

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi telah membawa perubahan pada bidang kehidupan, pemenuhan transaksi jual beli di dalam masyarakat sangatlah penting dan menjadi hal yang sangat utama. Teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah perilaku masyarakat dan peradaban manusia secara global. Di samping itu, perkembangan teknologi informasi telah menyebabkan dunia menjadi tanpa batas (*borderless*) dan menyebabkan perubahan sosial yang secara signifikan berlangsung demikian cepat. Teknologi informasi saat ini menjadi pedang bermata dua, karena selain memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan, kemajuan dan peradaban manusia, sekaligus menjadi sarana efektif perbuatan melawan hukum.<sup>1</sup>

Asosiasi *E-commerce* Indonesia (iDEA) mengakui penipuan dengan memanfaatkan perdagangan *online* tak mungkin dihindari. Konsumen diimbau untuk kritis memilih dan memanfaatkan jasa perdagangan *online* dengan reputasi baik. Kementerian Perdagangan (Kemendag) telah menyampaikan poin-poin atau matriks Rencana Pelaksanaan Pembelajaran yang selanjutnya disingkat (RPP) untuk industri *e-commerce*. Dalam matriks tersebut di dalamnya mencantumkan perihal penyampaian identitas hukum (KTP, Izin Usaha, Nomor SK Pengesahan Badan Hukum atau dikenal *Knowing Your Customer* (KYC)). Salah satu cara

---

<sup>1</sup> Ahmad M. Ramli, 2004, *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia.*, PT. Refika Aditama, Bandung, hal. 1.

efektif untuk menghindari penipuan kepada konsumen adalah dengan membangun kompetisi perdagangan elektronik (*online*) itu sendiri. (Untuk selanjutnya dalam skripsi itu kata jual beli on line yang dimaksud adalah jual beli elektronik (*e-commerce*)).

Para pelaku *e-commerce* didorong untuk melakukan inovasi untuk sistem operasional dan logistik yang digunakan untuk memenuhi permintaan konsumen belanja *online* di Tanah Air. Pelaku *e-commerce* di Indonesia diharapkan dengan isu logistik operasional yang lebih menantang dengan 17.000 pulau yang tersebar dalam 5 juta kilometer persegi. Tidak satupun wilayah atau negara lain yang saat ini memiliki pertumbuhan *e-commerce* yang signifikan memiliki kompleksitas logistik serumit Indonesia. 8,7 juta masyarakat Indonesia diperkirakan akan melakukan belanja online pada tahun 2016.<sup>2</sup>

Perkembangan internet yang semakin maju merupakan salah satu faktor pendorong berkembangnya *e-commerce*. Perkembangan *e-commerce* diatur di dalam Undang-undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang disingkat UU ITE. Sebagai konsumen, kita harus jeli di dalam membeli suatu barang. Jual beli merupakan salah satu jenis perjanjian yang diatur dalam KUHPerdara, sedangkan jual beli online (*e-commerce*) pada dasarnya merupakan model transaksi jual beli modern yang mengimplikasikan inovasi teknologi seperti internet sebagai media transaksi.

---

<sup>2</sup><http://teknoliputan6.com/read/2418988/3-fakta-menarik-e-commerce-di-indonesia>, diakses pada tanggal 5 Februari 2021 Pukul 17.00 WIB

Apabila masyarakat atau konsumen mengalami ketidakadilan yang dilakukan oleh pelaku usaha, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan hukum guna melindungi hak-hak yang dimilikinya sebagai konsumen. Undang-undang No. 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang disingkat menjadi UUPK pada Pasal 1 angka (1), menyebutkan bahwa “Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”. Dengan adanya UUPK tersebut, masyarakat memiliki payung hukum untuk melindungi haknya.

Keberadaan *e-commerce* merupakan *alternative* bisnis yang cukup menjanjikan untuk diterapkan pada saat ini, karena *e-commerce* memberikan banyak kemudahan bagi kedua belah pihak, baik dari pihak penjual (*merchant*) maupun dari pihak pembeli (*buyer*) di dalam melakukan transaksi perdagangan, meskipun para pihak berada di dua benua berbeda sekalipun. Dengan *e-commerce* setiap transaksi tidak memerlukan pertemuan dalam tahap negosiasi. Oleh karena itu jaringan internet ini dapat menembus batas geografis dan teritorial termasuk *yurisdiksi* hukumnya.

Berbelanja atau melakukan transaksi perdagangan melalui internet sangat berbeda dengan berbelanja atau melakukan transaksi perdagangan di dunia nyata. Dengan *e-commerce* memungkinkan kita bertransaksi dengan cepat dan biaya yang murah tanpa melalui proses yang berbelit- belit, dimana pihak pembeli cukup mengakses internet ke website pelaku usaha yang mengiklankan produknya di internet, yang kemudian pihak pembeli cukup mempelajari *term of condition* (ketentuan-ketentuan yang diisyaratkan) pihak penjual.

Penulis mengutip berita Liputan6.com, Jakarta - Andi tak menyangka kalau transaksi jual beli online via media sosial yang dilakukannya berujung nestapa. Ia mengaku terjerat penipuan online oleh sebuah akun online shop di Instagram. "Nyesek banget rasanya kena tipu belanja online. Saya beli beberapa suku cadang kendaraan bermotor sekitar seminggu lalu, namun sampai sekarang barangnya belum sampai juga. Saya sudah komplain di kolom komentar dan DM (direct message) ke pemilik akun online shop itu, tapi enggak digubris," kata dia kepada Tekno Liputan6.com. Lain halnya dengan Mita yang membeli sepatu di Facebook. Si penjual mengklaim produk yang dijualnya original, dengan tampilan foto produk meyakinkan dan harganya lebih murah dari toko resmi. "Pas barangnya (sepatu) sampai di rumah, produknya ternyata KW. Tambah kesel rasanya saat komplain di kolom komentar dicuekin si penjual," ucap Mita menceritakan pengalaman pahitnya saat belanja online di media sosial. Andi dan Mita adalah dua dari ribuan orang yang terjerat penipuan online shop di media sosial. Menurut statistik Patroli Siber, sepanjang 2019 ada ribuan aduan kejahatan siber yang dilaporkan masyarakat Indonesia. Total ada 4.586 laporan, di mana 1.617 di antaranya adalah penipuan online. Perlu dicatat, data ini diperoleh berdasarkan jumlah laporan polisi yang masuk dan jumlah kasus selesai yang dilaporkan oleh Subagbinops Ditreskrimsus seluruh Polda. Adapun kasus kejahatan siber dilaporkan banyak terjadi di platform Instagram dengan 534 laporan, WhatsApp 413 laporan, dan Facebook 304 laporan.. Hal lain yang membuat maraknya

penipuan online shop di media sosial karena konsekuensi risiko bagi penipu yang lebih kecil ketimbang saat penipu harus bertemu langsung dengan calon korban.<sup>3</sup>

Penelitian ini meneliti mengenai Influencer di bawah umur dan Penjual Online di media sosial Instagram. Dimana dalam tindakannya seorang influencer adalah seseorang yang perkataannya dapat mempengaruhi orang lain, dan seorang influencer tidak harus seorang celebrity tetapi orang biasapun dapat dikatakan influencer jika memiliki pengikut yang banyak dan perkataannya dapat mempengaruhi orang lain. Sedangkan Penjual online adalah seseorang yang menjual sebuah produknya melalui e-commerce dan mediasosial tanpa perlu bertatap muka dengan pembeli.<sup>4</sup>

Influencer di bawah umur memiliki arti bahwa seseorang yang dengan popularitasnya dapat mempengaruhi orang lain, sedangkan di Anak dibawah umur Dalam Pasal 1330 KUHPerdara dijelaskan bahwa yang belum dewasa adalah mereka yang belum mencapai umur genap 21 tahun dan tidak kawin sebelumnya.. Yang menjadi ketertarikan penulis dalam melakukan penelitian ini adalah bagaimana perjanjian yang dilakukan seorang Influencer dibawah umur dengan Penjual Online. Dikarenakan syarat sahnya perjanjian berdasarkan Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata diatur bahwa supaya terjadi persetujuan yang sah, perlu dipenuhi empat syarat:

1. kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya;
2. kecakapan untuk membuat suatu perikatan;

---

<sup>3</sup><https://www.liputan6.com/tekno/read/4157301/headline-marak-penipuan-online-shop-di-medsos-hati-hati-modusnya-makin-canggih> diakses pada tanggal 5 Februari 2021 Pukul 17.10 WIB

<sup>4</sup> Shiya Azi Sugiharto dan Maulana Rezi Ramadhan, 2018, *Pengaruh Kredibilitas Influencer Terhadap Sikap Pada Merek (Studi pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom)*, Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi (JIPSi), Volume VIII No. 2.

3. suatu pokok persoalan tertentu; suatu sebab yang tidak terlarang.

Anak yang belum dewasa menurut Pasal 1330 KUHPerdata termasuk dalam kategori yang tak cakap membuat perjanjian. Mengenai perjanjian yang dibuat oleh seseorang yang masuk dalam kategori tak cakap, Pasal 1331 KUHPerdata menyatakan bahwa orang-orang yang dalam dinyatakan tidak cakap untuk membuat persetujuan, boleh menuntut pembatalan perikatan yang telah mereka buat dalam hal kuasa untuk itu tidak dikecualikan oleh undang-undang.

Lantas bagaimana jika terjadi wanprestasi yang dilakukan oleh Influencer di bawah umur terhadap penjual online, diakrenakan dalam membuat perjanjian mereka tidak bertemu, berawal dari pernyataan di atas, maka dalam hal ini penulis terpanggil untuk mengadakan penulisan dengan judul **“Tinjauan Yuridis Perjanjian Influencer Dibawah Umur Dengan Penjual Online Di Sosial Media Instagram”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka penulis menguraikan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses pembuatan perjanjian Influencer di bawah umur dengan Penjual Online di Sosial Media Instagram?
2. Bagaimana penyelesaian masalah Influencer di bawah umur dengan Penjual Online di Sosial Media Instagram?

### **C. Tujuan Penelitian**

Penulis membuat sebuah karya ilmiah dengan maksud tujuan:

1. Untuk mengetahui proses pembuatan perjanjian Influencer di bawah umur dengan Penjual Online di Sosial Media Instagram
2. Untuk mengetahui penyelesaian masalah Influencer di bawah umur dengan Penjual Online di Sosial Media Instagram

### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Kegunaan Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi pengembangan ilmu hukum.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu, Pemerintah dan Masyarakat terkait dalam bidang hukum perdata sehingga dapat tercipta kepastian hukum.

### **E. Terminologi**

1. Perjanjian

Pengertian Perjanjian diatur di dalam Pasal 1313 KUHPerdata. Pasal 1313 KUHPerdata merumuskan "suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih".<sup>5</sup>

2. Influencer

Influencer adalah seseorang yang perkataannya dapat mempengaruhi orang lain, dan seorang influencer tidak harus seorang celebrity tetapi orang

---

<sup>5</sup> Subekti,R,Tjitrosudibio, 1994, *Kitab Undang-undang Hukum Perdata*, Politeia, Bogor, hal. 282

biasapun dapat dikatakan influencer jika memiliki pengikut yang banyak dan perkataannya dapat mempengaruhi orang lain<sup>6</sup>

### 3. Anak di Bawah Umur

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata memberi batasan mengenai pengertian anak atau orang yang belum dewasa adalah mereka yang belum berumur 21 (dua puluh satu) tahun, seperti yang dinyatakan dalam Pasal 1330 yang berbunyi belum dewasa adalah mereka yang belum mencapai umur genap dua puluh satu tahun dan tidak lebih dahulu kawin.<sup>7</sup>

### 4. Penjual Online

Definisi Penjual online adalah suatu proses pembelian barang atau jasa melalui internet dimana antara penjual dan pembeli tidak pernah bertemu atau melakukan kontak secara fisik yang dimana barang yang diperjual belikan ditawarkan melalui display dengan gambar yang ada di suatu website atau toko maya

### 5. Sosial Media

Sosial Media adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup><https://www.liputan6.com/teknoread/4157301/headline-marak-penipuan-online-shop-di-medsos-hati-hati-modusnya-makin-canggih> diakses pada tanggal 5 Februari 2021 Pukul 17.10 WIB

<sup>7</sup> Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

<sup>8</sup>[http://prezi.com/vddmcub\\_-ss\\_/social-media-definisi-fungsi-karakteristik/](http://prezi.com/vddmcub_-ss_/social-media-definisi-fungsi-karakteristik/) diakses pada tanggal 8 Februari 2021 Pukul 16.33 WIB

## 6. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi sosial yang populer dalam kalangan pengguna telefon pintar (*Smartphone*). Nama Instagram diambil dari kata “Insta” yang asalnya “Instan” dan “gram” dari kata “telegram”. Jadi Instagram merupakan gabungan dari kata Instan-Telegram. Dari penggunaan kata tersebut dapat diartikan sebagai aplikasi untuk mengirimkan informasi dengan cepat, yakni dalam bentuk foto yang berupa mengelola foto, mengedit foto, dan berbagi (*Share*) ke jejaring sosial yang lain.<sup>9</sup>

## F. Metode Penelitian

### 1. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian Yuridis Sosiologis, Yuridis Sosiologis yaitu dengan menemukan kenyataan hukum yang dialami lapangan atau suatu pendekatan yang berpangkal pada permasalahan mengenai hal yang bersifat yuridis serta kenyataan yang ada. Penelitian hukum yuridis sosiologis terutama meneliti data primer di samping juga mengumpulkan data yang bersumber dari data sekunder. Sehingga pada dalam penelitian ini lebih cocok menggunakan yuridis sosiologis, karena dalam rumusan masalah data yang didapat lebih akurat.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Miliza Ghazali, 2016, *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*, Publishing House, Malaysia, 2016, hal. 8.

<sup>10</sup> Hilman Hadi Kusuma, 1995, *Metode Pembuatan Kertas Kerja atau Skripsi Ilmu Hukum*, CV. Mandar maju, Bandung, hal 7.

## 2. Spesifikasi Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan spesifikasi penelitian bersifat deskriptif. Penelitian deskriptif menurut Soerjono Soekanto adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memberikan data yang seteliti mungkin tentang manusia, keadaan atau gejala-gejala lainnya.<sup>11</sup>

## 3. Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang dimaksud adalah sumber di mana data diperoleh yang bersumber pada data primer dan data sekunder.

### a. Data Primer

Dilakukan dengan datang langsung ke lokasi penelitian untuk memperoleh data-data yang lengkap dengan cara melakukan wawancara bersama pihak yang bersangkutan atau yang terkait dalam. Dalam hal ini adalah Influencer di Bawah Umur.

### b. Data Sekunder

Metode atau cara pengumpulan data dengan cara mencari dan membaca literatur dan dokumen yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti dari perpustakaan. Data sekunder meliputi ;

1) Bahan hukum primer yaitu bahan yang mengikat terdiri dari:

a) Undang-Undang Dasar NKRI tahun 1945.

b) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

---

<sup>11</sup><https://lawmetha.wordpress.com/tag/soerjono-soekanto/>. Diakses pada tanggal 5 Februari 2020 Pukul 16.35 WIB

- c) Undang-Undang nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
  - d) Undang Undang No.7 Tahun 2014 tentang Perdagangan
- 2) Bahan hukum sekunder

Bahan-bahan yang erat hubungannya dengan bahan hukum primer dan dapat membantu menganalisis dan memahami bahan hukum primer dan dapat membantu menganalisis, yaitu :

- a) Buku
  - b) Makalah
  - c) Jurnal
  - d) Hasil Penelitian sebelumnya
  - e) Internet
- 3) Bahan hukum tersier yaitu bahan hukum yang memberikan petunjuk dan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder terdiri dari:
- a) Kamus hukum. Ensiklopedia.
  - b) Kamus besar Bahasa Indonesia

#### 4. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian di Kediaman Influencer Bianca Luthita Noelee Shakila yang beralamat di Jl. Dworowati I No.2 D Krobokan, Semarang dan Malliq Faizal Dias di Jl. Pondok Majapahit II Blok T. No.3 Mranggen

#### 5. Teknik Pengumpulan Data

Sebagai upaya untuk mengumpulkan data-data dari sumber data di atas, Penulis menggunakan teknik pengumpulan data yang meliputi:

a. Wawancara (*interview*)

Merupakan teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab dengan para pihak yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan tersebut dilakukan dengan dua orang pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Wawancara di dalam penelitian ini dilakukan oleh Penulis dengan Influencer Bianca Luthita Noelee Shakila dan Malliq Faizal Dias.

b. Studi dokumen

Studi dokumen bersasaran barang-barang tertulis yang dapat berupa buku, majalah, peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan lain sebagainya. Pedoman dokumentasi yang memuat garis-garis besar atau kategori yang akan dicari datanya.

6. Metode Analisa Data

Metode analisis data yang di pergunakan dalam penulisan hukum ini adalah normatif kualitatif, sehingga penelitian ini dilakukan untuk memperoleh kejelasan hukum terhadap perjanjian yang dibuat oleh influencer di bawah umur dengan penjual online, kemudian penulis

melakukan wawancara dengan narasumber Influencer dibawah umur  
Bianca Luthita Noelee Shakila dan Malliq Faizal Dias

## **G. Sistematika Penulisan**

Untuk memperjelas penulisan skripsi ini, maka penulis membuat sistematika penulisan skripsi tersebut diatas menjadi 4 bab sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, Terminologi, metode penelitian, sistematika penulisan serta jadwal penelitian.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini diuraikan mengenai segala sesuatu tentang Perjanjian yang dilakukan Influencer di bawah umur dengan penjual online. Dalam bab berisi uraian Tinjauan Umum tentang perjanjian, Tinjauan Umum Tentang Anak di Bawah Umur, Tinjauan Umum Tentang Media Sosial, Perjanjian dalam Perspektif Hukum Islam.

### **BAB III : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini berisi tentang pokok – pokok permasalahan yang akan dibahas berdasarkan rumusan masalah penelitian ini yaitu Proses pembuatan perjanjian Influencer di bawah umur dan Penjual Online di Sosial

Media Instagram serta penyelesaian Influencer di bawah umur dan Penjual Online di Sosial Media Instagram.

#### BAB IV : PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir dalam penelitian ini. Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penulis berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.

