

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi telah merubah kebiasaan masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli. Kebiasaan masyarakat yang sebelumnya melakukan transaksi jual beli secara langsung atau dengan tatap muka, kini perlahan berubah menjadi sebuah gaya baru yaitu transaksi jual beli melalui internet atau transaksi *online*. Transaksi *online* merupakan cara baru dalam melakukan kegiatan jual beli dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi. Transaksi *online* berkembang dimasyarakat sebagai dampak dari adanya perkembangan teknologi serta semakin meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia.

Website secara otomatis dapat membawa sebuah perusahaan ke pasar global, tetapi tidak dapat dengan mudah merealisasikan atau mengkonduisikan bisnis perusahaan itu menjadi sebuah bisnis internasional. Mengapa ? Karena banyak sekali faktor yang mempengaruhi berhasil tidaknya sebuah bisnis internasional. Budaya, *system bisnis*, dan infrastruktur yang berbeda-beda di masing-masing Negara membuat masalah pemasaran, penjualan, dan perkembangan hubungan bisnis menjadi semakin kompleks.

Kekuatan Internet untuk meningkatkan perdagangan global sudah tidak bisa dipungkiri lagi. Meskipun Amerika Serikat dan Kanada masih memiliki Internet User yang sangat besar, namun peningkatan penggunaan web di Negara-negara lain, diluar kedua Negara tersebut, dalam waktu singkat ini akan mengalami kemajuan yang sangat pesat dan akan segera menduduki daftar global online audience yang jauh lebih besar daripada Amerika Serikat dan Kanada.¹

Dewasa ini banyak pelaku usaha dan konsumen melakukan transaksi jual-beli melalui *online*. Media yang digunakan oleh pelaku usaha dan konsumen dalam melakukan transaksi *online* antara lain, yaitu : lazada, forum jual-beli kaskus, olx, berniaga. Faktor yang mendorong pelaku usaha melakukan transaksi *online* karena melalui transaksi *online* pelaku usaha dapat menekan biaya pemasaran, distribusi dan lain-lain sehingga pelaku usaha hanya memerlukan modal yang relatif sedikit dalam menjalankan bisnisnya.² Sedangkan faktor yang mendorong konsumen melakukan transaksi *online* karena melalui transaksi *online* konsumen mendapatkan manfaat serta kemudahan antara lain dapat memilih beragam barang yang diinginkan selain itu konsumen tidak perlu pergi ke toko untuk sekedar membeli barang yang dibutuhkan, apalagi jika toko tersebut berada jauh dari konsumen, tentu hal ini sangat membantu konsumen karena dapat menghemat waktu sekaligus

¹ Onno W. Purbo dan Anang Wahyudi, 2001, *Mengenal E-Commerce*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta, hlm.3.

² Jurnal Serambi Hukum Vol. 08 No. 02 Agustus 2014 – Januari 2015, hlm. 91. (diakses pada tanggal 4 Maret 2019)

mempermudah konsumen. Melalui transaksi *online* cukup dengan mengakses situs-situs yang menawarkan barang kebutuhan, konsumen sudah dapat memilih dan membandingkan kualitas serta harga barang yang diinginkan, hal ini dirasa lebih praktis dan hemat dibandingkan dengan membeli secara langsung dengan pergi ketoko.

Pemanfaatan teknologi internet untuk melakukan transaksi *online* mempunyai dampak negatif pada konsumen. Mengingat pembelian melalui transaksi *online* dilakukan oleh pelaku usaha dan konsumen yang tidak bertatap muka secara langsung serta tidak saling mengenal dengan kata lain transaksi *online* dilakukan atas rasa kepercayaan dari para pihak, permasalahan yang dapat terjadi pada transaksi *online* antara lain, yaitu bahwa kualitas barang yang dipesan tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh pelaku usaha, waktu pengiriman tidak sesuai dengan waktu yang telah disepakati, dalam proses pengiriman barang juga rawan terjadi kerusakan. Permasalahan lain yang dapat terjadi yaitu barang yang telah dipesan dan dibayar oleh konsumen tidak dikirim oleh pelaku usaha.³ Transaksi elektronik yang dipraktekkan dalam transaksi *online* melahirkan kekuatan daya tawar yang tidak sejajar antara pelaku usaha dan konsumen. Dapat dijelaskan dengan kenyataan bahwa pelaku usaha yang menjual barang dan/atau jasanya secara *online* kerap mencantumkan kontrak baku, sehingga memunculkan daya tawar yang asimetris. Lemahnya kedudukan konsumen dengan pelaku usaha dalam

³ Ibid, hlm. 92.

melakukan transaksi *online* tentu sangat merugikan konsumen dan telah melanggar hak konsumen yang diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Kepastian hukum terhadap perlindungan konsumen dalam transaksi *online* sangat diperlukan. Selain dikarenakan konsumen memiliki hak-hak yang penting untuk ditegakkan, hal ini juga untuk menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.

Perjanjian Jual beli merupakan bentuk transaksi umum yang sering dilakukan oleh masyarakat. Jual beli pada dasarnya adalah sebuah perjanjian untuk mencapai suatu harga tertentu (kesepakatan). Pengertian perjanjian pada umumnya adalah proses interaksi atau hubungan hukum dan dua perbuatan hukum yaitu penawaran oleh pihak yang satu dan penerimaan oleh pihak yang lainnya sehingga tercapai kesepakatan untuk menentukan isi perjanjian yang akan mengikat kedua belah pihak. Dalam pasal 1313 KUHPerdara terdapat pengertian mengenai perjanjian, bahwa perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih.

Syarat sahnya suatu perjanjian telah diatur dalam Kitab Undang-Undang perdata (untuk selanjutnya disebut KUHPerdara) dalam buku ke III pasal 1320 BW KUHPerdara) yaitu;

1. Kesepakatan para pihak

2. Kecakapan untuk membuat suatu perjanjian
3. Suatu hal tertentu,dan
4. Suatu sebab yang halal

Dari syarat-syarat diatas kita mengetahui bahwa apabila semua unsur atau syarat dalam pasal 1320 KUHPerdara tersebut terpenuhi berarti suatu perjanjian atau jual beli adalah sah dan mengikat para pihak. Dalam Pasal 1457 KUHPerdara menegaskan bahwa yang dimaksudkan dengan jual beli adalah persetujuan dari dua pihak yang saling mengikatkan diri,dimana pihak yang satu menyerahkan suatu kebendaan dan pihak yang lain menerima kebendaan itu dengan ketentuan; pihak yang menerima membayar harga kepada pihak yang menyerahkan kebendaan tersebut.

Ketentuan diatas menjelaskan bahwa dimana antara pihak penjual dan pihak pembeli membuat suatu persetujuan terlebih dahulu lalu disitulah ada saling mengikatkan diri untuk yang satu menyerahkan suatu benda dan yang lain membayar.⁴

Perjanjian jual beli sendiri sudah lahir dengan adanya kesepakatan. Bahkan pembuat undang-undang merasa perlu untuk menegaskan dalam pasal berikutnya yaitu pasal 1458 KUHPerdara dengan mengatakan :

“ Jual beli itu dianggap sudah terjadi antara kedua belah pihak,seketika setelah orang-orang ini mencapai sepakat tentang

⁴ R.Wirjono Prodjodikoro, 2000, *Azas-azas Hukum Perjanjian*, Mandar Maju, Bandung, hlm.39.

kebendaan tersebut dan harganya, meskipun benda itu belum diserahkan maupun harganya belum dibayar.”

Jual beli menjadi hal yang sangat sering sekali ditemui dan dilakukan banyak orang-orang untuk memenuhi kebutuhan yang mereka butuhkan mulai dari kebutuhan primer hingga kebutuhan tersier. Jual beli dilakukan dengan cara bertatap muka antara penjual dan pembeli, dimana pembeli dapat melihat langsung barang yang ditawarkan oleh penjual, dan disinilah terjadi transaksi yang melibatkan kedua belah pihak untuk sepakat bertransaksi. Dengan berkembangnya zaman jual beli pun dapat dilakukan dengan melalui internet (*e-commerce*).

Pada perjanjian jual beli secara langsung, kesepakatan dapat langsung diberikan secara lisan maupun tulisan. Tetapi dalam transaksi *online*, kesepakatan dalam perjanjian tersebut tidak diberikan secara langsung melainkan melalui media elektronik dalam hal ini adalah internet.⁵

Internet adalah jaringan komputer yang telah menjadi sarana teknologi terpopuler yang banyak digunakan oleh masyarakat diberbagai kalangan, tidak hanya di Indonesia, tapi juga di seluruh dunia, dan telah menjadi salah satu kebutuhan utama bagi masyarakat dalam menjalankan kegiatan sehari-hari, baik untuk kegiatan social maupun berbisnis. Tanpa disadari, internet telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat dunia, karena internet dapat digunakan untuk

⁵ Edmon Makarim, 2003, *Komplikasi Hukum Telematika*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm.234.

berbagai kegiatan, mulai dari berinteraksi dengan keluarga, kerabat, dan rekan kerja, mencari informasi, dan melalui internet kita pun bisa berbelanja. Di era yang serba digital ini, teknologi informasi berkembang sangat pesat sehingga mempermudah semua kegiatan yang kita ingin lakukan. Teknologi informasi yang satu ini, pada saat ini dapat membuka mata semua orang di dunia, yaitu adanya interaksi baru, tempat pemasaran baru, dan jaringan bisnis kelas dunia tanpa batas. Internet mampu memberikan kontribusi sangat besar bagi masyarakat, industri atau perusahaan maupun pemerintah. Perkembangan teknologi informasi internet ini telah menambahkan dampak yang positif bagi kehidupan masyarakat Indonesia yang tertinggal menuju pada masyarakat modern.

Internet membawa pengaruh yang besar bagi pelaku usaha di Indonesia. Indonesia adalah Negara berkembang yang juga semuanya sudah serba *online*. Bahkan media social seperti facebook dan instagram yang sebelumnya hanya account pribadi untuk berinteraksi dengan orang namun sekarang sudah menjadi tempat berjualan *online*.

Pengaruh dan peranan teknologi informasi secara tidak langsung telah membuat bisnis *online* di Indonesia berkembang. Mereka yang mengerti bisnis dapat melihat peluang yang baik pada dunia bisnis *online*. Karena banyak keunggulan atau keuntungan di dalam bisnis secara *online*. Jual beli secara *online* ini tidak saja memudahkan konsumen, namun juga memudahkan produsen dalam memasarkan

produknya yang berpengaruh pada penghematan biaya maupun waktu, jual beli melalui internet ini dapat mengefektifkan dan mengefisiensikan waktu sehingga seseorang dapat melakukan transaksi jual beli dengan setiap orang kapanpun dan dimanapun orang tersebut berada.⁶ Transaksi yang biasanya dilakukan dengan cara konvensional atau dengan cara pembeli dan penjual bertemu langsung kini beralih ke cara lain yaitu penjual dan pembeli tidak bertemu langsung namun dapat menilai dengan melihat tampilan gambar barang ataupun tulisan spesifikasi barang yang akan diperjualbelikan pada media elektronik seperti computer ataupun handphone. Transaksi jual beli *online* sama dengan jual beli konvensional yang biasa dilakukan masyarakat. Hanya terdapat perbedaan pada media yang digunakan. Pada transaksi *e-commerce*, yang digunakan adalah media elektronik yaitu internet. Sehingga kesepakatan ataupun perjanjian yang tercipta adalah melalui *online*.

Hal-hal yang telah diuraikan diatas telah menimbulkan rasa ketertarikan tersendiri bagi penulis untuk mengikuti lebih lanjut mengenai perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli *online*, yang diangkat dalam sebuah penulisan Karya Ilmiah berbentuk skripsi dengan judul : “Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam transaksi Jual Beli *Online* (Studi kasus di Toko Zend Ponsel Binjai)”

⁶ Edmon Makarim, *Op.cit*, hlm.228.

1.2 Rumusan Masalah

Banyak orang yang ingin berbisnis dengan cara membuka toko agar pembeli bisa melihat dan membeli secara langsung barang yang diperdagangkan. Selain membuka dan memiliki toko sendiri, sekarang para pebisnis juga sangat ingin berjualan melalui internet (*online*). Dengan cara produk yang ingin mereka dagangkan tersebut difoto dan disebarluaskan melalui internet. Agar barang tersebut juga dapat dibeli oleh konsumen yang tidak bisa bertransaksi dengan cara bertatap muka langsung.

Jual beli yang dilakukan masyarakat harus mengetahui perlindungan hak-hak konsumen dalam bertransaksi *online* sesuai peraturan undang-undang berlaku. Maka yang menjadi permasalahan dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana ketentuan mengenai jual beli *online* ?
2. Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli *online*?
3. Bagaimana perbandingan jual beli konvensional dengan jual beli secara *online* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana ketentuan mengenai jual beli *online*.

2. Untuk mengetahui bagaimana Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli *online*.
3. Untuk mengetahui bagaimana Perbandingan jual beli konvensional dengan jual beli secara *online*.

1.4 Manfaat Penelitian

Setelah menguraikan tujuan dan penulisan skripsi ini, penulis menemukan beberapa manfaat dalam pembahasan skripsi ini, yaitu :

1. Bagi penulis, untuk menambah wawasan hukum dalam bidang hukum umumnya, khususnya dalam perjanjian jual beli.
2. Secara akademik penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi mahasiswa sebagai bahan bacaan dan merupakan informasi dalam memahami tinjauan aspek hukum perjanjian perdata yang terkait perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli *online*.
3. Menambah ilmu pengetahuan bagi masyarakat luas sebagai bahan bacaan dan sumber informasi untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli *online*.
4. Bagi pembaca, agar penulisan skripsi ini dapat dijadikan bahan informasi bagi pihak yang memerlukan informasi, yang dapat digunakan untuk penelitian lanjutan yang berkaitan dengan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli *online*.