

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Peranan teknologi informasi dan komunikasi di era globalisasi telah menempatkan pada posisi yang amat strategis karena menghadirkan suatu dunia tanpa batas, jarak, ruang, dan waktu, yang berdampak pada peningkatan produktivitas dan efisiensi. Pengaruh globalisasi dengan penggunaan sarana teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola hidup masyarakat, dan berkembang dalam tatanan kehidupan baru serta mendorong terjadinya perubahan sosial, ekonomi, budaya, keamanan, dan penegakan hukum.¹

Kegiatan manusia sebagai pencipta, pengembang dan pengguna teknologi informasi dan komunikasi saat ini sedang mengarah kepada sesuatu yang memudahkan pengguna itu sendiri itu sendiri. Salah satunya dapat dilihat dari perkembangan media internet yang sangat pesat. Internet sebagai suatu media informasi dan komunikasi elektronik telah banyak dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan, antara lain yaitu untuk perdagangan. Kegiatan perdagangan dengan memanfaatkan media internet ini dikenal dengan istilah *electronic commerce*, atau disingkat *e-commerce*. *E-commerce* sebagai kontrak dagang elektronik yang terletak dalam bidang hukum perdata, khususnya hukum kontrak. Kontrak

¹ Siswanto Sunarso, 2009, *Hukum Informasi Dan Transaksi Elektronik*, Rineka Cipta, Jakarta, hlm. 39.

dagang elektronik ialah kontrak dagang yang mempergunakan elektronik dan mempunyai tempat di dunia internet.²

Media sosial seperti *facebook, instagram, path, line, whatsapp, BBM, twitter*, saat ini sangat mempengaruhi perkembangan teknologi informasi di Indonesia, hal ini didukung oleh jumlah penggunaannya ditahun 2016 yang rata-rata mencapai 30 juta orang.³ Media sosial yang berawal hanya untuk kepentingan pribadi namun pada saat ini sudah mengarah pada suatu transaksi bisnis berupa jual beli.

Salah satu media sosial yang dapat digunakan untuk jual beli yaitu *instagram*. *Instagram* yaitu sebagai media sosial untuk membuat foto dan mengirimkannya dalam waktu yang sangat cepat. Tujuan tersebut sangat dimungkinkan oleh teknologi internet yang menjadi basis aktivitas dari media sosial ini. Transaksi jual beli melalui media *instagram* ini menjadi alternative yang menarik dan sangat diminati bagi pembeli pada saat ini khususnya perempuan. Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan *Pew Research Center* dalam penelitiannya menyatakan bahwa pembeli tertarik melakukan transaksi melalui media *instagram* ini karena mudah mencari barang yang diinginkan, dapat membandingkan harga, kemudian pembayaran yang dilakukan cukup mudah hanya dengan transfer, dan hanya menunggu barang datang tanpa harus keluar rumah, sehingga mengefektifkan dan mengefisiensikan

² Mariam Darus Badruzaman, 2001, *Kompilasi Hukum Perikatan*, Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm. 281

³ <http://www.tahupedia.com/content/show/789/10-Sosial-Media-Paling-Banyak-Digunakan-Di-Indonesia>, diakses pada 8 Juli 2019, pukul 11:57.

waktu karena transaksi dapat dilakukan oleh setiap orang kapan saja dan dimana saja.⁴

Mengenai transaksi jual beli ini secara umum (*lex generalis*) diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (selanjutnya disebut KUHPerdata) Buku III Tentang Perikatan, khususnya Bab I sampai dengan Bab V dan beberapa pasal yang berkaitan sebagai aturan hukum umum, tetapi secara khusus (*lex specialis*) transaksi jual beli elektronik ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang ITE).

Menurut KUHPerdata Pasal 1457 jual beli adalah “suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan”. Kemudian mengenai transaksi elektronik menurut Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang ITE yaitu “perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya”. Berdasarkan pengertian di atas adanya persamaan yaitu menimbulkan hubungan hukum antar para pihak dalam bertransaksi. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang ITE ada karena perkembangan dari KUHPerdata dan untuk mengakomodir kebutuhan masyarakat yang sekarang serba penuh dengan teknologi, karena pada transaksi jual beli ini yang dipergunakan adalah

⁴ <http://www.selipan.com/story/style/7-alasan-kenapa-penduduk-instagram-kebanyakan-cewek/>, diakses pada 8 Juli 2019, pukul 22:04.

media internet, sehingga kesepakatan ataupun perjanjian yang tercipta adalah melalui internet juga . Hal ini telah dipertegas dalam Pasal 1 ayat (17) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang ITE yaitu “kontrak elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik”.

Hampir sama dengan perjanjian jual beli pada umumnya, perjanjian jual beli melalui *instagram* ini pun berawal dari penawaran dan penerimaan. Penawaran yaitu suatu perbuatan seseorang beralasan bahwa perbuatan itu sendiri sebagai ajakan untuk masuk ke dalam suatu ikatan perjanjian . Penawaran pada transaksi jual beli melalui *instagram* ini yang melakukan adalah pihak penjual, yang mana penjual memanfaatkan *instagram* ini untuk menampilkan produk dagangan yang ditunjukkan pada halaman *timeline instagram* calon pembelinya, dan diikuti dengan penerimaan oleh pihak pembeli.

Penjualan di *instagram* ini menggunakan sistem penawaran dan interaksi yang mudah dilakukan sehingga memunculkan banyak peminat yang tertarik untuk melakukan transaksi melalui media *instagram* ini. Hal ini dibuktikan oleh pengakuan Paul Webster selaku *Brand Development Lead Asia Pacific* dari *instagram* yang mengungkapkan, keterkaitan komunitas dengan salah satu media sosial *instagram* telah mengalami pertumbuhan pesat dan senantiasa berinteraksi dengan mereka. Ramainya pengguna *instagram* menjadi salah satu alasan kuat mengapa orang-orang menyukai media sosial tersebut sebagai tempat berjualan

online.

Berdasarkan data dari *techinasia* (selanjutnya disebut *TNS*), sebuah perusahaan riset dan analisis asal Inggris bernama *TNS* mencatat bahwa Indonesia menjadi negara pengguna *instagram* terbanyak ketiga di dunia. Sebanyak 89% pengguna *instagram* di Indonesia berusia 18-34 tahun, dengan 63% di antaranya merupakan perempuan. *TNS* juga mencatat bahwa 45% pengguna *instagram* di Indonesia mengaku kerap membeli barang-barang yang mereka temui di sana.⁵ Ada beberapa kelebihan sehingga pembeli dan penjual tertarik melakukan transaksi elektronik ini. Seperti biaya promosi yang lebih murah, produk dapat dilihat 24 jam oleh siapapun dan kapanpun, dan penjual dapat mengelola bisnis dengan lebih fleksibel dan santai, karena dapat dilakukan saat sedang santai sekalipun.⁶

Berdasarkan kelebihan di atas tidak memungkiri pula adanya risiko yang timbul dalam transaksi ini karena dilakukan tanpa ada pertemuan antara para pihaknya. Mereka mendasarkan transaksi jual beli ini atas rasa kepercayaan satu sama lain karena bagaimanapun transaksi jual beli tidak lepas dari masalah perjanjian. Oleh karena itu, perjanjian jual beli yang terjadi diantara para pihak pun dilakukan secara elektronik juga, dan tidak ada berkas perjanjian seperti pada transaksi jual beli pada umumnya. Kondisi seperti ini tentu dapat menimbulkan berbagai akibat

⁵ <http://techno.okezone.com/read/2016/01/14/207/1288332/pengguna-instagram-di-indonesia-terbanyak-mencapai-89>, diakses pada 8 Juli 2019, pukul 21:19

⁶ Fathul Husnan dan Java Creativity, 2015, *Buku Pintar Bisnis Online*, Elex Media Komputindo, Jakarta, hlm. 4

hukum dengan segala risikonya, antara lain apabila muncul suatu perbuatan wanprestasi dari salah satu pihak dalam transaksi tersebut, kemudian bagaimana pertanggungjawaban salah satu pihak dari pihak penjual untuk melakukan konfirmasi kepada pembeli.⁷

Berdasarkan permasalahan di atas tentu hal ini sangat merugikan salah satu pihak. Berdasarkan permasalahan tersebut tentu akan menyulitkan pihak yang dirugikan untuk menuntut segala kerugian yang timbul yang disebabkan oleh perbuatan tersebut. Namun, untuk mencegah beberapa masalah seperti di atas, pemerintah turut berperan sebagai sarana untuk memecahkan berbagai problem sosial yang cukup tegas sehingga dapat memberikan sanksi bagi yang menyalahgunakan transaksi elektronik ini, dan peraturan ini merupakan wujud dari tanggung jawab negara untuk memberikan perlindungan maksimal pada seluruh aktivitas pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi di dalam negeri agar terlindungi dengan baik dari potensi penyalahgunaan teknologi dan diatur dalam undang-undang.⁸ Seperti yang tertuang dalam Pasal 40 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 ITE yaitu “pemerintah melindungi kepentingan umum dari segala jenis gangguan sebagai akibat penyalahgunaan informasi elektronik dan transaksi elektronik yang mengganggu ketertiban umum”.

Berdasarkan latar belakang di atas, serta berdasarkan pengalaman penulis sebagai seorang penjual maupun pembeli yang sering melakukan

⁷ Setiawan, 2000, *Electronic Commerce: Tinjauan Dari Segi Hukum Kontrak*, Rineka Cipta, Jakarta, hlm. 4

⁸ Neni Sri Imaniyati, 2013, *Hukum Bisnis*, Graha Ilmu, Yogyakarta, hlm. 255.

transaksi jual beli di media *instagram*, maka penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang kemudian dituangkan dalam skripsi yang berjudul **“Transaksi Jual Beli Melalui Media *Instagram* Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik “**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka yang menjadi permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana hak dan kewajiban antara para pihak dalam transaksi jual beli melalui *instagram* tentang informasi dan transaksi elektronik?
2. Apa sajakah kelebihan dan kelemahan dalam transaksi jual beli melalui *instagram*?
3. Bagaimana akibat hukum yang timbul apabila penjual dalam transaksi jual beli melalui *instagram* melakukan wanprestasi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis hak dan kewajiban dalam transaksi jual beli melalui *instagram* tentang informasi dan transaksi elektronik.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis kelebihan dan kelemahan dalam transaksi jual beli melalui *instagram*.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis akibat hukum yang timbul apabila penjual dalam transaksi jual beli melalui *instagram* melakukan wanprestasi.

D. Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat berguna sebagai sumbangan pemikiran dan pengembangan pengetahuan, khususnya ilmu dibidang hukum perdata yang berkenaan dengan transaksi jual beli.

2. Manfaat Praktis

1. Sebagai upaya pengembangan kemampuan dan pengetahuan hokum bagi peneliti khususnya mengenai transaksi jual beli melalui media *instagram*;
2. Sebagai bahan informasi bagi pihak yang memerlukan referensi, yang dapat digunakan untuk penelitian lanjutan yang berkaitan dengan permasalahan dan pokok bahasan; dan
3. Sebagai salah satu syarat dalam menempuh ujian sarjana Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang

E. Terminologi

1. Transaksi

Suatu aktivitas perusahaan yang menimbulkan perubahan terhadap posisi harta keuangan perusahaan, misalnya seperti menjual, membeli, membayar gaji, serta membayar berbagai macam biaya yang lainnya.

2. Jual Beli

Menurut Pasal 1457 KUHPdata, jual beli adalah suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Sedangkan menurut Abdulkadir Muhammad, perjanjian jual beli adalah perjanjian dengan mana penjual memindahkan atau setuju memindahkan hak milik atas barang kepada pembeli sebagai imbalan sejumlah uang yang disebut harga.⁹

3. Media

Media merupakan alat bantu yang digunakan untuk memudahkan pekerjaan. Kata media berasal dari bahasa latin yang merupakan bentuk jamak dari kata medium yang berarti pengantar atau perantara yang merupakan wahana penyalur informasi belajar atau penyalur pesan

4. Informasi dan Transaksi Elektronik

Dalam Pasal 1 angka 3 Undang – Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, teknologi informasi adalah suatu teknik untuk mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memproses,

⁹ Abdulkadir Muhammad, 2010, *Hukum Perjanjian*, Alumni, Bandung, hlm. 243

mengumumkan, menganalisis dan atau menyebarkan informasi. Istilah “teknologi informasi” mulai dipergunakan secara luas tahun 80-an.

F. Metode Penelitian

Penelitian hukum merupakan suatu kegiatan ilmiah yang didasarkan pada metode, sistematika, dan pemikiran tertentu yang bertujuan untuk mempelajari satu atau beberapa gejala hukum tertentu dengan jalan menganalisisnya kecuali itu juga diadakan pelaksanaan terhadap fakta hukum tersebut kemudian mengusahakan suatu pemecahan atas permasalahan-permasalahan yang timbul di dalam gejala hukum yang bersangkutan. Adapun metode penelitian yang digunakan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Pendekatan Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode yuridis normatif yaitu metode pendekatan dengan perundang-undangan.¹⁰ Dari data yang diperoleh, penulis akan mencocokkan dan menganalisis data dengan peraturan yang berlaku sehingga memperoleh jawaban atas permasalahan penelitian. Hal ini dilakukan guna memperoleh gambaran bagaimana Transaksi Jual Beli Melalui Media *Instagram* Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan meninjau apakah seluruh peraturan telah dipatuhi atau belum karena masih terdapat banyak pelanggaran-

¹⁰ Ronny Hanitijo Soemitro, 1992, *Metodologi Penelitian Hukum*, Ghalia Indonesia, Jakarta, hlm. 11.

pelanggaran yang dilakukan dalam melakukan hubungan hukum. Penelitian hukum normatif ini dikonsepsikan sebagai hukum yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan (*law in books*) atau hukum dikonsepsikan sebagai kaidah atau norma yang merupakan patokan berperilaku manusia yang dianggap pantas.¹¹ Diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan positif untuk peraturan kedepannya.

2. Spesifikasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan spesifikasi deskriptif, yaitu penelitian hukum deskriptif bersifat pemaparan dan bertujuan untuk memperoleh gambaran (deskripsi) lengkap tentang keadaan hukum yang berlaku di tempat tertentu dan pada saat tertentu yang terjadi dalam masyarakat. Penelitian ini akan menggambarkan bagaimana Transaksi Jual Beli Melalui Media *Instagram* Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik serta akibat hukum bagi para pelaku usaha yang melakukan tindakan pemalsuan merek.

3. Sumber Data Penelitian

Sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah

a. Data Sekunder

Sumber data dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh melalui studi kepustakaan dengan cara membaca, mengutip dan

¹¹ Amiruddin dan Zainal Asikin, 2006, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, hlm.118

menelaah peraturan perundang-undangan, buku-buku, dokumen-dokumen, kamus, dan literatur lainnya yang berkenaan dengan permasalahan yang akan dibahas.¹² Adapun data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa:

1) Bahan hukum primer.

Yaitu bahan yang mengikat berupa peraturan perundang-undangan yang berlaku, di antaranya adalah :

- a) Undang-Undang Negara Republik Indonesia 1945
- b) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

2) Bahan hukum sekunder.

Meliputi bahan-bahan yang berkaitan dengan bahan hukum primer dan dapat membantu dalam menganalisa serta memahami bahan hukum primer, diantaranya yaitu berupa literature, makalah, artikel, jurnal, surat kabar, skripsi terdahulu.

3) Bahan hukum tersier.

Yaitu bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, contohnya kamus, ensiklopedia.¹³

¹² Ronny Hanitijo Soemitro, 1990, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Ghalia Indonesia, Jakarta, hlm.57.

¹³ Seorjono Soekanto dan Sri Mamuji, 1985, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Rajawali, Jakarta, hlm. 14-15.

b. Data primer

Data primer adalah data yang dikaitkan dengan data sekunder yang didapatkan secara langsung dari data pelengkap apabila dibutuhkan.

4. Metode Pengumpulan Data

Data yang sudah terkumpul dari hasil penelitian disusun secara sistematis untuk mendapatkan gambaran umum dari obyek penelitian sebagai pedoman untuk membahas masalah yang diteliti melalui studi pustaka.

5. Analisis Data

Data yang sudah terkumpul dari hasil penelitian kemudian dianalisis secara kualitatif yaitu dengan menjabarkan dan menafsirkan data yang akan disusun berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku atau peraturan-peraturan lainnya.

Selanjutnya, Ronny Hanitijo menyebutkan bahwa:

Metode ini dapat dikatakan normatif karena penelitian ini bertolak dari peraturan-peraturan hukum yang ada sehingga merupakan norma hukum positif. Data yang diperoleh kemudian dianalisa secara kualitatif yaitu dengan menjabarkan dan menafsirkan data berdasarkan doktrin hukum yang relevan dengan pokok permasalahan, sehingga tidak menggunakan rumus-rumus atau angka-angka. Jadi maksud dari metode normatif kualitatif yaitu penjabaran dan pembahasan terhadap hasil penelitian yang didasarkan pada norma atau kaidah-kaidah

hukum maupun doktrin hukum yang relevan dengan pokok permasalahan.¹⁴

G. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini di susun dengan sistematika sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Dalam Bab ini akan menguraikan Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Terminologi, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini membahas mengenai tinjauan umum tentang transaksi, tinjauan umum tentang jual beli, tinjauan umum tentang media, tinjauan umum tentang informasi dan transaksi elektronik, dan jual beli menurut perspektif Islam.

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis menjelaskan mengenai hak dan kewajiban antara para pihak dalam transaksi jual beli melalui *instagram*, kelebihan dan kelemahan dalam transaksi jual beli melalui *instagram* dan akibat hukum yang timbul apabila penjual dalam transaksi jual beli melalui *instagram* melakukan wanprestasi

BAB IV PENUTUP

Berisi mengenai kesimpulan dan saran.

¹⁴ Ronny Hanitijo Soemitro, *Op.cit*, hlm. 11.