BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perubahan dari era primitif menuju era modern seperti saat ini tidak lepas dari kecanggihan alat-alat komunikasi terutama di bidang teknologi, informasi dan komunikasi yang berpengaruh terhadap perubahan peradaban dan perilaku masyarakat sosial secara komprehensif. Pesatnya perkembangan di bidang teknologi, informasi dan komunikasi menjadikan hubungan manusia dengan manusia lainnya di berbagai belahan penjuru dunia menjadi tidak terbatas, termasuk dalam bidang bisnis. Salah satu media sosial yang dapat digunakan untuk menunjang perkembangan bisnis adalah Instagram. Tahun 2018 salah satu tren tanda tagar yang paling tinggi di Instagram adalah #bisnisanakmuda, hal ini menandakan bahwa Instagram populer dan mampu membantu para pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia terutama generasi muda. Di balik besarnya potesi positif pemanfaatan Instagram keamanan transaksi bagi penjual dan pembeli masih menjadi kendala, banyak keduanya yang kena tipu. Penipuan yang dilakukan oleh penjual yang menawarkan barangnya melalui Instagram dengan cara meyakinkan calon konsumen seperti membeli *followers* akun mati untuk menandakan akun jualannya itu benar-benar asli serta mereka memberikan testimoni mengunggah bukti transaksi, dan barang-barang yang dijualnya cenderung

murah dengan berkedok lagi diskon atau promo.[1] Sedangkan penipuan yang dilakukan oleh konsumen, biasanya dengan memberikan bukti transfer palsu kepada penjual, apabila penjual tidak hati-hati bias kena tipu, karena mereka tidak mengecek rekening dan langsung mengirim barang ke alamat konsumen. Maka dari itu perlu diadakannya kajian jual beli melalui media sosial Instagram.

Perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi mengarah pada kegiatan-kegiatan manusia yang dapat dengan mudah untuk dilakukan, hal ini dapat dilihat dari pesatnya perkembangan media internet yang begitu cepat. Internet merupakan suatu media komunikasi dan informasi elektronik yang pada zaman sekarang ini dimanfaatkan untuk *browsing* (menjelajah), mencari informasi berita, mengirim berkas-berkas penting melalui email dan perniagaan. Perniagaan atau perdagangan yang menggunakan internet sebagai sarana untuk menawarkan produknya disebut dengan istilah *electronic commerce* atau *e-commerce*. Dalam hal ini perdagangan melalui media internet atau *e-commerce* dapat membantu mewujudkan perekonomian nasional untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Rochmat Somemitro mengemukakan, Diperlukan pembangunan ekonomi yang ditujukan guna mencapai masyarakat adil dan makmur, serta material dan spiritual yang merata untuk mencapai suatu masyarakat yang bebas dari penindasan, bebas dari kemiskinan, bebas dari penghisapan dan bebas dari penjajahan.[2]

---

[1] Tirto.id, Jumat 8 Maret 2019, *Fitur Bisnis di Instagram: Pengguna Belum Aman dari Penipuan?*, dalam https://tirto.id/fitur-bisnis-di-instagram-pengguna-belum-aman-dari-penipuan-diB5, diunduh Senin, 6 April 2020 pukul 01:52 WIB.

[2] Neni Sri Imaniyati, 2009, "*Hukum Bisnis Telaah tentang Pelaku dan Kegiatan Ekonomi"*, Yogyakarta: Graha Ilmu, hal. 7.

Dengan perkembangan teknologi sekarang ini dikenal cara transaksi *e-commerce* yang menggunakan internet, transaksi *e-commerce* menjadi salah satu media yang efektif bagi pelaku usaha untuk memperkenalkan dan menjual barang atau jasa ke calon konsumen dari seluruh dunia. *E-commerce* merupakan model bisnis modern yang *non-face* (tidak menghadirkan pelaku bisnis secara fisik), perkembangan ini juga berdampak pada hubungan cara transaksi pelaku usaha dan konsumen.[3] Menurut Onno W. Purbo dan Aang Arif, *e-commerce* merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menggabungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik. *E-commerce* merupakan sarana baru yang menampilkan dimensi baru era global dengan *online system* yang dilakukan melalui internet dan dikenal dengan perdagangan elektronik.[4] *E-commerce* telah merubah paradigma "bisnis klasik" dengan menumbuhkan model-model interaksi antara pelaku usaha dan konsumen di dunia virtual. Diakui secara luas, bahwa dibandingkan dengan belanja di ruang nyata, berbelanja lewat internet merupakan hal yang mudah, nyaman, murah dan efisien bagi konsumen. Pihak pelaku usaha juga diuntungkan oleh karakteristik yang sama dari transaksi *e-commerce*, lantaran dapat dilakukan transaksi bisnis tanpa perlu bertemu langsung dengan konsumen.[5]

Salah satu media sosial yang dapat dijadikan sebagai alat untuk melakukan perdagangan melalui internet atau *e-commerce* adalah Instagram.

---

[3] Abdul Halim Barkatullah, 2009, "*Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Lintas Negara di Indonesia"*, Yogyakarta: FH UII Press, hal. 33.
[4] Endang Purwaningsih, 2015, "*Hukum Bisnis"*, Bogor: Ghalia Indonesia", hal. 58.
[5] Abdul Hakim Barkatullah, *Op. Cit*., hal. 34.

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri.[6] Saat ini instagram merupakan toko yang berbasis *online* yang paling cukup diminati dan dijadikan sebagai ajang bisnis jual beli. Media sosial instagram merupakan sarana promosi yang sangat efektif.[7] Instagram lebih memaksimalkan fiturnya untuk komunikasi melalui gambar atau foto.[8] Dari fitur-fitur instagram tersebut pelaku bisnis dapat memasarkan produknya secara visual untuk menarik perhatian konsumen. Media instagram ini memiliki beberapa kelebihan sehingga pembeli dan penjual tertarik untuk bertransaksi elektronik melalui media ini. Seperti biaya promosi yang lebih murah, produk dapat dilihat 24 jam oleh siapapun dan kapanpun, dan penjual dapat mengelola bisnis lebih fleksibel dan santai, karena dapat dilakukan saat sedang santai sekalipun.[9]

Kata perjanjian menunjukkan adanya makna bahwa para pihak dalam perjanjian yang akan diadakan telah sepakat tentang apa yang mereka sepakati berupa janji-janji yang yang diperjanjikan.[10] sementara itu, kata persetujuan menunjukkan makna bahwa para pihak dalam suatu perjanjian tersebut juga sama-sama setuju tentang segala sesuatu yang diperjanjikan.[11] Asas konsensualisme menyatakan perjanjian lahir pada saat tercapainya kata

---

[6] Wikipedia, "Instagram", Selasa, 01 Oktober 2019, https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram, diunduh Minggu 06, Oktober 2019 pukul 16.55 WIB.
[7] Dumet Development, "Pengertian Instagram dan Keistimewaannya", Selasa 12 Mei 2015, dalam https://www.dumetdevelopment.com/blog/pengertian-instagram-dan-keistimewaannya, diunduh Minggu, 06 Oktober 2019 pukul 17.19 WIB.
[8] *Ibid*.
[9] Fathul Husnan, 2015, "Buku Pintar Bisnis Online", Jakarta: PT Elex Media Komputindo, hal. 4.
[10] *Ibid*
[11] *Ibid*

sepakat antara para pihak mengenai hal-hal yang pokok dan tidak memerlukan sesuatu formalitas.[12] Menurut pasal 1320 KUHPerdata, perjanjian dikatakan sah jika memenuhi empat syarat dalam pasal tersebut.

Dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik, pasal 1 ayat (2) menyatakan bahwa "Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan atau media elektronik lainnya. Transaksi melalui media sosial instagram termasuk ke dalam pengaturan UU ITE. Berdasarkan pernyataan pasal 1 ayat (2) UU ITE, maka transaksi melalui Instagram harus mempunyai kontrak yang telah disepakati berdasarkan pasal 19 UU ITE yang berbunyi "Para pihak yang melakukan Transaksi Elektronik harus menggunakan sistem elektronik yang disepakati" agar mengikat para pihak dan kedua belah pihak memiliki perlindungan dan kekuatan hukum yang sama seperti yang tercantum pada pasal 18 ayat (1) UU ITE yang berbunyi "Transaksi Elektronik yang dituangkan ke dalam Kontrak Elektronik mengikat para pihak."

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan pengkajian permasalahan tersebut kedalam penulisan skripsi yang berjudul **"PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN JUAL BELI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DITINJAU DARI HUKUM PERIKATAN DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 11 TAHUN 2008 TENTANG ITE"**.

[12] Danang Sunyoto, 2015, *"Aspek Hukum Dalam Bisnis"*, Yogyakarta: Nuha Medika, hal. 83.

B. Pembatasan Masalah

Penentuan ruang lingkup atau objek penelitian agar kajian yang dilakukan menjadi fokus pada sasaran yang akan dikaji dan mudah dipahami. Dengan demikian, peneliti melakukan pembatasan masalah mengenai perlindungan para pihak dalam bertransaksi jual beli melalui media instagram yang berkaitan dengan hukum perikatan dan transaksi elektronik.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diurakan diatas, maka dalam penelitian ini permasalahannya sebagai berikut:

1. Apa saja hambatan dan kendala dalam proses jual beli melalui media sosial instagram?
2. Bagaimana perlindungan hukum bagi para pihak yang melakukan transaksi jual beli melalui media sosial instagram?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apa saja hambatan dan kendala dalam jual beli melalui media sosial instagram.
2. Untuk mengetahui peranan hukum dalam memberikan perlindungan bagi para pihak yang melakukan transaksi jual beli melalui media sosial instagram.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas, maka manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

   Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan sumbangsih atau masukan untuk ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang hukum perdata serta diharapkan memberi informasi sebagai literasi yang dapat dijadikan refrensi bagi penelitian selanjutnya.

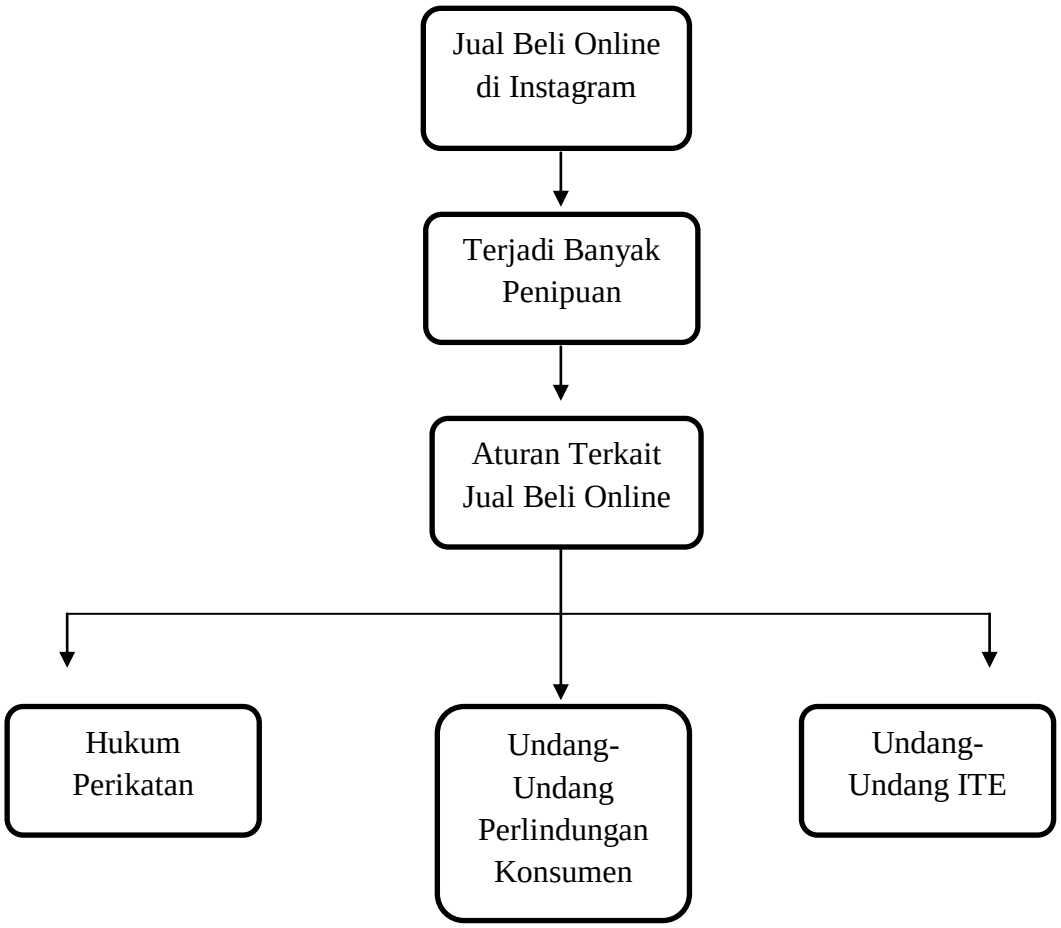
2. Manfaat Praktis

   a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai implementasi hukum perikatan dan Undang-Undang ITE dalam melakukan jual beli melalui media sosial instagram.

   b. Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi salah satu informasi kepada masyarakat luas tentang pentingnya perlindungan hukum jual beli melalui media sosila instagram.

   c. Hasil dari penelitian ini diharapkan sebagai bahan kajian untuk pemerintah dalam membuat peraturan yang lebih spesifik mengenai peraturan jual beli melalui media sosial.

F. Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Jual beli dapat diartikan persetujuan saling mengikat antara penjual dan pembeli dimana penjual menyerahkan barang dan pembeli membayar barang yang dijual. Secara etimologis, Jual beli adalah tukar menukar harta dengan harta, dapat diartikan dalam transaksi jual beli adalah transaksi tukar menukar antara harta milik penjual biasanya berupa barang dengan harta milik pembeli biasanya berupa uang. Sedangkan pengertian online di instagram adalah

aplikasi instagram yang berfungsi untuk mengunggah foto-foto di aplikasi tersebut dengan keadaan terkoneksi dengan jaringan internet.

Menurut statistik Patroli Siber, sepanjang 2019 ada ribuan aduan kejahatan siber yang dilaporkan masyarakat Indonesia. Total ada 4.586 laporan, sedangakn dari total keseluruhan laporan tersebut penipuan online berjumlah 1.617. Laporan penipuan online terbanyak terjadi di *platform* Instagram dengan 534 laporan.[13]

Kata sepakat berarti adanya suatu titik temu (*a meeting of the minds*) diantara para pihak untuk melakukan suatu perjanjian. Kata sepakat dapat diartikan tidak adanya unsur "paksaan", "kekhilafan" dan "penipuan.[14] Kesepakatan kehendak diantara para pihak yang terdapat dalam perjanjian tersebut, syarat kesepakatan kehendak ini merupakan syarat subjektif terhadap sahnya perjanjian.[15] Kecakapan melakukan perbuatan hukum berarti mampu melakukan perbuatan yang berakibat hukum karena dianggap memahami konsekuensinya. Unsur-unsur kecakapan diatur dalam pasal 1330 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yaitu:

1. Orang-orang yang belum dewasa, yaitu belum berumur 21 Tahun bagi laki-laki dan belum 19 tahun bagi perempuan. Orang-orang yang belum dewasa ini, semua perbuatan hukumnya diwakili oleh orang tua atau walinya. Orang-orang yang belum dewasa tersebut telah menikah

---

[13] Liputan 6, Jumat, 17 Januari 2020, 00:00 WIB : "*Marak Penipuan Online Shop di Medsos, Hati-Hati Modusnya Makin Canggih"*, dalam https://www.liputan6.com/tekno/read/4157301/headline-marak-penipuan-online-shop-di-medsos-hati-hati-modusnya-makin-canggih, diunduh Minggu, 29 Maret 2020 pukul 21:46 WIB.
[14] Dadang Sukandar, 2011, *"Membuat Surat Perjanjian"*, Yogyakarta: ANDI OFFSET, hal. 14.
[15] Munir Fuady, 2014, *"Konsep Hukum Perdata"*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, hal. 195.

maka akan dianggap telah dewasa meskipun perkawinannya telah bercerai lagi.

2. Orang-orang yang ditaruh di bawah pengampuan, karena gila atau hilang ingatan. Orang-orang yang berada di bawah pengampuan, semua perbuatan hukumnya diwakili oleh pengampuannya.
3. Perempuan dalam hal-hal yang telah ditentukan oleh undang-undang. Misalnya, penjualan harta bersama dalam perkawinan yang dilakukan oleh istri harus mendapat persetujuan suami.
4. Orang-orang yang dalam undang-undang memperbolehkan atau melarangnya untuk melakukan perbuatan hukum.

Asas Kebebasan berkontrak dapat dianalisis dari ketentuan pasal 1338 ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yang berbunyi: "semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya." Asas kebebasan berkontrak adalah suatu asas yang memberikan kebebasan kepada para pihak untuk:

1. Membuat atau tidak membuat perjanjian
2. Mengadakan perjanjian dengan siapapun
3. Menentukan isi perjanjian, pelaksanaan dan persyaratan
4. Menentukan bentuknya perjanjian, yaitu tertulis atau lisan.

Konsumen dalam transaksi *e-commerce* memiliki resiko yang cukup tinggi daripada penjual, konsumen dapat dicuri data pribadinya oleh pihak ketiga pada saat terjadi komunikasi penjual dan pembeli. Seharusnya dalam hal ini pemrintah juga harus memberikan perlindungan atau jaminan untuk mengantisipasi hal-hal tersebut.

Menurut Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang dimaksud Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Transaksi elektronik dalam hal ini dapatv diartikan juga sebagai saran jual beli secara online dimana para pihak dapat bertransaksi tanpa bertatap muka dengan media jaringan internet.

G. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode-metode penelitian yang meliputi beberapa aspek, sebagai berikut:

1. Metode Pendekatan

Metode yang diterapkan dalam penulisan penelitian ini adalah pendekatan yuridis empiris yakni membahas tentang bagaimana hukum berlaku dalam masyarakat.[16] Metode pendekatan yuridis empiris adalah penelitian hukum dengan cara memadukan atau menggabungkan antara yuridis (norma-norma hukum) dengan empiris (implementasi hukum yang nyata dalam masyarakat) mengenai efektifitas hukum di lingkungan masyarakat. Dengan kata lain metode Yuridis Empiris adalah penelitian yang memadukan das sollen (norma hukum yang telah dikodifikasi) dan das sein (realitas yang ada di masyarakat.

[16] Zainudin Ali, 2017, *"Metode Penelitian Hukum"*, Jakarta: Sinar Grafika, hal. 31.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini menggunakan jenis penelitian diskriptif. Penelitian diskriptif adalah suatu metode penelitian yang menggambarkan peristiwa hukum dan fakta yang ada dalam kehidupan sosial secara mendalam.

3. Lokasi Penelitian

Lokasi yang akan digunakan untuk melakukan penelitian oleh penulis berada di kota Surakarta. Dalam hal pemilihan lokasi penelitian tersebut dikarenakan sumber-sumber data di kota Surakarta memungkinkan untuk dilakukan penelitian. Dalam hal ini penulis banyak sekali fenomena jual beli melalui media sosial instagram yang dilihatnya sendiri baik dari pembeli dan penjual yang berasal dari wilayah kota Surakarta.

4. Sumber Data

Dikarenakan penelitian ini bersifat Yuridis Empiris maka bentuk dan jenis data yang diperlukan adalah data primer dan data sekunder, dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer merupakan bahan hukum yang diperoleh oleh peneliti secara langsung dari lapangan atau sumbernya tanpa perantara pihak lain, lalu dikumpulkan, disusun dan diolah oleh peneliti.[17] Dalam hal ini peneliti mencari sumber data dengan cara turun langsung ke lapangan mewancarai narasumber yang dianggap peneliti mampu memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Peneliti

[17] Suteki & Galang Taufani, 2018, *Metodologi Penelitian Hukum*, Depok: PT Raja Grafindo Persada, hal. 214.

akan melakukan wawancara dengan pemilik toko atau akun jualan di media sosial instagram dan beberapa orang yang sering berbelanja melalui media sosial instagram.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen-dokumen resmi, buku, hasil penelitian dalam bentuk laporan, skripsi, tesis, disertasi, dan peraturan perundang-undangan.[18] Data sekunder yang berkaitan dengan penelitian ini adalah:

1) Bahan Hukum primer yang terdiri dari peraturan perundang-undangan. Undang-undang yang berkaitan dengan penelitian ini adalah:
   a) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
   b) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
   c) Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi
   d) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
2) Bahan hukum sekunder yaitu bahan berupa buku-buku, hasil penelitian dan hasil karya ilmiah yang berkaitan dengan objek penelitian ini.

[18] Zainudin Ali, *Op. Cit*., hal.106.

5. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah sebagai berikut:

a. Studi Kepustakaan

Studi Kepustakaan merupakan metode tunggal yang dipergunakan dalam penelitian hukum normatif, metode ini mengumpulkan sumber data primer dan data sekunder yang diperoleh dari peraturan perundang-undangan, buku-buku, dokumen resmi, publikasi dan hasil penelitian.[19]

b. Studi Lapangan

Studi lapangan bertujuan untuk memperoleh fakta serta mengumpulkan data secara langsung turun kelapangan dengan menggunakan metode Pengamatan dan Wawancara. Pengamatan adalah mengamati secara langsung untuk memperoleh gambaran nyata yang berkaitan dengan penelitian. Wawancara adalah suatu cara untuk memperoleh informasi dengan bertanya langsung pada yang diwawancarai.

c. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif terhadap data primer dan data sekunder yang bertujuan untuk menentukan makna aturan hukum yang dijadikan

[19] Suratman & Philips Dallah, 2013, "*Metode Penelitian Hukum"*, Bandung: Alfabeta, hal. 123.

rujukan dalam menyelesaikan permasalahan hukum dalam penelitian ini.[20]

H. Sistematika Penelitian

Sistematika dalam penelitian ini memiliki peranan yang sangat penting yaitu untuk mempermudah dalam memahami gambaran secara menyeluruh mengenai langkah-langkah penelitian dan permasalahan yang akan dipecahkan dan diteliti dalam penelitian ini. Sistematika dalam penelitian ini terdiri dari:

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah
B. Pembatasan
C. Rumusan Masalah
D. Tujuan Penelitian
E. Manfaat Penelitian
F. Kerangka Pemikiran
G. Metode Penelitian

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian
   1. Pengertian Perjanjian
   2. Unsur-Unsur Perjanjian
   3. Bentuk atau Sifat Perjanjian
   4. Syarat Sahnya Perjanjian
   5. Lahirnya Perjanjian

[20] Zainudin Ali, *Op. Cit*., hal.107.

6. Wanprestasi (Ingkar Janji)
7. Overmacht atau Force Majeur (Keadaan Memaksa)
8. Ganti Rugi

B. Tinjauan Umum Tentang Instagram

1. Pengertin Instagram
2. Penggunaan Media Sosial Instagram
3. Penggunaan Instagram sebagai Media Pemasaran
4. Online Shop di Instagram

C. Tinjauan Umum Tentang Jual Beli Online

1. Pengertian Jual beli Online
2. Jenis-Jenis Transaksi Jual Beli Online
3. Mekanisme Jual Beli Online
4. Permasalahan yang Timbul dalam Jual Beli Online

D. Perjanjian Jual Beli Secara Elektronik Ditinjau dari UU ITE

1. Pengertian Jual Beli Secara Elektronik Ditinjau dari UU ITE
2. Perlindungan Hukum Terhadap Para Pihak dalam Transaksi Bisnis Elektronik
3. Hak dan Kewajiban Konsumen Serta Pelaku Usaha Dalam Transaksi Jual Beli Online

E. Penyelesaian Sengketa dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Sosial Instagram

1. Litigasi
2. Non Litigasi

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Apa saja Hambatan dan kendala dalam jual beli melalui media sosial instagram
B. Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Jual Beli Melalui Media Sosial Instagram

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan
B. Saran