

BAB I

A. Latar Belakang

Adanya internet memudahkan masyarakat dalam berkomunikasi, mencari informasi, dan yang sedang marak ini adalah transaksi *online*. Transaksi *online* merupakan kesepakatan antara pihak penjual dan pihak pembeli secara *online* melalui media internet tanpa adanya tatap muka secara langsung.¹ Transaksi jual beli secara *online* biasa disebut dengan transaksi *e-commerce*. Menurut Suyanto “*E-commerce* merupakan kumpulan teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menyatukan antara pembeli, perusahaan dan komunitas tertentu melalui transaksi dagang elektronik”.² Dengan adanya *e-commerce*, memudahkan masyarakat dalam melakukan jual beli *online* karena transaksinya menjadi lebih mudah, efektif, dan efisien. Keuntungan yang diperoleh pun sangat menjanjikan baik oleh penjual maupun pembeli.

Media sosial yang digunakan dalam transaksi *e-commerce* ini diantaranya, facebook, line, whatsapp, dan di zaman sekarang ini *platform* media sosial instagram merupakan media sosial yang paling banyak digunakan. Pilihan yang menarik dan banyak dijumpai dan diminati masyarakat pada saat bertransaksi jual beli melalui media sosial instagram, karena dalam media sosial instagram sangat mudah untuk mengakses foto-foto yang telah diunggah, karena di dalam *platform* tersebut penjual dapat menawarkan barang kepada pembeli secara tidak langsung hanya dengan mengunggah foto maupun video.³ apabila melakukan transaksi jual beli melalui instagram, tanggung jawab yang dilakukan oleh penjual terbatas dan tidak menjamin klausul perjanjian tersebut terpenuhi. Berdasarkan data pengaduan BPKN pada kurun waktu 2018-2020, mencatat adanya 7 jenis pengaduan terkait dengan transaksi di *platform* media sosial dari sebanyak 580 pengaduan pada tahun 2018. Pada tahun 2019, jumlah pengaduan terkait dengan *platform* di media sosial berkurang menjadi 5 jenis, tetapi angka aduannya melonjak hingga menjadi 1.518 aduan. Pada bulan April 2020,

¹ Ni Kadek Ariati, I Wayan Suarba, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Melakukan Transaksi *Online*”, *Jurnal Hukum Kertha Semaya*, (2016).

² M. Suyanto, *Marketing Strategi Top Brand Indonesia*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2007), hlm.7.

³ Ni Made Dewi Intan Lestarini, Dewa Nyoman Rai Asmara Putra, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Kerugian Yang Ditimbulkan Oleh Pelaku Usaha Toko *Online* di *Instagram*”, *Jurnal Hukum Kertha Semaya* No. 1 (2019)

jumlahnya mencapai 582 aduan yang menjadi data terakhir pada jenis pengaduan transaksi *online*.

Walaupun Undang-Undang telah mengatur tentang transaksi *e-commerce*, tetapi pada penerapannya masih terdapat banyak penjual maupun pembeli yang melakukan wanprestasi dalam transaksi tersebut. Kebohongan-kebohongan tersebut dapat berupa yang melibatkan sisi dari penjual, barang yang diperjanjikan, nilai dan kualitas barang, foto produk dan pembayaran oleh pembeli.⁴ Kepercayaan antara para pihak adalah suatu keadaan yang wajib ada dalam proses transaksi *e-commerce*. Oleh karena itu, dalam transaksi *e-commerce* penjual dan pembeli saling mengetahui klausul perjanjian agar setiap transaksi salah satu atau kedua belah pihak tidak akan mengalami kerugian/wanprestasi.

Berdasarkan Pasal 1 angka 17 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), kontrak elektronik merupakan suatu perjanjian para pihak yang dibuat melalui Sistem Elektronik. Yang artinya bahwa kedua belah pihak tidak melakukan tatap muka secara langsung pada saat membuat kontrak atau perjanjian melalui sistem elektronik tersebut. Berbeda halnya dengan kontrak biasa atau kontrak pada umumnya kedua belah pihak melakukan tatap muka secara langsung dan kontrak tersebut dibuat di atas kertas dan telah disetujui oleh kedua belah pihak. Kontrak pada umumnya dapat disebut dengan perjanjian dalam bentuk tertulis, yang dapat berarti bahwa pengertian kontrak tidak lebih luas dari perjanjian karena diberikan kepada persetujuan / perjanjian yang tertulis.⁵

Transaksi *e-commerce* melalui *website* atau *marketplace* yang terdaftar pada domain mungkin akan lebih efisien untuk melakukan pembuktian jika kontrak elektronik tersebut disepakati antara para pihak. Tetapi, berbeda halnya dengan transaksi *e-commerce* menggunakan media sosial seperti instagram ini, maka tentunya tidak mudah untuk menyatakan bahwa apakah kedua belah pihak memang benar telah menyepakati klausul perjanjian yang ada *platform* media sosial tersebut. Perihal seperti ini tentu akan membuat berbagai akibat hukum dengan segala risikonya, antara lain dapat mendatangkan suatu perbuatan

⁴ Abdul Halim Barkatullah, *Perlindungan Hukum bagi konsumen dalam Transaksi Ecommerce* (Yogyakarta: Pascasarjana FH UII Press, 2009), hlm. 4.

⁵ Subekti, *Hukum Perjanjian*, (Jakarta:Intermasa,1979), hlm.1.

wanprestasi dari salah satu pihak dalam transaksi tersebut, kemudian bagaimana pertanggungjawabannya dan masalah-masalah lainnya seperti tidak ada kewajiban dari pihak penjual untuk melakukan pembenaran kepada pihak pembeli.⁶

Berdasarkan penjelasan yang terurai di atas, maka penulis perlu untuk meneliti tentang klausul perjanjian dalam transaksi *e-commerce* melalui instagram ditinjau dari hukum perikatan melalui pendekatan hukum dan perundang-undangan yang berlaku, khususnya KUHPerdara Indonesia dan UU Informasi dan Transaksi Elektronik. Penulis akan memfokuskan klausul perjanjian dalam transaksi *e-commerce* melalui instagram serta tanggungjawab penjual ketika terjadi wanprestasi berdasarkan klausul perjanjian tersebut.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana klausul perjanjian dalam transaksi *e-commerce* melalui instagram?
2. Bagaimana tanggungjawab penjual ketika terjadi wanprestasi berdasarkan klausul perjanjian tersebut?

C. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam hal-hal yang telah dipaparkan di latar belakang masalah, maka penulis hanya akan membahas mengenai klausul perjanjian yang dibuat oleh penjual kepada pembeli serta tanggungjawab penjual ketika terjadi wanprestasi dalam transaksi *e-commerce* melalui media sosial instagram. Pembatasan masalah dilakukan agar penelitian ini dapat lebih terfokus pada pemenuhan hak-hak pembeli dan kewajiban penjual serta memahami persetujuan antara kedua belah pihak terhadap klausul perjanjian yang dibuat oleh penjual agar meminimalisir adanya kerugian atau wanprestasi dalam bertransaksi *e-commerce* di media sosial instagram. Adanya peningkatan dalam transaksi *e-commerce* ini harus diwaspadai karena dalam transaksi *e-commerce* masih terdapat kelemahan-kelemahan atau kecurangan-kecurangan yang dapat merugikan pembeli. Oleh karena itu, pihak penjual dalam hal ini perlu melaksanakan tanggungjawabnya ketika terjadi

⁶ Setiawan, *Electronic Commerce: Tinjauan Dari Segi Hukum Kontrak* (Rineka Cipta, 2000), hlm 4.

wanprestasi terhadap pembeli berdasarkan klausul perjanjian yang telah dibuat oleh penjual itu sendiri.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1) Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui klausul perjanjian dalam transaksi *e-commerce* melalui instagram.
2. Untuk mengetahui tanggungjawab penjual ketika terjadi wanprestasi berdasarkan klausul perjanjian tersebut.

2) Manfaat/Signifikansi Penelitian

1. Manfaat Secara Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai keabsahan suatu kontrak elektronik dalam transaksi *e-commerce* melalui media sosial Instagram.

2. Manfaat Secara Praktis

Manfaat secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat:

1. Bagi penulis, agar dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai keabsahan suatu kontrak elektronik dalam transaksi *e-commerce* melalui instagram.
2. Bagi pihak instagram, agar kepercayaan pengguna instagram untuk bertransaksi jual beli di media sosial instagram lebih besar, dan tanggungjawab dari pihak penjual serta pemenuhan hak-hak pembeli lebih terjamin.
3. Bagi pembaca, agar pembaca dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat memahami keabsahan suatu kontrak elektronik dalam transaksi *e-commerce* melalui instagram yang ditinjau dari hukum perikatan. Serta agar penjual dan pembeli dapat lebih bijak menerapkannya secara langsung dan mengetahui masing-masing hak dan kewajibannya dalam melakukan transaksi di *e-commerce* melalui instagram.