

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Transaksi jual-beli melalui media elektronik sering disebut dengan istilah *Electronic Commerce* atau *E-Commerce* yang artinya sebagai perdagangan dengan menggunakan fasilitas elektronik dimana bentuk transaksi perdagangan baik membeli maupun menjual dilakukan melalui media elektronik pada jaringan internet.

Di era globalisasi saat ini, dunia perdagangan mengalami perkembangan pesat didalamnya. Perkembangan pesat tersebut salah satunya adalah perdagangan melalui media internet atau jual beli online (*E-commerce*). Menurut Kamlesh K. Bajaj dan Debjani Nag, *e-commerce* adalah suatu upaya pertukaran informasi dalam bidang usaha tanpa perlu memakai kertas, tetapi sebagai gantinya kegiatan ini menggunakan media seperti *Electronic Mail*, *Electronic Data Interchange*, dan melalui jaringan internet lainnya.¹ Menurut pasal 1 ayat 2 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik atau *e-commerce* adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Pasal tersebut dapat disimpulkan dimana para pihak dapat menjalankan transaksinya tanpa harus bertemu langsung, melainkan hanya menggunakan

¹ Haris, Freddy, 2000, *Aspek Hukum Transaksi Secara Elektronik Di Pasar Modal*, Jakarta, Tnp, Hlm 7

media elektronik dan bisa dilakukan dimana saja, hal ini tentu membuat para pihak dalam bertransaksi menjadi lebih mudah dan praktis.

Hakikatnya transaksi online adalah transaksi yang serupa dengan transaksi pada umumnya, kegiatan ini juga mengandung asas konsensualisme yang merupakan kesepakatan antara pihak-pihak yang bersangkutan yang melakukan transaksi. Awal terjadinya kesepakatan antara pihak-pihak yang melakukan transaksi ini ketika para pihak melakukan suatu penawaran dan penerimaan. Kegiatan transaksi jual beli online ini, penawaran dan penerimaannya tidaklah berbeda dengan transaksi jual beli pada umumnya. Perbedaan disini hanyalah media yang digunakan, jika biasanya transaksi dilakukan secara bertatap muka secara langsung (*offline*) sedangkan transaksi jual beli *online* menggunakan media internet (*online*). Berdasarkan Pasal 19 UU ITE ini dijelaskan bahwa pihak-pihak sebelum melangsungkan transaksi harus menyetujui sistem elektronik yang akan dipakai. Oleh karena itu dapat dipahami dalam pasal ini bahwa para pihak sebelum melakukan suatu transaksi jual beli *online* agar menyepakati sistem elektronik yang akan digunakan untuk memperjual belikan produknya.

Facebook merupakan salah satu sosial media yang banyak dipakai dalam transaksi *online* di era globalisasi ini. Berdasarkan data Napoleon Cat, jumlah pengguna Facebook di Indonesia sebesar 178,7 juta akun pada Desember 2022.² Oleh karena itu Facebook adalah sebuah aplikasi media sosial yang penggunanya

² DataIndonesia.id, 2023, *Ada 178,7 Juta Pengguna Facebook di Indonesia hingga Akhir 2022*, <https://dataindonesia.id/>. (diakses pada hari Jumat, 17 Februari 2023 Jam 21:22 WIB)

sangat banyak dan hal ini sangat memungkinkan membuat para penggunanya dapat melakukan interaksi dengan pengguna lain yang ada di seluruh Indonesia atau dunia. Facebook juga memiliki fitur bernama Marketplace pada aplikasi website resmi, android atau ios. Fitur ini merupakan suatu pasar digital yang menjadi wadah dalam kegiatan transaksi bagi pengguna Facebook. Pada Facebook hanya menyediakan tempat untuk melakukan transaksi dan tidak menyediakan fasilitas pengiriman barang atau pembayaran seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dll. Para pihak yang melakukan transaksi melalui media Facebook harus mengatur pembayaran dan proses pengiriman barang yang diperjual belikan sesuai kesepakatan yang telah disepakati, tanpa jaminan keamanan dari pihak perantara.

Praktiknya, kegiatan transaksi *online* melalui media Facebook seringkali menimbulkan permasalahan hukum yakni terjadinya wanprestasi dan penipuan oleh pelaku usaha seperti ketidak terpenuhinya hak-hak konsumen terhadap transaksi yang dilakukan di media Facebook, hal ini dikarenakan tidak adanya filter keamanan dari pihak Facebook. Meskipun kegiatan transaksi jual beli *online* murah, praktis, terjangkau dan efisien akan tetapi dibalik kemudahan dan manfaat yang didapat dari transaksi jual beli *online* ini dapat menimbulkan dampak negatif lainnya yang harus diwaspadai terutama bagi pihak konsumen, mengingat dalam transaksi online antara pihak pelaku usaha dan konsumen tidak dapat saling bertemu atau tatap muka kecuali membuat perjanjian lain seperti bertemu langsung, sehingga dalam transaksi jual beli online tersebut dapat

memberikan kesempatan yang besar bagi pihak pelaku usaha untuk tidak melakukan perbuatan seperti melanggar hak-hak konsumen.³

Adanya permasalahan tersebut, dibutuhkan payung hukum yang dapat melindungi konsumen yang melaksanakan transaksi *online* menggunakan media facebook yang memungkinkan pihak konsumen mendapat kerugian yang dilakukan oleh pihak pelaku usaha. Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang ITE UU No 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik merupakan undang-undang yang mengatur mengenai perlindungan konsumen dan transaksi online. Oleh karena itu sudah menjadi kewajiban bagi pelaku usaha untuk memenuhi hak dari konsumen, sehingga konsumen dalam menjalankan transaksi *online* akan mendapatkan hak-haknya serta tidak mendapatkan kerugian karena pelaku usaha yang berbuat tidak baik.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana penyelesaian wanprestasi yang dilakukan pihak penjual dalam transaksi jual beli online melalui *marketplace* facebook?
2. Bagaimana perlindungan hukum bagi pihak pembeli akibat penjual melakukan wanprestasi dalam jual beli *online* melalui *marketplace* facebook?

³ Liputan6, 2023, "*Peringatan Resmi Facebook: Hati-Hati Marak Penipuan di Marketplace*", <https://www.liputan6.com/>. (diakses pada hari Sabtu, 18 Februari 2023 jam 07:10 WIB)

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui penyelesaian wanprestasi yang dilakukan pihak penjual dalam transaksi jual beli online melalui *marketplace* facebook.
2. Untuk mengetahui perlindungan hukum bagi pihak pembeli akibat penjual melakukan wanprestasi dalam jual beli online melalui *marketplace* facebook.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian dapat mendatangkan informasi dan manfaat bagi pengguna yang melakukan jual beli online khususnya pengguna Facebook.

2. Manfaat praktis

Secara praktis, Penelitian ini bermanfaat untuk dapat dijadikan informasi atau alat penyebarluasan kepada masyarakat dan praktisi hukum atau instansi lainnya agar dapat memahami pentingnya perlindungan hukum bagi pihak pembeli akibat penjual melakukan wanprestasi dalam jual beli online melalui marketplace.