

## TINJAUAN HUKUM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE MELALUI SOSIAL MEDIA (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial UNM)

Nurfajri<sup>1</sup>, Heri Tahir<sup>2</sup>, Firman Muin<sup>3</sup>

Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Makassar  
<sup>1</sup>nurfajrihasbudi1@gmail.com, <sup>2</sup>heritahir.law@gmail.com, <sup>3</sup>firmanmuin@unm.ac.id

**Abstract:** *This study aims to determine; 1) rights and obligations between sellers and buyers in online buying and selling transactions through social media, 2) legal remedies taken by consumers if they are harmed in buying and selling transactions through social media. This type of qualitative research uses a qualitative descriptive approach. The primary data sources in the study were 20 students of the social sciences faculty, namely 10 online sellers and 10 online consumers. While secondary data is literature such as books and laws and other related sources. Data collection techniques include: Observation, Interview and Documentation. The data analysis used are; data reduction, data presentation and conclusion drawing. The results of the study are: 1) The rights and obligations of online sellers and buyers include the seller delivering the goods and the buyer making the payment. In addition, both parties are entitled to a sense of security and mutual benefit. More fully discussed in the Civil Code and consumer protection laws. 2) Some legal remedies taken by consumers if they are harmed in buying and selling transactions through social media, namely by contacting the police, and reporting to the bank. The rest of the consumers solve their problems by peaceful means.*

**Keywords:** *Legal Review, Buying and Selling, Social Media*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui; 1) hak dan kewajiban antara penjual dan pembeli dalam transaksi jual beli online melalui social media, 2) upaya hukum yang dilakukan oleh konsumen apabila dirugikan dalam transaksi jual beli melalui social media. Jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Sumber data primer dalam penelitian yaitu 20 orang mahasiswa fakultas ilmu sosial yaitu 10 orang penjual online dan 10 orang konsumen online. Sedangkan data sekunder yaitu literature seperti buku dan undang-undang maupun sumber lain yang berkaitan. Teknik pengumpulan data meliputi: Observasi, Wawancara dan Dokumentasi. Analisis data yang digunakan yaitu; reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian yaitu: 1) Hak dan kewajiban penjual dan pembeli online antara lain penjual menyerahkan barangnya dan pembeli melakukan pembayaran. Selain itu, kedua belah pihak juga berhak atas rasa aman dan saling menguntungkan. Lebih lengkap dibahas dalam KUH Perdata serta undang-undang perlindungan konsumen. 2) Beberapa upaya hukum yang dilakukan oleh konsumen apabila dirugikan dalam transaksi jual beli melalui social media yaitu dengan menghubungi pihak kepolisian, dan melaporkan kepada pihak bank. Selebihnya konsumen menyelesaikan masalahnya dengan jalur damai.

**Kata Kunci:** Tinjauan Hukum, Jual Beli, Sosial Media

### I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi berhasil membawa masyarakat menuju peradaban yang serba canggih. Hal ini semakin memudahkan masyarakat dalam berbagai aktifitas. Pesatnya laju perkembangan teknologi informasi yang didukung dengan perkembangan layanan data menjadikan

pemanfaatan teknologi kian meluas di berbagai bidang. Salah satu pemanfaatan teknologi informasi adalah di bidang perekonomian. Para pelaku usaha kini berlomba-lomba untuk membuka lapak secara online. Ledakan teknologi menjadikan sebagian besar orang memilih untuk memanfaatkan kemajuan teknologi informasi sebagai mata pencaharian dengan cara berjualan. Peranan

perkembangan teknologi informasi tidak dapat dipisahkan dari dunia perekonomian. Tanpa adanya teknologi informasi, perekonomian dunia tidak akan maju. Di era global sekarang, para pelaku usaha harus inovatif dalam mengembangkan usahanya. Persaingan dunia perekonomian yang semakin padat akan menjadikan para pelaku usaha bangkrut jika masih menggunakan cara berjualan secara konvensional. Kemudahan mengakses internet semakin mempermudah transaksi jual beli. Kegiatan transaksi jual beli dengan memanfaatkan internet ini dikenal dengan istilah *electronic commerce*, atau disingkat *e-commerce* yang selanjutnya disebut sebagai transaksi elektronik.

Gaya baru dalam kegiatan jual beli melalui internet memberikan kemudahan bagi para pembeli. Berbeda dengan kegiatan jual beli konvensional pada umumnya yang mengharuskan terjadinya kesepakatan harga disuatu tempat dengan bertatap muka secara langsung, membeli melalui internet dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Seiring dengan penggunaan teknologi informasi yang terus menerus meningkat, banyak orang yang memanfaatkan internet sebagai tempat untuk berjualan. Hampir semua orang dapat menjadi pengusaha melalui internet. *Public Relations and Communications Manager Cupo Nation*, Olivia Putri menjelaskan dari studi internal pihaknya didapati pertumbuhan pembeli secara online atau online shopper di Indonesia terjadi dalam tiga tahun terakhir. Pada tahun 2016, jumlah pembeli online mencapai 9,6 persen dari jumlah populasi dan meningkat menjadi 10,7 persen pada tahun 2017. Di tahun 2018, jumlah online shopper diperkirakan mencapai 11,9 persen dari total populasi di Indonesia.<sup>1</sup>

Dewasa ini, orang-orang memanfaatkan berbagai sosial media internet seperti facebook, instagram dan whatsapp untuk berkomunikasi. Meskipun media ini berfungsi untuk kepentingan pribadi seperti berkomunikasi secara cepat namun, media-media sosial ini kini juga dapat dimanfaatkan sebagai ladang untuk berjualan melalui internet karena dapat membantu orang-orang untuk terhubung khususnya dalam hal jual beli. Hal ini akan semakin memper-

mudah konsumen untuk melihat barang yang ingin dibeli, karena hampir semua orang mempunyai akun sosial media. Konsumen hanya perlu membuka akun social media kemudian mencari nama akun social media yang menjadikan akunnya sebagai online shop. Jual beli melalui internet adalah transaksi jual beli yang mulai dari proses pemesanan barang, pembayaran sampai tahap pengiriman barang dilakukan melalui internet yaitu social media yang awalnya dipergunakan untuk kepentingan komunikasi secara pribadi kini dapat dipergunakan sebagai sarana jual beli secara online. Masyarakat tak perlu repot untuk keluar rumah mencari barang yang diinginkan tapi cukup melalui smartphone yang mereka miliki. Bahkan para konsumen dapat melihat dan memilih barang secara tak terbatas kapanpun yang masyarakat inginkan. Kelebihan seperti ini akan memudahkan masyarakat baik yang memiliki kesibukan padat sehingga tak sempat ke pusat perbelanjaan ataupun hanya dengan alasan malas maka berbelanja melalui internet adalah solusi yang praktis.

Transaksi jual beli ini secara umum (*lex generalis*) diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (selanjutnya disebut KUHPerdata) Buku III Tentang Perikatan. Sebagaimana syarat sah perjanjian yang diatur dalam pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yang berbunyi “ Untuk sahnya suatu perjanjian diperlukan empat syarat yaitu; (1) Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya, (2) Kecakapan membuat suatu perikatan, (3) suatu hal tertentu (4) suatu sebab yang halal.

Jika ditinjau dari aspek hukum perdata, maka salah satu syarat sahnya perjanjian yaitu kecakapan para pihak dalam melakukan transaksi jual beli. Namun, dalam transaksi online kita tidak mengetahui “kecakapan hukum” seseorang sebagaimana yang diatur dalam pasal 1320 KUHPerdata. Apalagi status hukum pelaku usaha yang tidak jelas karena transaksi hanya dilakukan di dunia maya. Jika perjanjian dibuat memenuhi syarat sahnya perjanjian, maka perjanjian tersebut mengikat kedua belah pihak sejak tercapainya kata sepakat. Dalam e-commerce dikenal dengan istilah kontrak elektronik

<sup>1</sup> Putera, Andri Donnal . “Jumlah Pembeli "Online" Indonesia Capai 11,9 Persen dari Populasi” Tanggal 7 Januari 2019.<https://ekonomi.kompas.com/>

[read/2018/09/07/164100326/jumlah-pembeli-online-indonesia-capai-119-persen-dari-populasi](https://ekonomi.kompas.com/read/2018/09/07/164100326/jumlah-pembeli-online-indonesia-capai-119-persen-dari-populasi).

yang merupakan kesepakatan kedua belah pihak yang juga mempunyai kekuatan hukum yang mengikat. Kontrak elektronik harus mempunyai kekuatan hukum yang sama dengan kontrak konvensional.

Berbelanja melalui social media internet disenangi oleh semua kalangan khususnya kalangan muda dan wanita. Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan penelitian pada lingkungan sosial dan memilih mahasiswa yang sekaligus sebagai penjual atau pembeli online sebagai informan. Pada umumnya, mahasiswa adalah kalangan muda yang ketergantungan gadget.

Selain berbagai kelebihan dalam bertransaksi online, banyak juga kekurangan jual beli online yang membuat konsumen kecewa. Kegiatan jual beli melalui transaksi *online* dilakukan oleh penjual dan konsumen tidak bertatap muka secara langsung.

Perjanjian transaksi *online* dilakukan dengan asas kepercayaan dari para pihak, jadi resiko buruk yang terjadi jika penjual melakukan wanprestasi cukup besar. Apabila salah satu pihak tidak melaksanakan hak dan kewajibannya maka perbuatan tersebut dikatakan wanprestasi. Yang termasuk di dalam wan-prestasi yaitu: (1) tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukan, (2) melaksanakan apa yang dijanjikan tetapi terlambat, (3) melaksanakan apa yang dijanjikan, tetapi tidak sebagaimana yang dijanjikan, (4) melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukan. Dari kebanyakan kasus wanprestasi yang dilakukan pelaku usaha misalnya telat mengirimkan barang, salah dalam mengirim produk barang yang dipesan, barang yang dibeli tidak sesuai dengan keterangan informasi yang dijanjikan, kerusakan barang, penipuan, kejahatan, atau juga pelaku usaha yang dengan sengaja berniat untuk tidak memenuhi kewajibannya.

Kejadian seperti ini berujung pada kekecewaan konsumen yang tidak menindaklanjuti dengan menuntut ganti rugi. Hal ini tidak terlepas karena ketidaktahuan konsumen tentang hak-haknya. Berdasarkan data YLKI, konsumen kerap mengeluhkan lambatnya respon komplain (44 persen), belum diterimanya barang (36 persen), sistem merugikan (20 persen), tidak diberikannya

refund (17 persen), dugaan penipuan (11 persen), barang yang dibeli tidak sesuai (9 persen), dugaan kejahatan siber (8 persen). Adapula keluhan mengenai cacat produk (6 persen), pelayanan (2 persen), harga (1 persen), informasi (1 persen), dan terlambatnya penerimaan barang (1 persen).<sup>2</sup>

Resiko penipuan yang sangat rawan karena tidak adanya jaminan keamanan khususnya ketika melakukan pembayaran melalui transfer rekening. Hal ini membuat kedudukan konsumen lemah. Apalagi status subjek hukum para penjual online yang tidak jelas menyebabkan mereka mudah melakukan wanprestasi. Banyaknya pembeli yang merasa dirugikan tetapi tidak menuntut dan tidak meminta tanggung jawab dari pemilik online shop. Dalam berbagai kasus, pembeli pasrah dengan ketidakpuasan dalam bertransaksi online dikarenakan pelaku usaha online shop yang tidak dapat bertanggung jawab.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka fokus dalam penelitian adalah; 1) bagaimana hak dan kewajiban antara penjual dan pembeli dalam transaksi jual beli online melalui social media, 2) Bagaimana upaya hukum yang dilakukan oleh konsumen apabila dirugikan dalam transaksi jual beli melalui social media.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### A. Perjanjian

#### 1. Pengertian Perjanjian

Dalam kehidupan sehari-hari istilah “perjanjian” sudah akrab ditelinga kita. Perjanjian juga merupakan suatu hal yang tidak terlepas dari proses jual beli atau biasa disebut sebagai perjanjian jual beli. Akan tetapi, karena transaksi jual beli dilakukan melalui internet maka perjanjian dilakukan melalui internet berdasarkan asas kepercayaan. Sebelum penjual menyerahkan barang dan pembeli menerima suatu barang maka kedua belah pihak telah melakukan perjanjian terkait suatu objek. Perjanjian menurut Pasal 1313 KUHPerdata adalah “Suatu perbuatan dengan mana satu pihak atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih”.

<sup>2</sup>Jarot Bayu, Dimas. “Keluhan Terbanyak Konsumen Selama 2017 Soal Toko Online”. Tanggal 8 Februari 2019. file:///D:/PROPOSAL/data%20OL%

20shop/YLKI%20%20Keluhan%20Terbanyak%20Konsumen%20Selama%202017%20Soal%20Toko%20Online%20%20%20Katadata%20News.htm .

## 2. Syarat Sahnya Perjanjian

Dalam suatu perjanjian tentu memiliki syarat-syarat yang harus dipenuhi untuk mencapai perjanjian yang sah sehingga dapat diberi akibat hukum. Berdasarkan pasal 1320 KUHPerdara untuk sahnya persetujuan-persetujuan diperlukan empat syarat yaitu sepakat mereka yang mengikatkan dirinya, kecakapan untuk membuat suatu perikatan, suatu hal tertentu, suatu sebab yang tidak dilarang.

Syarat sah perjanjian diatas terdiri dari syarat subjektif dan syarat objektif. Syarat yang pertama dan kedua merupakan syarat subjektif karena menyangkut pihak-pihak yang mengadakan perjanjian, sedangkan syarat ketiga dan keempat disebut syarat objektif karena menyangkut objek perjanjian. Apabila syarat pertama dan kedua tidak terpenuhi, maka perjanjian itu dapat dibatalkan jika salah satu pihak mengajukan kepada pengadilan untuk membatalkan perjanjian yang disepakatinya, tetapi apabila para pihak tidak ada yang keberatan, maka perjanjian itu tetap dianggap sah. Jika syarat ketiga dan keempat tidak terpenuhi, maka perjanjian itu batal demi hukum. Artinya dari semula perjanjian itu dianggap tidak ada.

## 3. Asas-Asas Perjanjian

Hukum perjanjian mengenai beberapa asas penting, yang merupakan dasar kehendak pihak-pihak dalam mencapai tujuan. Asas-asas perjanjian merupakan dasar yang menjadi acuan berpikir dalam perjanjian yang mempengaruhi masing-masing pihak dalam pengambilan keputusan. Sehingga menjadi prinsip yang dapat dijadikan landasan untuk saling mengikatkan dalam sebuah perjanjian.

- a) Asas Kebebasan Berkontrak
- b) Asas Pelengkap
- c) Asas Konsensual
- d) Asas Obligator

## 4. Jenis-Jenis Perjanjian

- a) Perjanjian Timbal Balik dan Sepihak
- b) Perjanjian Bernama Dan Tak Bernama
- c) Perjanjian Obligator dan Kebendaan
- d) Perjanjian Konsensual dan Real

## B. Jual Beli Melalui Internet (E-Commerce)

### 1. Pengertian Jual Beli Melalui Internet

Jual beli melalui internet adalah kegiatan yang dilakukan seperti pada umumnya, hanya memanfaatkan internet sebagai tempat bertransaksi. Dalam Pasal 1 butir 17 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) disebut sebagai kontrak elektronik yakni perjanjian yang dimuat dalam dokumen elektronik atau media elektronik lainnya.<sup>3</sup>

*Electronic Commerce Transaction* adalah transaksi dagang antara penjual dengan pembeli untuk menyediakan barang, jasa atau mengambil alih hak. Kontrak ini dilakukan dengan media elektronik (digital medium) dimana para pihak tidak hadir secara fisik. Medium ini terdapat di dalam jaringan umum dengan sistem terbuka yaitu internet atau World Wide Web. Transaksi ini terjadi lepas dari batas wilayah dan syarat nasional. Berdasarkan pengertian diatas, dapat ditarik beberapa unsur dari E-commerce, yaitu:<sup>4</sup>

- 1) Ada kontrak dagang
- 2) Kontrak itu dilaksanakan dengan media elektronik
- 3) Kehadiran fisik dari para pihak tidak diperlukan
- 4) Kontrak itu terjadi dalam jaringan public
- 5) Sistemnya terbuka, yaitu dengan internet atau WWW
- 6) Kontrak itu terlepas dari batas, yuridiksi nasional.

### 2. Para Pihak dalam Jual Beli Melalui Internet

Salah satu pihak dalam kontrak dagang elektronik adalah penyedia jasa internet (Internet Service Provider) yaitu pemilik ruang elektronik disebut website/keybase yang terdiri dari site yang satu dan lainnya dapat dibedakan. Untuk mengembangkan saluran elektronik ini, ISP dipasarkan ke masyarakat untuk akses ke internet. Dengan mempergunakan usaha pengembang/penyalur jasa internet<sup>5</sup>. Banyak yang tidak mengetahui bahwa penyedia layanan internet ini sangat penting karena tanpa adanya

<sup>3</sup> Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 1 Ayat 17

<sup>4</sup>Badruzaman, Mariam. 2001. *Kompilasi Hukum Perikatan*. Jakarta: PT. Citra Aditya Bakti, hal. 284

<sup>5</sup> Ibid, hlm.285

penyedia layanan internet penjual dan konsumen tak akan mungkin untuk bertemu. Seperti yang telah disebutkan dalam Perjanjian e-commerce tentunya tidak asing dua pelaku yaitu pelaku usaha yang melakukan penjualan dan customer/konsumen yang berperan sebagai pembeli. Selain itu, pihak yang juga terlibat dalam hal pembayaran adalah bank.

### 3. Jenis-Jenis Transaksi dalam E-Commerce

- 1) Collaborative Commerce (c-commerce)
- 2) Business-to-Consumers (B2C)
- 3) Consumer-to-Business (C2B)
- 4) Consumer-to-Consumer
- 5) Intrabusiness Commerce
- 6) Government-to-Citizens (G2C)
- 7) Mobile Commerce (m-commerce)

### 4. Asas-asas Hukum Perjanjian Dalam Transaksi Jual Beli Online

- 1) Asas Kebebasan Berkontrak
- 2) Asas Konsensualisme
- 3) Asas Itikad Baik
- 4) Asas Kepercayaan
- 5) Asas Kekuatan Mengikat
- 6) Asas Persamaan Hukum
- 7) Asas Keseimbangan
- 8) Asas Moral
- 9) Asas Kepastian Hukum
- 10) Asas Kepatutan
- 11) Asas Kebiasaan

### 5. Prestasi dan Wanprestasi

#### a. Prestasi

Pada umumnya literature yang ada sekarang membagi prestasi ke dalam tiga macam, sebagaimana yang diatur dalam pasal 1234 KUHPerdato:

- 1) Menyerahkan sesuatu;
- 2) Berbuat sesuatu; dan
- 3) Tidak berbuat sesuatu

#### b. Wanprestasi

Wanprestasi adalah tidak memenuhi atau lalai melaksanakan kewajiban sebagaimana yang ditentukan dalam perjanjian yang dibuat antara kreditur dengan debitur. Model-model wanprestasi dalam pasal 1243 KUHPerdato sebagai berikut:<sup>6</sup>

- 1) Sama sekali tidak memenuhi prestasi

- 2) Prestasi yang dilakukan tidak sempurna
- 3) Terlambat memenuhi prestasi
- 4) Melakukan apa yang dalam perjanjian dilarang untuk dilakukan.

Ada empat akibat adanya wanprestasi, sebagaimana dikemukakan berikut ini:<sup>7</sup>

- a) Perikatan tetap ada. Kreditur masih dapat menuntut kepada debitur pelaksanaan prestasi, apabila ia terlambat memenuhi prestasi.
- b) Debitur harus membayar ganti rugi kepada kreditur (Pasal 1243 KUHPerdato).
- c) Beban risiko beralih untuk kerugian debitur, jika halangan itu timbul setelah debitur wanprestasi, kecuali apabila ada kesengajaan atau kesalahan besar dari pihak kreditur.
- d) Jika perikatan lahir dari perjanjian timbal balik, kreditur dapat membebaskan diri dari kewajibannya memberikan kontra prestasi dengan menggunakan Pasal 1266 KUHPerdato.

### 6. Faktor-Faktor Penyebab Timbulnya Masalah Dalam Jual Beli Online

- 1) Unsur Perbuatan Melawan Hukum
- 2) Unsur Kesalahan
- 3) Unsur Kerugian

### 7. Dasar Hukum Yang Mengatur Tentang Transaksi Jual Beli Online

- 1) KUHPerdato
- 2) UU No. 11 Tahun 2008 Tentang ITE

### 8. Bentuk-Bentuk Penyelesaian Sengketa Jual Beli

#### 1) Litigasi

Litigasi adalah proses penyelesaian sengketa di pengadilan, semua pihak yang bersengketa saling berhadapan satu sama lain untuk mempertahankan hak-haknya.

#### 2) Non litigasi

Non litigasi adalah cara penyelesaian sengketa diluar jalur hukum.

## III. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan penelitian kualitatif, jenis penelitian deskriptif, sumber data primer yaitu informan, sumber data sekunder yaitu;

<sup>6</sup> Fuady, Munir . 2001. *Hukum Kontrak dari Sudut Pandang Hukum Bisnis*. Bandung: PT.Citra Aditya Bakti, hal. 87-89

<sup>7</sup> HS. Salim. 2001. *Pengantar Hukum Perdata Tertulis*. Mataram: Sinar Grafika, hlm.181

dokumentasi, teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi, teknis analisis yang digunakan adalah teknik deskriptif kualitatif.

#### IV. Hasil Penelitian

##### A. Hak dan Kewajiban Penjual dan Pembeli Online

Pada umumnya, mahasiswa adalah kalangan muda yang senang berbelanja online. Karena kampus merupakan salah satu lingkungan yang mudah terbawa arus sosial media. Meskipun begitu, ternyata kaum intelektual seperti mahasiswa pun masih kurang paham tentang hak dan kewajiban saat berbelanja ataupun berjualan. Apalagi transaksi dilakukan secara online. Seperti yang diungkapkan oleh informan bernama Ayu Lestari selaku penjual online (wawancara pada tanggal 21 Februari 2019) bahwa: “Hak saya sebagai penjual yaitu mendapatkan uang dari barang yang saya jual, dan kewajibanku itu serahkan barangnya. Setahu saya hanya itu”.

Mengenai kewajiban-kewajiban penjual dan pembeli yang tercantum dalam buku ke III KUHPerdota tentang perikatan pada bab V. Selain itu, hak dan kewajiban penjual dan pembeli juga diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen sebagai berikut:

##### 1. Pelaku Usaha

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 (UUPK Pasal 1 ayat 3) . Bentuk atau wujud dari pelaku usaha adalah orang perorangan atau badan usaha. Hak pelaku usaha antara lain:

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

- c) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya didalam 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 perundang-undangan lainnya.<sup>8</sup>

Selain konsumen, pelaku usaha pun memiliki hak yang sama yaitu untuk mendapatkan perlakuan baik dari konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa dalam jual beli bukan berarti yang dapat dirugikan hanyalah konsumen. Akan tetapi, pada umumnya pihak yang banyak dirugikan dalam jual beli online adalah konsumen seperti hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti. Kewajiban 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) Memberi 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) Memberi kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- g) Memberi kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.<sup>9</sup>

Perlunya iktikad baik dari kedua belah pihak merupakan hal yang paling penting. Sebab perjanjian jual beli online terjadi

---

<sup>8</sup> Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

<sup>9</sup> Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

karena asas kepercayaan satu sama lain. Salah satu masalah dalam kondisi ini adalah sulitnya mendeteksi kejujuran seseorang apalagi transaksi dilakukan di dunia maya seperti social media. Hal ini berkenaan dengan kecakapan untuk melakukan perbuatan hukum yang termasuk syarat perjanjian, sebagaimana dalam pasal 1329 KUHPerdata bahwa” tiap orang berwenang untuk membuat perikatan, kecuali jika ia dinyatakan tidak cakap akan hal itu”.

Dalam kegiatan jual beli online, kita tidak mengetahui apakah seseorang tersebut telah cakap hukum atau tidak. Karena identitas pelaku usaha tidak tervisualisasikan. Sebagaimana yang diungkapkan oleh salah satu informan bernama Retno sebagai penjual online dari jurusan Ilmu Administrasi Bisnis (wawancara pada tanggal 21 Februari 2019) bahwa:“Kalau data diri saya rasa tidak terlalu penting, identitas yang seperti apa juga yang diperlukan, kalau beli barang sama saya berarti percaya saja.”

Telah menjadi kewajiban para penjual online untuk menyadari bahwa ia mempromosikan barangnya melalui internet, sehingga ia dapat menghindarkan diri dari perbuatan curang yang dapat merugikan konsumen. Penjual wajib menjamin barang yang dijual sesuai dengan standar kualitas barang tersebut.

Salah satu kewajiban penjual juga adalah memberikan kompensasi kepada konsumen yang memperoleh barang yang tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan. Bahkan penjual wajib mengganti rugi yang diderita konsumen. Seperti yang diungkapkan oleh informan bernama Wahyuni sebagai penjual online dari jurusan Pendidikan Sosiologi (wawancara pada tanggal 12 Februari 2019) sebagai berikut: “iya, saya akui sering barang yang dipesan itu tidak sesuai dengan kesepakatan. Biasa juga beda warnanya atau modelnya. Tapi, dengan kerendahan hati saya biasa sampaikan kenyataannya. Kalau pelanggan saya tidak terima, saya ikhlas dibayar separuh dari harga sebelumnya atau kembalikan uangnya.

Berbeda dengan pernyataan Kiki Febrianti sebagai penjual online dari jurusan Pendidikan Administrasi Perkantoran (wawancara pada tanggal 19 Februari 2019) bahwa: “kalau saya sih pertama itu transfer

dulu barangnya datang. Dan perjanjiannya itu barang yang sudah dibeli tidak boleh lagi dikembalikan bagaimanapun itu bentuknya”

Dari pernyataan informan diatas menunjukkan bahwa penjual online masih belum menyadari kewajibannya sebagai penjual online. Namun ada beberapa penjual online yang masih menyadari kewajibannya sebagai penjual online yang baik. Yang sedia menanggung resiko atas kesalahan yang telah dilakukan.

#### 1) Konsumen

Istilah yang agak dekat dengan kata konsumen adalah “pembeli”. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/ atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.<sup>10</sup> Hak konsumen, antara lain:

- a) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
- b) Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e) Hak untuk mendapat advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h) Hak untuk mendapat kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.<sup>11</sup>

Banyaknya penjual online yang melalaikan kewajibannya berdampak pada

<sup>10</sup> Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

<sup>11</sup> Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

hak-hak konsumen yang tidak terpenuhi. Anehnya, kecanggihan teknologi membuat masyarakat antusias dalam berbelanja online dan tidak lagi memperhatikan kehati-hatian. Selain hak-hak konsumen diatas, salah satu hak konsumen yang tidak terpenuhi adalah hak untuk memperoleh barang yang dijanjikan setelah pembayaran dikirim sebagaimana dalam pasal 1474 KUHPerdara “Penjual mempunyai dua kewajiban utama, yaitu menyerahkan barangnya dan menanggungnya”. Kewajiban konsumen, antara lain:

- a) Membaca dan mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan;
- b) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.<sup>12</sup>

Kebanyakan konsumen mudah tertarik dengan barang yang dijual melalui lapak online. Promosi barang lewat gambar akan mempengaruhi sifat konsumtif masyarakat. Sehingga, tak lagi memperhatikan prinsip kehati-hatian dalam berbelanja.

#### B. Upaya Yang Dilakukan Oleh Konsumen Apabila Dirugikan Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Social Media

Melihat banyaknya kerugian yang dialami oleh konsumen, diperlukan upaya untuk menuntut hak daripada konsumen. Dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin canggih khususnya dalam hal jual beli semakin memicu masalah-masalah dalam jual beli serta membuat gencar para penjual online untuk berlaku curang dengan sistem jual beli tidak langsung. Apalagi dengan banyaknya kasus penipuan online yang menimpa konsumen.

Dalam penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kasus-kasus yang ditemukan di lapangan umumnya adalah penipuan. Jadi, penyelesaian sengketa yang berawal dari perjanjian sebagaimana yang diatur dalam hukum perdata berujung pada penyelesaian jalur hukum secara pidana.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kasus penyelesaian kasus dalam berbelanja online belum mampu terlaksana sebagaimana mestinya dikarenakan beberapa faktor seperti ketidaktahuan masyarakat yang disebabkan rendahnya pengetahuan masyarakat tentang jual beli, masyarakat yang tidak ingin terlibat proses hukum yang panjang, biaya perkara yang lebih besar daripada kerugian yang dialami, serta jumlah nominal yang hilang masih dianggap terlalu kecil untuk diproses melalui jalur hukum.

#### 1) Bersabar Dengan Keadaan

Sebagaimana pengalaman salah satu informan yang bernama Rezki Suci Awalia jurusan Pendidikan IPS yang diungkapkan pada wawancara tanggal 22 Februari 2019 bahwa: “Saya tidak melaporkan lebih lanjut karena saya tidak tahu mau melapor bagaimana, sedangkan bukti saya juga tidak jelas”.

Hal ini ditegaskan oleh informan yang pernah dirugikan dalam jual beli online bernama Asri Ainun jurusan PPKn (wawancara pada tanggal 22 Februari 2019) bahwa: “Saya tidak tahu kalau hal seperti ini bisa dilaporkan, terus mau saya lapor kemana saya juga bingung”

Pada umumnya, konsumen yang dirugikan tidak melaporkan tindakan penipuan yang dialami dikarenakan ketidaktahuan konsumen itu sendiri tentang prosedur dan tatacara untuk menempuh upaya hukum jika terjadi masalah-masalah dalam jual beli online. Seperti yang diungkapkan oleh Wirda Mustafa dari jurusan Pendidikan Administrasi Perkantoran selaku konsumen yang pernah dirugikan (wawancara pada tanggal 21 Februari 2019) sebagai berikut:

“Pas kejadian itu, saya tidak kabari orangtua saya takut kalau melapor juga nanti urusan semakin panjang. Jadi, saya ikhlaskan saja. Padahal itu camera sepupu juga yang minta untuk dibelikan, tapi karena saya tidak enak, saya lebih mending pinjam-pinjam uang untuk ganti uangnya sepupu saya yang sudah diambil sama penipu”

<sup>12</sup> Ahmadi Miru dan Sutarmaan Yodo, Ibid, hlm 47

Tabel 4.1 Bentuk-Bentuk Kerugian Informan (Konsumen)

No.	Nama	Jenis Barang	Bentuk Kerugian
1.	Raju Kumar	Smartphone	Penipuan
2.	Suci Indasari	Celana	Penipuan
3.	Wirda Mustafa	Camera Cannon	Penipuan
4.	Kiki Febrianti	Tas Hermes	Penipuan
5.	Haryani	Tas	Barang tidak sesuai dengan kualitas dan waktu yang dijanjikan
6.	Fadli Septian	Jam Tangan	Barang yang dijanjikan tidak sesuai
7.	Asri Ainun	Camera	Penipuan
8.	Rezki Suci Awalia	Pakaian	Penipuan
9.	Suci Aprilya	Pakaian	Barang yang dijanjikan tidak sesuai
10.	Adhe Alfatir	Camera Gopro	Penipuan

Konsumen yang dirugikan tapi tidak memperjuangkan haknya akan semakin membuat para penipu lewat belanja online semakin melebarkan sayapnya dan meraup keuntungan yang banyak, tentu akan banyak korban-korban yang hanya pasrah dengan keadaan serta mengikhlaskan kerugian yang diderita. Hal ini menunjukkan bahwa hak dan kewajiban penjual dan pembeli online belum terpenuhi secara optimal karena adanya deviasi dari hukum perdata. Telah terjadi penyimpangan-penyimpangan hak dan kewajiban yang tidak lagi bersesuaian dengan norma yang ada.

#### 2) Melaporkan Kepada Pihak Bank

Salah satu upaya yang dapat dilakukan saat konsumen merasa dirugikan adalah dengan segera melaporkan kepada pihak bank untuk memblokir rekening pelaku agar tidak ada korban lainnya. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Kiki Febrianti jurusan Pendidikan Administrasi Perkantoran selaku konsumen yang pernah dirugikan (wawancara pada 19 Februari 2019) “Karena awalnya saya

merasa harus tindak lanjuti ini masalah jadi setelah saya melapor kepada bank terdekat, disana saya dimintai surat laporan dari kepolisian jadi saya ke kantor polisi”.

#### 3) Menghubungi Polisi Terdekat

Salah satu usaha yang dilakukan oleh konsumen ketika mengalami kerugian dalam jual beli online adalah menghubungi polisi terdekat. Namun, ketidaksabaran konsumen menghadapi proses hukum yang panjang menjadikan konsumen yang dirugikan berhenti ditengah jalan. Hal ini senada dengan apa yang diungkapkan lanjut oleh Kiki Febrianti jurusan Pendidikan Administrasi Perkantoran selaku konsumen yang pernah dirugikan (wawancara pada 19 Februari 2019) bahwa: “Waktu itu saya pernah melapor ke kantor bank terdekat dimintai surat dari kepolisian, saya ke kantor polisi dan menunggu proses yang panjang akhirnya saya menyerah”.

Upaya hukum penyelesaian sengketa jual beli online dapat ditempuh melalui jalur litigasi dan non litigasi. Litigasi adalah proses penyelesaian sengketa di pengadilan, semua pihak yang bersengketa saling berhadapan satu sama lain untuk mempertahankan hak-haknya. Konsumen pada umumnya lebih penyelesaian sengketa jual beli melalui jalur non litigasi (non pengadilan) yaitu menyelesaikan dengan cara damai.

## V. Kesimpulan, implikasi, dan saran

### A. Kesimpulan

- 1) Hak dan kewajiban penjual dan pembeli online antara lain penjual menyerahkan barangnya dan pembeli melakukan pembayaran. Selain itu, kedua belah pihak juga berhak atas rasa aman dan saling menguntungkan. Lebih lengkap dibahas dalam KUH Perdata serta undang-undang perlindungan konsumen. Hak dan kewajiban penjual dan pembeli online belum terpenuhi secara optimal karena adanya deviasi dari hukum perdata. Telah terjadi penyimpangan-penyimpangan hak dan kewajiban yang tidak lagi bersesuaian dengan norma yang ada.

- 2) Upaya hukum yang dilakukan oleh konsumen yang merasa dirugikan diantaranya yaitu melaporkan kepada pihak bank, dan menghubungi kantor polisi terdekat. Selain daripada itu, korban hanya menyelesaikan lewat jalur damai.

## B. Implikasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya penyimpangan yang terjadi dalam jual beli online serta tidak adanya kesadaran para pihak untuk melaksanakan hak dan kewajibannya dengan baik.

## C. Saran

- 1) Untuk melindungi pihak-pihak yang melakukan transaksi jual beli online perlu adanya pendaftaran secara hukum yang jelas terkait dengan bisnis online. Serta perlu adanya Undang-Undang khusus yang tegas yang secara khusus mengatur tentang e-commerce (jual beli online).
- 2) Masyarakat harus lebih selektif lagi dalam melakukan transaksi secara online dan mengedepankan aspek keamanan transaksi dan kehati-hatian sebagai pertimbangan utama dalam melakukan transaksi jual beli secara online.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kadir Muhammad. 1993. *Hukum Perdata Indonesia*. Cetakan Kedua. Bandar Lampung: PT. Citra Aditya Bakri
- Djoko Purwanto. 2010. *Komunikasi Bisnis*. Edisi keempat. Surakarta: Erlangga
- Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar. 2015. *Pedoman Penulisan Skripsi* Makassar: CV. Berkah Utami
- Kartini Muljadi dkk .2004. *Perikatan Pada Umumnya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Mariam Badruzaman. 2001. *Kompilasi Hukum Perikatan*. Jakarta: PT. Citra Aditya Bakti
- Munir Fuady. 2001. *Hukum Kontrak dari Sudut Pandang Hukum Bisnis*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Nurnaningsih Amriani. 2011. *Mediasi Alternatif Penyelesaian Sengketa Perdata di Pengadilan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Salim HS. 2001. *Pengantar Hukum Perdata Tertulis*. Mataram: Sinar Grafika
- Suharnoko. 2004. *Hukum Perjanjian Teori dan Analisa Kasus*. Jakarta: Kencana
- Sutarman. 2009. *Pengantar Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Bumi Aksara
- Zaeni Asyhadie. 2005. *Hukum Bisnis Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Het Herziene Indonesisch Reglement atau Reglemen Indonesia yang diperbaharui (HIR)*
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*
- Kitab Undang-Undang Hukum Pidana*
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008*
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2009*
- Jarot Bayu, Dimas. “Keluhan Terbanyak Konsumen Selama 2017 Soal Toko Online”. Tanggal 8 Februari 2019. <file:///D:/PROPOSAL/data%20OL%20shop/YLKI%20%20Keluhan%20Terbanyak%20Konsumen%20Selama%202017%20Soal%20Toko%20Online%20%20%20Kata%20data%20News.htm>.
- Nugraha, Ghita Ardhy. “8 Pengertian Arbitrase dan Mediasi Beserta Karakteristiknya. Tanggal 4 September 2018 <https://materiips.com/pengertian-mediasi>.”
- Nur Ngazis, Amal. “Riset: Hampir 50% Konsumen Belanja Online Tidak Puas”. Tanggal 8 Februari 2019. <https://www.viva.co.id/digital/digilife/456007-ri-set-hampir-50-konsumen-belanja-online-tidak-puas>

Putera, Andri Donnal. "Jumlah Pembeli "Online" Indonesia Capai 11,9 Persen dari Populasi" Tanggal 7 Januari 2019. <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/09/07/164100326/jumlah-pembeli-online-indonesia-capai-119-persen-dari-populasi>

Tashandra, Nabilla." 80 Persen Konsumen Belanja Online Orang Muda dan Wanita". Tanggal 8 Februari 2019. <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/03/22/155001820/80-persen-konsumen-belanja-online-orang-muda-dan-wanita>