

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pertumbuhan pengguna internet yang sedemikian pesatnya merupakan suatu kenyataan yang membuat internet menjadi salah satu media bagi pelaku usaha untuk memperkenalkan dan menjual barang atau jasa ke calon konsumen dari seluruh dunia.<sup>1</sup> Seorang konsumen yang biasanya membeli barang atau menyewa layanan dengan fisik pergi ke pasar adalah dimudahkan mendapatkan barang atau jasa, maka konsumen *e-commerce* (Perdagangan Elektronik) lebih mudah lagi dalam mendapatkan barang/jasa. Potensi *e-commerce* adalah bahwa setiap produk atau layanan yang berjarak sangat jauh dapat dibeli hanya menggunakan beberapa klik dari konsumen *E-commerce*.<sup>2</sup> Dengan adanya fenomena yang demikian ini, yakni semakin majunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak produktifitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha, maka perlindungan hukum terhadap konsumen dipandang sangat penting keberadaannya. Sebab dalam rangka mengejar produktifitas dan

---

<sup>1</sup> Abdul Halim B, 2009, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi E-commerce Lintas Negara Di Indonesia*, Yogyakarta, FH UII Press, hlm.3-4

<sup>2</sup> *Ibid*, hlm 23

efisiensi tersebut, pada akhirnya baik secara langsung maupun tidak langsung, konsumenlah yang menanggung dampaknya.<sup>3</sup>

Perkembangan perdagangan elektronik (*E-commerce*) yang semakin pesat membawa dampak bagi negara baik secara mikro maupun makro sangat berpengaruh pada pertumbuhan perekonomian pada suatu negara khususnya Indonesia. Berdasarkan ketentuan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia transaksi elektronik diartikan sebagai perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan atau media elektronik lainnya.<sup>4</sup> Dalam UU No.19 Tahun 2016 Perubahan atas UU No. 8 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) tidak menjelaskan apa yang dimaksud dengan perbuatan sehingga definisi yang dikemukakan oleh Prof. Sudikno Mertokusumo yang menyebutkan bahwa “perbuatan hukum adalah perbuatan subjek hukum yang ditujukan untuk menimbulkan akibat hukum yang disengaja dikehendaki oleh subjek hukum”.<sup>5</sup>

Negara Indonesia juga mengatur mengenai perlindungan terhadap konsumen, dalam UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) namun dalam pengaturan Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang berlaku saat ini masih berbasis pada sesuatu yang sifatnya fisik belum kepada *virtual*/maya. Menurut Pasal 1 Angka 1 UU No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan

---

<sup>3</sup> Sri Redjeki Hartono, 2000, *Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Pada Era Perdagangan Bebas, Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung, Mandar Maju, hlm.33

<sup>4</sup> Pasal 1 ayat (2) UU No. 19 Tahun 2016

<sup>5</sup> Sudikno Mertokusumo, 2005, *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*, Yogyakarta, Liberty hlm.63

Konsumen ”*Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.*” Dalam pasal 28 UU No.11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik di sebutkan bahwa, “*Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik*”

Aktivitas perniagaan model *e-commerce* produsen atau *merchant* lebih cenderung memilih model perjanjian baku yang substansinya ditentukan secara sepihak, sehingga dalam penggunaan perjanjian tersebut mempersempit ruang tawar terhadap konsumen.<sup>6</sup> Padahal, menurut ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, menyebutkan larangan pelaku usaha mencantumkan klausul baku, tanpa syarat, dalam suatu dokumen perjanjian. Dalam hal ini dapat menimbulkan berbagai masalah baru yang timbul dalam kaitannya pencederaian hak-hak konsumen.<sup>7</sup>

Perjanjian baku merupakan paksaan pelaku usaha terhadap konsumen, karena tidak adanya keseimbangan tawar dalam menghadapi pelaku usaha. Sehingga model perjanjian baku menuntut agar konsumen lebih berhati-hati dalam penentuan pilihan barang-barang yang dipasarkan secara *online*. Dalam beberapa hal, perjanjian

---

<sup>6</sup>UPD Kediri, 2014, Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perjanjian E-Commerce, dalam <http://updkediri.ac.id/wp-content/uploads/2014/06/E-commerce.pdf>, diunduh Rabu, 20 September 2017, pukul 16.32 WIB, hlm.2

<sup>7</sup>*Ibid*, hlm.2

baku tidak memenuhi salah satu syarat sahnya perjanjian sebagaimana tercantum dalam Pasal 1338 KUH Perdata (*Burgerlijk Wetboek*) yaitu sebagai berikut:

*"Semua Perjanjian Yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Suatu perjanjian tidak dapat ditarik kembali selain dengan kesepakatan kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang oleh undang-undang dinyatakan cukup untuk itu. Suatu perjanjian harus dilaksanakan dengan iktikad baik".*

Seorang dikatakan memberikan persetujuannya/kesepakatannya (*toestemming*), jika ia memang menghendaki apa yang disepakati.

Sedangkan syarat untuk sahnya perjanjian menurut Pasal 1320 B. W. adalah<sup>8</sup> :

1. *Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya*
2. *Kecakapan untuk suatu perikatan*
3. *Suatu hal tertentu*
4. *Suatu sebab yang halal*

Yang biasa terjadi dilingkungan masyarakat yaitu maraknya berbelanja *online* namun mereka mengabaikan perjanjian antara penjual dan pembeli. Seperti yang ada pada platform atau layanan belanja *online* seperti contoh layanan belanja Lazada dan Shopee. Yangmana kedua layanan belanja *online* tersebut menggunakan perjanjian yang dibuat secara satu pihak dan pembeli dianggap menyetujui apabila telah mendaftarkan diri pada layanan belanja tersebut, tetapi ada pengecualian terhadap anak dibawah usia 18 tahun tidak bisa mendaftarkan diri kecuali mendapat persetujuan dan pengawasan oleh orang tua.

---

<sup>8</sup> J. Satrio, 1992, *Hukum Perjanjian*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, hlm.126

Transaksi jual beli melalui media internet, biasanya akan didahului oleh penawaran jual, penawaran beli, dan penerimaan jual atau penerimaan beli. Sebelum itu mungkin terjadi penawaran secara elektronik, misalnya melalui website situs di internet atau melalui *posting* di *mailing list* dan *newsgroup* atau melalui undangan untuk para *customer* melalui model *bussiness to customer*,<sup>9</sup> yang dalam hal tersebut antar pihak pelaku usaha dan konsumen hanya dapat berkomunikasi melalui media internet dan tidak melakukan tatap muka dalam melakukan sebuah kesepakatan dan disini timbul pertanyaan apakah hanya dengan kata sepakat dan tidak dengan perjanjian tertulis sebuah kesepakatan dapat terlaksana jika dilihat perkembangan jaman yang sudah sangat maju dengan adanya teknologi tersebut yang tidak lagi merupakan *paper based economy*, akan tetapi berubah menjadi *digital electronic economy*.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut diatas maka penulis tertarik untuk meneliti dan dituangkan dalam bentuk skripsi dengan judul :

**“TRANSAKSI *E-COMMERCE* DI TINJAU DARI HUKUM PERJANJIAN”**

**B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana kekuatan hukum mengikat dalam perjanjian transaksi *e-commerce*

---

<sup>9</sup> Ahmad Mujahidi Ramli, 2004, *Cyber Law & HAKI Dalam Sistem Hukum Indonesia*, Bandung, Refika Aditama, hlm.97

2. Perlindungan hukum bagi debitur yang melakukan transaksi e-commerce

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan Obyektif :

1. Mengetahui kekuatan mengikat dalam perjanjian transaksi e-commerce
2. Mengetahui perlindungan hukum seperti apa untuk pembeli/konsumen yang melakukan transaksi melalui media internet

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis :

Menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai keabsahan transaksi ecommerce yang dilihat dari segi hukum perjanjian dan perlindungan terhadap konsumen pengguna transaksi ecommerce melalui media internet.

2. Manfaat Praktis :

- a. Mendapatkan gambaran legalitas transaksi ecommerce yang dilihat dari sisi hukum perjanjian
- b. Agar dapat meningkatkan perlindungan hukum bagi konsumen pengguna media internet dalam hal transaksi ecommerce

### **E. Kerangka Pemikiran**

Di Indonesia pengaturan mengenai transaksi elektronik diatur dalam UU No.11 Tahun 2008 yang kemudian ada perubahan pada UU No. 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Hanya dijelaskan secara umum bagaimana mekanisme transaksi elektronik, yang termasuk juga *e-commerce*. Transaksi elektronik disini merupakan perbuatan hukum yang dilakukan dengan media elektronik<sup>10</sup>.

Dengan adanya transaksi elektronik berupa *e-commerce* ini banyak membawa pengaruh bagi masyarakat, pemerintah dituntut untuk melindungi para konsumen *e-commerce* karena banyak kasus yang terjadi merugikan konsumen *e-commerce*. Hak dan kewajiban penjual dan pembeli dijelaskan dalam UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Jika dikaitkan dengan KUH Perdata ini menyangkut perjanjian jual-beli melalui media internet. Aktifitas perniagaan model *e-commerce* produsen atau *merchant* lebih cenderung memilih model perjanjian baku yang substansinya ditentukan secara sepihak, sehingga dalam penggunaan perjanjian tersebut mempersempit ruang tawar terhadap konsumen.<sup>11</sup> Kesepakatan yang terjadi antara penjual dan pembeli secara *online* itu hanya perjanjian baku dari satu pihak yaitu pelaku usaha atau penjual. Seorang dikatakan memberikan persetujuannya/kesepakatannya (*toestemming*), jika ia memang menghendaki apa yang disepakati. Sedangkan syarat untuk sahnya perjanjian menurut Pasal 1320 B. W. adalah<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> Pasal 1 ayat (2) UU No.11 Tahun 2008

<sup>11</sup> UPD Kediri, 2014, Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perjanjian E-Commerce, dalam <http://updkediri.ac.id/wp-content/uploads/2014/06/E-commerce.pdf>, diunduh Rabu, 20 September 2017, pukul 16.32 WIB, hlm.2

<sup>12</sup> J. Satrio, 1992, *Hukum Perjanjian*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, hlm.126

1. *Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya*
2. *Kecakapan untuk suatu perikatan*
3. *Suatu hal tertentu*
4. *Suatu sebab yang halal*

Menurut tinjauan penulis, ada beberapa hal mengenai perjanjian jual beli secara *online* yang dibidang tidak sah, karena perjanjian jual beli yang dilakukan secara sepihak oleh pihak pelaku usaha dan ada beberapa permasalahan mengenai perlindungan konsumen yang tertipu dengan adanya *e-commerce*.

#### **F. Metode Penelitian**

Metode penelitian merupakan suatu kegiatan ilmiah yang didasarkan pada metode pendekatan yuridis normatif, yaitu sebuah penelitian dimana menempatkan hukum sebagai sistem norma. Maksud dari sistem norma disini mengenai asas-asas, norma, kaidah dari peraturan, perjanjian dan juga doktrin.<sup>13</sup>

Dalam penelitian ini penulis akan mengajukan metodologi sebagai berikut:

##### **1. Metode Pendekatan**

Metode pendekatan yang digunakan untuk penelitian ini adalah kualitatif yang berusaha mengkombinasikan dengan pendekatan normatif dan empiris. Dengan penelitian yuridis normatif yang bersifat kualitatif, penelitian yang mengacu pada norma hukum yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, serta norma-norma yang berkembang di masyarakat.

---

<sup>13</sup> Achmad & Mukti Fajar & Yulianto, 2010, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar

## 2. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi deskriptif analisis yaitu dalam cara penulisan yang menggambarkan permasalahan yang didasarakkan pada data-data yang sudah ada, lalu dianalisa lebih lanjut dan diambil kesimpulan.

## 3. Bentuk dan Jenis Data

### a. Data Primer

Data primer adalah data dari perjanjian yang ada di web *e-commerce* tentang jual beli secara *online* dan mengenai hak dan kewajiban dari penjual dan pembeli secara *online*.

### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data tentang hukum yang menjelaskan hasil data primer yang dalam hal ini adalah buku, jurnal, skripsi, tesis, makalah, power point serta hasil penelitian hukum. Dalam hal ini adalah yang terkait dengan pelaksanaan perjanjian jual beli secara *online* dalam web *e-commerce* dan perlindungan hukum terhadap konsumen *e-commerce*. Dan bahan sekunder ini diambil dari peraturan perundang-undangan UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, UU No.11 Tahun 2008 yang kemudian dirubah menjadi UU No.19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dan KUH Perdata.

#### 4. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk menyelesaikan penelitian ini, dengan menggunakan cara penelitian kepustakaan, yaitu suatu metode pengumpulan dengan cara membaca atau merangkai buku-buku, peraturan perundang-undangan dan sumber kepustakaan lainnya yang berhubungan dengan objek penelitian. Selain itu, peneliti juga mencari objek penelitian berupa perjanjian yang ada di web *e-commerce* sebagai rujukan untuk penelitian ini.

#### 5. Metode Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ada metode analisis normatif kualitatif. Yaitu dengan menganalisis ketentuan dalam perundang-undangan serta buku-buku yang berkaitan secara komperhensif.

### **G. Sistematika Skripsi**

#### **BAB I : Pendahuluan**

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian ,dan Sistematika.

#### **BAB II : Tinjauan Pustaka**

Bab ini menguraikan tentang Tinjauan Umum Perjanjian, Tinjauan Umum Jual beli, Tinjauan Umum E-commerce

#### **BAB III : Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Kekuatan mengikat didalam jual beli e-commerce, bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen *e-commerce*

**BAB IV** : Penutup

Dalam bab ini memuat tentang kesimpulan dan saran-saran