

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Keberadaan internet mengakibatkan semakin maraknya kegiatan ekonomi yang memanfaatkan internet sebagai media komunikasi dan transaksi dalam suatu perdagangan. Jual beli barang dan jasa seperti ini menimbulkan dampak tersendiri terhadap perkembangan hukum di Indonesia, termasuk pengaturan mengenai wanprestasi dalam jual beli secara elektronik karena hal tersebut menyangkut kepastian hukum dan kenyamanan bertransaksi melalui media elektronik,¹ perlu dibuatnya peraturan yang spesifik mengenai jual beli yang dilakukan menggunakan media internet tersebut.²

Perkembangan teknologi dan informasi di era modern seperti saat ini sangat mempengaruhi kehidupan. Teknologi-teknologi muktahir terus diinovasikan oleh manusia sesuai dengan kebutuhan dan juga *fashion*, tidak terkecuali dalam masalah jual beli. Manusia adalah makhluk sosial yang berkodrat hidup dalam masyarakat dan saling membutuhkan antara satu sama lain. Manusia sebagai makhluk sosial yang bermasyarakat, manusia berinteraksi dan saling

¹ Sri Anggraini Kusuma Dewi, 'Perjanjian Jual Beli Barang Melalui Media Elektronik Commerce (E-Com)', *Jurnal Ilmiah Teknologi dan Informasi ASIA*, Vol. 9, No. 2, (Agustus, 2015), hlm. 1.

² *Ibid.*

berhubungan, secara sadar ataupun tidak sadar untuk memenuhi dan mencukupi kebutuhan-kebutuhan hidupnya. Segala keperluan manusia pada era digital sekarang ini sangat mudah untuk didapatkan tanpa harus mengeluarkan tenaga yang banyak, dengan berkembangnya teknologi dan internet membuat masyarakat memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi.

Pesatnya perkembangan *internet*, kegiatan yang ada di lingkungan masyarakat menjadi berkembang. Pengetahuan masyarakat mengalami peningkatan dengan melakukan pembelajaran yang dilakukan secara *online* atau *daring system*. Setiap elemen dari masyarakat telah memiliki prasarana internet yaitu telepon genggam (*smarthphone*) atau laptop (*personal computer*). Pesatnya perkembangan era digital membuat transaksi jual beli tidak hanya dilakukan secara *offline*, bahkan pelaku usaha dapat mendagangkan dagangannya secara *online*.

Cukup dengan membuka *smarthphone* maka konsumen dapat mendapatkan apa yang dibutuhkan. Sebaliknya juga para penjual, dengan perkembangan informasi dan teknologi yang berkembang pesat dapat melebarkan bisnisnya, tidak hanya dengan membuka toko/gerai, tetapi dapat memasukkan barang dagangan bahkan banyak orang yang membuka bisnis jualan tanpa harus membuka toko/gerai, penjual cukup memasukkan barang dagangannya melalui internet atau penyedia layanan toko *online*.

Salah satu produk inovasi teknologi telekomunikasi adalah *internet* yaitu suatu koneksi antar jaringan komputer. *Internet* sebagai suatu media informasi dan komunikasi elektronik telah banyak dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan, antara

lain untuk menjelajah (*browsing*), mencari data dan berita, saling mengirim pesan melalui *email*, komunikasi melalui situs jaringan sosial, dan termasuk untuk perdagangan. Kegiatan perdagangan dengan memanfaatkan media internet ini dikenal dengan istilah *electronic commerce* atau dengan kata lain *e-commerce*.³

Jual beli *online* juga dikenal dengan jual beli *e-commerce*. Menurut *Microsoft Encarta reference library*, *E-commerce* adalah perdagangan barang dan jasa dengan bantuan internet atau jaringan dengan computer lain (*the exchanges of goods and services by means of the internet or other computer networks*). *E-commerce* bisa dikatakan lebih sedikit memberikan ruang alternatif. Ruang yang sedikit tersebut terdapat pada sisi pembayaran yang dilakukan oleh konsumen. Pembayaran yang dapat dilakukan dengan sistem pembayaran diakhir. *E-commerce* merupakan kegiatan atau aktifitas penjualan dan pembelian yang dilakukan menggunakan media internet, tidak seperti membeli barang secara langsung atau secara *offline*, dalam kegiatan jual beli *online* calon pembeli tidak dapat memilih barangnya secara leluasa.

E-commerce semakin populer dalam bisnis yang berbasis informasi melalui jejaring *internet* atau secara *online*, *online shop* saat ini sedang diminati oleh masyarakat.⁴ Setiap elemen masyarakat tidak perlu mengeluarkan tenaga

³ Ahmad M. Ramli, 2014, *Cyber Law dan HAKI Dalam Sistem Hukum Indonesia*, Jakarta, Refika Aditama, hlm. 1.

⁴ Sela Rezando, 2017, 'Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Shop Produk Fashion (Dalam Negeri) Melalui Instagram' (Skripsi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta), hlm. 1.

ekstra untuk membeli barang atau jasa, masyarakat cukup bermodalkan *smarthphone* dan paket data internet.

Jual beli secara *online* dapat mengefektifkan dan mengefisiensikan waktu sehingga seseorang dapat melakukan transaksi jual beli melalui internet ini dilakukan tanpa tatap muka antara para pihaknya, yang mendasarkan transaksi jual beli tersebut atas rasa kepercayaan satu sama lain, sehingga perjanjian jual beli yang terjadi diantara para pihak pun dilakukan secara elektronik. Para pihak dalam perjanjian jual beli *online* yaitu penjual, pembeli, *Acquirer* (pihak perantara penagihan dan perantara pembayaran), *issuer* (perusahaan *credit card* yang memberikan kartu), dan *Certification Authorities* (pihak ketiga yang netral yang memegang hak untuk mengeluarkan sertifikat kepada penjual, kepada *issuer* dan dalam beberapa hal diberikan juga kepada *card holder*).⁵

Calon pembeli hanya bisa melihat barang yang hendak dibeli sesuai yang diunggah atau ditawarkan oleh penjual, dengan adanya ruang kecil penjual akan dengan mudah meyakinkan pembeli. *E-commerce* adalah sebuah metodologi bisnis *modern* yang berupa memenuhi kebutuhan organisasi-organisasi, para pedagang dan konsumen untuk mengurangi biaya, meningkatkan kualitas barang dan jasa serta meningkatkan kecepatan jasa pelayanan pengantar barang.⁶ *E-commerce* mulai berkembang secara signifikan ketika *internet* mulai

⁵ Aprillita Zainati, 2018, 'Perjanjian Jual Beli Online Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah', (Skripsi IAIN Purwokerto), hlm. 2.

⁶ Abdul Halim Barkatullah dan Syahrida, 2010, *Sengketa Transaksi E-Commerce Internasional*, Bandung, Nusa Media, hlm.25.

diperkenalkan. Perkembangan internet ini mendorong transaksi-transaksi perdagangan internasional semakin cepat. Transaksi *e-commerce* ini memiliki beberapa ciri berikut:⁷

1. Transaksi secara *e-commerce* memungkinkan para pihak memasuki pasar global secara cepat tanpa dirintangi oleh batas-batas negara.
2. Transaksi secara *e-commerce* memungkinkan para pihak berhubungan tanpa mengenal satu sama lainnya.
3. Transaksi melalui *e-commerce* sangat bergantung pada sarana (teknologi) yang keandalannya kurang dijamin.

E-commerce diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Pasal 1 angka 2 Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) yang dimaksud dengan transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Konsumen harus teliti didalam membeli suatu barang, biasanya di dalam suatu transaksi jual beli secara *online* terdapat suatu perjanjian antara pelaku usaha dan konsumen. Pasal 19 Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, menyatakan bahwa para pihak yang melakukan transaksi elektronik harus menggunakan sistem elektronik yang disepakati.

⁷ Huala Adolf, 2005, *Hukum Perdagangan Internasional*, Jakarta, Raja Grafindo Persada, hlm.162.

Tersedianya berbagai macam sarana untuk berjualan, baik melalui media online seperti *Facebook, Instagram, Twitter*, ataupun melalui *instant messaging* yaitu melalui *Blackberry Messenger (BBM), Whatsapp, Line* dan sebagainya menjadi media untuk para penjual menawarkan dagangannya, dan memang sangat memudahkan konsumen dalam memilih barang yang diinginkannya meski tidak seleluasa membeli barang-barang tersebut secara langsung atau datang ke toko (pembelian *offline*).⁸

Namun disamping beberapa keuntungan yang ditawarkan seperti yang telah disebutkan di atas, transaksi *online* juga menyodorkan beberapa permasalahan baik yang bersifat psikologis, hukum maupun ekonomis. Permasalahan yang bersifat psikologis misalnya kebanyakan calon pembeli dari suatu toko *online* merasa kurang nyaman dan aman ketika pertama kali melakukan keputusan pembelian secara *online*.⁹

Jual beli tentunya tidak akan terjadi jika tidak diawali adanya kesepakatan atau perjanjian yang dilakukan pembeli dan penjual. Perjanjian telah diatur dalam Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata tentang Perikatan. Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata menyebutkan Perjanjian (*ovreenkomst*) adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya

⁸ Kiki Rizki Syamsir, 'Tinjauan Hukum Perbuatan Wanprestasi Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Melalui BBM (Blackberry Messenger) dan Instagram', *Jurnal Ilmu Hukum Legal Opinion*, Vol. 3 No. 2 (2015), hlm. 2.

⁹ Unggul Prambudi Putra dan Java Creatiity, 2013, *Sukses Jual Beli Online*, Jakarta, Elex Media Komputindo, hlm. 3.

terhadap satu orang lain atau lebih. Istilah lain dari perjanjian adalah *contract*, bahkan dalam istilah Indonesia juga menggunakan kata kontrak.

Awal dari sebuah transaksi dalam jual beli tentu adalah sebuah perjanjian, baik itu *online* atau *offline*. Perjanjian yang dilakukan secara *online* memiliki berbagai macam bentuk, dan pada umumnya dalam bentuk elektronik. Pembeli selaku konsumen dari transaksi yang dilakukan secara *e-commerce* ini berhak mendapat informasi yang jelas dari penjual. Informasi terkait barang yang akan dibeli harus dijelaskan secara keseluruhan mengenai barang yang ditawarkan termasuk kondisi produk.¹⁰

Hak pembeli dalam mendapatkan informasi mengenai produk yang ditawarkan merupakan sebuah kewajiban dari penjual sebagai pelaku usaha. Penjual wajib menerangkan secara spesifik produk tersebut kepada pembeli tanpa adanya diskriminasi. Kondisi atau mutu dari produk yang diperjual belikan memiliki jaminan yang dapat dipertanggung jawabkan oleh penjual, sehingga jika terjadi cacat tersembunyi maka penjual dapat meminta pertanggungjawaban penjual karena tidak memberitahukan kondisi produk yang dijual tersebut.¹¹

Pertanggungjawaban yang dilakukan penjual terhadap perjanjian jual beli yang telah dilakukan merupakan salah satu pengaruh adanya perlindungan hukum kepada pembeli. Berkaitan dengan pembeli, berarti hukum memberikan

¹⁰ Pasal 4 huruf c Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

¹¹ *Ibid.* Pasal 7.

perlindungan terhadap hak-hak konsumen dari sesuatu yang mengakibatkan tidak terpenuhinya hak-hak tersebut.¹²

Penjual memiliki kewajiban untuk memberikan informasi yang jelas kepada calon pembelinya terkait produk yang dijual, sehingga negosiasi dan transaksi bisa berjalan. Tidak semua transaksi berjalan baik, nyatanya masih banyak ditemui transaksi yang tidak sesuai sebagaimana semestinya. Produk yang telah dikirimkan penjual tidak sesuai dengan deskripsi dan informasi. Pembeli sebagai salah satu orang (*persoon*) yang ada dalam perjanjian jual beli tersebut dapat meminta pertanggung jawaban penjual. Kewajiban penjual harus mempertanggung jawabkan produk tersebut karena pembeli menerima barang yang tidak sesuai dengan deskripsi dan informasi yang telah diberikan, hal ini tertuang dalam Pasal 13 ayat (1) huruf a Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik .

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan diatas, maka perlu kiranya penulis untuk meneliti lebih lanjut mengenai “**PertanggungJawaban Penjual dalam Perjanjian Jual Beli secara *Online (E-Commerce)***”, guna untuk mengetahui lebih lanjut pertanggung jawaban yang dilakukan oleh penjual dalam kegiatan jual beli *online (e-commerce)*.

¹² Desy Ary Setyawati, ‘Perlindungan Hukum Bagi Hak Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha dalam Perjanjian Transaksi Elektronik’, *Syiah Kuala Law Journal*, Vol. 1 No. 3, (Desember, 2017), hlm. 4.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana bentuk pertanggung jawaban penjual jika terdapat cacat tersembunyi terhadap barang yang sudah diterima oleh pembeli ?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Objektif

Mengetahui tanggung jawab yang diberikan penjual jika terdapat cacat tersembunyi dalam perjanjian jual beli online.

2. Tujuan Subjektif

Tujuan dari penelitian ini untuk pembuatan karya ilmiah yaitu skripsi sebagai syarat kelulusan dan meraih gelar Sarjana Hukum dari Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.