

ABSTRAK

Salah satu yang menjadi pilihan bagi masyarakat Indonesia terutama di masyarakat kota Semarang Facebook sudah tidak asing lagi, agar Facebook memiliki fungsi selain sebagai sosial media Facebook juga memiliki fungsi sebagai Facebook *marketplace*, fitur-fitur di dalamnya terdapat barang, jasa yang diperjualbelikan di Facebook *marketplace* yang tergabung menjadi satu di aplikasi Facebook, baik Facebook lite maupun Facebook biasa. Karena Facebook juga menjadi favorit sosial media di masyarakat Semarang maka tak heran masyarakat Semarang mengenal e-commerce yang di dalam aplikasi social media ini yaitu Facebook *marketplace*.

Pokok masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana perlindungan konsumentransaksi jual beli *online* di *e-commerce*, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Bentuk-bentuk pelanggaran yang dilakukan *seller* facebook *marketplace*?
2. Bagaimana upaya perlindungan hukumnya?

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Yuridif Normatif yang merupakan penelitian yang mencoba mencari makna, pemahaman dan pengertian, kejadian kehidupan manusia dengan terlibat langsung atau tidak langsung dengan *setting* yang akan diteliti, kontekstual dan menyeluruh. Dalam penelitian kualitatif hal yang dilakukan peneliti adalah mencoba mengerti makna suatu kejadian atau peristiwa, Penelitian kualitatif menggunakan metode penalaran induktif dan sangat percaya bahwa terdapat banyak perspektif yang akan dapat diungkapkan

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa bentuk-bentuk pelanggaran yang dilakukan oleh *seller* facebook *marketplace* adalah bahwa upaya yang dilakukan pemerintah

- a. PASAL 1320 KUHPer
- b. UU PERLINDUNGAN KONSUMEN Nomor 8 Tahun 1999
- c. UU ITE No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik

Upaya masyarakat yaitu

- a. Pindah *seller*.
- b. Melaporkan cek rekening
- c. Memintak kompensasi

Dan upaya facebook *marketplace* yaitu menghapus postingan atau pemblikiran akun *seller* yang merugikan konsumen

Kata Kunci: Facebook *marketplace*, pelanggaran, perlindungan konsumen