

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi yang semakin berkembang saat ini telah membawa suatu perubahan diberbagai macam bidang, termasuk dalam hal perkembangan dibidang teknologi informasi dan komunikasi mempunyai peran yang penting dalam mengubah pola pemikiran atau perilaku manusia secara global. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi ini telah menyebabkan berbagai macam perubahan sosial menuju perkembangan yang signifikan berlangsung cepat.

Teknologi informasi dan komunikasi pada saat ini tentunya untuk memudahkan setiap kegiatan manusia sebagai yang menciptakan, mengembangkan dan juga sebagai pengguna dari teknologi itu sendiri. Salah satunya dapat dilihat dari perkembangan media internet yang sangat pesat. Internet menjadi pusat media informasi dan komunikasi elektronik yang banyak dimanfaatkan dalam berbagai hal, antara lain untuk menjelajah (*browsing, surfing*), mencari data dan berita, saling mengirim pesan melalui *gmail*, dan perdagangan. Kegiatan perdagangan ini dapat dilakukan melalui media internet yang dikenal dengan istilah *electronic commerce*, atau disingkat *e-commerce*.¹

¹ Ahmad M. Ramli, 2004, *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia*, Bandung, PT. Refika Aditama, hlm. 1.

E-Commerce merupakan salah satu proses jual beli barang maupun jasa yang dilakukan melalui media internet. Semakin berkembangnya media elektronik dapat mempengaruhi aspek kehidupan manusia, khususnya dalam bertransaksi jual beli melalui media *online*, yakni internet. Peran internet saat ini bukan hanya untuk aktivitas komunikasi, namun juga dapat digunakan sebagai alat untuk pencarian informasi. Alat-alat komunikasi tersebut meliputi komputer, laptop, dan juga *smartphone* yang tentunya sangat memudahkan masyarakat untuk melakukan koneksi menggunakan internet untuk dapat melakukan transaksi jual beli secara *online*.²

Kegiatan jual beli *online* melalui internet yang dikenal dengan istilah *Electronic Commerce* atau *E-Commerce* yaitu suatu kegiatan yang banyak dilakukan oleh setiap orang, karena dalam transaksi jual beli secara elektronik ini membuat waktu menjadi efisien dan juga efektif sehingga seseorang dapat melakukan transaksi jual beli dengan setiap orang dimanapun dan kapanpun. *E-Commerce* pada dasarnya merupakan suatu transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet.³ Hal ini tentunya mengubah kebiasaan yang sebelumnya melakukan transaksi jual beli secara langsung dengan tatap muka antara penjual dan pembeli, sekarang sudah berubah menjadi transaksi dapat dilakukan secara *online*. Transaksi jual beli tersebut dengan cara

² Friska Muthia Wulandari, "Jual Beli Online yang Aman dan Syar'i (Studi terhadap Pandangan Pelaku Bisnis Online di Kalangan Mahasiswa dan Alumni Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga)", Jurnal Fakultas Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Vol 7, No. 2 (Desember 2015), hlm. 201-202.

³ Ruli Firmansyah, "Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak dalam Perjanjian Jual Beli Melalui Internet", Jurnal Ilmu Hukum Legal Opinion, No.V, Vol.II (Mei,2014).

mengakses halaman web yang telah tersedia yang berisi sebuah perjanjian yang dibuat oleh penjual (*seller*) dan pembeli (*buyer*). Mereka hanya tinggal mengikuti petunjuk yang telah disediakan dengan cara menekan tombol sebagai tanda persetujuan atas isi perjanjian tersebut. Pembayaran transaksi tersebut dapat dilakukan secara mudah dengan menggunakan cara mentransfer melalui ATM (*Automated Teller Machine*), *mobile banking*, minimarket, atau dengan perantara pihak ketiga misalnya rekening bersama.

Kehadiran jual beli secara *online* ini tentunya memberikan kemudahan bagi para konsumen, karena sebagai konsumen tidak perlu keluar rumah untuk berbelanja, disamping itu pilihan barang dan jasa pun beragam dengan harga yang relatif lebih murah. Hal ini tentunya menjadi tantangan yang positif dan sekaligus juga negatif. Dikatakan positif karena kondisi ini tentunya memberikan suatu manfaat bagi para konsumen untuk memilih barang atau jasa yang diinginkannya secara bebas. Konsumen tentunya memiliki kebebasan untuk menentukan jenis dan kualitas barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhannya. Sedangkan dikatakan negatif karena kondisi tersebut dapat menyebabkan posisi konsumen menjadi lebih lemah dari pada dengan posisi pelaku usaha yang bisa mengakibatkan kekecewaan maupun kerugian.⁴

Suatu kontrak atau perjanjian harus memenuhi syarat sahnya perjanjian yaitu sepakat mereka yang mengikatkan dirinya, cakap untuk membuat suatu perjanjian, suatu hal tertentu dan suatu sebab yang halal, sebagaimana diatur

⁴ Setia Putra, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui *E-Commerce*", Jurnal Fakultas Hukum Universitas Riau, Vol 4, No. 2 (Februari-Juli 2014), hlm. 290.

dalam Pasal 1320 KUHPerdata.⁵ Dengan telah dipenuhinya keempat syarat sahnya suatu perjanjian, maka perjanjian tersebut dianggap sah dan dapat mengikat berdasarkan hukum yang berlaku bagi pihak-pihak yang telah membuatnya.

Kedudukan penjual dan pembeli dalam jual beli secara *online* melalui media internet tentunya tidak berada dalam satu tempat yang sama. Penjual dalam jual beli secara *online*, kedudukannya dapat sebagai penjual, *reseller*, atau perantara. Diantara semua penjual pada sistem *online* tidak semuanya sebagai asli penjual. Ada yang menjadi penjual asli dan ada juga yang berperan menjadi perantara (*reseller*). *Reseller* adalah penjual yang menyediakan stok barang terlebih dahulu untuk dijual kembali kepada pembeli. Stok barang ini didapat dari sebuah produk, dan *reseller* akan membeli kembali dengan jumlah banyak atau grosir agar mendapat harga murah.⁶

Pelaksanaan jual beli secara *online* melalui media internet pada prakteknya masih menimbulkan berbagai masalah, seperti dalam hal promosi suatu barang maupun jasa tidak sesuai dengan wujud aslinya setelah barang atau jasa diterima pembeli. Hal tersebut tentunya menyebabkan protes dari pihak pembeli selaku konsumen yang pada akhirnya meminta pertanggungjawaban kepada penjual. Pertanggungjawaban itu dapat berbentuk permintaan retur barang maupun ganti rugi dengan cara mengembalikan sejumlah uang yang telah dibayarkan oleh pembeli kepada penjual. Karena pada transaksi jual beli secara *online*, promosi

⁵ H. Riduan Syahrani, 2013, *Seluk-Beluk dan Asas-Asas Hukum Perdata*, Bandung, Alumni, hlm. 205.

⁶ Aditya Ayu Hakiki *dkk.*, "Perlindungan Hukum Bagi Pembeli Dalam Sengketa Jual Beli Online", *Jurnal Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surabaya*, Vol. 1, No. 1 (April 2017), hlm. 120.

merupakan janji yang diberikan kepada pembeli dan dari promosi tersebut penjual dapat menawarkan berbagai macam barang maupun produk sehingga dapat menarik minat pembeli. Bagi pihak-pihak yang tidak dapat melakukan pertanggungjawabannya atas suatu perjanjian yang telah mereka sepakati, maka bisa digugat oleh pihak yang merasakan kerugian untuk mendapatkan penggantian kerugian terhadap barang tersebut. Transaksi jual beli secara *online* atau *e-commerce* diatur dalam Undang-undang No. 11 Tahun 2008 juncto Undang-undang No. 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan juga terdapat pada Peraturan Pemerintah No. 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

Objek jual beli secara *online* merupakan barang atau jasa yang diperjual belikan oleh penjual kepada setiap orang yang membeli barang maupun jasa melalui media *online*. Namun tidak semua barang maupun jasa dapat di perjual belikan melalui media internet. Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Undang-undang Perlindungan Konsumen tidak mengatur tentang syarat-syarat barang atau jasa yang dapat untuk diperjual belikan melalui *e-commerce*. UU ITE tidak mengatur mengenai kriteria barang yang boleh diperdagangkan dalam transaksi *e-commerce*, namun dalam pasal 9 UU ITE mewajibkan penjual untuk menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan produk yang ditawarkan dan Pasal 28 ayat (1) UU ITE melarang penyebaran berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan

kerugian pembeli dalam transaksi elektronik.⁷ Sementara subyek hukum dalam jual beli secara *online* adalah penjual (produsen) dan pembeli (konsumen).⁸

Ribuan situs jual beli secara online memang semakin marak di Indonesia yang berguna untuk mempermudah masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya dengan berbelanja secara *online*. Bukalapak dan Tokopedia merupakan situs jual beli secara *online* yang menjual berbagai produk maupun barang sesuai dengan yang kebutuhan seluruh masyarakat di Indonesia.

Berdasarkan dengan uraian dan penjelasan tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai perjanjian jual beli secara *online*, oleh karena itu peneliti bermaksud dengan mengambil judul : **“PERJANJIAN JUAL BELI SECARA ONLINE DI BUKALAPAK DAN DI TOKOPEDIA”**.

B. Rumusan Masalah dan Tujuan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah di atas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

Kapan Timbulnya Hak dan Kewajiban Pembeli dan Penjual Dalam Perjanjian Jual Beli secara *online* di Bukalapak dan di Tokopedia ?

Berdasarkan pada perumusan masalah diatas tujuan penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui Kapan Timbulnya Hak dan Kewajiban Pembeli dan Penjual Dalam Perjanjian Jual Beli secara *online* di Bukalapak dan di Tokopedia.

⁷ *Ibid.*

⁸ Mila Nila Kusuma Dewi, "Penyelesaian Sengketa Dalam Perjanjian Jual Beli Secara Online", Jurnal Cahaya Keadilan Universitas Indonesia Timur, Vol.5. No.2 (2017), hlm.77.

C. Manfaat Penelitian

Berdasarkan pada perumusan masalah diatas manfaat penelitian ini adalah:

a) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi mahasiswa, akademisi, ataupun masyarakat umum dalam hal perkembangan ilmu pengetahuan dibidang Hukum khususnya dibidang Hukum Perdata.

b) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan informasi bagi pihak-pihak yang akan melakukan jual beli secara online melalui media internet.