

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Manusia dalam menjalankan kehidupan bermasyarakat mempunyai banyak kebutuhan untuk mencukupi kebutuhan-kebutuhan dalam kehidupan, hal yang dapat dilakukan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhannya tidak jauh dari kegiatan di bidang ekonomi. Kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk mencukupi kebutuhan yaitu dengan melakukan jual-beli, jual beli juga sudah menjadi kebiasaan yang telah lama ada di kehidupan Masyarakat. Pada proses jual beli dilakukan pihak pembeli yang menginginkan suatu barang untuk mencukupi kebutuhannya dan pihak penjual yang menyediakan barang untuk ditukarkan menjadi uang sebagai pendapatan.

Proses jual beli yang dilakukan oleh kedua belah pihak termasuk kedalam bentuk perbuatan hukum. Pada perbuatan hukum ini, pihak pembeli dan penjual dianggap telah melakukan proses perjanjian yang mana para pihak baik pembeli dan penjual telah mencapai kesepakatan untuk menukarkan barang dengan uang sebagai imbalan atas barang tersebut. Penjelasan mengenai jual beli terdapat di dalam Pasal 1457 KUHPerdara yang berbunyi sebagai berikut:

“Suatu persetujuan, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.”

Seiring dengan berjalannya waktu, perkembangan yang sangat pesat mengelilingi beberapa ranah dalam kehidupan masyarakat, perkembangan

tersebut sangat terasa dalam kehidupan masyarakat, yang mana dulu sangat sederhana namun sekarang sangat pesat menjadi modern. Salah satunya perkembangan yaitu terdapat adanya teknologi yang canggih. Perkembangan yang sangat pesat ini membuat manusia mempunyai keinginan dalam mewujudkan atau menciptakan sesuatu inovasi baru, salah satunya yaitu dalam bidang bisnis jual-beli yang sering disebut sebagai *Electronic Commerce* atau *E-Commerce*.

Pengertian dari *E-Commerce* yaitu proses jual beli yang dilakukan oleh para pihak baik penjual maupun pembeli melalui media *Online* seperti *website* ataupun aplikasi. Media *Online* yang digunakan sebagai wadah jual beli seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan juga aplikasi sosial media Facebook. Pada pelaksanaan transaksi jual beli *Online*, pembeli dan penjual dapat melakukan transaksi secara *Online*, namun tidak menutup kemungkinan penjual dan pembeli melakukan proses transaksi secara *COD* setelah melakukan diskusi dan kesepakatan lewat media *Online* tersebut.

*E-Commerce* merupakan kebutuhan dari suatu bisnis yang maju untuk pengembangan suatu usaha karena terdapat manfaat-manfaat yang menguntungkan dari penjual maupun pembeli, diantaranya yaitu ; para pembeli tidak perlu datang langsung ke tempat pembelian melainkan dapat melalui aplikasi yang sudah ada, serta proses transaksi juga bisa langsung diakses dengan mudah. Selanjutnya keuntungan bagi pembeli dapat menghemat biaya yang akan dikeluarkan. Pembeli dapat menghemat ongkos perjalanan yang diganti dengan biaya pengiriman yang lebih terjangkau dan bagi penjual juga

dapat memasarkan jualanya secara meluas ke wilayah-wilayah agar banyak orang yang mengetahui jualanya<sup>1</sup>.

Salah satu produk yang sering penulis temui di lapak jual beli Facebook yaitu minuman keras. Pada dasarnya minuman keras merupakan minuman yang memabukkan bagi peminumnya, dengan meminum minuman keras membuat peminumnya mengalami kehilangan kesadaran. Minuman keras dapat memabukkan karena didalamnya terdapat kandungan alkohol, di setiap minuman keras mempunyai variasi kandungan alkohol yang berbeda-beda. Selain mengandung alkohol, minuman keras juga terdapat adanya kandungan etanol. Etanol merupakan bahan psikoaktif yang disebabkan oleh adanya alkohol, dengan mengkonsumsi etanol membuat kesadaran peminum minuman keras menjadi berangsur-angsur menghilang<sup>2</sup>.

Sampai saat ini, masih sangat banyak Masyarakat yang mengkonsumsi minuman keras padahal sudah tau bahaya kandungan yang terdapat di dalam minuman keras. Lebih tragisnya hal ini sudah dijadikan kebiasaan turun-temurun dan sebagai salah satu kebutuhan hidup. Meskipun begitu, bagi peminum memiliki beberapa alasan pendukung yang membuat ia tetap mengonsumsi minuman alkohol tersebut. Salah satu yang menjadi alasannya yaitu dapat menenangkan pikiran yang sedang kacau karena mempunyai

---

<sup>1</sup> Maulana, S. M, "Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan *Online*", *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2015, h.29(1)

<sup>2</sup> Nurbiyati, T, "Sosialisasi Bahaya Minuman Keras Bagi Remaja". *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship (AJIE)*, 2014, 3(03), h. 186-191

banyak masalah dalam hidupnya, dengan hilangnya kesadaran dapat mengalihkan pikiran dan menjadi lebih tenang.

Terlebih dari alasan-alasan Masyarakat untuk tetap mengkonsumsi minuman keras dan menjadikan kebutuhan hidup, harus tetap diperhatikan bila mengkonsumsi minuman keras secara terus menerus dengan jumlah yang berlebihan setiap harinya dapat merusak kesehatan diri baik jasmani maupun rohani<sup>3</sup>. Selain itu minuman keras dapat membuat Masyarakat yang mengkonsumsi menjadi ketagihan.

Terdapat tiga dampak negatif yang bahaya bagi masyarakat yang mengkonsumsi minuman keras<sup>4</sup>. Pertama, dampak bagi kesehatan fisik konsumen yaitu dapat menyebabkan kerusakan hati, jantung, pankreas, dan peradangan lambung, otot syaraf, gangguan metabolisme pada tubuh, cacat kelamin, impoten, dan gangguan seks lainnya. Kedua, dampak bagi Kesehatan jiwa konsumen yaitu dapat merusak jaringan otak secara permanen yang dapat membuat penurunan daya ingat dan gangguan jiwa serta dapat mengakibatkan kematian. Ketiga, dapat menjadi gangguan keamanan dan ketertiban Masyarakat yang berujung meresahkan lingkungan masyarakat sekitar<sup>5</sup>.

Pemerintah sebagai pihak yang mempunyai tanggung jawab terhadap peredaran minuman keras telah mengeluarkan peraturan mengenai minuman

---

<sup>3</sup> Liana, L. T. W., & Adolf, L. L., "Penyalahgunaan konsumsi alkohol pada minuman keras bagi remaja terhadap kesehatan". *STIKes Surya Mitra Husad*, 2019, hal.

<sup>4</sup> Badan Legislasi Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, Naskah Akademik Rancangan Undang-Undang Tentang Larangan Minuman Beralkohol (Jakarta, 2014). h. 14-20.

<sup>5</sup> Rizal, M. C., "Kebijakan Kriminalisasi Konsumsi Minuman Beralkohol Di Indonesia/Criminalization Policies on Consuming Alcoholic Beverages in Indonesia", *Jurnal Hukum dan Peradilan*, 2018, 7(1), hal. 151-174

keras melalui produk hukum Keputusan Presiden Nomor 3 Tahun 1997 tentang Pengawasan dan Pengendalian Minuman Beralkohol yang selanjutnya telah diganti dengan Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2013 tentang Pengendalian dan Pengawasan Minuman Beralkohol. Produk hukum tersebut merupakan regulasi pertama yang mengatur mengenai minuman keras.

Berdasarkan hal tersebut, dalam melakukan perdagangan minuman keras diperlukan adanya Surat Izin Usah Perdagangan Minuman Beralkohol (SIUP – MB) sebagai syarat importir, distributor, dan subdistributor minuman keras<sup>6</sup>. Selain diperlukanya izin perdagangan minuman beralkohol, produk pada minuman keras juga diperlukan adanya label dan cukai untuk menjamin produk tersebut legal diperdagangkan. Diperlukan adanya lebel dan cukai pada produk minuman keras bertujuan untuk mengetahui apa saja kandungan dan kadar alkohol yang ada di produk minuman keras tersebut<sup>7</sup>.

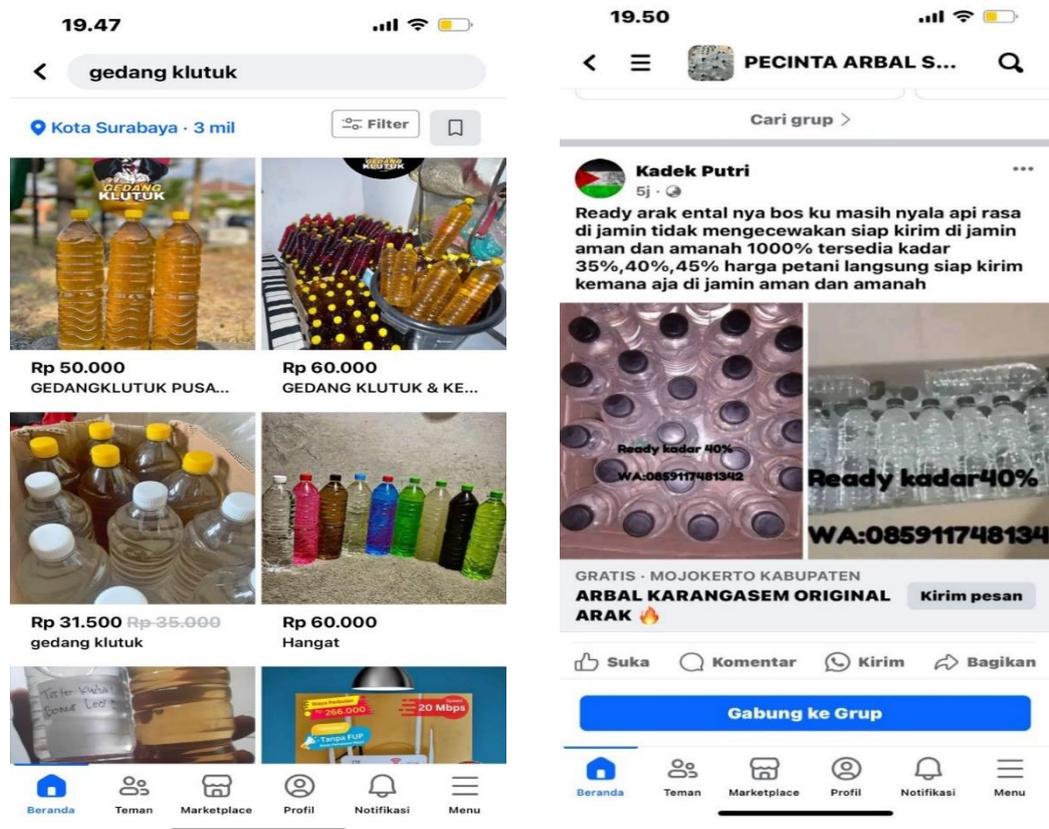
Terlepas dari peraturan yang telah dibuat oleh pemerintah untuk menanggulangi peredaran minuman keras agar tidak diperjualbelikan secara bebas di Masyarakat nyatanya masih terdapat celah yang digunakan oleh pelaku peredaran minuman keras untuk diperjualbelikan kepada Masyarakat. Sering penulis jumpai pelaku peredaran minuman keras melakukan promosi produknya melalui platform *Online* seperti Facebook. Melalui media *Online* memudahkan pelaku untuk melakukan pemasaran minuman keras sehingga dapat dicakup oleh Masyarakat secara luas.

---

<sup>6</sup> Badan Legislasi Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, op.cit., h. 29

<sup>7</sup> *Ibid* 30-34

Produk minuman keras yang di pasarkan di platform Facebook tidak jarang merupakan produk minuman keras yang tidak memiliki label dan cukai pada kemasannya. Tidak menutup kemungkinan pelaku penjual minuman keras illegal tersebut tidak mempunyai Surat Izin Usah Perdagangan Minuman Beralkohol (SIUP – MB) sebagai syarat importir, distributor, dan subdistributor minuman keras.



**Gambar 1 Minuman Keras**

*Sumber* : Platform Facebook

Dengan adanya jual beli *Online* seperti di platform Facebook tersebut menyulitkan pemerintah dalam mengontrol peredaran minuman keras yang tidak sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Tidak sampai situ, melakukan jual

beli melalui *Online* dapat dijadikan celah bagi pelaku untuk menghindari larangan yang telah dibuat oleh pemerintah. Contohnya seperti syarat usia minimum dalam transaksi minuman keras sebagaimana yang diatur dalam Pasal 15 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 20 Tahun 2014 tentang Pengendalian dan Pengawasan Terhadap Pengadaan, Peredaran, dan Penjualan Minuman Keras mencantumkan syarat dalam jual beli minuman keras harus berusia diatas 21 Tahun dan wajib menunjukkan KTP.

Namun pada jual beli *Online* tidak mudah untuk dilakukan pengontrolan, baik penjual maupun pembeli dapat melakukan pemalsuan identitas dan usia. Jika terjadi jual beli yang dilakukan oleh anak dibawah umur maka akan menyebabkan dampak yang berbahaya.

Berdasarkan pemaparan diatas penulis tertarik meneliti bagaimana perlindungan bagi konsumen dan apakah jual beli minuman keras pada platform facebook telah memenuhi syarat sah perjanjian jual beli. Selanjutnya dengan ini penulis menulis laporan skripsi yang berjudul "Perlindungan Bagi Konsumen Produk Minuman Keras Yang Menggunakan Transaksi Melalui Platform Facebook".

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana bentuk perjanjian jual beli minuman keras dalam platform facebook?
2. Apakah perjanjian jual beli minuman keras yang menggunakan facebook telah memenuhi syarat syahnya perjanjian dalam Pasal 1320 BW?

### 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan memahami bagaimana bentuk perjanjian jual beli minuman keras dalam platform facebook.
2. Untuk apakah perjanjian jual beli minuman keras yang menggunakan facebook telah memenuhi syarat syahnya perjanjian dalam Pasal 1320 BW.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini terdapat manfaat-manfaat yang dapat diambil

#### A. Manfaat Teoritis

- a. Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap hasil dari penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam menggali lebih dalam mengenai perlindungan bagi konsumen dalam transaksi jual beli minuman keras melalui platform facebook.
- b. Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat membantu perkembangan di bidang hukum dan dapat terciptanya Peraturan baru yang dapat mengatur peredaran minuman keras melalui jual beli *Online*.

#### B. Manfaat Praktis

- a. Bagi dinas perindustrian dan perdagangan, sebagai bentuk sumbangan pemikiran yang bertujuan dapat melindungi masyarakat dari bahaya peredaran dan perdagangan minuman keras secara bebas melalui media *Online*.
- b. Bagi pemerintah, dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan untuk memperketat pengawasan terhadap peredaran

minuman keras di media *Online* dan dapat dibentuknya peraturan baru yang mengatur jual beli minuman keras melalui media *Online*.

- c. Bagi masyarakat, dapat dijadikan sebagai sumber untuk menambah pengetahuan mengenai transaksi jual beli minuman keras secara *Online*

### **1.5 Keaslian Penelitian**

Pada penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan perlindungan bagi konsumen dalam transaksi jual beli minuman keras secara *Online* melalui platform facebook. Penulis akan menyajikan perbedaan tersebut dalam tabel yang akan penulis tuliskan didalam tabel dibawah ini:

NO	Nama Penulis, Judul, Tahun	Rumusan Masalah	Persamaan dan Fokus Penelitian	Perbedaan
1.	Reza Setiadi Sutarto, Tinjauan Yuridis Perjanjian Jual Beli Minuman Beralkohol Secara <i>Online</i> Melalui Tokopedia, 2021	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana kedudukan perjanjian jual beli minuman beralkohol secara <i>Online</i> di tokopedia menurut peraturan perundang-undangan</li> <li>2. Bagaimana akibat hukum bagi para pihak dalam jual beli minuman beralkohol secara <i>Online</i> di tokopedia</li> </ol>	Memiliki persamaan objek pembahasan mengenai jual beli minuman keras secara <i>Online</i>	Pada penelitian ini berfokus mengenai kedudukan dan akibat hukum dalam melakukan jual beli minuman keras secara <i>Online</i> melalui tokopedia, sedangkan dalam penelitian yang penulis tulis ini berfokus pada perlindungan bagi konsumen minuman keras jual beli <i>Online</i> , serta apakah jual beli minuman keras dalam platform facebook telah sesuai dengan syarat sah pasal 1320 KUHPerdara
2.	Dwipantara Agung Prasetyo Adrian, Tinjauan Sosio Yuridis Terhadap Penjualan Minuman Keras Tradisional di Kabupaten Sikka. 2023	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana paradigma masyarakat Kabupaten Sikka terhadap penjualan minuman keras tradisional</li> <li>2. Faktor-faktor apa yang menyebabkan masyarakat Kabupaten Sikka masih menjual minuman keras tradisional pasca diterbitkan aturan mengenai pengawasan dan pengendalian miras</li> </ol>	Persamaan pada penelitian ini yaitu membahas mengenai jual beli minuman keras	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis tulis yaitu dalam penelitian ini menggunakan metode empiris sedangkan dalam penelitian penulis menggunakan metode normatif

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

## 1.6 Tinjauan Pustaka

### 1.6.1 Tinjauan Umum Perjanjian

#### 1.6.1.1 Definisi Perjanjian

Perjanjian merupakan suatu perbuatan hukum yang melahirkan terjadinya perikatan, perjanjian adalah kesepakatan yang dilakukan oleh keduabelah pihak atau lebih baik secara lisan maupun tertulis dan mempunyai akibat hukum yang mengikat para pihak. Suatu perjanjian dapat dikatakan sah menurut hukum setelah memenuhi syarat sahnya perjanjian yang telah diatur di dalam KUHPerdara<sup>8</sup>. Pada Pasal 1313 KUHPerdara menjelaskan bahwa perjanjian merupakan suatu perbuatan dimana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.

Sedangkan perjanjian diartikan secara luas memiliki pengertian yang sangat luas namun dalam hal ini perjanjian hanya membahas perjanjian kebendaan, namun jika diartikan secara sempit yaitu perjanjian merupakan persetujuan dengan mana dua pihak atau lebih saling mengikatkan diri untuk melaksanakan suatu hal yang bersifat kebendaan di bidang harta kekayaan<sup>9</sup>. Sementara pengertian perjanjian menurut Sudikno Mertokusumo yaitu perjanjian merupakan perbuatan yang

---

<sup>8</sup> Sari, N. R, "Komparasi Syarat Sah Nya Perjanjian Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Dan Hukum Islam", *Jurnal Repertorium*, 2017, 4(2), h. 8

<sup>9</sup> Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perdata Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2019, h. 289-290

didasarkan pada perjanjian dimana seseorang atau lebih saling mengikatkan dirinya untuk menimbulkan akibat hukum<sup>10</sup>.

### 1.6.1.2 Unsur-Unsur Perjanjian

#### 1. Unsur *Essensialia*

Suatu perjanjian ditentukan secara mutlak oleh unsur ini, unsur *essensialia* merupakan unsur yang mutlak dalam suatu perjanjian. Jika tidak terdapat adanya unsur ini maka suatu perjanjian tersebut dianggap tidak sah atau dianggap tidak pernah ada. Unsur ini adalah unsur yang mempunyai sifat esensial yang menyebabkan terciptanya perjanjian, mengenai apa saja unsur essential ini dapat dilihat pada pasal 1320 KUHPerdara yang juga merupakan Syarat sahnya dari suatu perjanjian<sup>11</sup>.

#### 2. Unsur *Naturalia*

Pada perjanjian, unsur *Naturalia* ini diatur dalam undang-undang, namun para pihak boleh saja menyingkirkan atau menggantinya. Ketentuan undang-undang dalam hal ini bersifat mengatur atau menambah (*regelend* atau *aanvullendrecht*)<sup>12</sup>.

#### 3. Unsur *Accidentalia*

---

<sup>10</sup> Pandu, *Hukum Perjanjian: Pengertian, Syarat Sah, Asas, dan Macam-Macamnya*, Gramedia Online, <https://www.gramedia.com/literasi/hukum-perjanjian/>, Diakses pada 20 November 2023 Pukul 21:44 WIB

<sup>11</sup> I Ketut Oka Setiawan, *Hukum Perikatan*, Sinar Grafika, Jakarta, 2020, h. 43

<sup>12</sup> Abdullah, M. Z, "Kajian Yuridis Terhadap Syarat Sah Dan Unsur-Unsur Dalam Suatu Perjanjian", *Lex Specialist*, 2018. (11), h. 20-25

Pada perjanjian, unsur *Accidentalialia* hampir sama seperti unsur *Natualialia* yang sifatnya penambahan para pihak dan undang-undang (hukum) sendiri tidak menegatur terkait dengan hal tersebut. Contoh dalam unsur ini misalnya dalam perjanjian jual beli, benda-benda pelengkap bisa saja ditiadakan.

### 1.6.1.3 Asas-Asas Perjanjian

#### 1. Asas Kebebasan Berkontrak

Pada asas kebebasan berkontrak yakni setiap orang mempunyai hak untuk kebebasan melakukan perjanjian apapun, baik yang sudah diatur maupun belum diatur didalam Undang-Undang, namun kebebasan tersebut dibatasi oleh tiga hal, yaitu tidak dilarang oleh Undang-Undang, tidak bertentangan dengan kepentingan Umum, tidak bertentangan dengan kesusilaan<sup>13</sup>.

#### 2. Asas *Konsesualisme*

Arti dari asas ini yaitu perjanjian dianggap terjadi Ketika terjadinya kata sepakat (*consensus*) antara para pihak mengenai pokok-pokok objek perjanjian tersebut. Sejak saat itu juga perjanjian tersebut mengikat dan mempunyai akibat

---

<sup>13</sup> Abdulkadir Muhammad, *op.cit.*, h. 295

hukum bagi para pihak. Menurut pasal ini kesepakatan dapat dilakukan secara lisan maupun secara tertulis<sup>14</sup>.

### 3. Asas Kepribadian

Asas keribadian diatur di dalam Pasal 1315 jo. Pasal 1340 KUHPerdara. Pengertian dari asas ini yaitu perjanjian hanya mengikat bagi para pihak yang mengikatkan diri pada perjanjian. Pada Pasal 1340 KUHPerdara juga dijelaskan mengenai asas kepribadian yang berbunyi “persetujuan-Persetujuan hanya berlaku antara pihak-pihak yang mengikatkan<sup>15</sup>.

### 4. Asas *Pacta Sunt Servanda*

*Pacta Sunt Servanda* merupakan asas yang berarti bahwa perjanjian yang telah disepakati secara sah berlaku sebagai Undang-Undang bagi para pihak yang melakukan kesepakatan. Asas ini diatur didalam pasal 1338 (1) KUHPer yang berbunyi:

“Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi yang membuatnya.”

### 5. Asas Itikad Baik

Pada asas ini menegaskan bahwa dalam melakukan perjanjian harus dilandasi dengan itikat baik bagi para pihak.

---

<sup>14</sup> *Ibid* h. 296

<sup>15</sup> I Ketut Oka Setiawan, *op.cit*, h. 47

Setiap individu harus menanamkan itikad baik dalam hati sebelum melakukan perjanjian. Dengan adanya itikad baik dalam melakukan perjanjian maka tidak akan terjadi kerugian bagi para pihak. Asas itikad baik diatur didalam Pasal 1338 (3) KUHPerdara yang berbunyi:

”Perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik.”

#### **1.6.1.4 Syarat Sah Perjanjian**

Syarat sah perjanjian merupakan bentuk fondasi awal untuk terciptanya suatu perjanjian yang sah secara hukum. Perjanjian dapat dilakukan secara sah menurut hukum harus memenuhi beberapa syarat-syarat yang telah diatur oleh hukum dan harus dipenuhi oleh para pihak yang akan melakukan perjanjian.

Ketentuan terkait syarat sahnya suatu perjanjian di Indonesia diatur di dalam Pasal 1320 KUHPerdara, dalam pasal ini terdapat ada 4 syarat sah suatu perjanjian. Syarat sah pertama dan kedua berkenaan mengatur mengenai subjek dalam perjanjian atau disebut syarat subjektif. Syarat ketiga dan keempat berkenaan mengatur mengenai objek dalam perjanjian atau yang disebut syarat objektif. Perbedaan kedua syarat tersebut berkaitan dengan masalah batalnya suatu perjanjian. Jika dalam suatu perjanjian tidak terpenuhinya syarat subjektif maka perjanjian tersebut dapat dibatalkan, namun jika tidak

terpenuhinya syarat objektif maka perjanjian akan batal demi hukum<sup>16</sup>.

### 1. Kesepakatan

Perjanjian dapat terjadi ketika telah terdapat adanya kata sepakat dari para pihak yang melakukan perjanjian. Kesepakatan menjadi syarat pertama untuk tercapainya suatu perjanjian. Sehingga perjanjian dianggap sah jika para pihak telah melakukan kesepakatan.

Pengertian kesepakatan menurut Badruzaman pengertian sepakat dituliskan sebagai pernyataan kehendak yang disetujui oleh kedua belah pihak. Pihak yang menawarkan dinamakan tawaran (*offerte*), sedangkan pihak yang menerima tawaran dinamakan akseptasi (*acceptatie*)<sup>17</sup>.

### 2. Kecakapan

Para pihak yang melakukan perjanjian haruslah cakap menurut hukum sesuai dengan yang telah diatur didalam Undang-Undang. Semua orang berhak dan cakap untuk melakukan perjanjian, namun pada pasal 1330 KUHPerdara menyebutkan orang-orang yang dinyatakan tidak cakap menurut hukum. Pada Pasal 1330 KUHPerdara menjelaskan:

Yang tak cakap untuk membuat persetujuan adalah;

1. anak yang belum dewasa;
2. orang yang ditaruh di bawah pengampuan;

---

<sup>16</sup> Gumanti. R, " Syarat Sahnya Perjanjian (Ditinjau dari KUHPerdara)", *Jurnal Pelangi Ilmu*, 2012, 5(01), h.

<sup>17</sup> I Ketut Oka Setiawan, *op.cit*, h. 61

3. perempuan yang telah kawin dalam hal-hal yang ditentukan undang-undang dan pada umumnya semua orang yang oleh undang-undang dilarang untuk membuat persetujuan tertentu.

### 3. Hal tertentu

Suatu perjanjian harus terdapat adanya hal tertentu, maksud dari hal tertentu tersebut adalah objek. Jadi, dalam melakukan perjanjian haruslah ada objek yang jelas didalamnya dan sekurang-kurangnya dapat ditentukan. Objek pada perjanjian telah ditegaskan di dalam Pasal 1333 KUHPerdara yang berbunyi:

“Suatu persetujuan harus mempunyai pokok berupa suatu barang yang sekurang-kurangnya ditentukan jenisnya. Jumlah barang itu tidak perlu pasti, asal saja jumlah itu kemudian dapat ditentukan atau dihitung.”

### 4. Klausula halal

Syarat yang keempat merupakan syarat yang objektif, dalam melakukan perjanjian diperlukan adanya kausa halal. Yurisprudensi menafsirkan kausa sebagai isi atau maksud dari perjanjian. Adakalanya suatu perjanjian tanpa sebab atau dibuat karena sesuatu sebab yang palsu atau terlarang. Sebab terlarang di sini maksudnya adalah sebab yang dilarang oleh undang-undang, kesusilaan, atau ketertiban umum. Perjanjian tersebutlah yang tidak mempunyai kekuatan dan tidak sah secara hukum<sup>18</sup>.

---

<sup>18</sup> *Ibid* h. 69

### **1.6.1.5 Pihak-Pihak dalam Perjanjian**

Pihak-pihak yang termasuk didalam perjanjian merupakan para pihak yang melakukan atau membuat suatu perjanjian dan mengikatkan diri melalui kesepakatan yang telah dilakukan terhadap perjanjian yang dibuat, contoh dalam jual beli, pihak-pihaknya terdiri dari penjual dan pembeli yang telah melakukan kesepakatan. Namun tidak menutup kemungkinan pihak-pihak dalam perjanjian terdapat adanya pihak ketiga.

## **1.6.2 Tinjauan Umum Jual Beli**

### **1.6.2.1 Definisi Jual Beli**

Jual beli merupakan proses transaksi antara dua belah pihak terkait dengan pergantian hak kebendaan. Jual beli dilakukan oleh dua belah pihak dimana pihak yang satu memberikan barang dan pihak lain melakukan pembayar barang dengan harga sesuai dengan yang disepakati bersama<sup>19</sup>.

Berdasarkan ketentuan pasal 1457 KUH Perdata, Jual Beli ditegaskan sebagai suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan<sup>20</sup>.

Menurut Subekti jual beli dikatakan suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengikat dirinya untuk

---

<sup>19</sup> *Ibid* h. 158

<sup>20</sup> *Ibid*

menyerahkan hak milik atas suatu barang dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan<sup>21</sup>.

#### **1.6.2.2 Hak dan Kewajiban Penjual**

Penjual sebagai salah satu pihak dalam perjanjian jual beli mempunyai hak dan kewajiban yang harus terpenuhi. Adapun hak dan kewajiban penjual menurut KUHPerdato, sebagai berikut:

1. Hak untuk Menerima Pembayaran (Pasal 1457 KUHPerdato):  
Penjual berhak menerima pembayaran sesuai dengan kesepakatan harga yang telah disepakati.
2. Hak atas Barang yang Dijual (Pasal 1458 KUHPerdato):  
Penjual memiliki hak atas barang yang dijual sampai pembeli membayar secara penuh, yang dikenal sebagai hak retensi atau hak pemegangan.
3. Kewajiban Menyerahkan Barang (Pasal 1459 KUHPerdato):  
Penjual wajib menyampaikan barang kepada pembeli sesuai dengan perjanjian.
4. Kewajiban Jaminan (Pasal 1467 KUHPerdato): Penjual berkewajiban memberikan jaminan atau kepastian atas kualitas barang yang dijual.

---

<sup>21</sup> *Ibid*

5. Kewajiban Memberikan Bukti (Pasal 1467 KUHPerdara):  
Penjual wajib memberikan bukti atau tanda terima kepada pembeli sebagai bukti transaksi<sup>22</sup>.

### **1.6.2.3 Hak dan Kewajiban Pembeli**

Pembeli adalah seseorang yang melakukan pembelian atas barang dan jasa. Namun, sebelum melakukan pembelian atas barang atau jasa, pembeli sendiri memiliki hak dan juga kewajiban yang harus dipenuhi yang sudah tertulis didalam KUHPerdara, sebagai berikut:

1. Hak untuk Menerima Barang (Pasal 1473 KUHPerdara):  
Pembeli memiliki hak untuk menerima barang yang sesuai dengan perjanjian.
2. Hak untuk Menuntut Ganti Rugi (Pasal 1484 KUHPerdara):  
Jika barang tidak sesuai dengan kualitas atau spesifikasi yang disepakati, pembeli memiliki hak untuk menuntut ganti rugi.
3. Hak untuk Menunda Pembayaran (Pasal 1503 KUHPerdara):  
Jika barang tidak sesuai, pembeli dapat menunda pembayaran atau menegosiasikan kembali harga.
4. Kewajiban Pembayaran (Pasal 1493 KUHPerdara): Pembeli memiliki kewajiban untuk membayar harga jual sesuai dengan perjanjian.

---

<sup>22</sup> Mondoringin, J. F, "Tinjauan Hukum Tentang Hak dan Kewajiban Penjual dan Pembeli Dalam Perjanjian Jual Beli Menurut KUH-Perdata", *LEX PRIVATUM*, 2023,12(3), h.

5. Kewajiban Menerima Barang (Pasal 1474 KUHPerdara):  
Pembeli wajib menerima dan membayar barang sesuai dengan perjanjian.
6. Kewajiban Memberikan Bukti (Pasal 1493 KUHPerdara):  
Pembeli wajib memberikan bukti atau tanda terima pembayaran<sup>23</sup>.

#### **1.6.2.4 Syarat Sah Jual Beli**

##### **1. Kesepakatan Para Pihak**

Pada proses jual beli harus terdapat adanya kesepakatan terlebih dahulu. Kedua belah pihak, antara penjual dan pembeli harus menyepakati dan menyetujui bersama terkait barang yang dijual dan harga barang tersebut, serta syarat-syarat lain yang berkaitan dengan jual beli tersebut.

##### **2. Kemampuan Untuk Berkontrak**

Para pihak yang terlibat antara perjanjian jual beli harus sesuai dengan ketentuan yang diatur Undang-Undang dalam membuat kontrak. Hal ini dibutuhkan agar perjanjian yang akan dilaksanakan tidak bertentangan dengan Undang-Undang dan mempunyai status sah menurut hukum.

##### **3. Objek yang Dijual**

Pada saat melakukan jual beli harus jelas mengenai objek jual belinya. Penjual harus memberikan penjelasan

---

<sup>23</sup> *Ibid*

mengenai apa yang dijual dan penjelasan lebih rinci mengenai objek/produk yang dijual tersebut sehingga pembeli mengetahui secara jelas.

#### 4. Harga yang Dijual

Perjanjian jual beli antara kedua belah pihak, Penjual dalam hal ini harus memberikan harga sesuai dengan kualitas objek yang diperjualkan, sedangkan pihak pembeli harus membayar harus sesuai juga dengan yang telah disepakati bersama.

#### 5. Tujuan yang Halal

Pada jual beli objek tersebut harus diperjualbelikan dengan tujuan yang halal. Selain itu, mempertegas bahwa objek yang diperjualbelikan tersebut sah dan tidak bertentangan dengan hukum ataupun norma-norma moral yang berlaku.

#### 6. Kesesuaian dengan Hukum dan Peraturan

Perjanjian jual beli antara kedua belah pihak, harus sesuai dengan hukum dan peraturan yang ada di suatu wilayah tempat suatu perjanjian diadakan. Sehingga dalam melakukan jual beli tidak boleh bertentangan dengan Peraturan Perundang-Undangan agar sah menurut hukum yang berlaku.

#### 7. Bentuk yang Sesuai

Penjual dalam memberikan barang kepada pembeli, bentuk barang tersebut harus sesuai dengan apa yang telah disepakati di awal perjanjian jual beli.

#### **1.6.2.5 Definisi Jual Beli *Online***

Jual beli *Online* merupakan transaksi jual beli yang dilakukan melalui platform atau sosial media. Pihak penjual dan juga pembeli dapat berinteraksi tanpa bertemu secara langsung. Kedua belah pihak dapat berinteraksi secara *Online* dan dapat melakukan penawaran juga pembayaran secara elektronik. Menurut Alimin mendefinisikan jual beli *Online* sebagai satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik<sup>24</sup>.

#### **1.6.2.6 Dasar Hukum Jual Beli *Online* di Indonesia**

Memahami ketentuan peredaran minuman keras tentunya sangat diperlukan. Hal ini terkait dengan klasifikasi ketentuan dan juga syarat-syarat peredaran. Klasifikasi dapat mencakup berbagai aspek seperti kadar alkohol, jenis minuman, dan aturan produksi. Syarat-syarat peredaran mencakup standar keamanan, labeling yang jelas, dan pemenuhan persyaratan perpajakan.

---

<sup>24</sup> Ahliwan Ardhinata dan Sunan Fanani, "Keridhaan (Antaradhin) Dalam Jual Beli *Online* (Studi Kasus UD. Kuntajaya Kabupaten Gresik)", *Fakultas Ekonomi dan Bisnis – Universitas Airlangga*, JESTT Vol. 2 No. 1 Januari 2015, h. 5

selain itu, dengan adanya beberapa peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang peredaran minuman keras di Indonesia, yang diharapkan dapat menjaga keamanan dalam peredaran minuman keras. berikut merupakan peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang peredaran minuman keras di Indonesia:

1. Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik:

Dalam UU ITE mencakup aspek hukum transaksi elektronik salah satunya yaitu jual beli *Online*.

2. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

UU Perlindungan Konsumen memberikan perlindungan hukum kepada konsummen, termasuk yang melakukan jual beli secara *Online*.

3. Peraturan Pemerintah No. 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, selanjutnya disebut dengan PP ITE.

PP ITE memberikan ketentuan lebih lanjut terkait transaksi elektronik dan keamanan dalam melakukan jual beli *Online*.

4. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 50 Tahun 2018 tentang Penyelenggaraan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Permen ini merupakan peraturan yang mengatur mengenai perdagangan yang melalui sistem elektronik, mencakup aspek jual-beli *Online*.

### **1.6.3 Tinjauan Umum Minuman Keras**

#### **1.6.3.1 Definisi Minuman Keras**

Minuman keras ialah segala jenis minuman yang memabukkan, sehingga dengan meminumnya menjadi hilang kesadarannya, yang termasuk minuman keras seperti arak (khamar) minuman yang banyak mengandung alkohol, seperti wine, whisky, brandy, champagne, malaga dan lain-lain. Minuman beralkohol adalah minuman yang mengandung etanol. Etanol adalah bahan psikoaktif dan konsumsinya menyebabkan penurunan kesadaran<sup>25</sup>.

Minuman keras dalam penjelasan pasal 537 KUHP, minuman keras adalah minuman yang mengandung alkohol yang dapat memabukkan. Jadi minuman keras adalah bahan yang mengandung alkohol, memabukkan, berbahaya bagi akal dan fisik manusia. Bahayanya berdampak terhadap keluarga

---

<sup>25</sup> Nurbiyati, T, *op.cit*, h. 186-191

(istri maupun anak-anak), juga bagi bangsa dan negara baik secara spiritual, material, maupun moral<sup>26</sup>.

Menurut hukum Islam minuman keras tidak selalu merujuk pada alkohol. Yang disebut Khamr adalah segala sesuatu minuman dan makanan yang bisa menyebabkan mabuk, seperti dijelaskan dalam hadits berikut : “Setiap yang memabukkan berarti khamr, dan setiap khamr hukumnya haram<sup>27</sup>

#### **1.6.3.2 Dampak Minuman Keras**

Minuman keras seringkali digunakan sebagai minuman untuk hiburan atau menghilangkan rasa stress agar mendapatkan suatu ketenangan. Namun seringkali diabaikan mengenai dampak-dampak yang diperoleh dari kandungan yang terdapat di dalam minuman keras. Konsumsi minuman keras sedikit maupun berlebihan akan menimbulkan rasa kecanduan yang akan berakibat pada Kesehatan. Selain itu, minuman keras juga bisa menjadi pemicu permasalahan social. Terdapat beberapa dampak yang akan muncul karena mengkonsumsi minuman keras, antara lain:

---

<sup>26</sup> Nasrudin, K, “Penegakan Hukum Secara Terpadu Terhadap Tindak Pidana Peredaran Minuman Keras”, *Jurnal Hukum Khaira Ummah*, 2017, 12(4), h. 933-942

<sup>27</sup> *Ibid*

### 1. Kecanduan

Minuman keras dapat membuat orang menjadi kecanduan, hal ini didasarkan dengan kandungan zat alcohol yang didalamnya dapat merangsang otak dan menciptakan efek ketergantungan. Ketika seseorang sering minum minuman keras dalam jangka waktu terus-menerus secara rutin, maka dia akan mengalami kecanduan. Akan ada selalu keinginan untuk minum minuman keras dalam jumlah yang lebih besar setiap harinya.

### 2. Kesehatan

Bagi seorang peminum minuman keras mempunyai resiko gangguan Kesehatan otak dan Kesehatan fisik. Pertama, dampak bagi kesehatan fisik konsumen yaitu dapat menyebabkan kerusakan hati, jantung, pankreas, dan peradangan lambung, otot syaraf, gangguan metabolisme pada tubuh, cacat kelamin, impoten, dan gangguan seks lainnya. Kedua, dampak bagi Kesehatan jiwa konsumen yaitu dapat merusak jaringan otak secara permanen yang dapat membuat penurunan daya ingat dan gangguan jiwa serta dapat mengakibatkan kematian<sup>28</sup>.

### 3. Sosial

---

<sup>28</sup> Rizal, M. C, *op.cit*

Pada dasarnya minuman keras merupakan perbuatan yang menyimpang dan tercela, dalam sudut pandang Masyarakat banyak yang menilai negatif terhadap minuman keras. Bagi seorang peminum minuman keras dapat menimbulkan dampak kepada orang sekitar sebagai bentuk contoh Tindakan yang tidak baik dan dapat dijadikan contoh buruk bagi generasi muda. Selain itu dampak yang terjadi yaitu dapat memicu keributan dan pertengkaran tentunya sangat mengganggu keamanan dan ketertiban masyarakat setempat apalagi di malam hari yang menyebabkan ketidaknyamanan masyarakat<sup>29</sup>.

Salah satu dampak lain yang diakibatkan yaitu dapat memperburuk jati diri peminum dan dapat merusak harkat martabat nama keluarga. Dengan meminum minuman keras akan menimbulkan pandangan yang buruk dari Masyarakat sekitar mengenai perbuatan menyimpang yang dilakukan tersebut.

### **1.6.3.3 Klasifikasi Minuman Keras**

Terdapat adanya aturan mengenai klasifikasi golongan minuman keras yang didasarkan oleh kandungan yang ada di dalam minuman tersebut. Pada Pasal 3 Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2013 tentang Pengendalian dan Pengawasan Minuman

---

<sup>29</sup> Bali, H. R, "Dampak Sosial Minuman Keras" *Jurnal Neo Societal*, 2019, h.

Beralkohol telah ditetapkan terdapat ada 3 golongan minuman keras berdasarkan isi kandungan di dalam minuman tersebut, berikut merupakan klasifikasi golongan minuman keras berdasarkan kandungannya:

#### 1. Golongan A

Minuman keras yang termasuk kedalam golongan A merupakan minuman keras yang memiliki kandungan etanol (C<sub>2</sub>H<sub>5</sub>OH) sebanyak 1% (satu perseratus) sampai dengan 5% (lima perseratus). Ketika mengkonsumsi minuman keras golongan A belum menyebabkan mabuk, tetapi dampak minuman keras golongan A tetap tidak baik bagi Kesehatan. Jenis minuman keras yang termasuk dalam golongan A antara lain, Shandy, Minuman ringan beralkohol, Bir/Beer, Lager, Ale, Hitam/Stout, Low Alcohol Wine, Minuman Beralkohol Berkarbonasi, Anggur Brem Bali<sup>30</sup>.

#### 2. Golongan B

Minuman keras golongan B merupakan minuman keras yang memiliki kandungan etanol (C<sub>2</sub>H<sub>5</sub>OH) lebih dari 5% (lima perseratus) sampai dengan 20% (dua puluh perseratus). Dengan kandungan etanol yang lebih tinggi dari golongan sebelumnya, ketika mengkonsumsi minuman keras golongan

---

<sup>30</sup> Adrian Bobby, *Jenis Minuman Keras Berdasarkan Golongannya*, TB News <https://tribratanews.kepri.polri.go.id/2020/01/23/jenis-minuman-keras-berdasarkan-golongannya/>, 2020, Diakses pada 22 November 2023 Pukul 19:32

B dapat menyebabkan mabuk jika dikonsumsi berlebihan. Minuman keras golongan B ini juga tidak baik bagi Kesehatan.

Jenis minuman keras yang masuk ke dalam golongan B antara lain, Reduced Alcohol Wine, Wine, Sparkling Wine/Champagne, Carbonated Wine, Koktail Anggur/Wine Coktail, Quinine Tonic Wine, Meat Wine / Beef Wine, Malt Wine, Fruit Wine, Cider, Anggur Sari Buah Pir/Perry, Sake, Honey Wine/Mead, Koktail Anggur/Wine Coktail, Tuak/Toddy ,Anggur Ginseng<sup>31</sup>

### 3. Golongan C

Minuman keras tergolong dalam golongan C merupakan minuman keras yang memiliki kandungan etanol (C<sub>2</sub>H<sub>5</sub>OH) lebih dari 20% (dua puluh persen) sampai dengan 55% (lima puluh lima persen). Pada golongan C termasuk kedalam minuman keras paling tinggi sehingga sangat memabukan dan tidak baik bagi Kesehatan. Yang termasuk kedalam minuman keras golongan C meliputi Whisky/Whiskies, Rum, Gin, Geneva, Vodka<sup>32</sup>.

#### 1.6.3.4 Ketentuan Peredaran Minuman Keras

Peraturan-peraturan mengenai peredaran minuman keras di Indonesia telah diatur didalam beberapa Peraturan Perundang-

---

<sup>31</sup> *Ibid*

<sup>32</sup> *Ibid*

Undang-Undang. Berikut merupakan Peraturan Perundang-Undang yang mengatur mengenai peredaran minuman keras di Indonesia:

1. Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan
2. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan
3. Keputusan Presiden (Keppres) Nomor 3 Tahun 1997 tentang Pengawasan dan Pengendalian Minuman Beralkohol
4. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 20/M-DAG/PER/4/2014 tentang Pengendalian dan Pengawasan Terhadap Pengadaan, peredaran, dan penjualan minuman beralkohol.
5. Peraturan Menteri Perindustrian Nomor 71/MIND/PER/7/2012 tentang Pengendalian dan Pengawasan Industri Minuman Beralkohol
6. Peraturan Daerah Provinsi Jawa Timur Nomor 6 Tahun 2014 tentang Pengendalian dan Pengawasan Peredaran Minuman Beralkohol.

#### **1.6.4 Tinjauan Umum Perlindungan Konsumen**

##### **1.6.4.1 Definisi Perlindungan Konsumen**

Definisi perlindungan konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen di Indonesia, yaitu perlindungan konsumen adalah upaya hukum dan kebijakan yang bertujuan untuk melindungi hak-hak

konsumen dalam berbagai transaksi ekonomi. Undang-undang ini memberikan dasar hukum yang mengatur perlindungan terhadap konsumen dari praktik bisnis yang tidak fair, tidak jujur, atau merugikan.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ini merupakan instrumen penting dalam memberikan perlindungan hukum yang memadai bagi konsumen di Indonesia, selain itu dapat menjadi landasan penting bagi pengaturan lebih lanjut dalam mewujudkan kehidupan perekonomian jual beli di Indonesia lebih sehat.

Perlindungan konsumen sebagai pelindung hak-hak konsumen hingga masa kini masih memiliki peranan yang begitu penting. Pada masa kini perlindungan konsumen melindungi konsumen yang hak-haknya dilanggar oleh penjual dalam praktik kegiatan transaksi jual beli *Online*. Perlindungan konsumen sebagai upaya yang dirancang untuk melindungi hak-hak konsumen dengan tujuan untuk memastikan bahwa konsumen tidak dieksploitasi atau dirugikan oleh praktik bisnis yang tidak sehat.

#### **1.6.4.2 Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen**

Berdasarkan Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjelaskan terdapat adanya 5 asas-asas dalam penerapan perlindungan konsumen:

1. Asas manfaat;

Asas manfaat mempunyai artian, yaitu untuk mengamanatkan bahwa segala bentuk upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus mempunyai nilai-nilai kemanfaatan sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

2. Asas keadilan<sup>33</sup>;

Asas keadilan mempunyai artian, yaitu untuk memastikan agar partisipasi seluruh rakyat dapat dipastikan secara maksimal serta memberikan kesempatan bagi konsumen dan juga pelaku usaha dalam memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.<sup>34</sup>

3. Asas keseimbangan;

Asas keseimbangan mempunyai artian, yaitu perlindungan konsumen agar mampu memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual.<sup>35</sup>

4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen;

Asas kewanan dan keselamatan konsumen mempunyai artian, bahwa perlindungan konsumen harus mampu memberikan jaminan mengenai keamanan dan juga

---

<sup>33</sup> Ahmadi Miru & Sutraman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Pers, Jakarta, 2015.

<sup>34</sup> Ibid

<sup>35</sup> Ibid

keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan jasa yang dikonsumsi atau digunakan<sup>36</sup>.

5. Asas kepastian hukum.

Asas kepastian hukum mempunyai artian, bahwa setiap pelaku usaha ataupun konsumen agar dapat menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen, selain itu negara harus mampu menjamin kepastian hukum<sup>37</sup>.

Adapun tujuan dari perlindungan konsumen, yaitu tertuang dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pada pasal ini, perlindungan konsumen mempunyai tujuan untuk meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk dapat melindungi diri. Selanjutnya dengan adanya perlindungan konsumen diharapkan dapat mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menjauhkan dari eksese negative pemakaian barang dan jasa. Selain itu tujuan perlindungan konsumen ingin memberdayakan konsumen agar dapat memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen<sup>38</sup>.

---

<sup>36</sup> ibid

<sup>37</sup> ibid

<sup>38</sup> ibid

Perlindungan konsumen dalam pasal 3 memiliki tujuan untuk dapat menciptakan sistem perlindungan konsumen yang memiliki kepastian hukum serta keterbukaan informasi dan akses untuk mendapatkan informasi. Dengan adanya perlindungan konsumen dicita-citakan dapat menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga dapat menumbuhkan sikap jujur dan bertanggung jawab dalam melakukan bisnis usaha. Tujuan yang terakhir dalam pasal ini, yaitu perlindungan konsumen dapat meningkatkan kualitas barang atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan jasa, Kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen<sup>39</sup>.

#### **1.6.4.3 Hak Dan Kewajiban Perlindungan Konsumen**

Pelaku usaha dan konsumen merupakan para pihak yang saling berkaitan dalam melaksanakan kegiatan transaksi jual beli. Pelaku usaha dan konsumen dalam proses pelaksanaan transaksi jual beli mempunyai hak dan kewajiban untuk mendukung kelancaran proses jual beli dengan cara yang baik dan jujur. Hak konsumen diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang No 9 Tahun 1999 yang berisi :

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, keselamatan dalam mengonsumsi barang atau jasa

---

<sup>39</sup> ibid

- b. Hak untuk memilih dan mendapatkan isi produk
- c. Hak untuk memperoleh informasi terkait produk yang akan dibeli
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang atau jasa yang digunakan
- e. Hak untuk memperoleh advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian
- f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan mengenai konsumen
- g. Hak untuk diperlakukan baik dan benar
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian
- i. Hak-hak yang juga diatur didalam peraturan perundang-undangan lainnya.

Selain mengenai pemenuhan hak, konsumen juga mempunyai kewajiban yang harus di penuhi dalam proses jual beli, kewajiban konsumen diatur pada pasal 5 Nomor 9 Tahun 1999 yang memiliki artian:

- a. Konsumen wajib membaca dan mengikuti petunjuk prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan atau jasa demi keamanan dan keselamatan.
- b. Konsumen dalam melakukan transaksi jual beli harus mempunyai itikad baik

- c. Melakukan pembayaran sesuai dengan harga yang telah disetujui
- d. Mengikuti upaya penyelesaian sengketa hukum perlindungan konsumen secara patut.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen didalamnya tidak hanya mengatur mengenai hak dan kewajiban konsumen, dalam pasal 6 dan Pasal 7 memberikan penjelasan pengaturan mengenai hak dan kewajiban pelaku usaha dalam penerapan perlindungan konsumen pada praktik transaksi jual beli, hak dan kewajiban antara lain :

#### Hak-Hak pelaku usaha

- a. Pelaku usaha mempunyai hak untuk menerima pembayaran atas barang yang dijual sesuai dengan yang telah disepakati
- b. Pelaku usaha mempunyai hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang mempunyai itikad tidak baik
- c. Pelaku usaha mempunyai hak untuk dapat melakukan pembelaan diri ketika dalam penyelesaian sengketa konsumen
- d. Pelaku usaha mempunyai hak untuk mendapatkan rehabilitasi nama baik apabila terbukti tidak bersalah
- e. Hak-hak yang diatur didalam peraturan perundang-undangan lainnya

### Kewajiban Pelaku Usaha

- a. Pelaku usaha berkewajiban untuk mempunyai itikad baik dalam menjalankan usahanya
- b. Pelaku usaha berkewajiban untuk memberikan informasi yang benar secara detail dan jujur terkait barang atau jasa yang ditawarkan
- c. Pelaku usaha berkewajiban untuk melayani konsumen dengan baik dan benar
- d. Pelaku usaha wajib untuk menjamin mutu barang atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan ketentuan standart mutu yang berlaku
- e. Pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji atau mencoba barang /jasa yang ditawarkan, selain itu pelaku usaha harus memberikan garansi terkait barang/jasa yang ditawarkan
- f. Pelaku usaha berkewajiban memberikan kompensasi ganti rugi atau penggantian apabila barang yang dijual tidak dapat digunakan sesuai yang telah diperjanjikan.

## **1.7 Metode Penelitian**

### **1.7.1 Jenis Penelitian**

Jenis Penelitian yang digunakan oleh penulis pada penelitian ini yaitu Normatif atau Yuridis-Normatif. Penelitian hukum Normatif menurut Peter Mahmud Marzuki, penelitian hukum normatif adalah

suatu proses untuk menemukan suatu aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi<sup>40</sup>. Pada penelitian Normatif peran peneliti adalah untuk mendeskripsikan sebuah norma hukum dan bagaimana hukum itu berlaku. Dalam melakukan itu, peneliti juga dapat memberikan analisis hukum untuk menunjukkan bagaimana ia berkembang dalam hal penalaran yudisial dan pemberlakuannya secara legislatif<sup>41</sup>.

Penelitian hukum Normatif mengkaji hukum positif yang digunakan sebagai acuan dalam penyelesaian permasalahan. Peneliti dalam hal ini berupaya mengumpulkan dan kemudian menganalisis hukum, berikut dengan norma-norma hukum yang relevan<sup>42</sup>.

Pada metode penelitian ini penulis menggunakan pendekatan berupa:

#### 1. Pendekatan Perundang-Undangan

Pendekatan ini dilakukan dengan cara menelaah beberapa peraturan perundang-undangan dan regulasi di Indonesia yang berkaitan dan relevan dengan isu hukum yang sedang diteliti.

#### 2. Pendekatan Kasus

Pendekatan kasus yaitu dengan cara memahami mengenai isu hukum yang akan dilakukan penelitian, dalam penelitian ini penulis

---

<sup>40</sup> Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Kencana Prenada, Jakarta, 2010, h. 35.

<sup>41</sup> Tan, D, "Metode Penelitian Hukum: Mengupas Dan Mengulas Metodologi Dalam Menyelenggarakan Penelitian Hukum", *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 2021, 8(8), h. 2463-2478.

<sup>42</sup> *Ibid*

mengambil isu hukum mengenai Perlindungan bagi Konsumen Produk Minuman Keras yang Menggunakan Transaksi Melalui Platform Facebook.

### 3. Pendekatan analitis

Pendekatan analitis merupakan hasil dari pemikiran penulis mengenai isu hukum yang diteliti oleh penulis yang dikaitkan dengan Peraturan Perundang-Undangan dan regulasi di Indonesia. Hasil dari pemikiran penulis tersebut di konsepkan untuk memecahkan permasalahan mengenai isu hukum sehingga menghasilkan kesimpulan yang dapat memecahkan permasalahan isu hukum yang dibahas dalam penelitian.

#### **1.7.2 Sumber Data Penelitian**

Dari data penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum normatif, maka data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari dokumen-dokumen resmi dan buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian, hasil penelitian dalam bentuk laporan, skripsi, tesis, disertasi, dan peraturan perundang-undangan sekunder tersebut dapat dikategorikan bahan-bahan hukum antara lain sebagai berikut:

##### 1. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang digunakan oleh penulis dalam penelitian menggunakan beberapa peraturan perundang-undangan dan regulasi di Indonesia yang

berkaitan dan relevan dengan isu hukum yang sedang di teliti, meliputi:

A. Undang-Undang

- 1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
- 2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- 3) Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.
- 4) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- 5) Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan
- 6) Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan

B. Perundang-Undangan

- 1) Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik
- 2) Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2013 tentang Pengendalian dan Pengawasan Minuman beralkohol
- 3) Peraturan Menteri Perindustrian Nomor 71/MIND/PER/7/2012 tentang Pengendalian dan Pengawasan Industri Minuman Beralkohol
- 4) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 20/M-DAG/PER/4/2014 tentang Pengendalian dan Pengawasan

Terhadap Pengadaan, peredaran, dan penjualan minuman beralkohol.

- 5) Peraturan Daerah Provinsi Jawa Timur Nomor 6 Tahun 2014 tentang Pengendalian dan Pengawasan Peredaran Minuman Beralkohol

## 2. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder merupakan bahan hukum yang digunakan oleh penulis untuk menambah wawasan dan penjelasan mengenai bahan hukum primer dalam melakukan penelitian, barang hukum sekunder seperti buku hukum, jurnal hukum, doktrin hukum yang berasal dari ahli-ahli hukum, penelitian hukum yang berkaitan dengan isu penelitian, dan wawancara.<sup>43</sup>

## 3. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier merupakan bahan hukum pelengkap yang digunakan penulis dalam penelitian sebagai petunjuk atau penjelasan tambahan mengenai bahan hukum primer dan sekunder. Contoh dari bahan hukum tersier seperti kamus hukum, ensiklopedia hukum, Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).

### 1.7.3 Metode Pengumpulan Data

Usaha penulis untuk mengumpulkan bahan hukum yang digunakan dalam penelitian skripsi ini diperoleh melalui dua cara, yaitu:

---

<sup>43</sup> Muhaimin. 2020. *Metode Penelitian Hukum*. Mataram University Press:Mataram-NTB, h. 80.

## 1. Studi Pustaka

Studi kepustakaan merupakan suatu pengumpulan data dengan cara membaca atau mempelajari berbagai jenis literatur bahan bacaan diantaranya, buku, makalah, majalah, internet, hasil penelitian serta perundang-undangan yang berhubungan dengan penelitian yang diteliti oleh penulis. Dimana semua bahan ini dijadikan sebagai landasan atau pedoman dalam penelitian.

## 2. Studi Wawancara

Wawancara merupakan suatu proses interaksi antara dua orang untuk bertukar ide, informasi atau pendapat yang dilakukan melalui tanya jawab yang dapat dikonstruksikan makna dalam suatu proses tertentu. Studi wawancara sebagai bentuk pengumpulan bahan hukum sekunder untuk menggali informasi yang lebih dalam secara langsung.

### **1.7.4 Metode Analisis Data**

Pada proses analisis data yaitu penulis melakukan analisa pengolahan data bahan hukum yang telah didapatkan dan melalui pola pikir penulis membentuk hipotesis terhadap isu hukum yang diteliti. Pada penelitian ini, Analisis Data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini yaitu analisis data deskriptif analitis, yaitu mengembangkan secara deskriptif bahan hukum yang telah didapat beserta dengan melakukan analisis isu hukum yang sedang diteliti. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan analisis kualitatif terhadap data primer, data sekunder, dan data tersier.

### 1.7.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini untuk mempermudah dalam melakukan penulisan penelitian, maka dibagi menjadi beberapa bab yang juga terdiri dari beberapa sub bab. Adapun dalam penelitian ini sistem penulisan dibagi menjadi IV (empat) bab yang diuraikan secara menyeluruh sebagai berikut:

Bab pertama, merupakan bab pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan Pustaka, dan metode penelitian. Pendahuluan ditulis dengan tujuan sebagai pengantar untuk mempermudah memahami permasalahan isu hukum yang akan dibahas didalam penelitian ini yakni terkait dengan Perlindungan Bagi Konsumen Produk Minuman Keras Yang Menggunakan Transaksi Melalui Platform Facebook.

Bab kedua, berisi mengenai uraian jawaban dari rumusan masalah pertama. Dalam bab ini membahas mengenai bagaimana bentuk perjanjian jual beli minuman keras dalam platform facebook. Pada bab ini terdapat dua sub bab, subab pertama membahas bentuk perjanjian jual beli minuman keras dalam platform facebook, subab kedua membahas perlindungan konsumen dalam jual beli minuman keras melalui platform facebook.

Bab ketiga, berisi mengenai uraian jawaban dari rumusan masalah dua. Dalam bab ini membahas mengenai apakah perjanjian jual beli minuman keras yang menggunakan facebook telah memenuhi syarat

sahnya perjanjian dalam pasal 1320 KUHPerdota. Pada bab ini memberikan analisa apakah perjanjian jual beli minuman keras dalam facebook telah memenuhi syarat sah pasal 1320 KUHPerdota

Bab keempat merupakan bab penutup, di dalam penutup ini berisi kesimpulan dan saran mengenai hasil penelitian dan pembahasan yang dijelaskan mengenai inti dari setiap permasalahan yang dibahas pada tiap bab-bab diatas.