

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Perdagangan atau perniagaan merupakan kegiatan tukar menukar barang atau jasa berdasarkan kesepakatan satu sama lainnya, pada zaman dulu perniagaan disebut dinamakan barter yaitu tukar menukar barang tetapi di zaman sekarang (modern) perniagaan melakukan dengan cara memakai uang. Salah satu interaksi dalam kehidupan manusia adalah aktivitas perdagangan. Berdagang merupakan kegiatan rutin dimana terjadi disekitaran kehidupan manusia. Dengan munculnya perkembangan ini sangat pesat di bidang teknologi, manusia pun mengikuti perubahan di pola aktivitas yang terjadi. Pembangunan adalah kegiatan pertukaran barang dan jasa atas dasar kesepakatan bersama bukan paksaan. Perdagangan juga terjadi secara tatap muka untuk bertukar barang yang diperjualbelikan, dan media elektronik berbasis internet yang dapat ditransformasikan oleh pelaku usah untuk melakukan bisnis atau memberikan peluang dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif. Perkembangan perdagangan di wilayah Indonesia memiliki berbasis pada teknologi internet yang dikatakan dengan *online trading*. Jual beli *online* dapat menggunakan teknologi ini untuk memasarkan aktivitas jual beli *online* mereka dan menembus lintas wilayah dan batas negara

Perdagangan elektronik dipercaya memiliki potensi yang sangat besar untuk mengembangkan perdagangan atau bisnis didalam dunia maya melalui media internet yang terus berkembang. jual beli *online* merupakan pelaksanaan

jual beli melalui jaringan internet dalam skala nasional, regional benua maupun keseluruhan penjuru dunia. Penjual tidak perlu tatap muka dengan pembeli, tidak ada proses menyaksikan langsung barang yang dijual, serta pembayaran dilakukan melalui pihak ketiga. Dalam perjanjian jual beli adanya hak dan kewajiban dari penjual dan pembeli karena penjual dan pembeli telah melakukan persetujuan. Oleh karena itu perjanjian jual beli yang terjadi diantara para pihak dilakukan secara elektronik hanya mendasarkan pada asas kepercayaan karena tidak ada berkas perjanjian seperti pada pelaksanaan jual beli pada tatap muka langsung.¹ Perdagangan elektronik atau *e-commerce* merupakan hasil teknologi informasi yang saat ini sedang berkembang dengan begitu cepat terhadap pertukaran barang atau jasa dan informasi melalui sistem elektronik seperti internet, televisi dan komputer lainnya.² hubungan secara elektronik. *Electronic commerce* yaitu transaksi jual beli melalui sistem elektronik seperti internet, televisi, dan lain-lain tidak berbeda dengan perdagangan umum yang merupakan media untuk menghubungkan penjual dan pembeli jika secara tidak langsung maupun bertatap langsung. Mengenai elektronik hal ini dijelaskan dalam Pasal 1(17) UUIITE-nya, menyatakan bahwa "kontrak elektronik adalah perjanjian antara para pihak yang dibuat dalam sistem elektronik". Sistem elektronik merupakan seperangkat elektronik yang dirancang untuk menyiapkan,

¹ Rina Irawati, "Pemanfaatan Platform *E-commerce* Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Dan Meningkatkan Di Masa Pandemi", *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, Vol. 6, No. 2 (2022). hlm. 76.

² Sunday Ade Sitorus, 2022, *E-commerce Strategi Dan Inovasi Bisnis Berbasis Digital*, Bandung, Media Sains Indonesia. hlm. 3.

dikumpulkan, menyiapkan, mengirimkan, dan mendistribusikan informasi elektronik.

Terdiri ada beberapa empat yang penting dari perkembangan bisnis atau modernisasi, yaitu : (1) persaingan yang baik dan sehat, (2) hak atas kekayaan perorangan, (3) berlomba dalam bersaing, dan (4) konsentrasi pasal dalam menjalankan bisnis.³ Hal tersebut telah memasuki masa perkembangan usaha saat ini, dimana empat pilar telah tercapai dan perkembangan usaha telah terjun ke dalam revolusi industri. Yurisdiksi kabur atau hilang, Proses hukum jual beli sangat terkait dengan kesepakatan para pihak, dan penjual dan pembeli terlibat dalam jual beli tersebut. Kontrak penjualan menciptakan kesepakatan bahwa penjual dan pembeli setuju untuk membeli dan menjual. Perjanjian adalah peristiwa di mana seseorang menjanjikan sesuatu kepada orang lain, atau dua orang berjanji untuk melakukan sesuatu satu sama lain. Hanya satu kontrak untuk semua kontrak yang diakui secara hukum. Kontrak ini mencakup transaksi komersial seperti pembelian dan penjualan barang, real estat, termasuk kredit, asuransi, transportasi barang, pendirian organisasi bisnis, dan tenaga kerja.⁴

Berbicara tentang jual beli di internet sering merujuk pada belanja *online* dan jual beli di media internet. Jual beli *online* merupakan proses bisnis yang menghubungkan bisnis dan konsumen melalui perdagangan elektronik dan pertukaran barang, jasa, dan informasi yang dilakukan secara elektronik. Lainnya membeli dan menjual secara *online* berdasarkan perjanjian jual beli ini

³ Romli Atmasasmita, 2014, *Hukum Kejahatan Bisnis Teori Dan Praktik Era Globalisasi*, Jakarta, Premedia Group. hlm. 25.

⁴ Abdul Kadir Muhammad, 1920, *Hukum Perjanjian*, Bandung, Citra Aditya Abadi. hlm. 93.

dibuat secara elektronik kepada para penjual dan pembeli. Perjanjian dilaksanakan melewati jaringan internet tanpa kedatangan fisik para pihak. social media ini berada pada jaringan sistem terbuka publik seperti Internet dan *World Wide Web*. Kesepakatan ini tidak tergantung pada batas-batas regional atau persyaratan nasional.

Dalam Kontrak penjualan *online* adalah hubungan bisnis antara konsumen, produsen, penyedia layanan, dan perantara melalui jaringan komputer, Internet.⁵ Pengertian lain dari perjanjian jual beli *online* (*e-commerce*) adalah kontrak yang dilaksanakan antara penjual dan pembeli atau pihak lain dalam hubungan kontraktual yang sama untuk mengirimkan sekumpulan barang, jasa dan pengalihan hak. Ini adalah transaksi komersial yang terjadi.⁶

Perdagangan melalui perantara jaringan komputer atau jaringan elektronik yang akhir-akhir ini berlangsung di Indonesia dan menjual kebutuhan pokok yang diperlukan bagi perkembangan dunia perdagangan Indonesia, sebagaimana misi negara adalah memberikan perlindungan hukum kepada warga negaranya. menimbulkan suatu peristiwa yang memerlukan landasan hukum untuk melayani tujuan hukum itu sendiri.

Diliat dari Tokopedia merupakan satu-satunya perusahaan perdagangan berbasis digital temawah di Indonesia. Sejak diluncurkan secara resminya, PT. Tokopedia telah tumbuh menjadi satu-satunya perusahaan internet dengan pertumbuhan tercepat di Indonesia. dengan pasar *online* ataupun pusat

⁵ Gemala Dewi, 2005, *Hukum Perikatan Di Indonesia*, Jakarta, Kecana. hlm. 203.

⁶ Shidarta, 2004, *Hukum Perlindungan Konsumen di Di Indonesia*, Jakarta, Gramedia Widiasarana. hlm. 12.

perbelanjaan, Tokopedia memungkinkan individu, usaha kecil, merek sebagai pembuka ataupun mengelolanya lewat toko *online*. awal dan terakhir 2015, layanan-layanan di Tokopedia akan gratis untuk semua manusia. visi Tokopedia adalah "membangun Indonesia yang lebih baik melalui Internet". Tokopedia memiliki program untuk membantu usaha mikro, usaha kecil dan menengah (UKM) dan individu mengembangkan bisnis mereka dengan menjual produk mereka secara online.⁷

Namun demikian, transaksi di Tokopedia tidak selalu bebas masalah, berikut ini adalah kasus yang pernah terjadi di Tokopedia yang dialami oleh penulis, yaitu berawal saat bertransaksi di Tokopedia, penulis membeli sebuah mesin cuci dengan merek SHARP 2 tabung EST80MW dengan harga Rp. 1.900.000 (satu juta Sembilan ratus ribu rupiah), biaya kirimnya sebesar Rp.50.000 (lima puluh ribu), semuanya total adalah sebesar Rp.1.950.000 (satu juta Sembilan ratus lima puluh ribu rupiah). Pada tanggal 10 januari 2022, kiriman barang datang tapi barang yang dikirim adalah mesin cuci merek TOSHIBA VH-H85MN. Mesin cuci merek TOSHIBA ini dengan mesin cuci SHARP yang penulis pesan, setelah mengirimkan complain kepada Tokopedia. Pembeli kecewa dengan solusi yang diajukan kepada Tokopedia.

Dari penjelasan pada contoh di atas, terlihat bahwa Tokopedia harus bertanggung jawab kepada pembeli atas kerugian yang diakibatkan oleh penjual, salah satu toko Tokopedia, jika menerima barang yang tidak sesuai dengan

⁷ Hermawan Riadi, 2022, *Apa Itu Tokopedia*, <https://www.Nesabamedia.com/apa-itu-tokopedia/>, (Diakses Pada Pukul 20:45 WIB).

barang yang dipesan. memahami. Pembeli mengalami kerusakan karena barang yang diterimanya tidak sesuai dengan harga yang tercantum dan harus menempuh jalur hukum dari Tokopedia.

Berawal dari pemaparan tersebut, penulis menganalisa dan membahas permasalahan tersebut dalam bentuk artikel yang berjudul **“TANGGUNG JAWAB TOKOPEDIA KEPADA KONSUMEN ATAS KETIDAKSESUAIAN DALAM JUAL BELI *ONLINE*”**. Yang diperdalam dengan penelitian lapangan dengan metode wawancara.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan penelitian, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana peran tanggung jawab Tokopedia apabila terjadi ketidaksesuaian barang dalam transaksi jual beli *online* ?
2. Bagaimana upaya dari konsumen apabila Tokopedia tidak bertanggungjawab atas ketidaksesuaian barang ?

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah dan pertanyaan penelitian yang telah dipaparkan dan diuraikan diatas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pertanggungjawaban Tokopedia kepada konsumen, jika terdapat ketidaksesuaian dengan produk yang dikirimkan
- b. Untuk menginformasikan kepada konsumen bahwa Tokopedia tidak bertanggung jawab atas ketidaksesuaian dalam penjualan online

D. Manfaat penelitian

1. Manfaat teoritis

Teoritis penelitian ini dimaksudkan untuk memberi masukan dan diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran atau memberikan solusi dalam pengembangan ilmu hukum, khususnya dapat digunakan sebagai referensi dalam bentuk karya ilmiah hukum dan serta dapat dimanfaatkan sebagai referensi dalam melakukan penelitian yang memiliki kesamaan objek.

- a. Mampu melakukan penelitian ilmiah dan mencatat hasil penelitian secara tertulis.
- b. Memperoleh manfaat dari bidang hukum pada umumnya maupun dibidang hukum perlindungan konsumen.

2. Manfaat Praktis

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan pengetahuan dan pendapat kepada penulis, peneliti, profesional bisnis, dan konsumen tentang perlindungan transaksi penjualan online.