

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi dewasa ini yang begitu pesat dan tak terhindarkan lagi membawa kita kearah dunia digital. Perkembangan dunia teknologi yang demikian membawa begitu banyak perubahan dalam kehidupan umat manusia di muka bumi ini. Hal yang paling menonjol dalam perkembangan teknologi informasi dan teknologi komunikasi adalah hadirnya suatu teknologi baru berupa jaringan komputer yang terhubung ke seluruh dunia, yaitu internet.

Internet merupakan jaringan komputer yang saling terhubung ke seluruh dunia. Pada awalnya, yaitu tahun 1969, internet hanyalah sebuah jaringan yang menghubungkan Departemen Pertahanan Amerika Serikat dengan empat komputer di UCLA, Stanford di Santa Barbara. Jaringan ini digunakan untuk berkomunikasi antara satu dengan yang lain mengenai proyek-proyek pemerintah.¹ Namun, seiring dengan waktu, jaringan inipun bertambah luas dan infrastrukturnya pun terus berkembang. Pencapaian teknologi internet yang pesat dan maju, mempermudah untuk mengakses informasi apapun yang dibutuhkan, termasuk di dalamnya informasi produk. Adanya kemudahan tersebut membuatnya menjadi suatu potensi yang sangat penting untuk dapat mempengaruhi pola perdagangan, baik yang dilakukan secara *online*.

Kemampuan komputer-komputer tersebut untuk saling terkoneksi antar satu dengan lainnya membuka peluang munculnya suatu metode pemasaran baru bagi produk-produk perniagaan baik itu berupa barang maupun jasa.

Selanjutnya, dalam bidang perdagangan, internet mulai banyak dimanfaatkan sebagai media aktivitas bisnis terutama karena dirasakan lebih efisien. Aktivitas perdagangan melalui

¹ http://id.wikipedia.org/wiki/Sejarah_Internet. minggu 2 maret 2008

media internet ini yang paling banyak dilakukan adalah transaksi jual beli. Pada kenyataannya banyak kendala yang dihadapi dalam pengembangan jual beli melalui internet antara pelaku jual beli melalui internet.² Internet merupakan dunia virtual yang memiliki komunitas yang sangat khas yaitu tentang bagaimana aplikasi teknologi komputer yang berlangsung secara *online* pada saat pengguna internet menekan atau telah terhubung dengan jaringan internet yang telah ada.³ Aspek hukum yang melekat pada mekanisme jual beli melalui internet adalah pada saat berinteraksi dengan aplikasi jaringan internet yang digunakan oleh pihak yang melakukan transaksi melalui internet.

Dalam bidang perdagangan, internet mulai banyak dimanfaatkan sebagai media aktivitas bisnis terutama karena kontribusinya terhadap efisiensi. Aktivitas perdagangan melalui media internet ini populer disebut dengan *electronic commerce (e-commerce)*. *E-Commerce* merupakan istilah dari jual beli melalui internet. Pada dasarnya belum ada terjemahan yang baku mengenai *E-commerce*.

E-Commerce adalah kegiatan perdagangan yang dilakukan melalui perantara halaman web di internet. Kelebihan dari *e-Commerce* dibandingkan dengan perdagangan biasa terletak pada kemudahan dan fleksibilitas yang ditawarkan. *E-Commerce* merupakan hasil penerapan (aplikasi) teknologi informasi, yang memungkinkan terjadinya transaksi antara produsen dan konsumen melalui internet. Transaksi informasi melalui media elektronik adalah transaksi yang dilakukan melalui jaringan internet untuk memberikan layanan bisnis, jual beli barang, jasa dan informasi antara sejumlah pihak. Dengan semakin matangnya teknologi internet dan web, teknologi ini akan mampu meningkatkan kemampuan perusahaan dalam hal komunikasi bisnis dan berbagi informasi, selain itu berbagi sumber daya lain yang bernilai. Penerapan teknologi e-

² <http://www.stie-Mce.ac.id>, tanggal 20 November 2009, jam 15.00 WIB

³ *Ibid.*

Commerce merupakan salah satu faktor yang penting untuk menunjang keberhasilan suatu produk dari sebuah perusahaan. Untuk mempercepat dan meningkatkan penjualan cepat maka dengan melihat perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat tersebut dapat memanfaatkan suatu layanan secara *on-line* yang berupa *e-Commerce*.

Dalam transaksi e-commerce diciptakan transaksi bisnis yang lebih praktis tanpa kertas (paperles) dan dalam transaksi ini para pihak tidak perlu bertemu secara langsung (face to face), sehingga e-commerce menjadi penggerak ekonomi baru dalam bidang teknologi.⁴ Dalam transaksi ini konsumen benar-benar dimanjakan dengan berbagai kemudahan-kemudahan yang diberikan dalam transaksi secara online ini. Konsumen cukup duduk dirumah sambil melihat-lihat atau memilih barang atau jasa mana yang diinginkannya.

Tansaksi e-commerce memang sudah begitu canggih seiring dengan semakin majunya perkembangan teknologi sehingga semakin memanjakan para konsumen dalam bertransaksi. Ditambah lagi dengan hadirnya situs-situs jejaring sosial (social network) seperti Facebook, Twitter, Blacbery dan sebagainya. Dengan adanya bentuk-bentuk social network seperti membuat transaksi e-commerce semakin murah. Para penjual tinggal mengunggah foto-foto produk yang mereka jual dalam akun pribadinya dan disebarluaskan kepada komunitasnya. Dalam transaksi tersebut yang menjadi konsumennya adalah para komunitas dari jejaring sosial tersebut. Seperti halnya transaksi jual beli melalui media Facebook, para penjual mengunggah produk yang ditawarkan lengkap dengan harga, model dan jenis barangnya. Kemudian para pembeli atau konsumen tinggal memilih produk mana yang mereka inginkan. Dalam transaksi ini kebanyakan tidak adalagi proses tawar menawar, harga sudah di tetapkan oleh penjual. Dan

⁴ Abdul Halim Barkatullah, Perlindungan hokum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce lintas Negara di Indonesia (Yogyakarta: Pascasarjana FH UII, 2009), hal.4.

bagi konsumen yang merasa tertarik tinggal pesan saja dan biasanya uang langsung di transfer melalui jasa perbankan.

Teknologi Internet memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap perdagangan global dalam hal layanan (*service*). Kondisi ini disebabkan oleh banyak faktor, antara lain:

1. *Electronic commerce* memiliki kemampuan untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dan setiap saat pelanggan dapat mengakses seluruh informasi yang terus menerus;
2. *Electronic commerce* dapat mendorong kreatifitas dari pihak penjual secara cepat dan tepat dan pendistribusian informasi yang disampaikan berlangsung secara periodik;
3. *Electronic commerce* dapat menciptakan efisiensi yang tinggi, murah serta informatif;
4. *Electronic commerce* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dengan pelayanan yang cepat, mudah, aman dan akurat.⁵

Transaksi perdagangan melalui internet sangat menguntungkan banyak pihak, sehingga transaksi perdagangan ini sangat diminati, tidak saja bagi produsen tetapi juga konsumen. Bagi konsumen *electronic commerce* telah mengubah cara konsumen dalam memperoleh produk yang diinginkan, sedangkan bagi produsen, *electronic commerce* telah mempermudah proses pemasaran suatu produk.

Dalam uraian di atas, telah dipaparkan tentang dampak positif dari teknologi dan belanja secara online atau e-commerce. Disamping dampak positif yang ditimbulkannya ada juga permasalahan yang akan ditimbulkan dari transaksi yang tersebut. Di dalam jual beli melalui internet, seringkali terjadi kecurangan-kecurangan. Kecurangan-kecurangan tersebut dapat terjadi yang menyangkut keberadaan pelaku usaha, barang yang dibeli, harga barang dan

⁵ Riyeke Ustadiyanto, , *Framework e-Commerce*, Andi, Yogyakarta, 2001, hlm. 138

pembayaran oleh konsumen. Kecurangan yang menyangkut pelaku usaha, misalnya pelaku usaha (virtual store) yang bersangkutan merupakan toko atau penjual fiktif.⁶

Kecurangan yang menyangkut barang, misalnya terjadinya keterlambatan pengiriman atau tidak dikirimkan kepada konsumen barang yang sudah dibelinya. Atau terdapat kerusakan atau cacat terhadap barang yang sudah di beli.⁷ Sedangkan permasalahan yang menyangkut pembayaran oleh konsumen yang tidak diakui oleh pelaku usaha. Para pelaku usaha bisa saja menyangkal atau mengatakan bahwa uang yang dikirim atau tranfer belum diterimannya.

Bentuk-bentuk kecurangan seperti hal tersebut dapat saja terjadi dalam transaksi melalui media online. Hal ini tentu saja akan merugikan konsumen. Dalam hal ini posisi tawar konsumen sangat lemah. Disamping pengetahuan konsumen itu sendiri terhadap hak-haknya juga sangat rendah. Hal ini tidak lepas juga dari faktor pendidikan konsumen yang memang rendah. Oleh karena itu, hak-hak konsumen perlu mendapat perlindungan secara hukum.

Di Indonesia mengenai hak dan perlindungan konsumen telah di atur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Dalam UU tersebut disebutkan ada 9 hak konsumen yang dilindungi, yaitu:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang/jasa;
2. Hak untuk memilih barang/jasa serta mendapatkan barang/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/jasa
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang/jasa yang digunakan;
5. Hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan konsumen secara patut;

⁶ Abdul Halim Barkatullah, Perlindungan hokum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce lintas Negara di Indonesia (Yogyakarta: Pascasarjana FH UII, 2009), hal.4.

⁷ Abdul Halim Barkatullah, "Tinjauan Hukum Bisnis E-Commerce www.sanur.co.id" Tesis, Program Pascasarjana UGM, Yogyakarta, 2003, hal.150

6. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian, apabila barang dan jasa yang di terima tidak sebagaimana mestinya;
9. Hak-hak yang diatur dalam peraturan perundangan-undangan lainnya.

Dalam penjelasan pasal-pasal tersebut, dapat kita lihat betapa pentingnya hak-hak konsumen untuk dilindungi. Kehadiran UUPK dianggap menjadi tonggak dalam perlindungan hukum bagi konsumen di Indonesia. Selain di dalam UUPK pengaturan tentang perlindungan konsumen juga diatur dalam Undang-undang No.11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Dalam UUIE, kontrak elektronik termasuk transaksi *e-commerce* telah diatur dan diberi kepastian hukum dengan pengakuan dokumen elektronik sebagai bukti dalam transaksi elektronik.

Dengan munculnya undang-undang No 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) memberikan dua hal penting yakni, pertama pengakuan transaksi elektronik dan dokumen elektronik dalam kerangka hukum perikatan dan hukum pembuktian, sehingga kepastian hukum transaksi elektronik dapat terjamin, dan yang kedua diklasifikasikannya tindakan-tindakan yang termasuk kualifikasi pelanggaran hukum terkait penyalahgunaan TI (Teknologi Informasi) disertai dengan sanksi pidananya. Dengan adanya pengakuan terhadap transaksi elektronik dan dokumen elektronik maka setidaknya kegiatan *e-commerce* mempunyai basis legalnya.

Walaupun beberapa permasalahan yang ada sudah dapat diselesaikan dengan munculnya UU ITE ini, namun mengenai masalah perlindungan konsumen dalam *e-commerce* masih perlu untuk dikaji lebih dalam, apakah UU ITE sudah mampu memberikan perlindungan hukum bagi

konsumen. Hak konsumen yang diabaikan oleh pelaku usaha perlu dicermati secara seksama. Pada era globalisasi dan perdagangan bebas saat ini, banyak bermunculan berbagai macam produk barang/pelayanan jasa yang dipasarkan kepada konsumen, baik melalui promosi, iklan, maupun penawaran secara langsung. Jika tidak berhati-hati dalam memilih produk barang/jasa yang diinginkan, konsumen hanya akan menjadi obyek eksploitasi dari pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab. Tanpa disadari, konsumen menerima begitu saja barang/jasa yang dikonsumsinya.

Berdasarkan apa yang sudah dijabarkan diatas bahwa transaksi e-commerce merupakan bentuk dari kebangkitan dalam sistem perdagangan dalam bentuk transaksi yang memberikan kemudahan-kemudahan bagi masyarakat dalam transaksi jual beli. Tidak lepas dari kemajuan tersebut bentuk perdagangan e-commerce semakin hari semakin berkembang tanpa batas. Bahkan, sekarang transaksi e-commerce mulai merambat ke pemakai jasa jejaring social (social network) yang semakin menambah kemudahan dalam transaksi jual beli. Disamping kemudahan yang diberikan oleh pengguna jasa e-commerce terdapat pula kelemahan-kelemahan dari transaksi ini. Dalam hal ini, konsumen sebagai pengguna jasa e-commerce berada dalam posisi tawar yang lemah jika dibandingkan dengan pelaku usaha (produsen). Di dalam jual beli melalui internet sering kali terdapat kecurangan-kecurangan yang dilakukan oleh produsen yang akan merugikan masyarakat.

B. Pokok Masalah.

Dari uraian singkat yang telah dijabarkan diatas, penulis dapat merumuskan beberapa permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimanakah tanggungjawab pelaku usaha terhadap kesalahan-kesalahan yang mereka lakukan dalam transaksi jual beli melalui media internet khususnya melalui jejaring social?

2. Bagaimanakah perlindungan hukum bagi konsumen yang mengalami kerugian akibat melakukan transaksi melalui media elektronik?
3. Bagaimanakah cara penyelesaian masalah jika terjadi permasalahan antara konsumen dan pelaku jual beli dalam melakukan transaksi jual beli online?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Penelitian yang dilakukan haruslah mempunyai tujuan-tujuan tertentu yang hendak dicapai. Tujuan dalam suatu penelitian menunjukkan kualitas dan nilai dari penelitian tersebut. Berdasarkan permasalahan yang telah penulis uraikan di atas, maka penelitian ini diadakan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tanggungjawab pelaku usaha terhadap hak-hak konsumen dalam transaksi melalui media online
2. Untuk mengetahui aspek perlindungan hukum bagi konsumen jika terjadi kerugian terhadap konsumen yang melakukan transaksi jual beli melalui media online?
3. Untuk mengetahui tata cara penyelesaian sengketa antara pelaku usaha dan konsumen jika terjadi perselisihan diantara kedua belah pihak dalam transaksi jual beli online?

Sehubungan dengan tujuan penelitian yang dilakukan ini, maka manfaat dan hasil yang diharapkan dari penelitian ini, selain dapat berguna bagi diri peneliti sendiri, juga diharapkan berguna bagi penelitian, kebijakan publik dan ilmu pengetahuan, yang diuraikan sebagaimana tertera di bawah ini :

1. Sebagai sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu hukum.

2. Sebagai bahan pertimbangan bagi pelaku usaha yang melakukan perdagangan elektronik sehingga faktor kepentingan ekonomisnya dapat terlindungi dari perbuatan pihak lain dan menciptakan keamanan dalam perdagangan elektronik.
3. Sebagai literatur dan bahan diskusi tentang Perdagangan Elektronik.

D. Kerangka Teori

Kerangka teori adalah kerangka pemikiran atau butir-butir pendapat, teori tesis mengenai suatu kasus atau permasalahan yang menjadi bahan perbandingan atau pegangan teoritis dalam penelitian.⁸ Suatu kerangka teori bertujuan untuk menyajikan cara-cara untuk bagaimana mengorganisasikan dan mengimplementasikan hasil-hasil penelitian dan menghubungkannya dengan hasil-hasil terdahulu.⁹ Sedang dalam kerangka konseptual diungkapkan beberapa konsepsi atau pengertian yang akan dipergunakan sebagai dasar penelitian hukum.¹⁰ Agar tidak terjadi perbedaan pengertian tentang konsep-konsep yang dipergunakan dalam penelitian ini maka perlu diuraikan pengertian-pengertian konsep yang dipakai, yaitu sebagai berikut :

Pengertian penegakan hukum itu dapat pula ditinjau dari sudut obyeknya, yaitu dari segi hukumnya. Hans Kelsen berpendapat bahwa hukum adalah suatu perintah yang memaksa manusia untuk bertindak laku, dan dengan adanya sanksi akan terbentuk suatu penegakan hukum. Dalam arti luas, penegakan hukum itu mencakup pada nilai-nilai keadilan yang terkandung didalamnya bunyi aturan formal maupun nilai-nilai keadilan yang hidup dalam masyarakat. Tetapi dalam arti sempit, penegakan hukum itu hanya menyangkut penegakan peraturan yang formal dan tertulis saja. Karena itu, penerjemahan perkataan *Law Enforcement* ke

⁸ M. Solly Lubis, *Filsafat Ilmu dan Penelitian*, Cetakan Ke I (Bandung : Mandar Maju, 1994), hal 80

⁹ Burhan Ashshofa, *Metode Penelitian Hukum*, Cetakan Ke II, (Jakarta : Rineka Cipta, 2003), hal 23

¹⁰ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Edisi I Cetakan 7, (Raja Grafindo Persada : Jakarta), 2003, hal 7

dalam bahasa Indonesia dalam menggunakan perkataan Penegakan Hukum dalam arti luas dapat pula digunakan istilah Penegakan Peraturan dalam arti sempit.¹¹

Dengan uraian di atas jelaslah kiranya bahwa yang dimaksud dengan penegakan hukum itu kurang lebih merupakan upaya yang dilakukan untuk menjadikan hukum, baik dalam arti formil yang sempit maupun dalam arti materil yang luas, sebagai pedoman perilaku dalam setiap perbuatan hukum, baik oleh para subyek hukum yang bersangkutan maupun oleh aparatur penegakan hukum yang resmi diberi tugas dan kewenangan oleh Undang-undang untuk menjamin berfungsinya norma-norma hukum yang berlaku dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara. Dari pengertian yang luas itu, pembahasan kita tentang penegakan hukum dapat kita tentukan sendiri batas-batasnya.

Dalam Pancasila, hukum perlindungan konsumen memperoleh landasan idiil (filosofis) hukumnya pada sila kelima yaitu : Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Pengertian keadilan bagi seluruh rakyat Indonesia, didalamnya terkandung suatu 'hak' seluruh rakyat Indonesia untuk diperlakukan sama di depan hukum. Hak adalah suatu kekuatan hukum, yakni hukum dalam pengertian subyektif yang merupakan kekuatan kehendak yang diberikan oleh tatanan hukum. Oleh karena itu hak dilindungi oleh tatanan hukum, maka pemilik hak memiliki kekuatan untuk mempertahankan haknya dari gangguan/ancaman dari pihak manapun juga. Perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan konsumen agar terwujudnya tujuan perlindungan konsumen di Indonesia. Adapun yang menjadi tujuan perlindungan konsumen adalah :

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.

¹¹ Hans Kelsen, *Penegakan Hukum Menurut Teori Hukum Alam*, www.solusihukum.com, diakses 14 Oktober 2009

- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa.
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.

Terkait dengan perdagangan dengan media elektronik, yaitu transaksi yang dilakukan di internet, pengertian tersebut mengungkapkan bahwa pelaku usaha adalah pihak penyedia barang dan/atau jasa di internet yang merupakan orang perorangan atau badan usaha berbentuk badan hukum ataupun tidak, didirikan dan berkedudukan di dalam wilayah hukum negara RI .

Selanjutnya yang dimaksud dengan jual beli secara elektronik atau sering juga disebut *E-Commerce* menurut Julian Din dalam bukunya "*E-Commerce: law and office*" yang diadaptasi oleh Haris Faulidi Asnawi yaitu¹²:

E-commerce merupakan suatu transaksi komersial yang dilakukan penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, pelayanan atau peralihan hak.

Transaksi komersial ini terdapat didalam media elektronik yang secara fisik tidak memerlukan pertemuan para pihak yang bertransaksi dan keberadaan media ini dalam *public network* atas sistem yang berlawanan dengan *private network*.

Electronic Commerce (e-commerce) didefinisikan sebagai proses pembelian dan penjualan produk, jasa dan informasi yang dilakukan secara elektronik dengan memanfaatkan jaringan komputer. Salah satu jaringan yang digunakan adalah internet. Transaksi komersial ini terdapat didalam media elektronik yang secara fisik tidak memerlukan pertemuan para pihak

¹² Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerce Prespektif Islam*, Yogyakarta: Magistra insania pers, 2004, hlm.6

yang bertransaksi dan keberadaan media ini dalam *public network* atas sistem yang berlawanan dengan *private network*. berlawanan dengan *private network*.

Transaksi jual beli secara elektronik memiliki karakteristik sebagai berikut¹³:

1. Terjadinya transaksi antara dua belah pihak.
2. Adanya pertukaran barang jasa atau informasi.
3. Internet merupakan medium utama dalam proses atau mekanisme perdagangan.

Dalam transaksi jual beli melalui internet (E-Commerce) tersebut merupakan sebuah gambaran dari salah satu bentuk perjanjian jual beli antara pembeli dan penjual yang dilakukan secara tidak langsung yaitu melalui media elektronik.

Istilah perjanjian dalam hukum perjanjian merupakan kesepadanan dari istilah “*Overeenkomst*” dalam bahasa belanda atau “*Agreement*” dalam bahasa Inggris¹⁴.

“Hukum perjanjian mempunyai cakupan yang lebih sempit dari istilah “Hukum Perikatan”. Jika dengan istilah “Hukum Perikatan” dimaksudkan untuk mencakup semua bentuk perikatan dalam buku ketiga KUH Perdata, jadi termasuk ikatan hukum yang berasal dari perjanjian dan ikatan hukum yang terbit dari undang – undang, maka dengan istilah hukum “Hukum Perjanjian” hanya dimaksudkan sebagai pengaturan tentang ikatan hukum yang terbit dari perjanjian saja”¹⁵.

Pasal 1313 KUH Perdata menyebutkan bahwa “suatu perjanjian adalah suatu perbuatan yang dilakukan oleh satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.

¹³ Ibid, hlm 17

¹⁴ Munir Fuady, Hukum Kontrak: Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis, Cetakan ke I, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, 2001, Hal.2

¹⁵ Ibid

Menurut R. Subekti perjanjian merupakan suatu peristiwa dimana seorang berjanji kepada orang lain atau dimana dua orang tersebut berjanji untuk melaksanakan suatu hal¹⁶.

Dari definisi-definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya perjanjian merupakan suatu bentuk kesepakatan yang dibuat oleh seseorang kepada orang lain atau antara dua orang atau lebih.

Dalam melaksanakan suatu perjanjian maka diperlukan beberapa syarat agar perjanjian tersebut menjadi sah. Pasal 1320 KUH Perdata menyatakan untuk sahnya perjanjian diperlukan empat syarat yaitu :

1) Kesepakatan mereka yang mengikatkan diri

Kata sepakat dalam suatu perjanjian merupakan suatu keadaan yang menunjukkan kehendak kedua belah pihak lawannya dengan tiada kesesatan atau kekeliruan, paksaan atau penipuan. Menurut Pasal 1321 KUH Perdata “tiada kata sepakat yang sah apabila sepakat itu diberikan karena kekhilafan, atau diperolehnya dengan paksaan atau penipuan”. Dengan adanya kata sepakat, maka perjanjian itu telah ada, mengikat kedua belah pihak dan dapat dilaksanakan.

2) Kecakapan untuk membuat suatu perikatan

Menurut Pasal 1329 KUH Perdata bahwa “Setiap orang adalah cakap untuk membuat perikatan – perikatan, jika ia oleh undang – undang tidak dinyatakan tidak cakap”. Menurut ketentuan hukum yang berlaku (Pasal 1330 KUH Perdata), bahwa semua orang cakap (berwenang) membuat perjanjian kecuali mereka yang tergolong sebagai berikut :

a. Orang yang belum dewasa

b. Orang yang ditempatkan di bawah pengampuan

¹⁶ R.Subekti, Hukum Perjanjian, PT. Intenessa, Jakarta, 1996, hal.1

3) Suatu hal tertentu

Suatu hal tertentu dalam perjanjian adalah barang yang menjadi objek perjanjian. Jadi suatu perjanjian haruslah mempunyai objek tertentu. Beberapa persyaratan ditentukan dalam KUH Perdata terhadap objek tertentu dari suatu perjanjian, khususnya jika objek kontrak tersebut berupa barang sebagai berikut :

a. Benda yang merupakan objek kontrak tersebut haruslah barang yang dapat diperdagangkan (Pasal 1332).

b. Pada saat kontrak dibuat, minimal barang tersebut sudah dapat ditentukan jenisnya (Pasal 1333 Ayat (1)).

c. Jumlah barang tersebut boleh tidak tertentu, asal saja jumlah tersebut kemudian dapat ditentukan atau dihitung (Pasal 1333 Ayat (2))

d. Barang tersebut dapat juga barang yang baru akan ada dikemudian hari (Pasal 1334 Ayat (1)).

e. Tetapi tidak dapat dibuat kontrak terhadap barang yang masih ada dalam warisan yang belum terbuka (Pasal 1334 Ayat (2))

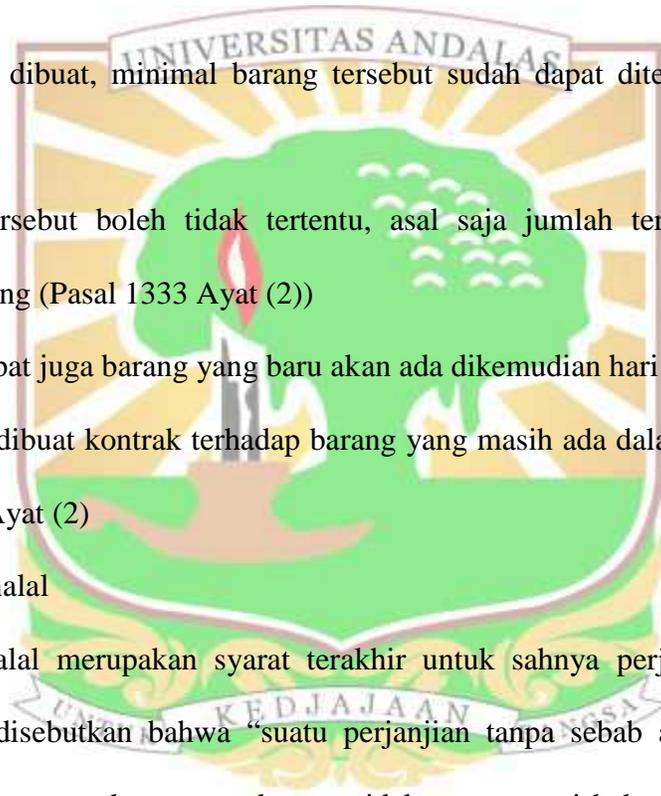
4) Suatu sebab yang halal

Suatu sebab yang halal merupakan syarat terakhir untuk sahnya perjanjian. Menurut KUH Perdata Pasal 1335 disebutkan bahwa “suatu perjanjian tanpa sebab atau yang telah dibuat karena sesuatu sebab yang palsu atau terlarang, tidak mempunyai kekuatan”. Pengertian sebab yang halal menurut Pasal 1337 KUH Perdata, adalah :

a. Sebab yang tidak terlarang atau bertentangan dengan undang – undang

b. Sebab yang sesuai dengan kesusilaan

c. Sebab yang sesuai dengan ketertiban umum.



Mengenai syarat sahnya suatu perjanjian seperti yang tersebut dalam Pasal 1320 KUH Perdata dimana jika tidak dipenuhinya dua syarat pertama yaitu syarat sepakat antar kedua belah pihak dan kecakapan akan berakibat perjanjian dapat dibatalkan.

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 :¹⁷

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.

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

¹⁷ J. Satrio, Hukum Perjanjian, PT.Citra Aditya Bakti, hal.57

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 tak dapat dibatalkan secara sepihak

Perjanjian yang telah dibuat secara sah sesuai undang – undang tidak dapat dibatalkan secara sepihak. Secara sepihak di sini berarti 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.

Pada perjanjian jual beli melalui media melalui internet, hak dan kewajiban yang dimiliki oleh penjual dan pembeli harus seimbang agar tercipta keadilan dalam pelaksanaan perjanjian jual beli melalui internet tersebut. Prestasi adalah sesuatu yang wajib dipenuhi dalam setiap perikatan, prestasi merupakan isi dari pada perikatan, apabila debitur tidak memenuhi prestasi sebagaimana yang telah ditentukan dalam perjanjian maka ia dikatakan wanprestasi.

Tidak dapat dipenuhinya kewajibandalam perjanjian dapat disebabkan oleh dua kemungkinan sebagai berikut¹⁸:

- 1) Karena kesalahan debitur (baik karena kesengajaan maupun kelalaian)
- 2) Karena keadaan memaksa (*force major*)

¹⁸ Abdul Kadir Muhammad, Hukum Perikatan, Alumni, Bandung, 1982, hal.20

Munir Fuady mengartikan wanprestasi (*default* atau *non fulfilment* ataupun yang disebut juga dengan istilah *breach of contract*) yang dimaksudkan adalah tidak dilaksanakan prestasi atau kewajiban sebagaimana mestinya yang dibebankan oleh kontrak terhadap pihak – pihak tertentu seperti yang disebutkan dalam kontrak yang bersangkutan¹⁹.

Seorang debitur dapat dikatakan telah melakukan wanprestasi apabila debitur

1. Sama sekali tidak memenuhi prestasi

Debitur sama sekali tidak memenuhi perikatan atau dengan kata lain debitur tidak melaksanakan isi perjanjian sebagaimana mestinya.

2. Tidak tunai memenuhi prestasi atau prestasi dipenuhi sebagian

Debitur telah memenuhi prestasi tetapi hanya sebagian saja, sedangkan sebagian yang lain belum dibayarnya atau belum dilaksanakan.

3. Terlambat memenuhi prestasi

Debitur tidak memenuhi prestasi pada waktu yang telah ditentukan dalam perjanjian, walaupun ia memenuhi prestasi secara keseluruhan

4. Keliru memenuhi prestasi

Debitur memenuhi prestasi dengan barang atau objek perjanjian yang salah. Dengan kata lain prestasi yang dibayarkan bukanlah yang ditentukan dalam perjanjian atau bukan pula yang diinginkan oleh kreditur

Pasal 1267 BW menyebutkan bahwa kreditur dapat melakukan penuntutan terhadap debitur yang telah melakukan wanprestasi yaitu antara lain:

¹⁹ Munir Fuady, Hukum Kontrak: Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001, hal. 87

1. Pemenuhan perikatan
2. Pemenuhan perikatan dengan ganti kerugian
3. Ganti kerugian
4. Pembatalan perjanjian
5. Pembatalan perjanjian dengan ganti kerugian

E. Konsep Operasional

Konsep merupakan bagian terpenting dari teori yang memiliki peranan untuk menghubungkan dunia teori dan observasi, antara abstraksi dan realitas²⁰. Konsep dapat diartikan sebagai kata yang menyatakan abstraksi yang digeneralisasikan dari hal-hal yang khusus, yang disebut dengan definisi operasional. Pentingnya definisi adalah untuk menghindari pengertian atau penafsiran yang berbeda dari satu istilah yang dipakai.

Adapun konsep yang dipakai dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. E-Commerce
2. Jual Beli
3. Jejaring sosial (social network)
4. Hukum Perlindungan Konsumen

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Sifat Penelitian.

Penelitian ini berjenis deskriptif analitis²¹ karena menelaah bagaimana penegakan hukum itu berjalan terhadap perlindungan konsumen dalam suatu perdagangan atau transaksi elektronik.

Jenis penelitian yang diterapkan adalah dengan memakai metode pendekatan penelitian hukum normative dan penelitian hukum empiris, disebut penelitian hukum normatif karena penelitian ini

²⁰ Masri Singarimbun dan Sifian Efendi, *Metode Penelitian Survei*, LP3S, Jakarta, 1989, hal.34

²¹ Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum Dalam Praktek*, (Jakarta : Sinar Garafika, 1996), hal 8, menyatakan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk melukiskan tentang sesuatu hal didaerah tertentu dan pada saat tertentu.

dilakukan dengan menganalisa kaidah hukum tentang perlindungan konsumen dalam perdagangan melalui media elektronik. Penelitian hukum empiris adalah penelitian yang mengkaji korelasi antara kaidah hukum dengan lingkungan tempat itu berlaku korelasi ini dapat dilihat dalam kaitan pembuatan atau penerapan hukum. Penelitian ini dilakukan sebagai pendukung penelitian hukum normatif dan mengetahui penerapan hukum. Penelitian ini dilakukan sebagai pendukung penelitian hukum normatif dan mengetahui bagaimana penegakan hukum perlindungan konsumen dalam perdagangan menggunakan media elektronik.

Kesemuanya kemudian dikaji secara mendalam dengan mempergunakan peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen guna menemukan bagaimanakah tanggungjawab dari para pelaku usaha terhadap kesalahan atau kerugian yg telah mereka timbulkan terhadap konsumen serta apa pertanggungjawabannya. Dan bagaimana penyelesaian masalahnya jika terjadi permasalahan antara kedua belah pihak.

Adapun penelitian ini bersifat kualitatif dimana telaah dan telaahan hukumnya lebih dominan dalam menjawab permasalahan pokok penelitsn sungguhpun data-data yang sifatnya kuantitatif diharapkan dapat menjadi pendukung dari penelitian ini.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian menyangkut transaksi-transaksi jual beli dalam e-commerce yg mempergunakan perantara media jejaring sosial yang digunakan oleh konsumen yang dalam keterbatasannya dapat merugikan konsumen itu sendiri. Oleh karena itu diperlukan suatu upaya perlindungan hukum bagi konsumen jika terjadi kerugian-kerugian pada konsumen tersebut.

3. Sumber Data

Dalam penelitian ini yang digunakan merupakan data yang terdiri dari:

a. Data Primer

Data primer yang dipakai dalam penelitian kasus ini adalah dengan cara menganalisa kasus yang berhubungan dengan kerugian konsumen saat bertransaksi elektronik, yang bahannya diambil melalui media internet, yaitu mengenai kasus kerugian konsumen di Amerika yang melakukan transaksi melalui media internet, dikarenakan di Indonesia masalah mengenai kerugian konsumen saat bertransaksi melalui media elektronik belum pernah termuat dalam laporan media maupun dalam pengadilan, meskipun kenyataannya sangat mungkin terjadi di Indonesia.

b. Data Sekunder

Data sekunder yang dipakai dalam penelitian ini berupa peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan objek yang diteliti, dengan menggunakan metode penelitian kepustakaan (*Library Research*). Peraturan perundang-undangan yang digunakan yaitu peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan perlindungan konsumen dan transaksi elektronik, yaitu UU Nomor 8 tahun 1999 dan UU Nomor 11 tahun 2008.

4. Analisa Data

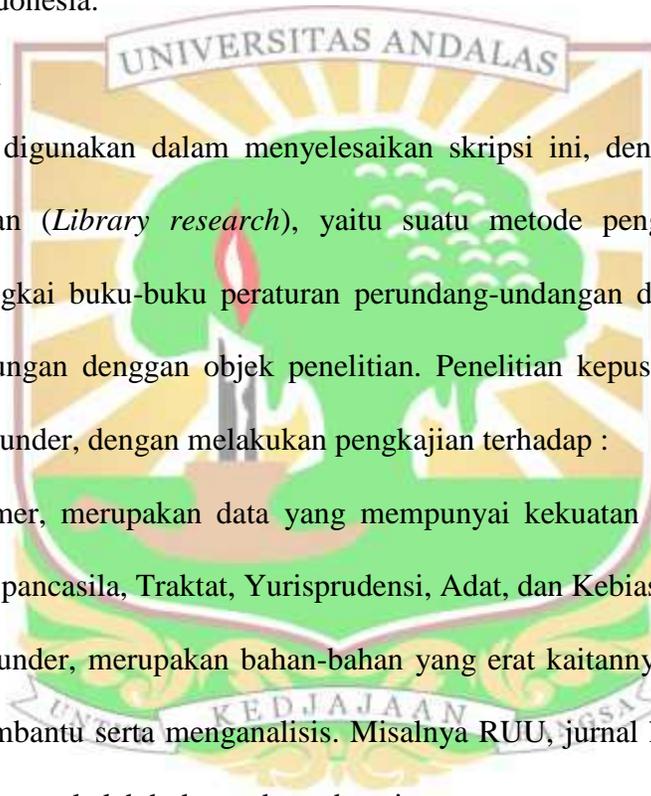
Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan penguraian secara deskriptif-analitis, berdasarkan maksud penelitian yang tidak hanya menggambarkan data, tetapi juga mengungkapkan realitas permasalahan-permasalahan yang mungkin timbul dari transaksi jual beli e-commerce melalui media jejaring sosial serta perlindungan hukumnya terhadap konsumen. Analisis deskriptif-analisis merupakan kegiatan analisis yang berpijak dari analisis juridis normatif yang selanjutnya secara sistematis dikorelasikan dengan data empiris yang dijumpai dalam langkah penelitian.

Penggunaan juridis normatif ditujukan dalam praktek pengkajian peraturan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam praktek jual beli e-commerce melalui media jejaring sosial untuk selanjutnya melalui analisis juridis empiris diharapkan dapat mengungkap realitas pelanggaran atau permasalahan-permasalahan yang dapat merugikan konsumen. Selain itu diharapkan juga dapat mengungkapkan perlindungan hukumnya terhadap konsumen dan tata cara penanganan apabila terjadi sengketa dalam transaksi jual beli e-commerce melalui media jejaring sosial (social network) di Indonesia.

F. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam menyelesaikan skripsi ini, dengan menggunakan cara penelitian kepustakaan (*Library research*), yaitu suatu metode pengumpulan dengan cara membaca atau merangkai buku-buku peraturan perundang-undangan dan sumber kepustakaan lainnya yang berhubungan dengan objek penelitian. Penelitian kepustakaan dilakukan untuk mendapatkan data sekunder, dengan melakukan pengkajian terhadap :

- a. Bahan hukum primer, merupakan data yang mempunyai kekuatan hukum yang mengikat. Misalnya UUD 1945, Pancasila, Traktat, Yurisprudensi, Adat, dan Kebiasaan.
- b. Bahan hukum sekunder, merupakan bahan-bahan yang erat kaitannya dengan bahan hukum primer dan dapat membantu serta menganalisis. Misalnya RUU, jurnal hukum, buku-buku para sarjana, hasil penelitian, makalah hukum, dan sebagainya.
- c. Bahan hukum tersier, yaitu bahan-bahan yang memberikan informasi tentang bahan hukum primer dan sekunder. Misalnya Koran, majalah, kliping, dan sebagainya.



G. Sistematika Penulisan Hukum

Sesuai dengan aturan baku dalam penulisan karya ilmiah dan untuk memberikan gambaran secara menyeluruh, maka penulis menyiapkan suatu sistematika dalam penulisan hukum ini. Adapun sistematika penulisan hukum adalah:

BAB I : PENDAHULUAN

- a. Latar Belakang
- b. Perumusan masalah
- c. Tujuan dan manfaat penelitian
- d. Kerangka teoritis
- e. Konsep operasional
- f. Metode penelitian

BAB II : TINJAUAN UMUM TENTANG HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

- a. Pengertian perlindungan konsumen dan hukum perlindungan konsumen
- b. Sejarah dan perkembangan perlindungan konsumen
- c. Dasar hukum perlindungan konsumen dan prinsip hukum perlindungan konsumen

BAB III : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- a. Pengertian transaksi E-commerce dan sejarah perkembangannya
- b. Pengertian jejaring sosial (social Network) Facebook dan perkembangannya
- c. Dasar hukum transaksi E-Commerce
- d. Bentuk-bentuk kerugian konsumen dalam transaksi E-Commerce
- e. Pelaksanaan perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik
- f. Penyelesaian sengketa dalam transaksi jual beli E-Commerce



BAB IV : PENUTUP

- a. Kesimpulan
- b. Saran

Daftrar kepustakaan

Lampiran



A. BUKU-BUKU

Abdul Wahid dan Mohammad Labib. *Kejahatan Mayantara*. Bandung: Refika Aditama. 2005

Abdul Halim Barkatullah, *Perlindungan hokum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce lintas Negara di Indonesia* (Yogyakarta: Pascasarjana FH UII, 2009)

Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum Dalam Praktek*, (Jakarta : Sinar Garafika, 1996)

Burhan Ashshofa, *Metode Penelitian Hukum*, Cetakan Ke II, (Jakarta : Rineka Cipta, 2003)

Edmon Makarim. *Kompilasi Hukum Telematika*. Jakarta : PT. Gravindo Persada. 2000.

Gunawan Widjaja & Ahmad Yani. *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama. 2000.

Hans Kelsen, *Penegakan Hukum Menurut Teori Hukum Alam*, www.solusihukum.com, diakses 14 Oktober 2009

Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerce Persfektif Islam*, Yogyakarta: Magistra Insania Pers,2004

J. Satrio, *Hukum Perjanjian*, Bandung: PT.Citra Adytia Bakti, 1992

Munir Fuady, *Hukum Kontrak: dari Sudut Pandang Hukum Bisnis*, Cetakan ke I, (Bandung,2001)

Mochtar Kusumaatmadja. *Konsep-Konsep Hukum Dalam Pembangunan*. Bandung : Alumni. 2002.

M. Solly Lubis, *Filsafat Ilmu dan Penelitian*, Cetakan Ke I (Bandung : Mandar Maju, 1994)

Retnowulan Sutantio dan Iskandar Oerip. *Hukum Acara Perdata dalam Teori Dan Praktek*. Bandung : Alumni. 2000.

Subekti. *Pokok-Pokok Hukum Perdata*. Jakarta : Intermasa. 1979.

_____. *Aneka Perjanjian*. Cetakan VII. Bandung : Alumni. 1985.

_____, *Hukum Perjanjian*, Jakarta: PT. Intermasa, 1996

Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Edisi I Cetakan 7, (Raja Grafindo Persada : Jakarta), 2003

B. PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Undang-Undang Dasar 1945

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang ITE

C. INTERNET

Anderson, *Kasus-Kasus Baru Dalam Internet*, <http://www.kompas.com>, Jumat, 9 November 2009, 18.00

Khairunisa, *Penyelesaian Sengketa E-Commerce*. <http://www.kompas.com>., Rabu, 14 Januari 2010, 19.30.

<http://www.stie-Mce.ac.id>, tanggal 20 November 2009, jam 15.00 WIB

http://id.wikipedia.org/wiki/Sejarah_Internet. minggu 2 maret 2008

