis Usaha Dropshipping Online dengan dan Tanpa Perjajian Keagenan antara Dropshipper dan Suppliaer*. Universitas Gadjah Mada.
- Nugroho, A. (2006). *e-Commerce (Memahami Perdagangan Modern di dunia Maya)*. Informatika.
- Ryan. (2024). *Penjual dan Admin Grup Jual Beli Mobil di Facebook*.
- S, G. N., Hana, F., Masrifah, & Pratama, D. E. (2024). Tanggung Jawab Pidana Terhadap Masyarakat Yang Mengajak Orang Lain Untuk Golput Dalam Pemilu. *Krtha Bhayangkara*, 18(2), 328–342. <https://doi.org/10.31599/krtha.v18i2.755>
- Salma, B. N. (2021). *Perlindungan dan Tanggung Jawab Hukum bagi Dropshipper dalam Jual Beli Online dengan Sistem Dropshipping*. Universitas Islam Sultan Agung.
- Salman, K. R. (2022). *Kupas Tuntas Hukum Dropshipping dan Solusi Syar'i bagi Dropshipper*. UHW Perbanas.
- Sari, I. (2020). PERBUATAN MELAWAN HUKUM (PMH) DALAM HUKUM PIDANA DAN HUKUM PERDATA. *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara*, 11(1). <https://doi.org/10.35968/jh.v11i1.651>
- Simorangkir, J. C. T., Erwin, R. T., & Prasetyo, J. T. (2000). *Kamus Hukum*. Sinar Grafika Offset.
- Smith, R. K. M., Høstmælingen, N., Ranheim, C., Arinanto, S., Falaakh, F., Soeprapto, E., Kasim, I., Rizki, R. M., Marzuki, S., Agus, F., Yudhawiranata, A., Sudjatmoko, A., Pradjasto, A., Eddyono, S. W., & Riyadi, E. (2008). *Hukum Hak Asasi Manusia* (1st ed.). Pusat Studi Hak Asasi Manusia Universitas Islam Indonesia (PUSHAM UII).
- Sofian, R., & Ufran, U. (2022). Kajian Yuridis Transaksi Jual-Beli melalui Facebook Ditinjau dari KUHPperdata. *Indonesia Berdaya*, 4(1), 369–376. <https://doi.org/10.47679/ib.2023423>
- Soviana, R., & Abidin, Z. (2020). Analisis Sistem Dropship Marketing Perspektif Konsep Maqashid Syariah Al-Syatibi. *TAWAZUN: Journal of Sharia Economic Law*, 3(1), 75. <https://doi.org/10.21043/tawazun.v3i1.7533>
- Suhendi, H. (2019). *Fiqh Muamalah*. Rajawali Pers.
- Tamara, B. D. (2021). *Kedudukan Hukum Dropshipper dalam Transaksi Jual Beli Online*. Universitas Airlangga.