

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemenuhan kebutuhan hidup di dalam masyarakat sangatlah penting dan menjadi hal yang sangat utama. Dalam pemenuhan kebutuhan tersebut masyarakat sering mengadakan/melakukan transaksi jual beli. Hal ini dapat dilihat dari *trend* perkembangan pembelian suatu produk yang semakin pesat. Transaksi jual beli di dalam perdagangan dapat timbul jika terjadi pertemuan antara penawaran dan permintaan terhadap barang yang dikehendaki.

Perjanjian jual beli adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan. Dari pengertian tersebut, persetujuan jual beli sekaligus membebaskan dua kewajiban yaitu kewajiban pihak penjual menyerahkan barang yang dijual kepada pembeli dan kewajiban pihak pembeli membayar harga barang yang dibeli kepada penjual.

Di dalam bertransaksi sebelum terjadinya kesepakatan antara penjual dan pembeli terkadang penjual sering melakukan diskriminasi terhadap konsumen, padahal bila kita lihat konsumen selayaknya harus mendapat perlakuan yang baik dari penjual. Konsumen berhak mendapat pelayanan terbaik adalah hak salah satu sebagai konsumen.

Apabila masyarakat atau konsumen mengalami ketidakadilan yang dilakukan oleh pelaku usaha, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan hukum

guna melindungi hak-hak yang dimilikinya sebagai konsumen. Undang-undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang disingkat menjadi UUPK pada Pasal 1 angka (1), menyebutkan bahwa “Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.

Dengan adanya UUPK tersebut, masyarakat memiliki payung hukum untuk melindungi haknya. Dan didalam pasal 1491 KUHPerdara disebutkan bahwa Penanggungan yang menjadi kewajiban penjual terhadap pembeli, adalah untuk menjamin dua hal yaitu pertama penguasaan barang yang di jual itu secara aman dan tentram, kedua tiadanya cacat yang tersembunyi pada barang tersebut, atau yang sedemikian rupa sehingga menimbulkan alasan untuk pembatalan pembelian.

Dilihat dari perkembangannya, masyarakat bisa saja merasa diuntungkan atau dapat juga merasa dirugikan dalam bertransaksi dengan pelaku usaha. Diuntungkan apabila pemenuhan barang tersebut sesuai dengan permintaan konsumen. Konsumen merasa dirugikan apabila barang yang dibeli oleh konsumen ternyata memiliki kecacatan.

Kerugian yang dialami oleh konsumen seringkali kerugian yang secara langsung tak dapat dilihat misalnya dalam membeli sebuah tas, tas yang akan dibeli konsumen memiliki kecacatan produk seperti jaitan yang kurang rapi, walaupun demikian kejadian tersebut merugikan konsumen. Hal ini yang sering ditemui antara pelaku usaha dan konsumen.

Masalah yang timbul akhir-akhir ini mengenai perlindungan konsumen mendapatkan penilaian yang sangat tajam dari masyarakat. Masalah yang terkait dengan kepentingan konsumen selalu menjadi sorotan berkepanjangan dan hasilnya

pun konsumen yang akan dirugikan. Padahal yang menjadi salah satu hak konsumen ialah untuk mendapatkan produk yang kualitas dan kuantitasnya sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan oleh pelaku usaha.

Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen sering kali disebabkan karena tingkat pengetahuan hukum dan kesadaran konsumen akan haknya yang masih rendah, kondisi seperti ini disebabkan kurangnya sosialisasi terhadap masyarakat bahwa mereka sebagai konsumen berhak mendapat perlindungan yang diatur berdasarkan undang-undang.

Dari rendahnya kesadaran konsumen momen ini dimanfaatkan pelaku usaha untuk meraup keuntungan sebesar-besarnya dengan tidak mengindahkan kewajiban-kewajiban yang sudah seharusnya melekat pada para pelaku usaha. Seharusnya konsumen memiliki hak penuh untuk mendapatkan perlindungan. Akan tetapi banyak konsumen yang belum mengetahui bahwa ada undang-undang yang mengatur tentang perlindungan konsumen. Seperti halnya mengenai pembelian barang melalui internet secara *online* atau disebut juga dengan *e-commerce*.

Perkembangan teknologi *internet* yang semakin maju merupakan salah satu faktor pendorong berkembangnya *e-commerce*. Dengan adanya *e-commerce* memudahkan transaksi antara pelaku usaha dan konsumen. Transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dilakukan oleh aplikasi yang banyak muncul belakangan ini, kita tahu sekarang sebagai salah satu contoh aplikasi jual beli yaitu tokopedia. Aplikasi ini salah satu wadah sebagai transaksi antara penjual dan pembeli.

Perkembangan *e-commerce* diatur di dalam Undang-undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang disingkat UU ITE. Sebagai

konsumen, kita harus jeli didalam membeli suatu barang. Biasanya didalam suatu transaksi jual-beli secara *e-commerce* terdapat suatu perjanjian antara pelaku usaha dan konsumen. Jual beli merupakan salah satu jenis perjanjian yang diatur dalam KUHPerdara.

E-commerce pada dasarnya merupakan model transaksi jual beli *modern* yang mengimplikasikan inovasi teknologi seperti internet sebagai media transaksi. Kehendak para pihak yang diwujudkan dalam kesepakatan ialah merupakan dasar mengikatnya suatu perjanjian bagi para pihak yakni penjual dan pembeli, kehendak itu dapat dibuat dengan berbagai cara baik lisan maupun tertulis dan mengikat perjanjian yang telah disepakati para pihak dengan segala akibat hukumnya.

Didalam pembelian barang secara *online*, seorang pembeli bisa melihat terlebih dahulu barang dan jasa yang hendak dibelanjakan melalui website yang dipromosikan oleh pelaku usaha, konsumen biasanya menghubungi pihak penjual melalui aplikasi agar dapat berkomunikasi dan mengirimkan foto barang yang diinginkan oleh konsumen. Dari komunikasi yang terjadi antara pelaku usaha dan konsumen awal mulanya transaksi terjadi.

Upaya meningkatkan pelayanan kepada konsumen suatu bidang usaha penjualan harus inovatif dan selalu memberikan yang terbaik bagi konsumen. Inovatif dalam arti harus menjual produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen disamping itu barang-barang yang ditawarkan mengikuti perkembangan. Memberikan yang terbaik berarti memberikan banyak alternatif barang, dan kemudahan dalam bertransaksi.

Media *internet* memiliki fungsi sebagai salah satu cara menjangkau pelanggan tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Perdagangan melalui *e-commerce* selalu meningkat jumlahnya, hal ini dapat dilihat dari pantauan DTO (Data Transfer Object) memperkirakan bahwa jumlah penjual *online* dan pengguna *internet* lain adalah 1:500orang. Asumsi ini tentu dapat menjadi tolok ukur lain potensi *e-commerce* di Indonesia yang masih menyisakan peluang besar.

Chairman Sharing Vision Dimitri Mahayana dari Lembaga Riset Telematika *Sharing Vision* menyatakan bahwa perdagangan melalui internet di Indonesia pada tahun 2009 telah mencapai 3,4 juta dolar atau setara dengan 35 triliun rupiah. Hal ini dikarenakan para konsumen telah diberi kemudahan dalam melakukan pembelian suatu produk. Selain itu akses yang bisa dijangkau dari mana saja sebagai salah satu alasan pesatnya perdagangan melalui *e-commerce*.

E-commerce memberikan kemudahan yang luar biasa kepada konsumen, karena konsumen tidak perlu keluar rumah untuk berbelanja di samping itu pilihan barang/jasa pun beragam dengan harga yang relatif lebih murah. Dapat dikatakan adanya hal yang positif ataupun negatif. Dikatakan positif karena kondisi tersebut dapat memberikan manfaat bagi konsumen untuk memilih secara bebas barang/jasa yang diinginkannya.

Konsumen memiliki kebebasan untuk menentukan jenis dan kualitas barang/jasa yang sesuai dengan kebutuhannya. Namun disisi lain dapat dikatakan negatif karena kondisi tersebut menyebabkan posisi konsumen menjadi lebih lemah dari pada pelaku usaha yang dapat mengakibatkan kekecewaan dan kerugian. Hal ini disebabkan tidak terlihat secara langsung wujud barang yang diinginkan konsumen.

Pada awal 2010-2011 banyak bermunculan toko *online* palsu baik melalui *website* maupun jejaring sosial. Mereka menjanjikan dengan harga yang jauh lebih murah dari harga normal. Dari harga yang murah tersebut yang membuat konsumen untuk tertarik membeli karena diiming-imingi harga barang yang murah tersebut.

Dalam prakteknya biasanya mereka meminta *transfer* 50% di awal. Dan berjanji akan mengirimkan barangnya segera, akan tetapi esok harinya mereka meminta pelunasan dengan alasan ada masalah administrasi. Dan berjanji akan mengirimkannya secepatnya. Akan tetapi setelah pelunasan terjadi oleh pihak pembeli, si penjual langsung menonaktifkan nomor telepon seluler yang dipakai untuk berhubungan dengan pembeli tadi.

Demikian halnya menggunakan pasar *online* dalam berbelanja membuat pelaku usaha seringkali membuat kesalahan dalam pengiriman barang yang ternyata tidak sesuai dengan pesanan konsumen. Kejadian yang seperti ini membuat pihak konsumen merasa dikecewakan. Seperti pada kasus yang terjadi, seorang wanita bernama Lisa membeli suatu produk sepatu pada salah satu *online shop* dari media *instagram*.

Nama toko yang ada di *instagram* tersebut bernama Raysneakers. Toko tersebut menjual barang berupa sepatu. Dalam postingan tersebut penjual menjual sepatu dengan keterangan bahwa sepatu yang ia jual dijamin keasliannya. Lantas setelah melihat model-model sepatu yang ada serta dengan keterangan bahwa akun *instagram* tersebut menjual sepatu yang dijamin asli, Lisa pun percaya dan mengirim pesan kepada akun tersebut untuk membeli sepatu yang ia inginkan.

Lisa tertarik untuk membeli sepatu di *instagram* tersebut karena merasa barang tersebut asli, dan Lisa pun tanpa harus repot untuk pergi mengunjungi langsung untuk melihat kondisi barang sepatu yang ia ingin beli melalui aplikasi *instagram* toko reysneakers tadi yang menawarkan kepadanya. Ini merupakan salah satu kemudahan atau sisi positif yang paling utama dalam berbelanja *online*.

Dari situlah awal mula adanya kesepakatan jual beli diantara mereka. Akan tetapi pada saat sepatu tersebut sampai kepada Lisa, sepatu tersebut tidaklah asli alias palsu (KW). Namun, setelah Lisa ingin mengajukan komplain kepada penjual, ternyata akun *instagram* yang bernama Raysneakers tersebut telah menghapus akunnya sehingga akun *instagram* tersebut tidak dapat ditemui dalam pencaharian akun *Instagram*, akun tersebut dihapus sekitar bulan juni 2019.

Melihat keadaan tersebut di atas, pembelian secara *online* menimbulkan masalah-masalah yang dialami konsumen seperti didalam pembeliannya terdapat barang yang tidak sesuai dengan apa yang dipesan, atau terdapat kecacatan pada barang tersebut. Hal ini yang dapat merugikan pihak konsumen. Pada hal UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen atau UUPK mengatur secara rinci tentang pemberian perlindungan kepada konsumen dalam rangka pemenuhan kebutuhannya sebagai konsumen. Cakupan hukum yang berlaku mengenai hak dan kewajiban konsumen, hak dan kewajiban pelaku usaha, dan cara-cara mempertahankan hak dan menjalankan kewajiban tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis mengangkat judul tentang **““PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN AKIBAT WANPRESTASI DALAM TRANSAKSI ELEKTRONIK”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas yang menjadi rumusan masalah adalah

1. Bagaimana bentuk tanggung jawab penjual *online* atas ketidaksesuaian barang yang dapat merugikan pembeli?
2. Bagaimanakah bentuk perlindungan hukum terhadap pembeli yang menderita kerugian akibat penjual *online* wanprestasi?

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian di dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bentuk tanggung jawab penjual *online* atas ketidaksesuaian barang yang dapat merugikan pembeli.
2. Untuk mengetahui bentuk perlindungan hukum terhadap pembeli yang menderita kerugian akibat penjual *online* wanprestasi.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka manfaat yang di harapkan dapat di ambil bagi penulis sendiri maupun bagi pihak lain adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yaitu manfaat dari penulisan hukum ini yang berkaitan dengan pengembangan ilmu hukum. Manfaat teoritis dari penulisan ini adalah:

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan ilmu pengetahuan serta pemikiran yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan hukum pada umumnya.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur dan referensi yang dapat dipergunakan sebagai bahan acuan bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik bahasan yang serupa dengan penelitian ini.
2. Manfaat Praktis

Penelitian dengan Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen akibat wanprestasi dalam transaksi elektronik dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat digunakan untuk menambah wawasan pandangan bagi konsumen yang melakukan transaksi *online*.

3. Manfaat Bagi Penulis Sendiri

Adapun manfaat penelitian ini bagi penulis adalah agar mengetahui bagaimana bentuk dari tanggung jawab penjual *online* atas ketidaksesuaian barang yang dapat merugikan pembeli yang sering terjadi di kalangan masyarakat.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian Jual Beli *Online*

1. Dasar Hukum Pengaturan dan Definisi Perjanjian Jual Beli *Online*

Perjanjian jual beli *Online* adalah kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, manufaktur, *service providers*, dan pedagang perantara dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer yaitu *internet*.¹ Sedangkan dalam pengertian lain perjanjian jual beli *online* (*e-commerce*) adalah suatu transaksi komersial yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam suatu hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, jasa, dan peralihan hak². Pada transaksi jual beli melalui *internet*, para pihak yang terkait di dalamnya melakukan hubungan hukum yang diruangkan melalui suatu bentuk perjanjian atau kontrak yang dilakukan secara elektronik. Pengertian kontrak elektronik dijelaskan dalam pasal 1 angka 17 UU ITE yang berbunyi sebagai berikut: “Kontrak elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui Sistem Elektronik.” Sedangkan pengertian dari Sistem elektronik adalah serangkaian perangkat dan prosedur elektronik yang berfungsi mempersiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan, dan atau menyebarkan

¹ www.Suduthukum.Com/2017/04/Perjanjian-Jual-Beli-Online.Html?M=1 Diakses Pada Tanggal 11 September 2020

² Burhanuddin S., *Hukum Kontrak Syariah* (Yogyakarta : BPFE, 2009), Hlm. 214.

Informasi Elektronik.³ Pelaku usaha yang menawarkan barang atau jasa secara elektronik wajib menyediakan barang atau jasa secara elektronik wajib menyediakan informasi mengenai syarat-syarat kontrak, produsen dan produk secara lengkap dan benar.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat ditarik beberapa unsur dari *E-commerce* yaitu :

- a. Ada kontrak dagang
- b. Kontrak itu dilaksanakan dengan media elektronik
- c. Kehadiran fisik dari para pihak tidak diperlukan
- d. Kontrak itu terjadi dalam jaringan publik
- e. Sistemnya terbuka yaitu dengan *internet* atau WWW
- f. Kontrak itu terlepas dari batas yuridiksi nasional

2. Para Pihak dalam Perjanjian Jual Beli *Online*

Dalam dunia *e-commerce* dikenal dua pelaku, yaitu *merchant*/pelaku usaha yang melakukan penjualan dan *buyer/customer*/konsumen yang berperan sebagai pembeli. Selain pelaku usaha dan konsumen, dalam transaksi jual beli melalui media internet juga melibatkan *provider* sebagai penyedia jasa layanan jaringan internet dan bank sebagai sarana pembayaran.

³ Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik (UUITE).

3. Hak dan kewajiban pihak-pihak dalam perjanjian jual beli online

A. Hak Konsumen

Jika membicarakan tentang perlindungan konsumen, hal itu juga membicarakan hak-hak konsumen. Hak-hak konsumen menurut Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut :⁴

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa.
- 2) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa
- 4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
- 5) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
- 6) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- 7) Hak untuk mendapat kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak

⁴Abdul Halim Dan Teguh Prasetyo, *Bisnis Ecomer Studi Sistem Keamanan dan Hukum Di Indonesia, Jogjakarta, 2005* Hal. 147

sebagaimana mestinya

- 8) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

B. Kewajiban Konsumen

Pasal 5 UU Nomor 8 tahun 1999 menyatakan kewajiban konsumen, yaitu :⁵

- 1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.
- 2) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
- 3) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
- 4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

C. Hak Pelaku Usaha

Pasal 6 UU Nomor 8 tahun 1999 menyatakan hak pelaku usaha, yaitu:

- 1) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- 2) Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad buruk
- 3) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum di dalam sengketa konsumen
- 4) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan
- 5) Hak- hak yang diatur di dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

⁵ Undang-Undang No.8 Tahun 1999

D. Kewajiban Pelaku Usaha

Pasal 7 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 menyatakan kewajiban pelaku usaha, yaitu :

- 1) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya
- 2) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
- 3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur secara tidak diskriminatif
- 4) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku
- 5) Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan
- 6) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan
- 7) Memberi kompensasi ganti rugi dan/atau jasa penggantian apabila barang yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.⁶

⁶ UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

4. Akibat Hukum dari Perjanjian Jual Beli *Online*

Sebuah perjanjian yang dibuat secara sah (sesuai yang disebutkan dalam undang – undang) membawa konsekuensi yuridis tertentu bagi para pihak yang melakukannya. Konsekuensi yuridis tersebut timbul sebagai akibat dari adanya kesepakatan yang dituangkan dalam klausula perjanjian.

J.Satrio menyebutkan ada empat akibat hukum yang timbul dari suatu perjanjian yang dibuat secara sah, yaitu :⁷

1) Perjanjian mengikat para pihak sebagai Undang – undang

Di dalam KUH Perdata Pasal 1338 menyebutkan “semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang – undang bagi mereka yang membuatnya”. Kata “secara sah” berarti memenuhi semua syarat – syarat yang ditentukan oleh undang undang sedangkan kata “berlaku sebagai undang – undang” berarti mengikat para pihak yang membuatnya. Jadi dalam hal ini para pihak dengan membuat perjanjian seolah – olah membuat undang – undang bagi mereka sendiri.

2) Asas janji itu mengikat

Janji itu mengikat berarti keterkaitan para pihak dengan isi perjanjian yang dibuat oleh para pihak tersebut. Jadi dalam hal ini sebenarnya para pihak terikat pada janjinya sendiri, janji yang diberikan kepada pihak lain dalam perjanjian.

⁷J.Satrio,1995,Hukum Perikatan,Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian Buku II,Bandung,PT.Citra Aditya Bakti,Hal.141

3) Asas Kebebasan berkontrak

Berdasarkan Pasal 1320 Jo Pasal 1338 orang bebas untuk melakukan perjanjian, mengatur sendiri isi perjanjian yang akan mengikat pembuatnya. Bahkan orang dapat memperjanjikan bahwa ia tidak bertanggungjawab terhadap kerugian yang timbul karena kelalaiannya atau bertanggungjawab sampai batas – batas tertentu saja. Dalam hal ini dapat dilihat bahwa para pihak sendirilah yang menentukan, apakah mereka mau terikat dalam suatu perjanjian atau tidak dan sampai sejauh mana mereka hendak terikat pada perjanjian tersebut sebab pada akhirnya mereka sendirilah yang akan bertanggungjawab terhadap pelaksanaan isi perjanjian.

4) Perjanjian tidak dapat dibatalkan secara sepihak

Perjanjaian yang telah dibuat secara sah sesuai undang – undang tidak dapat dibatalkan secara sepihak. Secara sepihak di sini berari tanpa kesepakatan pihak lainnya. Sehingga dapat ditafsirkan bahwa perjanjian dapat dibatalkan atas persetujuan dari kedua belah pihak.

Jika dihubungkan dengan Pasal 1338 dimana ada unsur “dibuat secara sah” dan “mengikat sebagai undang – undang” berarti perjanjian tersebut memenuhi semua syarat yang ditentukan oleh undang – undang Pasal 1320 dan tidak bisa dibatalkan secara sepihak karena dibuat secara sah.

B. Tinjauan Umum Tentang Wanprestasi

1. Dasar Hukum Pengaturan dan Definisi Wanprestasi

Di Indonesia, perjanjian yang berlaku harus didasarkan pada Buku III KUH Perdata Tentang Perikatan. Perikatan terdapat di dalam perjanjian karena perikatan dapat ditimbulkan oleh perjanjian disamping oleh undang-undang. Hal tersebut daitur dan disebutkan dalam Pasal 1233 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang berbunyi: "*Tiap-tiap perikatan dilahirkan baik karena persetujuan baik karena undang-undang*". Pengertian perikatan tidak terdapat dalam Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, akan tetapi menurut ilmu pengetahuan hukum, perikatan dapat diartikan sebagai hubungan yang terjadi diantara dua orang atau lebih, yang terletak di dalam lapangan harta kekayaan dimana pihak yang satu berhak atas prestasi dan pihak yang lainnya wajib memenuhi prestasi.⁸

Suatu perjanjian dapat terlaksana dengan baik apabila para pihak telah memenuhi prestasinya masing-masing seperti yang telah diperjanjikan tanpa ada pihak yang dirugikan. Tetapi adakalanya perjanjian tersebut tidak terlaksana dengan baik karena adanya wanprestasi yang dilakukan oleh salah satu pihak atau debitur.

Perkataan wanprestasi berasal dari bahasa Belanda, yang artinya prestasi buruk. Adapun yang dimaksud wanprestasi adalah suatu keadaan yang dikarenakan kelalaian atau kesalahannya, debitur tidak dapat memenuhi prestasi seperti yang telah ditentukan dalam perjanjian dan bukan dalam keadaan memaksa. Wanprestasi

⁸ Mariam Darus Badruzaman, *Hukum Perdata Buku III Dengan Penjelasan* (Bandung: Alumni, 1983), 1.

ini berdasarkan pada pasal 1313 KUH Perdata, adapun bentuk-bentuk dari wanprestasi yaitu:⁹

1. Tidak memenuhi prestasi sama sekali;

Sehubungan dengan dengan debitur yang tidak memenuhi prestasinya maka dikatakan debitur tidak memenuhi prestasi sama sekali.

2. Memenuhi prestasi tetapi tidak tepat waktunya;

Apabila prestasi debitur masih dapat diharapkan pemenuhannya, maka debitur dianggap memenuhi prestasi tetapi tidak tepat waktunya.

3. Memenuhi prestasi tetapi tidak sesuai atau keliru.

Debitur yang memenuhi prestasi tapi keliru, apabila prestasi yang keliru tersebut tidak dapat diperbaiki lagi maka debitur dikatakan tidak memenuhi prestasi sama sekali.

Sedangkan menurut Subekti, bentuk wanprestasi ada empat macam yaitu:¹⁰

1. Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukan
2. Melaksanakan apa yang dijanjikannya tetapi tidak sebagaimana dijanjikannya
3. Melakukan apa yang dijanjikannya tetapi terlambat
4. Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukan

2. Akibat hukum dari wanprestasi

Adapun menurut KUHPerdata akibat wanprestasi yang dilakukan debitur atau pihak yang mempunyai kewajiban melaksanakan prestasi dalam perjanjian, dapat

⁹R. Soebekti, *Hukum Perjanjian* (Jakarta: Pembimbing Masa, 1979), 59

¹⁰ Ibid, 62.

menimbulkan kerugian bagi kreditur atau pihak yang mempunyai hak menerima prestasi. Akibat hukum bagi debitur atau pihak yang mempunyai kewajiban melaksanakan prestasi dalam perjanjian tetapi melakukan wanprestasi, yaitu:

- a) Dia harus membayar ganti rugi yang diderita oleh kreditur atau pihak yang mempunyai hak menerima prestasi (vide Pasal 1243 KUH Perdata);¹¹
- b) Dia harus menerima pemutusan perjanjian disertai dengan pembayaran ganti kerugian (vide Pasal 1267 KUH Perdata);¹²
- c) Dia harus menerima peralihan risiko sejak saat terjadinya wanprestasi (vide Pasal 1237 ayat (2) KUH Perdata);¹³

3. Ganti Rugi

Ada dua sebab timbulnya ganti rugi, yaitu ganti rugi karena wanprestasi dan perbuatan melawan hukum. Ganti rugi karena wanprestasi diatur dimulai dari Pasal 1243 KUH Perdata menyatakan penggantian biaya, rugi dan bunga karena tak dipenuhinya suatu perikatan, barulah mulai diwajibkan, apabila si berutang, setelah dinyatakan lalai memenuhi perikatannya, tetap melalaikannya atau jika sesuatu yang harus diberikan atau dibuatnya, hanya dapat diberikan atau dibuat dalam tenggang waktu yang telah dilampaukannya, sampai dengan Pasal 1252 KUH Perdata.

Sedangkan ganti rugi karena perbuatan melawan hukum diatur dalam Pasal 1365 KUH Perdata. Ganti rugi karena perbuatan melawan hukum adalah suatu bentuk ganti rugi yang dibebankan kepada orang yang telah menimbulkan kesalahan

¹¹ Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Kuhperdata Pasal 1243

¹² Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Kuhperdata Pasal 1267

¹³ Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Kuhperdata Pasal 1237 Ayat (2)

kepada pihak yang dirugikannya. Ganti rugi itu timbul karena adanya kesalahan, bukan karena adanya perjanjian. Ganti rugi karena *wanprestasi* adalah suatu bentuk ganti rugi yang dibebankan kepada *debitur* yang tidak memenuhi isi perjanjian yang telah dibuat antara *kreditur* dengan *debitur*.¹⁴

C. Pengertian Pelaku Usaha

Pelaku usaha dapat diartikan sebagai individu yang menawarkan barang atau jasa kepada individu ataupun kelompok agar mendapatkan keuntungan dalam bentuk uang dari individu ataupun kelompok yang membeli barang atau jasa tersebut. Dalam arti sempit di kehidupan sehari-hari pelaku usaha merupakan penjual, yang dimana penjual itu menawarkan barang atau jasa kepada orang-orang baik langsung maupun tidak langsung.

Di masa modern ini pelaku usaha menawarkan barang dagangannya bukan saja melalui secara langsung di depan toko, dengan kemajuan teknologi di masa sekarang ini kini pelaku usaha mulai beralih cara yaitu melakukan jualan secara online.

Media elektronik yang digunakan oleh si pelaku usaha pun beragam ada melalui *facebook*, *instagram*, ataupun *platform* yang sudah banyak beredar di masyarakat antara lain *bukalapak*, *tokopedia*, ataupun *shopee*. Dari media inilah biasanya pelaku usaha memasarkan dagangannya kepada calon pembeli tanpa harus bertemu secara langsung.

¹⁴Salim HS., *Hukum Kontrak (Teori Dan Teknik Penyusunan Kontak)* (Jakarta : Sinar Grafika, 2003), Hal. 100.

Secara umum pengertian pelaku usaha adalah orang atau badan hukum yang menghasilkan barang-barang atau jasa dengan memproduksi barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat atau konsumen demi mendapatkan keuntungan dari barang-barang dan atau jasa tersebut .

Menurut Pasal 1 angka (3) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang dimaksud pelaku usaha adalah “ Setiap orang perseorangan atau badan usaha baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan Menurut Pasal 1 angka (3) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang dimaksud pelaku usaha adalah “ Setiap orang perseorangan atau badan usaha baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”.¹⁵

Seperti konsumen yang mempunyai hak dan kewajiban pelaku usaha pun juga mempunyai hak dan kewajiban. Kewajiban dan hak pelaku usaha diatur di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen adapun hak dari pelaku usaha yaitu:

- a) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- b) Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen beritikad tidak baik.

¹⁵ Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

- c) Hak untuk mendapatkan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.
- d) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- e) Hak – hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangan lainnya.

Selain hak yang diuraikan di atas adapun yang menjadi kewajiban sebagai pelaku usaha antara lain:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku
- e. Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan
- f. Memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian

D. Pengertian Transaksi Elektronik

1. Pengertian Transaksi Elektronik

Menurut Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik No.28 Tahun 2008 disebutkan bahwa transaksi elektronik adalah “ perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan atau media lainnya”.¹⁶ Sesuai dengan uraian di atas maka segala aktivitas yang menggunakan komputer atau handphone dapat dikategorikan sebagai transaksi elektronik.

Transaksi Elektronik di masa modern ini sudah menjadi hal yang biasa dilakukan oleh kita sehari-hari tanpa kita sadari, transaksi elektronik adalah transaksi yang memadukan jaringan sistem elektronik oleh keberadaan jaringan komputer dan internet, selain dari komputer transaksi elektronik sudah lebih mudah melakukannya dengan perangkat hp kita.

Di Indonesia dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir perdagangan melalui transaksi elektronik sangat berkembang pesat, para pelaku usaha menawarkan usaha mereka melalui aplikasi *facebook* dan lainnya menggunakan ponsel milik mereka untuk melakukan pemasaran. Dengan berkembangnya teknologi ini para pelaku usaha tidak lagi mengandalkan bisnis perusahaan konvensional yang nyata.

Selain itu *e-commerce* merupakan bidang yang multidisipliner yang mencakup bidang-bidang jaringan dan telekomunikasi, pengamanan, penyimpanan dan pengambilan data dari multimedia. Bidang-bidang bisnis seperti pemasaran

¹⁶ Undang-Undang No 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik

(*marketing*), penjualan dan pembelian, penagihan dan pembayaran, dan aspek-aspek hukum seperti hak kekayaan intelektual dan penyelesaian hukum lainnya.

Dengan adanya fenomena teknologi seperti ini maka sebaiknya juga haruslah perlindungan konsumen berada diantaranya, sebab dampak langsung dan tidak langsung dari berkembangnya teknologi ini maka konsumenlah yang merasakan dampaknya.

Selain itu penggunaan transaksi elektronik membawa implikasi yang berbeda, bagi kegiatan ekonomi penggunaan teknologi ini telah mendorong tindakan efisiensi yang sesungguhnya tetapi dalam dunia hukum muncul indikasi fenomena-fenomena baru sehingga timbul persoalan-persoalan hukum yang baru.

Perdagangan melalui transaksi elektronik tidak lagi merupakan *paper based company*. Bahwa penggunaan benda tidak berwujud semakin tumbuh dan relatif akan mengalahkan benda yang berwujud.¹⁷ Dengan masuknya internet dalam dunia perdagangan dan bisnis banyak hal yang mengalami perubahan, seperti kedekatan para pelaku usaha dan konsumen semakin renggang.

Hal ini disebabkan karena tidak adanya interaksi langsung antara kedua belah pihak, barang yang ditawarkan tidak terlihat bentuknya padahal pengenalan produk dalam wujud langsung lebih disarankan dalam berdagang. Selain itu kesesuaian barang yang dikirim dengan pesanan adalah hal penting untuk tercapainya keuntungan dari kedua belah pihak.

¹⁷ Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, (Jakarta Pt Gravindo Perkasa, 2000) Hlm 29

Hal ini juga yang menyebabkan betapa sering konsumen mengeluhkan dalam melakukan transaksi elektronik, masalah yang sering muncul dalam melakukan transaksi ini adalah barang tidak sesuai dengan yang dipesan, misalnya sepatu atau baju yang ukurannya kelebihan ataupun tidak muat sama sekali untuk dikenakan.

2. Cara-Cara Bertransaksi dalam Transaksi Elektronik

Pada dasarnya transaksi elektronik dibagi dua yaitu *business to business* dan *business to consumer*. *Business to business* adalah sistem komunikasi bisnis on-line antar pelaku bisnis atau perusahaan yang dilakukan secara rutin dalam kapasitas dan volume yang besar. *Business to consumer* merupakan suatu transaksi bisnis untuk memenuhi suatu kebutuhan pada saat tertentu.

Business to consumer ini merupakan transaksi jual beli internet antar pelaku usaha dengan konsumen dalam volume kecil maupun besar. Transaksi ini tidak membutuhkan proses yang rumit, karena melalui *website* yang terhubung dengan internet konsumen bisa mencari apa saja, dimana saja dan melakukan transaksi.

Biasanya dalam transaksi elektronik ini konsumen akan mendapat informasi detail dari barang yang akan dibeli seperti kualitas contohnya sepatu pelaku usaha dalam menawarkan dagangannya akan menjelaskan kualitas sepatu itu yaitu *original*, *premium* ataupun *semipremium*. Tergantung kemampuan finansial konsumen untuk membeli barang tersebut.

Banyak cara dalam melakukan transaksi elektronik pada saat melakukan kegiatan jual-beli. Seperti melalui instagram ataupun aplikasi lainnya biasanya cara yang paling sederhana ketika ingin melakukan pembayaran bisa dilakukan melalui ATM dengan mentransfer sejumlah uang kepada rekening penjual. Setelah

dilakukan pembayaran biasanya penjual akan langsung menyiapkan barang yang dipesan lalu dikirim ke tujuan melalui jasa pengangkutan.

Prosedur dalam melakukan transaksi dimulai dari tahap pengisian *form* yang disediakan pihak penjual, di dalam *form* tersebut pada umumnya berisi data diri pelanggan yang harus diisi yaitu nama, alamat, no.hp, dan pesanan. Cara ini untuk mempermudah proses dalam transaksi jual beli.

Setelah pengisian form yang diajukan penjual kepada konsumen biasanya konsumen akan mengirimkan gambar barang pesanan yang akan dibelinya kepada si pelaku usaha. Dari pengiriman gambar tersebut pihak penjual akan memastikan stok barang tersebut apakah masih tersedia atau tidak, apabila tersedia penjual akan mengirimkan estimasi harga dan biaya pengiriman kepada konsumen.

Biasanya aplikasi penyedia layanan *e-commerce* sering melakukan promo untuk menarik minat beli masyarakat salah satunya adalah dengan menggratiskan biaya pengiriman barang kepada konsumen. Ketika telah terjadi kesepakatan maka konsumen biasanya akan diminta oleh penjual untuk melakukan pembayaran via atm ke rekening si penjual.

Di sisi lain ada fitur bayar ditempat yang disediakan oleh pihak aplikasi tersebut biasanya ini untuk harga yang nominalnya tidak terlalu besar, jadi konsumen akan melakukan pembayaran kepada kurir yang mengantarkan barang ke konsumen apabila barang tersebut telah sampai, fitur ini dinamakan *cash on delivery*.

Konsumen akan diminta untuk mengirimkan resi pembayaran kepada penjual untuk selanjutnya barang konsumen bisa dikemas untuk dikirimkan melalui pihak

ekspedisi. Biasanya jangka waktu pembayaran akan diminta dari pagi sampai siang hari dikarenakan agar barang tersebut bisa langsung dikirimkan hari itu juga demi mempercepat sampainya barang ke konsumen.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Menurut Peter Mahmud Marzuki, penelitian hukum merupakan suatu proses ilmiah untuk mencari pemecahan atas isu hukum yang muncul dengan tujuan untuk memberikan preskripsi mengenai apa yang seyogianya atas isu hukum yang muncul tersebut. Ruang lingkup penelitian ini adalah mengenai bentuk tanggung jawab penjual *online* atas ketidaksesuaian barang yang dapat merugikan pembeli dan bentuk perlindungan hukum terhadap pembeli yang menderita kerugian akibat penjual *online* wanprestasi.

B. Sumber Data

Untuk memecahkan isu hukum sekaligus memberikan preskripsi mengenai apa yang seyogianya, maka dibutuhkan sumber-sumber untuk penelitian. Data yang dipergunakan adalah sumber data sekunder. Data sekunder bersumber dari kepustakaan.

1) Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang bersifat otoritatif, artinya mempunyai otoritas. Bahan hukum primer yaitu bahan-bahan hukum yang bersumber dari undang-undang. Yang termasuk bahan hukum primer yaitu :

- UU No.8/1999 Tentang Perlindungan Konsumen atau UUPK
- UU No.11/2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- KUHPerdata

2) Bahan Hukum Sekunder 28

Bahan hukum sekunder merupakan semua publikasi tentang hukum yang bukan merupakan dokumen-dokumen resmi. Publikasi tentang hukum yaitu meliputi bahan-

bahan bacaan yang dapat memberikan penjelasan lebih lanjut tentang bahan hukum primer. Yang termasuk bahan hukum sekunder adalah buku, hasil karya ilmiah, jurnal hukum, makalah dan bahan-bahan bacaan lainnya yang berhubungan erat dengan permasalahan dalam skripsi ini.

- 3) Bahan hukum tersier : yaitu bahan-bahan yang memberikan informasi tentang bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder misalnya : kamus.

C. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dalam suatu penelitian. Metode pengumpulan data yang akan dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode kepustakaan (*Library Research*) yaitu metode penelitian yang didasarkan pada tinjauan literatur. Penelitian kepustakaan dilakukan dengan mempelajari buku-buku referensi perpustakaan, yaitu berupa peraturan perundang-undangan, dan dokumen-dokumen, majalah, karya ilmiah, dan internet.

D. Metode Analisis Data

Metode yang digunakan dalam analisis data pada penelitian ini adalah analisis deskriptif yaitu mengambil kebenaran yang diperoleh dari kepustakaan dengan menggabungkan antara peraturan-peraturan, buku-buku ilmiah yang ada hubungannya dengan permasalahan dalam penelitian ini agar mendapatkan suatu pemecahan dan dapat ditarik kesimpulan. Adapun metode pendekatan masalah dalam penelitian ini adalah metode

yuridis normatif yaitu bertujuan mendeskripsikan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan hukum terhadap konsumen akibat wanprestasi dalam transaksi elektronik.