

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan pesat dalam teknologi informasi dan komunikasi telah mentransformasi pola interaksi masyarakat, termasuk dalam aktivitas ekonomi. Perubahan menuju digitalisasi ini mendorong munculnya era perdagangan elektronik (*e-commerce*), yakni suatu model transaksi jual beli yang dapat berlangsung tanpa dibatasi oleh faktor geografis waktu.¹ Kemudahan akses, variasi produk yang melimpah, serta harga yang terjangkau membuat masyarakat semakin tertarik untuk berbelanja secara *online*. Hal ini juga ditegaskan dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang mengatur tentang sahnyanya transaksi elektronik.

Namun, di balik kemudahan ini, muncul pula berbagai risiko dan kejahatan *cyber* yang semakin canggih. Kejahatan ini tidak hanya menargetkan data pribadi, tetapi juga melibatkan penipuan finansial yang merugikan banyak pihak. Berbagai platform digital, mulai dari situs web khusus *e-commerce* hingga media sosial, kini menjadi media baru bagi para pelaku kejahatan untuk melancarkan aksinya. Pasal 28 ayat (1) Jo Pasal 45A ayat (1) UU ITE, secara jelas melarang “Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang berisi pemberitahuan bohong atau informasi menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen

¹ Edita.R.k, dkk, 2025, “*Transformasi Digital dan Pertumbuhan E-Commerce: Dampak, Peluang, dan Tantangan di Era Modern*”, Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen, Kampus Akademik Publishing, vol.3, No.2, hlm.141-142

dalam Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).”²

Masyarakat yang kurang teredukasi mengenai risiko ini menjadi sasaran empuk, sehingga kasus penipuan online terus meningkat secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Menurut data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo), sejak tahun 2017 hingga 2024, kasus penipuan *online* telah meningkat secara signifikan dengan total 572 ribu aduan nomor rekening terkait penipuan yang masuk melalui layanan cekrekening.id. Dari aduan tersebut, dominasi terbesar adalah penipuan jual beli *online* dengan 528.415 laporan, disusul oleh investasi fiktif *online* sebanyak 43.770 aduan. Data ini menunjukkan bahwa ketergantungan yang semakin tinggi pada teknologi informasi turut meningkatkan risiko keamanan *cyber*, termasuk penipuan digital. Indonesia juga menempati peringkat ke-49 dengan skor 63,64 dari 176 negara dalam hal serangan *cyber* menurut *NationalCyber Security Index* (NCSI) tahun 2023 hingga 2024, hal ini menunjukkan tingkat kamanan *cyber* Indonesia yang masih tergolong rendah.³ Oleh karena itu, situasi ini menuntut perhatian serius dalam upaya meningkatkan kesadaran keamanan *cyber* dan perlindungan bagi konsumen di ruang digital, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) Pasal 4 ayat (1) secara jelas menyatakan

² Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)

³ Fathur Rochman. (2024, September 3). Kemenkominfo terima 572 ribu aduan nomor rekening terkait penipuan. antaranews.com: <https://m.antaranews.com/berita/4304827/kemenkominfo-terima-572-ribu-aduan-nomor-rekening-terkait-penipuan>. Diakses pada 01 Agustus 2025. Pukul 22.29

“hak konsumen untuk mendapatkan kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa.”

Maraknya penipuan *online* ini menyoroti lemahnya perlindungan hukum bagi konsumen di dunia maya. Meskipun telah banyak peraturan yang mengatur tentang transaksi elektronik, implementasinya masih seringkali tertinggal dari perkembangan modus kejahatan.⁴ Umumnya, para korban penipuan *online* seringkali mengalami kesulitan untuk mendapatkan keadilan, baik dari sisi pelaporan kepada pihak berwajib maupun dari sisi pemulihan kerugian finansial. Hal ini disebabkan oleh sifat kejahatan *cyber* yang lintas batas dan anonimitas pelaku yang sulit dilacak. Akibatnya, masyarakat sering merasa pasrah dan menganggap kerugian tersebut sebagai risiko yang tak terhindarkan dalam berbelanja *online*. Kondisi ini menunjukkan adanya celah besar dalam sistem hukum kita yang belum sepenuhnya mampu beradaptasi dengan dinamika kejahatan di ruang digital. Oleh karena itu, perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* menjadi isu krusial yang harus mendapatkan perhatian serius. Perlindungan ini tidak hanya mencakup aspek pencegahan melalui edukasi, tetapi juga aspek penindakan hukum yang efektif dan pemulihan hak-hak korban.

Salah satu *platform* yang kini banyak digunakan untuk aktivitas *e-commerce* adalah *Marketplace Facebook*. *Marketplace Facebook* merupakan sebuah fitur di dalam aplikasi *Facebook* yang berfungsi sebagai pasar daring atau tempat jual beli online, yang menghubungkan langsung antara pembeli dan penjual. Di sini, pengguna bisa dengan mudah memosting barang bekas atau baru yang ingin dijual,

⁴ Maya S.N, 2025, “*Pentingnya Perlindungan Hukum Bagi Korban Tindak Pidana Penipuan dalam Proses Transaksi Jual Beli Secara Online (E-Commerce)*”. Desentralisasi: Jurnal Hukum, Kebijakan Publik, dan Pemerintahan, Vol.2, No.2, hlm.141

mulai dari pakaian, perabotan, kendaraan, hingga properti, dan pembeli dapat mencari barang-barang tersebut berdasarkan lokasi mereka, sehingga memudahkan untuk bertemu langsung atau mengatur pengiriman. Keunggulan utama *Marketplace* adalah kemudahan aksesnya karena terinteraksi langsung dengan media sosial *Facebook*, yang memiliki jutaan pengguna aktif dengan memanfaatkan jaringan pertemanan dan komunitas yang telah ada.⁵

Namun, kemudahan ini juga memiliki celah bagi tindak kejahatan, seperti modus Penipuan Segitiga. Modus ini merupakan jenis penipuan daring yang tidak hanya melibatkan dua pihak, yaitu penipu dan korban, melainkan melibatkan tiga pihak yaitu: penipu, penjual asli, dan pembeli (korban). Dimana Penipu berperan sebagai perantara atau makelar yang menghubungkan antara dua pihak dengan memanfaatkan produk dari penjual asli untuk menipu korban.⁶ Dalam hal ini, Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) Pasal 378 tentang Penipuan dapat menjadi dasar hukum yang kuat untuk menangani kasus penipuan segitiga ini, yang menyatakan “Barang siapa dengan maksud hendak menguntungkan diri sendiri atau orang lain dengan melawan hak, baik dengan memakai nama palsu atau keadaan palsu, baik dengan akal dan tipu muslihat, maupun dengan rangkaian kebohongan, membujuk orang supaya memberikan sesuatu barang, membuat utang atau menghapuskan piutang, dihukum karena penipuan dengan pidana penjara paling lama empat tahun”.⁷

⁵Canra Kartiko. (2022, Juni 28). 6 Kelebihan Berbisnis di Facebook Marketplace. Suara.com: <https://yoursay.suara.com/lifestyle/2022/06/28/121657/6-kelebihan-berbisnis-di-facebook-marketplace-cocok-untuk-pebisnis-pemula>. Diakses Pada 08 November 2025. Pukul 17.52

⁶Bimo Kresnomurt. (2025, Mei 06). Apa Itu Modus Penipuan Segitiga? Ini Cara Kerja, Ciri-ciri, dan Contohnya. kontan.co.id: <https://finansial.kontan.co.id/news/apa-itu-modus-penipuan-segitiga-ini-cara-kerja-ciri-ciri-dan-contohnya>. Diakses pada 11 Juni 2025. Pukul 12.29

⁷ Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP)

Modus penipuan segitiga bekerja dengan cara yang licik dan memanfaatkan celah kepercayaan. Berikut alur terjadinya modus penipuan segitiga di *Marketplace Facebook*: Pertama, Penipu menemukan iklan barang seperti *handphone*, laptop, mobil, motor, dan masih banyak lagi yang dijual oleh penjual asli di *Marketplace Facebook*. Kedua, Penipu akan menghubungi penjual asli dengan berpura-pura sebagai makelar atau pembeli yang memiliki orang lain (anak, teman, saudara) yang berminat membeli. Ketiga, Penipu kemudian memposting ulang iklan barang tersebut di tempat lain dengan harga yang lebih murah. Keempat, Pembeli asli akan tertarik dan menghubungi penipu, lalu membayar uang muka atau DP kepada penipu melalui via transfer, tanpa mengetahui bahwa penipu bukan pemilik asli barang. Kelima, Penipu kemudian menghubungi penjual asli untuk mengatur pengiriman barang ke pembeli asli, biasanya dengan bukti transfer palsu. Akhirnya, setelah Penipu mendapatkan uang dari pembeli asli, maka si Penipu akan langsung memblokir nomor tersebut lalu menghilang. Selain itu, pembeli asli juga telah membayar uangnya kepada pelaku yang sebenarnya bukan pemilik barang tersebut. Jadi, pelaku berhasil mendapatkan uang tanpa modal.⁸

Kasus yang menimpa Lidya Meidika (40) di Palembang menjadi contoh nyata dari Penipuan Segitiga di *Marketplace Facebook*. Kronologi kasusnya sebagai berikut: Pada 13 April 2025 Seorang Ibu Rumah Tangga (IRT) bernama Lidya Meidika (40) berniat membeli mobil bekas dan menemukan iklan di *Marketplace Facebook* dari seseorang bernama Suwandi (Pelaku/Penipu). Setelah Lidya cocok dengan harga Rp 68 Juta, Suwandi mengarahkan Lidya untuk mengecek unit mobil jenis Calya 2016 langsung ke rumah di Jalan Sileberanti Plaju, yang diakui Suwandi

⁸ Bimo Kresnomurt, Ibid

sebagai rumah kakaknya. Tanpa diketahui Lidya, Suwandi sudah lebih dulu menghubungi Pemilik Mobil (si penjual asli), dengan berpura-pura akan membeli mobil dan mendatangkan Lidya untuk mengecek unit mobil tersebut. Setelah Lidya mengecek dan sepakat membeli, Suwandi kembali menelepon Lidya, meminta Lidya untuk transfer dan nego dengannya. Lidya pun mentransfer uang Rp 68 Juta ke rekening Suwandi. Namun, saat Lidya hendak mengambil mobil dan surat-suratnya, Pemilik Mobil tidak memberikannya karena Pemilik Mobil menyatakan Suwandi bukan adiknya dan belum menerima uang sepeser pun dari Suwandi. Lidya pun kaget dan langsung menghubungi Suwandi, namun nomornya sudah tidak aktif lagi. Merasa tertipu, Lidya pun membuat laporan polisi. Kasus ini jelas menunjukkan bahwa Korban mengalami kerugian ganda, tidak mendapatkan mobil yang diinginkan dan kehilangan uangnya juga.⁹

Kemunculan kasus-kasus seperti penipuan segitiga di *Marketplace Facebook* menandakan bahwa *Marketplace Facebook* hanya berfungsi sebagai papan iklan dan tidak memiliki sistem pembayaran pihak ketiga yang terintegrasi (seperti *escrow*), secara tidak langsung memberikan kesempatan bagi Pelaku untuk melancarkan modus-modus penipuan yang rumit, seperti penipuan segitiga, di mana Pemilik Barang asli juga turut dirugikan atau setidaknya terperangkap dalam skema penipuan ini.

Permasalahan utama terletak pada perlindungan hukum bagi korban. Secara pidana, meskipun pelaku dapat dijerat dengan Pasal 378 KUHP dan/atau Pasal 28 ayat (1) UU ITE, proses penangkapan, pembuktian unsur penipuan, dan pelacakan

⁹Rifan Arifin (2025, April 14). IRT Tertipu Beli Mobil Murah Harga Rp 68 Juta, Modusnya Penipuan Segitiga. Detik.com: <https://oto.detik.com/catatan-pengendara-mobil/d-7867720/irt-tertipu-beli-mobil-murah-harga-rp-68-juta-modusnya-penipuan-segitiga>. Diakses pada 22 Oktober 2025. Pukul 17.26

aset hasil kejahatan seringkali terhambat oleh tiga kelemahan penerapan hukum. Pertama, masalah Yurisdiksi muncul karena pelaku sering beroperasi secara anonim dan dari lokasi yang sulit dilacak, bahkan lintas negara, sehingga membuat proses penangkapan dan pelacakan pelaku memakan waktu yang lama. Kedua, pembuktian transaksi di luar platform sangat sulit karena penipuan melibatkan transfer dana langsung antar pihak tanpa dicatat oleh *Facebook*, sehingga dapat mempersulit penyidik untuk melacak dan mengamankan aset yang sudah dipindahkan atau dicairkan oleh pelaku. Ketiga, minimnya tanggung jawab *Marketplace Facebook* karena mereka berdalih hanya sebagai papan iklan, sehingga mereka tidak memiliki kewajiban hukum yang tegas untuk mengganti kerugian. Berdasarkan ketiga kelemahan diatas timbul celah hukum, yang pada akhirnya membuat pemulihan hak-hak korban berdasarkan Pasal 4 UUPK menjadi sulit terwujud dan korban seringkali harus menanggung kerugian finansialnya sendirian.

Oleh karena itu, berdasarkan permasalahan dan kasus nyata yang terjadi, dalam penelitian ini memiliki urgensi yang sangat tinggi untuk mengkaji secara mendalam mengenai bentuk perlindungan hukum bagi korban penipuan segitiga di *Marketplace Facebook*. Fokus penelitian ini adalah pada aspek hukum pidana dan upaya-upaya yang dapat dilakukan untuk memastikan hak-hak korban terpenuhi.

Penelitian ini penting karena tingginya tingkat kerawanan transaksi di platform tanpa sistem pengamanan terpusat dan rumitnya modus penipuan segitiga yang menciptakan kerugian kompleks. Perlindungan hukum tidak hanya berarti penghukuman pelaku, namun juga pemulihan kerugian bagi korban, yang seringkali terabaikan dalam proses pidana.

Dengan demikian, berdasarkan penjelasan diatas maka judul yang sesuai yaitu **“PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KORBAN PENIPUAN SEGITIGA DI MARKETPLACE FACEBOOK”**.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi korban penipuan segitiga di *Marketplace Facebook* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan memahami bentuk perlindungan hukum bagi korban penipuan segitiga di *Marketplace Facebook*.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian tentang Perlindungan Hukum Bagi Korban Penipuan Segitiga Di *Marketplace Facebook* yaitu, dapat menambah wawasan dan pengetahuan di bidang hukum, khususnya hukum pidana dan *cybercrime* terkait penipuan online di *Marketplace Facebook*. Selain itu, dapat menjadi referensi yang bisa digunakan untuk peneliti hukum lainnya yang membahas perlindungan hukum bagi korban penipuan *online*. Serta mampu memberikan pemahaman lebih mendalam tentang bagaimana hukum mengatur perlindungan korban dalam kasus penipuan segitiga di platform digital.

b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian Perlindungan Hukum Bagi Korban Penipuan Segitiga Di *Marketplace Facebook* yaitu bagi korban, penelitian ini

membantu memberikan pemahaman tentang hak-hak mereka dan bagaimana mendapatkan perlindungan hukum. Sedangkan bagi masyarakat umum, penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran dan kewaspadaan terhadap modus penipuan di *Marketplace Facebook* sehingga dapat mengurangi risiko menjadi korban.

1.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berperan sebagai rujukan utama dalam pelaksanaan penelitian, sehingga dapat memperkuat landasan teoritis yang digunakan untuk menganalisis kajian yang akan dilakukan. Adapun beberapa studi sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini akan diuraikan sebagai berikut:

Tabel 1.1 GAP Penelitian Terdahulu

Nama dan Tahun	Judul	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan
Achmad Fauzil, Adi, Arif, dkk (2023)	Kejahatan Penipuan Jual Beli <i>Online</i> Melalui Media Sosial	kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan	Hasil dari penelitian adalah mendeskripsikan peran dan pengaruh media sosial dalam kasus-kasus penipuan jual beli di media	Menyoroti modus penipuan jual-beli online di media sosial.	Membahas terkait dengan peran dan pengaruh media sosial serta cara pencegahannya. Sedangkan, penelitian ini ingin mengetahui dan memahami

			sosial, serta cara pencegahan dan hukum yang mengatur terkait informasi dan transaksi elektronik.		bentuk perlindungan hukum bagi korban penipuan segitiga di <i>Marketplace Facebook</i> .
--	--	--	---	--	--

Berdasarkan kajian terhadap jurnal dan penelitian terdahulu¹⁰, dapat disimpulkan bahwa meskipun sudah cukup banyak penelitian yang membahas penipuan *online* namun, masih terdapat kekosongan kajian yang cukup signifikan terkait dengan perlindungan hukum bagi korban penipuan. Penelitian-penelitian terdahulu cenderung membahas penipuan *online* yang berfokus kepada peran dan pengaruh media sosial serta cara pencegahannya. Sedangkan, penelitian ini ingin mengetahui bentuk perlindungan hukum bagi korban. Fokus penelitian ini adalah pada penegakan dan aspek hukum pidana serta upaya-upaya yang dapat dilakukan untuk memastikan hak-hak korban terpenuhi. Oleh karena itu, penelitian dengan judul “Perlindungan Hukum Bagi Korban Penipuan Segitiga di *Markerplace Facebook*”, sangat dibutuhkan untuk mengisi gap ini.

¹⁰Achmad, A. A, dkk, 2023, “*Kejahatan Penipuan Jual Beli Online Melalui Media Sosial*”, Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi, Vol.4, No.6