

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sudah banyak penelitian yang mengkaji tentang wanprestasi dalam transaksi jual beli elektronik, namun tiap penelitian memiliki karakteristik dan isi bahasan sendiri-sendiri terkait tema tersebut. Baik dari penyebab terjadinya, siapa saja yang melakukan perbuatan, serta jenis permasalahan yang dibahas. Selain itu, fokus masalah yang dikaji yakni akibat hukum yang timbul dalam hal pihak penjual melakukan perbuatan wanprestasi terhadap keaslian barang yang diperjanjikan pada jual beli melalui instagram belum banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu.

Penelitian yang dilakukan oleh Ryan Prasetya, dkk yang berjudul “Akibat Hukum dari Wanprestasi dalam Transaksi Jual Beli secara Instagram”. Temuan dari penelitian ini berisi tentang hak dan kewajiban para pihak dalam kesepakatan niaga secara instagram dan akibat kealfaan pada kesepakatan niaga secara instagram. Dijelaskan bahwa dalam jual beli melalui media instagram kesepakatan yang terjadi menggunakan kesepakatan niaga dan yang lainnya didasarkan hanya atas rasa kepercayaan. Dengan keadaan seperti ini menimbulkan akibat hukum dan pertanggungjawaban jika ada yang melakukan kealfaan ini. Temuan tersebut dapat dikaitkan dengan penelitian oleh penulis karena dalam perbuatan wanprestasi yang terjadi akan menimbulkan suatu akibat hukum, akan tetapi

dalam penelitian ini tidak berfokus pada salah satu bentuk wanprestasi apa yang dilakukan oleh pihak penjual.

Penelitian yang dilakukan oleh Dendy Wahyu Prasetya Utama yang berjudul “Pelaksanaan Tanggung Jawab Penjual terhadap Pembeli terkait Wanprestasi dalam Jual Beli Berbasis *Online (E-Commerce)* di Media Sosial Instagram (Studi pada Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Malang)”. Temuan dari penelitian ini berisi tentang upaya hukum yang dilakukan oleh pembeli yang dirugikan akibat penjual wanprestasi dalam transaksi jual beli berbasis *online* di media sosial di fakultas hukum Universitas Muhammadiyah Malang dan pelaksanaan tanggung jawab penjual apabila melakukan perbuatan wanprestasi dalam transaksi jual beli berbasis *online* di media sosial instagram. Tanggung jawab penjual disini difokuskan pada ganti rugi atas kerugian yang dialami oleh pihak pembeli (Mahasiswa FH UMM). Sedangkan dalam penelitian ini lebih memfokuskan pada upaya hukum dan tanggung jawab penjual untuk mengganti kerugian yang dialami oleh pihak pembeli.

Kontribusi masing-masing penelitian yang telah disebutkan sebelumnya adalah dalam rangka sebagai bahan untuk menyusun *state of the art* yakni terkait dengan kumpulan teori, dan referensi baik yang mendorong atau tidak mendukung penelitian. Adapun beberapa penelitian yang dikumpulkan tersebut ditujukan agar penelitian yang dilakukan menjadi semakin kokoh, karena isi yang terdapat pada masing-masing penelitian dapat dijadikan acuan. Dari beberapa penelitian yang telah disebutkan dapat diketahui tidak ada yang khusus membahas mengenai

“Akibat hukum yang timbul dalam hal pihak penjual melakukan perbuatan wanprestasi terhadap keaslian barang yang diperjanjikan pada jual beli melalui instagram”. Dengan demikian tergolong masih baru dan belum banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu.

Perkembangan teknologi informasi di era saat ini telah menempatkan pada posisi yang amat strategis karena telah menghadirkan dunia tanpa ruang, jarak dan batas terutama dalam bidang ekonomi. Adanya pengaruh globalisasi tersebut, masyarakat telah banyak mengalami perubahan dalam pola hidup yang makin berkembang dengan seiring perkembangan teknologi yang ada. Hal tersebut akan mempengaruhi adanya perubahan sosial, budaya, keamanan dan penegakan hukum seiring berjalannya waktu.

Penggunaan fasilitas internet merupakan salah satu kemajuan teknologi yang dapat dikatakan menunjang secara keseluruhan jangkauan kegiatan komersial. Situasi tersebut dikarenakan internet merupakan jaringan komputerisasi yang sifatnya sangat *global*, yakni dapat diakses ke seluruh dunia pada waktu yang tidak terbatas atau dengan kata lain *online* 24 jam setiap harinya. Adanya kecanggihan internet tersebut para usahawan dan *provider* memanfaatkan lahan internet menjadi ajang komersialisasi, yakni menarik keuntungan yang sebesar-besarnya¹.

¹ Abdul Halim dan Teguh Prasetyo, 2005, *Bisnis e-commerce studi keamanan dan hukum di indonesia*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar, hlm 10.

Salah satu fenomena yang sering terjadi dalam bidang ekonomi saat ini adalah transaksi jual beli yang menggunakan media elektronik. Aktivitas perdagangan melalui media internet ini umum disebut dengan *electronic commerce (e-commerce)*. *E-commerce* tersebut terbagi atas dua segmen yaitu *business to business ecommerce* (perdagangan antar pelaku usaha) dan *business to consumer ecommerce*. (perdagangan antar pelaku usaha dengan konsumen)². Dalam kamus *Black's Law Dictionary Seventh Edition e-Commerce* dikatakan bahwa pengertian *e-commerce* adalah pembelian dan penjualan barang dan jasa dengan menggunakan jasa konsumen *online* di internet³. *E-Commerce* sebagai lahan pebisnis dan para pelaku usaha menjadi tren yang sangat menarik perhatian publik⁴.

Platform media sosial (medsos) sudah menjadi kebutuhan manusia saat ini. Tidak hanya berbagi informasi tetapi juga sebagai hiburan, bahkan menjadi lahan mata pencaharian. Penelitian We Are Social 2020 menemukan rata-rata waktu yang dihabiskan pengguna Indonesia usia 16-64 dalam mengakses media sosial mencapai 3 jam 26 menit sehari. Instagram menjadi salah satu media sosial untuk menyampaikan pesan melalui gambar maupun video dan saat ini sudah banyak para pengguna instagram memanfaatkan instagram sebagai transaksi bisnis yaitu jual beli. Penetrasi pengguna media sosial pun terus meningkat termasuk indonesia, yang kini 59 persen dari 272,1 juta total penduduknya adalah pengguna

² Azzhar Muttaqin, 2011, "Transaksi *E-Commerce* dalam Tinjauan Hukum JualBeli Islam", *jurnal of islamic legal studies* Vol.7 No.1 (2011), hlm 459.

³ Abdul Halim dan Teguh Prasetyo, *op.cit.* hlm 12.

⁴ *Ibid*, hlm 13.

media sosial. Angka ini meningkat lebih dari 8,1 persen atau setara dengan lebih dari 12 juta pengguna dari April 2019.⁵

Menurut data yang dirilis *Napoleon Cat*, pada periode Januari-Mei 2020, pengguna Instagram di Indonesia mencapai 69,2 juta (69.270.000) pengguna. Pencapaian itu merupakan peningkatan dari bulan ke bulan atas penggunaan platform berbagi foto ini. Pada Januari tercatat sekitar 62,23 juta pengguna, lalu naik pada Februari menjadi 62,47 juta pengguna. Kemudian di bulan berikutnya (Maret) penggunaannya semakin membeludak dan mencapai 64 juta pengguna. Selang sebulan kemudian diperoleh data pengguna yang mencapai 65,7 juta dan bulan Mei adalah puncak tertinggi dengan catatan 69,2 juta pengguna. Meroketnya penggunaan platform tersebut juga tak lepas dari kebijakan *work from home* (WFH) yang dilakukan perusahaan kepada karyawannya di tengah pandemi Covid-19⁶.

Jual Beli menurut Pasal 1457 KUH perdata adalah "suatu perjanjian", dimana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu benda dan pihak lain untuk membayarnya harga benda yang telah diperjanjikan⁷. Transaksi elektronik menurut Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang

⁵ Nurul, A., 5 Media Sosial Paling Populer di Dunia Sepanjang Kuartal Kedua 2020, edisi 23 Agustus 2020, diakses melalui <https://www.jawapos.com/oto-dan-teknologi/aplikasi/23/08/2020/5-media-sosial-paling-populer-di-dunia-sepanjang-kuartal-kedua-2020/>, pada tanggal 27 September 2020, Pukul 22:09 WIB.

⁶ Mustafa, Pengguna Instagram di Indonesia Didominasi Wanita dan Generasi Milenial, edisi 14 Juni 2020, diakses melalui <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial>, pada tanggal 30 September 2020, Pukul 22:26 WIB.

⁷ Abdulkadir Muhammad, 2019, *Hukum Perdata Indonesia*, Bandung, PT Citra Aditya Bakti, hlm 317.

dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer dan/atau media elektronik lainnya⁸.

Pasal 9 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 *jo* Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dijelaskan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen dan produk yang ditawarkan. Tidak hanya itu, dalam penyelenggaraan *e-commerce*, penyelenggara atau agen elektronik wajib memperhatikan beberapa prinsip, yaitu:

- a. Kehati-hatian;
- b. Pengamanan dan terintegrasinya sistem Teknologi Informasi;
- c. Pengendalian pengamanan atau aktivitas Transaksi Elektronik;
- d. Efektivitas dan efisiensi biaya; dan
- e. Perlindungan konsumen sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

Obyek dari suatu perjanjian pada dasarnya berupa prestasi baik berupa memberikan sesuatu, berbuat sesuatu, ataupun tidak berbuat sesuatu. Prestasi tersebut berupa benda yang harus diserahkan kepada pihak lainnya. Penyerahan tersebut dapat berupa penyerahan hak milik atau kenikmatannya saja, sedangkan prestasi yang berupa tenaga atau keahlian harus dilakukan oleh pihak-pihak yang “menjual” tenaga atau keahliannya. Pihak yang berhak atas prestasi disebut

⁸ Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

kreditur, sedangkan pihak yang wajib memenuhi prestasi adalah debitur. Namun, seiring berkembangnya media sosial instagram yang digunakan untuk praktek transaksi jual beli *online* seringkali menimbulkan permasalahan seperti wanprestasi.

Subekti mengemukakan bahwa, wanprestasi seorang debitur dapat berupa 4 (empat) macam, yaitu⁹:

- 1) Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukannya;
- 2) Melaksanakan apa yang diperjanjikan, tetapi tidak sebagaimana diperjanjikan;
- 3) Melaksanakan apa yang diperjanjikan, tetapi terlambat;
- 4) Malaksanakan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilaksanakan.

Adanya perkembangan teknologi informasi saat ini banyak bermunculan toko-toko *online* dan bahkan sekarang sudah bisa melakukan transaksi jual beli melalui media sosial instagram. Penggunaan media sosial instagram sebagai tempat transaksi jual beli banyak disalahgunakan oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab.

Lemahnya kedudukan konsumen dan rendahnya pengetahuan hukum membuat pelaku usaha nakal memiliki kesempatan untuk meraup keuntungan sebanyak-banyaknya dan tidak mempedulikan kewajiban yang seharusnya melekat pada pelaku usaha. Penyalahgunaan seperti menjual barang yang tidak

⁹ Subekti, 1991, *Hukum Perjanjian*, Cet XIII, Jakarta, Intermasa, hlm 1.

sesuai dengan kualitas dan apa yang dideskripsikan pada postingan barang yang dijual.

Contoh kasus pertama, yang dialami oleh artis Zaskia Gotik. Zaskia Gotik menjadi korban wanprestasi barang palsu dengan kerugian senilai Rp 300 Juta. Awal mula saat Zaskia membeli barang dengan Ade (penjual) melalui platform jual beli *online* barang pertama yang dibeli berupa sepatu dan jam tangan tidak terjadi masalah karena barang yang datang sesuai dengan yang dijual dan bermerek asli. Kesan tersebut membuat Zaskia tergoda untuk kembali membeli barang dengan Ade (penjual). Pembayaran yang dilakukan dengan cara menyicil sebanyak tiga kali untuk mendapatkan barang yang diinginkan yaitu dua tas dan dua dompet. Setelah lunas, musibah datang kepada Zaskia dengan menjadi korban wanprestasi yang ternyata akun milik penjual ternyata palsu dan barang yang dipesan oleh Zaskia setelah diterima ternyata merupakan barang palsu¹⁰.

Contoh kasus kedua, yang dialami oleh Lisa yang membeli sepatu pada salah satu *online shop* di instagram. Nama *online shop* tersebut adalah Raysneakers. Dalam postingan yang dijual akun *online shop* tersebut memberikan deskripsi postingan bahwa sepatu yang mereka jual adalah barang yang memiliki merek dan kualitas asli. Setelah melihat model sepatu dan keterangan yang ditulis akun *online shop* tersebut, Lisa tertarik untuk membeli sepatu dan melakukan transaksi dengan cara *transfer*. Setelah barang sampai kepada Lisa, sepatu yang dipesan ternyata merupakan barang tiruan dan berbeda dengan deskripsi yang

¹⁰ Aditya dan Yudho, "Problematika Penyelesaian Sengketa Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Sosial Kaitannya Terhadap Barang yang Tidak Sesuai Dengan Kesepakatan (Pesanan)", *Jurnal Privat Law* Vol.VIII, No.1 (Januari-Juni 2020), hlm 10.

ditulis oleh *online shop* Raysneakers. Hendak ingin mengajukan komplain, akun Raysneakers dengan sengaja menghapus akunnya. Hal semacam ini menimbulkan banyak sekali kerugian terhadap konsumen dan sebagian banyak konsumen hanya bisa mengikhhlaskannya. Hal ini membuat penulis ingin melakukan penelitian terkait masalah wanprestasi dalam transaksi *e-commerce* dengan judul “**Penyelesaian Wanprestasi dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Instagram**”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi pembahasan permasalahan dalam penulisan ini adalah Bagaimana akibat hukum yang timbul dalam hal pihak penjual melakukan perbuatan wanprestasi terhadap keaslian barang yang diperjanjikan pada jual beli melalui instagram?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis akibat hukum yang timbul dalam hal pihak penjual melakukan perbuatan wanprestasi terhadap keaslian barang yang diperjanjikan pada jual beli melalui instagram.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bermanfaat sebagai bantuan pemikiran dan pengembangan pengetahuan, khususnya ilmu dibidang hukum perdata yang berkaitan dengan transaksi jual beli *online*.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Sebagai upaya pengembangan kemampuan dan pengetahuan hukum bagi peneliti khususnya mengenai akibat hukum yang timbul dalam hal pihak penjual melakukan perbuatan wanprestasi terhadap keaslian barang yang diperjanjikan pada jual beli melalui instagram.

b. Bagi Masyarakat

Sebagai upaya untuk memberikan pengetahuan dan informasi yang jelas mengenai akibat hukum yang timbul dalam hal pihak penjual melakukan perbuatan wanprestasi terhadap keaslian barang yang diperjanjikan pada jual beli melalui instagram