

**PENYELESAIAN WANPRESTASI DALAM MELAKUKAN  
TRANSAKSI JUAL BELI SECARA ONLINE MELALUI E-  
COMMERCE**

**(Marketplace TOKOPEDIA)**

Skripsi

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Ilmu Hukum  
Program Kekhususan Perdata



**Diajukan oleh :**

**Rima Indah Rahmawati**

**30301800474**

**PROGRAM STUDI STRATA SATU (S1) ILMU HUKUM**

**FAKULTAS HUKUM**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG**

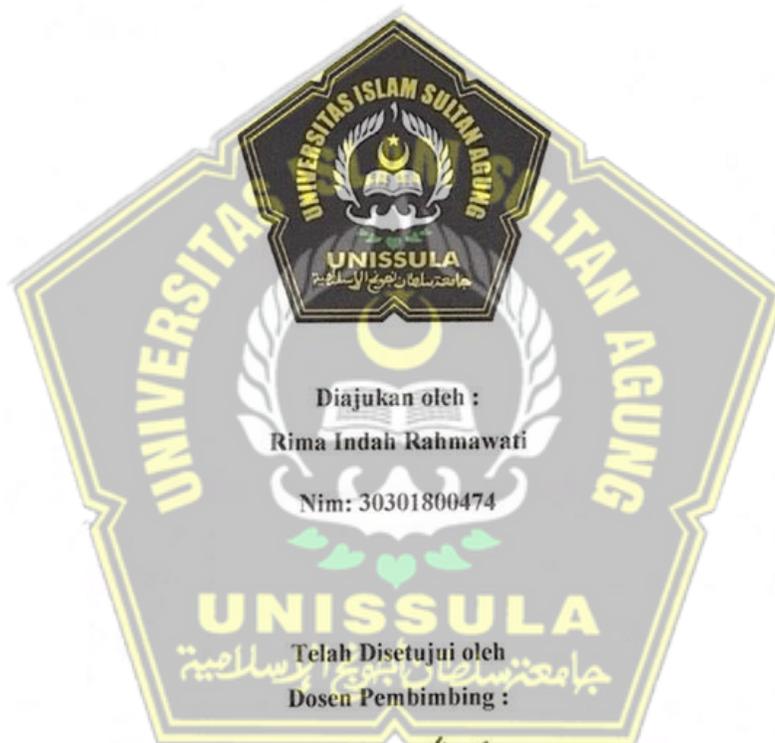
**SEMARANG**

**20222**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENYELESAIAN WANPRESTASI DALAM MELAKUKAN  
TRANSAKSI JUAL BELI SECARA ONLINE MELALUI E-  
COMMERCE**

**(Marketplace TOKOPEDIA)**



Diajukan oleh :  
Rima Indah Rahmawati  
Nim: 30301800474

Telah Disetujui oleh  
Dosen Pembimbing :

**Dr. Arpangi, S.H., M.H**

**NIDN : 0611066805**

Tanggal : 23 / 08 / 2022

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENYELESAIAN WANPRESTASI DALAM MELAKUKAN  
TRANSAKSI JUAL BELI SECARA ONLINE MELALUI E-  
COMMERCE**

**(Marketplace TOKOPEDIA)**

Dipersiapkan dan disusun oleh

Rima Indah Rahmawati

Nim : 30301800474

Telah dipertahankan di depan tim penguji

Pada tanggal : 26 Agustus 2022

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat dan lulus

**Tim Penguji**

**Ketua,**

**Dr. H. Amin Purnawan, S.H., S.p.N., M.Hum**

**NIDN : 0606126501**

**Anggota,**

**Anggota,**

**Dr. H. Jawade Hafidz, S.H., M.H**

**NIDN : 0620046701**

**Dr. Arpangi S.H., M.H**

**NIDN : 0611066805**

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Hukum UNISSULA**

**Dr. Bambang Tri Bawono, S.H., S.H**

**NIDN : 0607077601**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Rima Indah Rahmawati

NIM : 30301800474

Dengan ini menyatakan karya tulis ilmiah yang berjudul :

**PENYELESAIAN WANPRESTASI DALAM MELAKUKAN  
TRANSAKSI JUAL BELI SECARA ONLINE MELALUI E-  
COMMERCE (Marketplace TOKOPEDIA)** Adalah benar hasil karya saya  
dan penuh kesadaran bahwa saya tidak melakukan tindakan plagiasi atau  
mengambil alih seluruh atau sebagian besar karya tulis orang lain tanpa  
menyebutkan sumbernya. Jika saya terbukti melakukan tindakan plagiasi,  
saya bersedia menerima sanksi sesuai aturan yang berlaku.

Semarang, 23 Agustus 2022

Penulis

**Rima Indah Rahmawati**

## SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Rima Indah Rahmawati

NIM : 30301800474

Dengan ini menyerahkan Karya Ilmiah berupa skripsi yang berjudul :

**PENYELESAIAN WANPRESTASI DALAM MELAKUKAN TRANSAKSI JUAL BELI SECARA ONLINE MELALUI E-COMMERCE (Marketplace TOKOPEDIA)** Menyetujui menjadi Hak Milik Univrsitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang serta memberikan HAK bebas Royalti Non Eksekusif untuk disimpan, dialih mediakan, dikelola dalam pangkalan data dipublikasikan di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam Karya Ilmiah ini, maka segala bentuk melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 23 Agustus 2022



Penulis

**Rima Indah Rahmawati**

**30301800474**

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

- Tetaplah untuk selalu bersyukur, tawakal dan ikhtiar.
- Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. (Q.S. Al Baqarah : 286)
- Niscaya Allah akan meningkatkan orang – orang yang beriman diantara kamu dan orang – orang yang berilmu pengetahuan ke berbagai derajat (Q.S. 58 : 11)
- Mengetahui kekurangan diri adalah tangga buat mencapai cita – cita.

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

- Orang tua saya tercinta, yang tidak pernah lelah dalam mendoakan saya dan selalu memberikan support dan semangat kepada saya.
- Sahabat-sahabat yang selalu memberi semangat.
- Almamaterku UNISSULA.
- Pembaca yang Budiman.

## KATA PENGANTAR

Assalammualaikum Wr.Wb.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas kehendak rahmat, taufik serta hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “PENYELESAIAN WANPRESTASI DALAM MELAKUKAN TRANSAKSI JUAL BELI SECARA ONLINE MELALUI *E-COMMERCE* (Marketplace TOKOPEDIA)”.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S.1) Ilmu Hukum di Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung.

Menyadari atas keterbatasan penulis skripsi, maka dalam penulisan skripsi ini banyak pihak yang telah memberikan dukungan berupa doa, semangat, motivasi serta bimbingan ini, penulis dengan penuh rasa hormat dan rendah hati mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu menyelesaikan penulisan skripsi ini, Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Gunarto.,SE.,SE.Akt.,M.Hum, Selaku Rektor Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Bapak Dr. Bambang Tri Bawono, SH., M.H, Selaku Dekan pada Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Ibu Dr. Widayati S.H., M.H, Selaku Wakil Dekan I Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Bapak Dr. Arpangi S.H., M.H, Selaku Direktur kelas Eksekutif Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
5. Ibu Dr. Aryani Witasari, SH.,M.Hum, Selaku Ketua Prodi Fakultas Hukum Universitas Islam Sultang Agung Semarang.
6. Bapak Dr. Arpangi, S.H., M.H, Selaku Dosen Pembimbing dalam penulisan hukum skripsi ini.

7. Bapak Andri Wijaya Kusuma S.H., M.H, Selaku Dosen Wali Kelas Eksekutif yang telah memberikan gambaran dan arahan selama masa kuliah.
8. Bapak atau Ibu Dosen Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung yang telah berjasa memberikan ilmu dari semester 1 sampai dengan penulisan skripsi ini.
9. Staf dan Karyawan Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
10. Kedua Orang tua serta kakak dan keponakan saya tersayang yang telah mendoakan, mensupport dan menyemangati saya yang telah berjuang dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
11. Teman-Teman seperjuangan Mahasiswa Fakultas Hukum Angkatan 2018 dan Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang secara tidak langsung telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. *Last but not least, I wanna thank me, for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, for just being me at all times.*

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan yang perlu disempurnakan oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Demak, 23 Agustus 2022

Rima Indah Rahmawati

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi yang semakin maju dan pesat dari waktu ke waktu sudah kita rasakan dampaknya, salah satunya pada dunia bisnis. Penggunaan internet dalam aktivitas transaksi bisnis biasa dikenal dengan istilah *Electronic Commerce (E-Commerce)*. Pada dewasa ini mayoritas orang lebih memilih untuk berbelanja melalui internet/*online* daripada datang langsung ke toko fisik, meskipun tidak sedikit pula yang masih memilih untuk berbelanja secara *offline* karena merasa takut mengalami penipuan pada saat belanja secara *online*. Wanprestasi dalam jual beli online sangat rentan terjadi, hal itu dikarenakan dalam sistem jual beli secara online antara pihak penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung untuk melakukan transaksi.

Penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian yuridis sosiologis. Spesifikasi penelitian ini adalah deskriptif. Sumber data sekunder, primer, dan tersier. Alat pengumpulan data yaitu observasi, wawancara. Teknik analisa data yang digunakan adalah analisa kualitatif.

Dalam menjalankan proses perjanjian jual belinya, Tokopedia menjabarkan dalam suatu perjanjian elektronik yang dapat diakses di Tokopedia.com/terms. Syarat dan ketentuan yang dibuat sepihak oleh PT Tokopedia beranggapan bahwa pihak penjual dan pembeli dianggap membaca syarat dan ketentuan. Secara garis besar literatur penyelesaian Tokopedia dibagi menjadi dua bagian yaitu secara mediasi dan negosiasi yang dilakukan secara virtual atau daring. Secara logis hal ini diambil karena banyak barang yang berharga murah jika dilakukan sengketa secara langsung maka biaya barang justru tidak sebanding dengan mekanisme penyelesaian sengketa secara langsung.

**Kata Kunci : Perjanjian, Perlindungan, Penyelesaian, E-Commerce**

## **ABSTRACT**

*The development of information technology that is increasingly advanced and rapid from time to time is what we feel, one of which is in the business world. The use of the internet in business transaction activities is commonly known as Electronic Commerce (E-Commerce). Nowadays, people prefer to shop through the internet/online rather than coming directly to a physical store, although not a few also choose to shop offline for fear of being scammed when shopping online. Default in buying and selling online is very vulnerable to occur, this is because in the online buying and selling system between the seller and the buyer do not meet directly to make transactions.*

*In this research, the writer uses sociological juridical research method. The specification of this research is descriptive. Sources of secondary, primary, and tertiary data. Data collection tools are observation, interviews. The data analysis technique used is qualitative analysis.*

*In carrying out the sale and purchase agreement process, Tokopedia describes it in an electronic agreement that can be accessed at [Tokopedia.com/terms](https://www.tokopedia.com/terms). The terms and conditions made unilaterally by PT Tokopedia are based on the fact that the seller and buyer are deemed to have read the terms and conditions. Broadly speaking, the Tokopedia settlement literature is divided into two parts, namely mediation and negotiations that are carried out virtually or bravely. Logically, this takes a lot of low-priced goods if done directly, the cost of goods is actually not comparable to the direct settlement mechanism.*

**Keywords : Agreement, Protection, Settlement, E-Commerce**

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAM .....	iii
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
BAB 1 .....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Kegunaan Penelitian .....	6
E. Terminologi .....	7
F. Metode Penelitian .....	9
G. Sistematika Penulisan .....	12
BAB II .....	14
TINJAUAN PUSTAKA .....	14
A. Tinjauan Tentang Perjangjian .....	14
1. Penegertian Perjangjian .....	14
2. Syarat Sah Perjangjian .....	16

3. Asas-Asas Perjanjian .....	19
4. Wanprestasi dalam Perjanjian .....	21
B. Tinjauan Tentang Jual Beli .....	23
1. Pengertian Jual Beli .....	23
2. Dasar Hukum Jual Beli .....	25
3. Syarat Sahnya Jual Beli.....	25
4. Hak dan Kewajiban Dalam Perjanjian Jual Beli .....	26
5. Perlindungan Hukum .....	35
C. Jual Beli Secara Elektronik Melalui Internet ( <i>E-Commere</i> ) .....	37
1. Pengertian Jual Beli Online .....	37
2. Jual Beli Online Dalam Pandangan Islam.....	40
3. Unsur Jual Beli Online ( <i>E-Commerce</i> ).....	43
4. Jenis-jenis Transaksi <i>E-Commerce</i> ).....	44
BAB III.....	48
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	48
A. Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Secara <i>Online</i> Melalui <i>E-Commerce</i> (Marketplace Tokopedia).....	48
B. Mekanisme penyelesaian sengketa wanprestasi yang terjadi dalam Perjanjian Jual Beli Secara <i>Online</i> Melalui <i>E-Commerce</i> (Marketplace Tokopedia).....	53
BAB IV .....	65
PENUTUP .....	65
A. Kesimpulan .....	65
B. Saran .....	66
DAFTAR PUSTAKA .....	68
A. Al Qur'an .....	68
B. Buku.....	68
C. Jurnal .....	71

D. Perundang-Undangan .....	71
E. Internet.....	71



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Internet adalah suatu jaringan komunikasi yang memiliki fungsi untuk menghubungkan suatu media elektronik yang satu dengan media elektronik yang lain dengan mudah, cepat, dan tepat. Pada zaman sekarang internet erat kaitannya dengan kehidupan manusia. Dengan adanya internet dapat memudahkan manusia untuk melakukan komunikasi dengan orang lain tanpa tatap muka secara langsung, memudahkan manusia dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, seperti berbelanja, membeli makan, membayar tagihan listrik, dan lain-lain.

Perkembangan teknologi informasi yang semakin maju dan pesat dari waktu ke waktu sudah kita rasakan dampaknya, salah satunya pada dunia bisnis. Penggunaan internet dalam aktivitas transaksi bisnis biasa dikenal dengan istilah *Electronic Commerce (E-Commerce)*.<sup>1</sup> Pada dewasa ini mayoritas orang lebih memilih untuk berbelanja melalui internet/*online* daripada datang langsung ke toko fisik, meskipun tidak sedikit pula yang masih memilih untuk berbelanja secara *offline* karena merasa takut mengalami penipuan pada saat belanja secara *online*.

Menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menyebutkan bahwa Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.<sup>2</sup> Tami Rusli menuturkan tentang definisi *e-commerce* adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang dilakukan dengan menggunakan

---

<sup>1</sup> Shabur Miftah Maulana, Heru Susilo, Riyadi, *Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 29 No. 1, Desember 2015, hlm 2

<sup>2</sup> Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi, Pasal 1 butir 2

jaringan-jaringan elektronik (internet) yang menyangkut konsumen (perusahaan ataupun perorangan), dan pedagang perantara.<sup>3</sup>

Dengan dikeluarkannya peraturan yang telah disebutkan diatas dapat diartikan bahwa pemerintah mendukung kegiatan jual beli melalui media internet. Pemerintah menuturkan bahwa dengan hadirnya perkembangan teknologi merupakan sebuah peluang untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Perkembangan arus globalisasi yang begitu pesat membuat pemerintah harus senantiasa mengikuti perkembangan zaman tersebut.

Pada dasarnya *e-commerce* merupakan kegiatan jual beli antara penjual dan pembeli yang dilakukan dengan memanfaatkan media internet. Jadi semua kegiatan transaksi mulai dari memilih barang, memesan barang, melakukan pembayaran, hingga melakukan pengiriman barang semuanya dilakukan secara online.

Disamping banyaknya kemanfaatan yang dirasakan oleh masyarakat sejak hadirnya transaksi *e-commerce*, juga tidak luput dari timbulnya suatu permasalahan. Berinteraksi secara *e-commerce* merupakan jual beli secara praktis dan cerdas. Akibatnya pembeli sering kali lupa bahwa transaksi *e-commerce* tidak luput dari bahaya dan kerugian. Berdasarkan penjelasan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 jo Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 1 ketentuan umum angka 2, dijelaskan transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dapat menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Tolak ukur perjanjian agar dapat dinyatakan sah oleh hukum yaitu dengan memenuhi syarat sah perjanjian yang terdapat dalam Pasal

---

<sup>3</sup> Tami Rusli, *Pengaturan Hukum dalam E-commerce untuk Melakukan Kegiatan Perdagangan di Indonesia*, Jurnal Pranata Hukum 2, No. 2 (2007), hlm 117

1320 KUH Perdata sebagai instrumen penguji keabsahan kontrak yang dibuat oleh para pihak.<sup>4</sup>

Dengan kemajuan teknologi yang begitu cepat tidak dapat dipungkiri bahwa kejahatan melalui internet atau biasa disebut dengan *cyber crime* pun tak dapat dihindari. *Cyber crime* adalah istilah yang mengacu kepada aktivitas kejahatan dengan komputer atau jaringan komputer menjadi alat, sasaran atau tempat terjadinya kejahatan.<sup>5</sup> Kejahatan dunia maya/*cyber crime* tidak mengenal waktu dan tempat, kejahatan dengan bentuk seperti ini dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja asalkan ada media yang berupa komputer atau jaringan komputer dan dengan adanya internet.

Masalah keamanan transaksi online nampaknya masih menjadi alasan utama orang-orang merasa takut untuk membeli sesuatu secara online. Dalam melakukan jual beli terdapat sebuah perjanjian di dalamnya. Termasuk pada saat melakukan jual beli secara online. Hubungan dagang tersebut haruslah dilandasi oleh perjanjian. Sehingga terdapat hak dan kewajiban antara penjual dan pembeli. Hak dan kewajiban tersebut dapat diatur secara tertulis untuk menghindari resiko terjadinya pelanggaran dari kedua belah pihak.

Dalam melaksanakan perjanjian, kedua belah pihak haruslah memenuhi syarat sahnya perjanjian sebagaimana yang telah diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata yang menyebutkan mengenai empat syarat sahnya suatu perjanjian yaitu sepakat bagi mereka yang mengikatkan dirinya, kecakapan untuk membuat suatu perikatan, suatu hal tertentu, suatu sebab yang halal. Ketentuan dalam Pasal 1320 ini berlaku terhadap perjanjian secara konvensional dan juga perjanjian jual beli secara online melalui internet. Ketentuan dalam KUH Perdata

---

<sup>4</sup> Agus Yudha Hernako, *Hukum Perjanjian (Asas Proporsionalitas Dalam kontrak Perjanjian)*, (Jakarta, Kencana Prenadamedia Group, 2010), hlm. 157.

<sup>5</sup> Moore, R. 2005 "*Cyber Crime: Investigating High-Technology Computer Crime*," Cleveland, Mississippi: Anderson Publishing.

ini diperkuat dengan adanya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 jo Undang-Undang No 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang mengatur tentang transaksi elektronik.

Wanprestasi dalam jual beli online sangat rentan terjadi, hal itu dikarenakan dalam sistem jual beli secara online antara pihak penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung untuk melakukan transaksi. Pihak pembeli hanya bisa melihat spesifikasi barang melalui katalog yang diupload secara online oleh pihak penjual. Hal tersebut menimbulkan banyak permasalahan, salah satunya yang paling sering terjadi adalah pihak pembeli menuduh pihak penjual melakukan wanprestasi.

Dampak negatif dari *e-commerce* itu sendiri cenderung merugikan konsumen. Diantaranya dalam kaitannya dengan produk yang dipesan tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan, dan hal-hal lain yang tidak sesuai dengan kesepakatan sebelumnya. Contoh kasus saat belanja barang secara online, tetapi barang yang dibeli ternyata tidak sama dengan barang yang dilihat difoto pada iklan yang dipajang. Hal-hal tersebut menuai protes dari pembeli selaku konsumen yang pada akhirnya pihak pembeli akan meminta pertanggung jawaban kepada pelaku usaha. Permintaan pertanggung jawaban itu seringkali berupa permintaan ganti rugi berupa pengembalian sejumlah uang yang telah dibayarkan konsumen kepada pihak penjual, atau apabila yang dibeli berupa jasa, maka complain yang diajukan untuk meminta service yang sesuai dengan yang dijanjikan oleh pelaku usaha didalam iklan yang dibuatnya. Iklan merupakan salah satu hal terpenting dalam menawarkan barang atau jasa pada jual beli online. Iklan yang bagus dan menjanjikan dapat menarik minat konsumen untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan pada iklan tersebut. Selain itu, iklan dianggap penting oleh David Oughton dan John Lowry, seperti yang mereka nyatakan dalam tulisannya, bahwa *Advertising is the central symbol of consumer society, advertising plays a central role in making available*

*to consumers information which producers of advertised product whices the consumer to have.*<sup>6</sup>

Wanprestasi yang dilakukan pihak pelaku usaha terhadap perjanjiannya dengan pihak pembeli selaku konsumen terutama di dalam perjanjian jual beli online atau *e-commerce* menimbulkan keresahan bagi pembeli selaku konsumen transaksi online. Untuk itu terdapat undang-undang yang mengatur mengenai perlindungan konsumen yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen. Menurut ketentuan tersebut, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Beberapa isi di dalam UUPK, diantaranya Pasal 4 menyebutkan mengenai hak-hak konsumen, Pasal 7 mengenai kewajiban-kewajiban yang harus dilaksanakan oleh pelaku usaha, dan lebih tegasnya lagi dalam Pasal 8 ditentukan perbuatan-perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dalam transaksi *e-commerce*.

Adakalanya transaksi bisnis berbasis online dilakukan berdasarkan asas kepercayaan, tetapi ada saja salah satu pihak yang melakukan penyelewengan, sehingga menimbulkan kerugian bagi pihak lain. Berdasarkan hal-hal yang telah diuraikan diatas, penulis merasa tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai perjanjian jual beli melalui internet, karena itu penulis tertarik membahas permasalahan dalam sebuah karya tulis yang berbentuk skripsi dengan judul: **“PENYELESAIAN WANPRESTASI DALAM MELAKUKAN TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE MELALUI E-COMMERCE (MARKETPLACE TOKOPEDIA)”**.

---

<sup>6</sup> Dedi Herianto, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumeren (Terhadap Periklanan yang Menyesatkan)*, Gahlia Indonesia, Bogor, 2010, hlm. 4.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang dari pemikiran di atas, maka dapat ditarik rumusan permasalahan yang akan menjadi inti dari pembahasan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Secara *Online* Melalui *E-Commerce* (Marketplace Tokopedia)?
2. Bagaimanakah mekanisme penyelesaian sengketa wanprestasi yang terjadi dalam Perjanjian Jual Beli Secara *Online* Melalui *E-Commerce* (Marketplace Tokopedia)?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, maka terdapat beberapa tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan memahami pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Secara *Online* Melalui *E-Commerce* (Marketplace Tokopedia).
2. Untuk mengetahui cara yang dapat ditempuh dalam penyelesaian sengketa wanprestasi yang terjadi pada pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Secara *Online* Melalui *E-Commerce* (Marketplace Tokopedia).

## **D. Kegunaan Penelitian**

Adapun harapan dari hasil penelitian ini mempunyai kemanfaatan baik secara teoritis maupun secara praktis.

1. Secara Teoritis
  - a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pengetahuan tentang hukum khususnya hukum perjanjian.
  - b. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur kepustakaan tentang penyelesaian wanprestasi dalam pelaksanaan perjanjian jual beli.
  - c. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi bagi ilmu pengetahuan dan memperkaya wawasan

mengenai penyelesaian wanprestasi dalam pelaksanaan jual beli melalui internet.

## 2. Secara Praktis

Diharapkan masyarakat dapat mengambil manfaatnya terutama dalam hal penyelesaian sengketa apabila terjadi wanprestasi pada saat melakukan jual beli secara online pada sebuah marketplace.

## E. Terminologi

Dalam penelitian ini penulis memilih judul “Penyelesaian Wanprestasi Dalam Melaksanakan Transaksi Jual Beli Secara *Online* (Studi Kasus Marketplace Tokopedia)”.

Dengan penjelasan arti dari judul tersebut yaitu :

### 1. Penyelesaian

Penyelesaian atau pemecahan masalah adalah upaya untuk menemukan penjelasan atau jawaban atas setiap masalah yang dihadapi. Pemecahan masalah atau problem solving, seperti istilah yang digunakan adalah proses pemecahan masalah atau peristiwa melalui berbagai upaya untuk memilih diantara beberapa alternatif atau alternatif yang paling dekat dengan solusi yang benar atau dianggap benar untuk tujuan tertentu.

### 2. Wanprestasi

Wanprestasi merupakan perilaku tidak memenuhi atau lalai melaksanakan kewajiban sebagaimana yang terdapat dalam suatu perjanjian yang telah dibuat antara kreditur dengan debitur. Wanprestasi atau tidak dipenuhinya janji bisa terjadi baik karena disengaja maupun tidak disengaja. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menyebutkan bahwa wanprestasi adalah keadaan salah satu

pihak (biasanya perjanjian) berprestasi buruk karena kelalaian.

### 3. Jual Beli

Menurut KBBI yang menyebutkan bahwa jual beli adalah persetujuan saling mengikat antara penjual, yakni pihak yang menyerahkan barang, dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual. Jual beli telah dipraktikkan sejak dahulu oleh manusia primitif ketika uang belum digunakan sebagai alat tukar menukar<sup>7</sup>, yaitu sistem barter yang mana adalah menukar suatu barang milik pribadi dengan barang milik orang lain dengan maksud memiliki.

### 4. Transaksi

Pengertian transaksi menurut Sunarto Zulkifli menuturkan bahwa transaksi adalah kejadian ekonomi/keuangan yang melibatkan paling tidak dua pihak (seseorang dengan seseorang atau beberapa orang lainnya) yang saling melakukan pertukaran, melibatkan diri dalam perserikatan usaha, pinjam meminjam atas dasar sama-sama suka atau atas dasar suatu ketetapan hukum atau syariah yang berlaku.<sup>8</sup>

### 5. Online

Dalam Bahasa Indonesia, online diterjemahkan menjadi daring (dalam jaringan).<sup>9</sup> Menurut KBBI, daring artinya

---

<sup>7</sup> Mardani, *Hukum Syariah di Indonesia*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2011) hlm. 168

<sup>8</sup> Sunarto Zulkifli, *Dasar-Dasar Akuntansi Perbankan Syariah*, 2003, hlm 10.

<sup>9</sup> Romeltea, *Pengertian Online atau Daring*, diakses dari <https://romeltea.com/pengertian-online-atau-daring/>, pada tanggal 4 Januari 2022, pukul 09.00

dalam jaringan, terhubung melalui jejaring komputer, internet, dan sebagainya.

Pengertian online menurut Yudhi Wicaksono, online dapat menjadi media untuk berbisnis yang menjadikan pemahaman online sebagai suatu kegiatan jual beli dalam sambungan internet dan fitur belanja online yang telah tersedia.

## 6. Internet

Internet adalah jaringan komputer yang menghimpun sumber daya informasi yang sangat luas hingga mampu menjangkau seluruh dunia. Internet adalah suatu jaringan komputer yang sangat besar, terdiri dari jutaan perangkat komputer yang terhubung melalui suatu *protocol* tertentu untuk penukaran informasi antar komputer tersebut.<sup>10</sup>

## F. Metode Penelitian

### 1. Metode Pendekatan

Dalam penelitian ini metode pendekatan yang akan digunakan oleh penulis adalah metode yuridis sosiologis. Penelitian yuridis sosiologis adalah menekankan penelitian yang bertujuan memperoleh pengetahuan hukum secara empiris dengan jalan terjun langsung ke objeknya.<sup>11</sup> Jenis penelitian yuridis sosiologis dapat pula disebut penelitian lapangan, yaitu mengkaji ketentuan hukum yang berlaku serta apa yang terjadi dalam kenyataan di masyarakat.<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> Shahab Abdullah, 1998. *Teori dan Problem Accounting Principles*, Edisi ke-12, Bandung: SAS. hlm. 1.

<sup>11</sup> Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia Press, 2005, hlm. 51.

<sup>12</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hlm. 126.

## 2. Spesifikasi Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif analitis, yaitu mendeskripsikan data yang telah diperoleh dari hasil pengamatan, wawancara, dokumen dan catatan lapangan, kemudian dianalisa untuk memaparkan permasalahan dengan judul yang dipilih yaitu penyelesaian wanprestasi pada saat melakukan transaksi jual beli secara online pada marketplace Tokopedia.

## 3. Sumber Data

### a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama terkait dengan permasalahan yang akan dibahas yaitu, sumber data melalui wawancara pihak PT. Tokopedia, selanjutnya dengan melakukan transaksi jual beli melalui aplikasi Tokopedia dan mengetahui sistem transaksi jual beli untuk sebagai data dalam penulisan skripsi.

### b. Data Sekunder

Data sekunder data yang diperoleh dari sumber kepustakaan, seperti buku-buku, literatur, makalah-makalah, artikel, jurnal, yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti. Data sekunder terdiri dari :

#### a. Bahan Hukum Primer

Merupakan bahan hukum yang sifatnya mengikat seperti perundang-undangan, yang berkaitan dengan judul permasalahan yang telah dirumuskan, antara lain:

- a) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
- b) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- c) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

b. Bahan Hukum Skunder

Merupakan bahan hukum pelengkap dari bahan hukum primer, sifatnya tidak mengikat contohnya seperti, jurnal nasional, tesis, karya ilmiah.

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan Hukum Tersier merupakan bahan hukum yang memberikan petunjuk, penjelasan ataupun suatu gambaran terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum tersier antara lain: ensiklopedia, Kamus Bahasa Indonesia, Kamus Bahasa Inggris.

4. Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Merupakan suatu kegiatan pengamatan terhadap suatu objek yang akan diteliti secara langsung oleh peneliti dengan maksud untuk mengetahui suatu data atau fakta yang terjadi di lapangan.

b. Wawancara

Wawancara adalah sebuah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara berhadapan langsung dengan narasumber dengan menggunakan daftar pertanyaan untuk mengetahui informasi terkait dengan permasalahan yang akan diteliti.

c. Dokumen

Pengumpulan fakta dan data yang tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumen-dokumen perjanjian, buku-buku, undang-undang, yang berkaitan dengan penelitian yang dipilih.

## 5. Analisis Data Penelitian

Dalam analisis data, peneliti melakukan analisis secara kualitatif terhadap data yang telah diperoleh, yaitu menguraikan dan menginterpretasikan data dalam bentuk kalimat yang baik dan benar dengan maksud untuk mendapatkan jawaban singkat yang dirumuskan secara deduktif. Data yang telah dianalisis akan dituangkan dalam bentuk kalimat yang sistematis, jelas, dan rinci sehingga dapat diperoleh suatu kesimpulan yang sesuai dengan permasalahan dalam penelitian ini.

## G. Sistematika Penulisan

Di dalam penelitian skripsi ini terdiri atas beberapa bab, yang disusun secara sistematis, dimana di dalam bab-bab terdapat unit-unit bab yang saling berkaitan. Secara garis besar sistematika penulisan skripsi ini yang berjudul “**Penyelesaian Wanprestasi Dalam Melakukan Transaksi Jual Beli Online Melalui *E-Commerce* (Marketplace Tokopedia)**” adalah sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Merupakan bab yang menjelaskan gambaran umum mengenai berbagai aspek serta alasan yang menjadi dasar adanya tulisan ini, yang terdiri dari Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Metode Penelitian, Sistematika Penelitian.

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

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai tinjauan kepustakaan tentang hal-hal yang berhubungan dengan pokok masalah dalam penelitian ini meliputi tinjauan umum pengertian perjanjian, syarat sah perjanjian, asas-asas perjanjian. Tinjauan perjanjian jual beli online menurut pandangan Islam.

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

Bab ini merupakan hasil dari penelitian yang telah diperoleh dan dilanjutkan dengan pembahasan terhadap hasil penelitian tentang Penyelesaian Wanprestasi Dalam Melaksanakan Transaksi Jual Beli Online Melalui *E-Commerce* (Studi Marketplace Tokopedia), yang berisi hak dan kewajiban serta pertanggungjawaban hukumnya di dalam perjanjian jual beli.

#### **BAB IV : PENUTUP**

Dalam bab ini akan dipaparkan mengenai simpulan dari hasil penelitian dan memberikan saran dari hasil yang diperoleh dari hasil penelitian yang telah dilakukan.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Tentang Perjanjian

##### 1. Pengertian Perjanjian

Hukum mengenai perjanjian diatur di dalam buku III BW (Kitab Undang-Undang Hukum Perdata). BW sendiri terdiri dari IV buku, diantaranya Buku I memuat ketentuan mengenai Hukum Perorangan, Buku II memuat mengenai Hukum Kebendaan, Buku III memuat mengenai Hukum Perjanjian, sedangkan dalam Buku IV memuat mengenai Pembuktian dan Kadaluaarsa.

Pengertian perjanjian itu sendiri terdapat dalam Pasal 1313 KUHPerdata, yang menyebutkan bahwa perjanjian adalah perbuatan dimana suatu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih lainnya.

Para Sarjana Hukum Perdata berpendapat bahwa definisi perjanjian yang termuat di dalam ketentuan tersebut tidak lengkap dan terlalu luas. Dikatakan tidak lengkap karena hanya mengenai perjanjian sepihak saja. Selain itu dikatakan terlalu luas karena kata “perbuatan” yang ada didefinisi tersebut tidak fokus kepada perbuatan apa yang dimaksud. Perbuatan dapat mencakup perbuatan hukum (seperti *zaakwaarneming*) dan perbuatan melawan hukum (*onrechtmatigedaad*).<sup>13</sup>

Dalam Pasal 1233 KUHPerdata disebutkan bahwa tiap-tiap perikatan dilahirkan baik karena persetujuan, maupun karena undang-undang, yang dapat ditafsirkan bahwa perikatan lahir karena

---

<sup>13</sup> Ridwan Khairandy, *Hukum Kontrak Indonesia : dalam Perspektif Perbandingan (Bagian Pertama)*, Ctk. 1, FH UII Press, Yogyakarta, 2013, hlm. 59.

perjanjian atau undang-undang, dengan kata lain undang-undang dan perjanjian adalah sumber perikatan.<sup>14</sup>

Menurut Sudikno, pengertian perjanjian merupakan satu hubungan hukum yang didasarkan atas kata sepakat untuk menimbulkan akibat hukum. Hubungan hukum tersebut terjadi antara subyek hukum yang satu dengan subyek hukum yang lain, dimana subyek hukum yang satu berhak atas prestasi dan begitu juga subyek hukum yang lain berkewajiban untuk melaksanakan prestasinya sesuai dengan yang telah disepakati.<sup>15</sup>

Dalam Bahasa Indonesia, istilah perjanjian sering disejajarkan dengan istilah kontrak, namun kontrak lebih kepada istilah bisnis atau sesuatu yang berbau komersial. Sedangkan perjanjian memiliki cakupan yang lebih luas dari istilah kontrak. Oleh karenanya, pengertian perjanjian kurang tepat apabila disamakan dengan kontrak.<sup>16</sup> Mengenai penggunaan pengertian istilah perjanjian dan kontrak, penulis sependapat dengan beberapa sarjana yang memberikan pendapat bahwa keduanya dapat dipersamakan. Untuk itu di dalam penelitian ini digunakan kata “perjanjian” untuk mewakili kata-kata perjanjian atau kontrak. Hal ini disebabkan karena fokus penelitian berlandaskan pada perspektif *Burgerlijk Wetboek* (BW), dimana antara perjanjian atau persetujuan (*overeenkomst*) mempunyai pengertian yang sama dengan kontrak (*contract*).<sup>17</sup>

---

<sup>14</sup> J. Satrio, *Hukum Perikatan, Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian*, Cetakan Kedua (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001), hlm. 3.

<sup>15</sup> Sudikno, *Ilmu Hukum*, Penerbit Liberty, Yogyakarta, 2008, hlm. 54.

<sup>16</sup> Moch Isnaeni, *Hukum Perjanjian : Prinsip Hukum Kontrak Pengadaan Barang dan Jasa oleh Pemerintah*, Laksbang Press Indo, Yogyakarta, 2009, hlm. 30.

<sup>17</sup> Agus Yudha Hernoko, *Hukum Perjanjian, Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*, (Yogyakarta: LaksBang Mediatama, 2008), hal. 11. Periksa juga J.H. Niewenhuis dalam bukunya *Hoofstukken Verbintennissenrecht*, kluwer-Deventer, 1976 yang menggunakan istilah “contract” dalam beberapa tulisannya.

Hukum perjanjian merupakan bagian dari hukum privat. Konsep hukum perjanjian berada dalam konsep hukum perdata, sebab hukum perjanjian merupakan bagian dari hukum perdata (hukum privat).

## 2. Syarat Sah Perjanjian

Di dalam suatu perjanjian pada umumnya memuat beberapa unsur yaitu<sup>18</sup> :

- a. Pihak-pihak, paling sedikit ada dua orang. Para pihak yang bertindak sebagai subyek perjanjian, dapat terdiri dari orang atau badan hukum. Dalam hal yang menjadi pihak adalah orang, harus telah dewasa dan cakap untuk melakukan hubungan hukum. Jika yang membuat perjanjian adalah suatu badan hukum, maka badan hukum tersebut harus memenuhi syarat-syarat badan hukum yang antara lain adanya harta kekayaan yang terpisah, mempunyai tujuan tertentu, mempunyai kepentingan sendiri, ada organisasi;
- b. Persetujuan antara pihak, sebelum membuat suatu perjanjian atau dalam membuat suatu perjanjian, para pihak memiliki kebebasan untuk mengadakan tawar-menawar diantara mereka;
- c. Adanya tujuan yang akan dicapai, baik yang dilakukan sendiri maupun oleh pihak lain, selaku subyek dalam perjanjian tersebut. Dalam mencapai tujuannya, para pihak terkait dengan ketentuan bahwa tujuan tersebut tidak boleh bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan dan ketertiban umum;

---

<sup>18</sup> Mohd. Syafufii Syamsuddin, *Perjanjian-Perjanjian dalam Hubungan Industrial*, Sarana Bhkati Persada, Jakarta, 2005, hlm. 5-6.

- d. Ada prestasi yang harus dilakukan, para pihak dalam suatu perjanjian mempunyai hak dan kewajiban tertentu, yang satu dengan yang lainnya saling berlawanan. Apabila pihak yang satu berkewajiban untuk memenuhi prestasi, bagi pihak lain hal tersebut merupakan hak, dan sebaliknya;
- e. Ada bentuk tertentu, suatu perjanjian dapat dibuat secara lisan maupun tertulis. Dalam hal suatu perjanjian yang dibuat secara tertulis, dibuat sesuai dengan ketentuan yang ada;
- f. Syarat-syarat tertentu, dalam suatu perjanjian, isinya harus ada syarat-syarat tertentu, karena suatu perjanjian yang sah, mengikat sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.

Agar suatu perjanjian dianggap sah di mata hukum, maka perjanjian tersebut harus memenuhi syarat sah seperti yang diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdara. Pasal tersebut mengatur 4 (empat) syarat sahnya suatu perjanjian, yaitu :

1) Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya

Kata sepakat ini pada dasarnya adalah suatu pertemuan atau persesuaian kehendak para pihak di dalam perjanjian. Seseorang dikatakan telah memberikan kesepakatannya (*Toestemming*) ketika ia menghendaki apa yang mereka sepakati.

2) Cakap untuk membuat perikatan

Menurut Pasal 1329 KUHPerdara menyatakan bahwa kedua belah pihak harus cakap menurut hukum. Kecakapan yang dimaksud adalah kecakapan untuk melakukan perbuatan hukum. Dimana perbuatan hukum ialah perbuatan yang menimbulkan akibat hukum. Yang

dapat melakukan suatu perbuatan hukum adalah pendukung hak dan kewajiban, baik orang atau badan hukum, yang harus memenuhi syarat-syarat tertentu.

3) Adanya suatu hal tertentu

Suatu hal dapat diartikan sebagai obyek dalam suatu perjanjian. Menurut Pasal 1332 KUHPerdara, hanya barang yang dapat diperdagangkan saja yang dapat menjadi pokok-pokok perjanjian. Pasal 1333 KUHPerdara menyatakan bahwa suatu persetujuan itu harus mempunyai pokok suatu barang paling sedikit dapat ditentukan jenis barangnya. Tidak menjadi halangan bahwa jumlah barang tidak tentu asal barang kemudian dapat ditentukan atau dihitung.

4) Adanya sebab yang halal

Dalam Pasal 1320 KUHPerdara tidak disebutkan pengertian orzaak (sebab yang halal). Dalam Pasal 1337 KUHPerdara hanya disebutkan sebab yang terlarang. Yang dimaksud dengan sebab adalah bukanlah sesuatu yang mendorong para pihak untuk membuat perjanjian, karena alasan yang menyebabkan para pihak untuk membuat perjanjian itu tidak menjadi perhatian umum. Adapun sebab yang tidak diperbolehkan ialah jika isi perjanjian tersebut bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan, dan ketertiban umum.

Keempat syarat tersebut haruslah dipenuhi oleh para pihak dan apabila syarat-syarat sahnya perjanjian telah terpenuhi, maka menurut Pasal 1338 KUHPerdara, perjanjian tersebut mempunyai kekuatan hukum sama dengan kekuatan suatu Undang-Undang.

### 3. Asas-Asas Perjanjian

Asas-asas hukum adalah pikiran-pikiran dasar yang ada di dalam dan belakang tiap-tiap sistem hukum, yang telah mendapat bentuk sebagai perundang-undangan atau putusan pengadilan, dan ketentuan-ketentuan dan keputusan itu dapat dipandang sebagai penjabarannya. Asas hukum juga menjadi titik tolak pembangunan sistem hukum dan menciptakan kepastian hukum yang diberlakukan dalam masyarakat.<sup>19</sup>

Dalam Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara, menyatakan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai Undang-Undang bagi mereka yang membuatnya, dengan demikian dalam Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara tersebut mengandung 4 (empat) asas utama dalam perjanjian, yaitu :

#### a. Asas Konsensualisme

Dalam asas konsensualisme, perjanjian dikatakan telah lahir apabila terdapat kesepakatan antara para pihak yang membuat perjanjian. Asas konsensualisme menandakan paham bahwa sumber kewajiban kontraktual adalah bertemunya kehendak atau konsensus para pihak yang membuat perjanjian. Bisa dikatakan bahwa perjanjian lahir setelah adanya kata sepakat dari para pihak yang bersangkutan.

#### b. Asas Kebebasan Berkontrak

Asas kebebasan berkontrak merupakan asas terpenting sehingga digambarkan sebagai tiang sistem hukum perdata. Asas kebebasan berkontrak yang dianut hukum di Indonesia berkaitan dengan sistem hukum terbuka yang dianut dalam Buku III KUHPerdara sebagai

---

<sup>19</sup> Putra Jaya, *Politik Hukum*, Undip Press, Semarang, 2007, hlm. 2

hukum pelengkap yang boleh dikesampingkan oleh para pihak yang membuat kontrak.<sup>20</sup>

Asas kebebasan berkontrak mengandung 5 (lima) makna, yaitu :

- 1) Setiap orang bebas mengadakan atau tidak mengadakan perjanjian
- 2) Setiap orang bebas mengadakan perjanjian dengan siapa saja
- 3) Setiap orang bebas menentukan bentuk perjanjian yang dibuatnya
- 4) Setiap orang bebas menentukan isi dan syarat-syarat perjanjian yang dibuatnya
- 5) Setiap orang bebas untuk emngadakan pilihan hukum.

c. Asas Pacta Sunt Servada (Kepastian Hukum)

Asas pacta sunt servada ini berhubungan dengan akibat dari perjanjian. Menurut Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdota “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”. Kemudian menurut Pasal 1338 ayat (2) KUHPerdota menyatakan bahwa “Perjanjian-perjanjian itu tidak dapat ditarik kembali selain dengan sepakat kedua belah pihak atau karena alasan-alasan yang oleh Undang-Undang dinyatakan cukup untuk itu”.

Dari ketentuan tersebut, dapat diartikan bahwa jika terjadi suatu sengketa da;am pelaksanaan perjanjian, maka hakim dengan keputusannya dapat memaksa agar pihak yang melanggar itu melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan yang terdapat dapat

---

<sup>20</sup> Ridwan Khairandy, *Hukum Kontrak Indonesia : dalam Perspektif Perbandingan (Bagian Pertama)*, Op Cit, hlm. 86-87.

perjanjian, bahkan hakim dapat meminta pihak lain membayar ganti rugi. Putusan pengadilan itu merupakan jaminan bahwa hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian memiliki kepastian hukum, sehingga secara pasti memiliki perlindungan hukum.

d. Asas Itikad Baik

Asas ini terdapat dalam Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara, “Perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik”. Itikad baik dalam kontrak dibedakan menjadi dua, yaitu itikad baik pra kontrak dan itikad baik pelaksanaan kontrak. Itikad baik pra kontrak adalah itikad baik yang harus ada pada saat para pihak sedang melakukan negosiasi. Itikad baik ini memiliki makna kejujuran. Itikad baik pra kontrak bersifat subjektif karena didasarkan pada kejujuran para pihak yang melakukan negosiasi. Itikad baik dalam pelaksanaan kontrak disebut sebagai itikad baik objektif yang mengacu pada isi dari perjanjian itu sendiri.

Dengan itikad baik berarti keadaan batin para pihak dalam membuat dan melaksanakan perjanjian haruslah jujur, terbuka, dan saling percaya. Keadaan batin para pihak tidak boleh dicemari oleh maksud untuk melakukan tipu daya atau menutup-nutupi keadaan sebenarnya.

#### 4. Wanprestasi dalam Perjanjian

Perjanjian yang dibuat oleh para pihak, akan menimbulkan sesuatu untuk dilaksanakan oleh pihak yang membuatnya. Sesuatu yang harus dilaksanakan oleh para pihak inilah yang dimaksud dengan prestasi. Prestasi ini merupakan pokok dari perjanjian. Menurut Pasal 1234 KUHPerdara prestasi dapat berwujud :

- a. Memberikan sesuatu

- b. Berbuat sesuatu
- c. Tidak berbuat sesuatu

Pemenuhan prestasi tidak selamanya dapat terlaksana, ada kalanya prestasi tidak dapat dipenuhi disebabkan salah satu pihak karena kesalahannya tidak dapat memenuhi prestasi yang telah diperjanjikan. Keadaan yang demikian inilah yang disebut dengan wanprestasi.<sup>21</sup>

Pada praktiknya sebuah perjanjian jual beli sering mengalami kasus wanprestasi. Wanprestasi dianggap sebagai suatu kegagalan untuk melaksanakan janji yang telah disepakati disebabkan debitur tidak melaksanakan kewajiban tanpa alasan yang dapat diterima oleh hukum. Tentunya perbuatan kelalaian tersebut akan menimbulkan masalah baru karena ada pihak yang merasa dirugikan dan menuntut haknya, dalam hal ini pihak penjual harus mendapatkan haknya karena ia telah melaksanakan kewajibannya. Namun, dalam pelaksanaannya sering terjadi pelanggaran atau lalai melaksanakan kewajiban sebagaimana yang telah diperjanjikan sebelumnya.

Menurut Subekti, wanprestasi seorang debitur dapat berupa empat macam, yaitu :<sup>22</sup>

- a. Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukannya.
- b. Melaksanakan apa yang dijanjikannya, tetapi tidak sebagaimana yang diperjanjikan.
- c. Melakukan apa yang dijanjikan tetapi terlambat.
- d. Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya.

---

<sup>21</sup> Subekti, *Hukum Pembuktian*, PT Pradnya Paraminta, Jakarta, 2001, hlm. 112.

<sup>22</sup> R. Subekti, *Hukum Perjanjian*, Internasa, Jakarta, 1979, hlm. 45

Akibat yang timbul karena wanprestasi adalah keharusan atau kewajiban bagi debitur untuk membayar ganti rugi, atau dengan adanya wanprestasi oleh salah satu pihak, pihak yang lainnya dapat menuntut pembatalan perjanjian. ketentuan mengenai ganti rugi ini telah ditetapkan di dalam Pasal 1243-1252 KUHPerdara. Dari ketentuan pasal tersebut dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan ganti rugi adalah sanksi yang dapat dibebankan kepada debitur yang tidak memenuhi prestasi dalam suatu perjanjian untuk memberikan penggantian biaya.<sup>23</sup>

Mengenai wanprestasi, O.W. Holmes menyampaikan sebuah teori, yaitu bahwa ada kewajiban untuk menjaga suatu perjanjian sehingga jikalau mereka tidak menjaganya, maka harus bertanggung jawab membayar ganti rugi, atau sejumlah kompensasi.<sup>24</sup>

## **B. Tinjauan Tentang Jual Beli**

### **1. Pengertian Jual Beli**

Istilah jual beli di dalam Hukum Perjanjian Indonesia diadopsi dari istilah bahasa Belanda yaitu *koop en verkoop*. Sedangkan hukum Belanda itu mengikuti konsep *emptio vendito* yang berasal dari bahasa Romawi yang artinya adalah jual beli. Dari istilah tersebut dapat dilihat bahwa jual beli adalah hubungan yang bersifat timbal balik antara dua pihak yang melakukan hubungan hukum berbeda, yang mana pihak satu melakukan tindakan hukum menjual dan pihak yang satunya melakukan tindakan hukum membeli.<sup>25</sup>

---

<sup>23</sup> Ibid, hlm. 45.

<sup>24</sup> Oliver Wendell Holmes Jr, *The Path of The Law*, The Floating Press Limited, Auckland, New Zealand, 2009, hlm. 11.

<sup>25</sup> Retno Prabandari, *Jenis-Jenis Perjanjian Sebagai Dasar Hukum dalam Pengalihan Hak Guna Bangunan Objek Hak Tanggungan*, terdapat dalam [http://eprints.undip.ac.id/18808/1/RETNO\\_PRABANDARI.pdf](http://eprints.undip.ac.id/18808/1/RETNO_PRABANDARI.pdf).

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.<sup>26</sup>

Jual beli adalah saling tukar menukar antara benda dengan harta atau harta benda dengan uang ataupun saling memberikan sesuatu kepada pihak lain, dengan menerima imbalan terhadap benda tersebut dengan menggunakan transaksi yang didasari saling ridha yang dilakukan secara umum.

Perjanjian jual beli diatur dalam Pasal 1457 sampai dengan Pasal 1540 KUHPerdota. Pengertian jual beli menurut Pasal 1457 KUHPerdota adalah :

*“Suatu persetujuan, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain membayar harga yang telah dijanjikan.”*

Dari pengertian yang diberikan Pasal 1457 diatas, persetujuan ual beli sekaligus membebaskan dua kewajiban, yaitu :<sup>27</sup>

- a. Kewajiban pihak penjual menyerahkan barang yang dijual kepada pembeli.
- b. Kewajiban pihak pembeli membayar harga barang yang dibeli kepada penjual.

Dalam jual beli terdapat pertukaran benda yang satu dengan benda yang lain yang menjadi penggantinya. Akibat hukum dari jual beli adalah terjadinya pemindahan hak milik seseorang kepada orang lain atau dari penjual kepada pembeli. Jadi jual beli adalah memberikan barang atau benda yang dijual kepada pihak yang membeli, dan si pembeli memberikan berupa alat tukar yang

---

<sup>26</sup> R. Subekti dan R. Tjirosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, PT Pradnya Paramita, Jakarta, 2009, hl. 366.

<sup>27</sup> M. Yahya Harahap, *Segi-segi Hukum Perjanjian*, Bandung :Alumni, 1986, hlm. 181.

sepadan dengan barang atau benda tersebut, alat tukar tersebut biasanya adalah berupa sejumlah uang sebagai imbalan.

## **2. Dasar Hukum Jual Beli**

Terkait jual beli dalam KUHPerdara diatur dalam buku ketiga bab lima Pasal 1457 sampai dengan Pasal 1540. Dalam Pasal 1457 tersebut berbunyi, “bahwa jual beli adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan”. Selain peraturan yang bersifat umum tersebut, dalam Pasal 1467 sampai 1470 memuat peraturan istimewa mengenai jual beli tersebut.

## **3. Syarat Sahnya Jual Beli**

Syarat adalah sesuatu yang bukan merupakan unsur pokok tetapi adalah unsur yang harus ada di dalamnya, apabila ia tidak ada maka perbuatan tersebut dianggap tidak sah. Adapun syarat-syarat dalam jual beli adalah sebagai berikut :

### **a. Syarat-syarat orang berakad**

Para ulama fiqih sependapat bahwa orang-orang yang berakad harus memenuhi syarat-syarat berikut ini :

#### **1) Berakal**

Antara penjual dengan pembeli haruslah orang yang berakal dan sudah baligh. Minimal sudah mumayyiz (dapat membedakan antara yang baik dan yang buruk).

#### **2) Yang melakukan akad itu ialah dua orang yang berbeda. Maksudnya adalah penjual dan pembeli bukanlah orang sama. Tidak sah hukumnya seseorang melakukan akad dalam waktu yang bersamaan,**

maksudnya seseorang sebagai penjual sekaligus pembeli.<sup>28</sup>

3) Atas kehendak sendiri, bukan paksaan dari orang lain. Apabila ada paksaan dari orang lain, maka jual beli tersebut tidak sah hukumnya.

b. Syarat-syarat barang yang diperjual belikan

Syarat-syarat ini berkaitan dengan barang yang akan diperjual belikan adalah sebagai berikut :

1) Barang yang dijual haruslah milik sendiri. Tidak sah hukumnya jika barang yang akan dijual adalah barang milik orang lain, kecuali ada pemberian hak kuasa kepadanya.

2) Barang yang dijual harus jelas wujudnya dan dapat diserahkan.

3) Barang yang diperjual belikan harus suci zatnya menurut syara'. Tidak sah jual beli barang yang haram zatnya.

4) Boleh diserahkan saat akad langsung atau pada waktu yang disepakati bersama ketika transaksi berlangsung.<sup>29</sup>

#### **4. Hak dan Kewajiban Dalam Perjanjian Jual Beli**

Berdasarkan ketentuan pada Pasal 1457 KUHPerdataberdata berbunyi “Jual beli adalah suatu persetujuan, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.”

---

<sup>28</sup> Abdul Rahman Ghazali, *Fiqh Muamalat*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2012, hlm. 71.

<sup>29</sup> *Ibid*, hlm. 75-76.

Definisi dari pasal yang telah disebutkan di atas, pembeli berhak atas penyerahan barang yang telah dibelinya dari penjual serta berkewajiban dalam pembayaran uang dengan harga yang telah dijanjikan. Disamping itu penjual berhak atas sejumlah uang pembayaran atas barang yang telah diserahkan kepada pembeli sebagaimana yang telah disepakati bersama. Hal ini juga berkaitan dengan ketentuan dalam Pasal 1427 KUHPerdara yaitu “Jika pada saat penjualan, barang yang dijual sama sekali telah musnah maka pembelian adalah batal”, yang artinya bahwa penjual memiliki kewajiban untuk menyerahkan barang kepada pembeli sesuai dengan yang telah disepakati oleh antara penjual dengan pembeli.

Bagi pihak penjual ada dua kewajiban utama, yaitu : menyerahkan hak milik atas barang yang diperjual belikan dan menanggung kenikmatan tenteram atas barang tersebut dan menanggung terhadap cacat-cacat yang tersembunyi.<sup>30</sup>

a. Hak Penjual

Sesuai dengan Pasal 6 UUPK, pelaku usaha dalam hal ini termasuk penjual memiliki hak-hak sebagai berikut :

- 1) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan atau jasa yang diperdagangkan;
- 2) Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad baik;
- 3) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya dalam penyelesaian sengketa;
- 4) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak

---

<sup>30</sup> Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perdata Indonesia*, (Bandung : PT Citra Aditya Bakti, 2010), hlm. 42.

diakibatkan oleh barang dan atau jasa yang diperdagangkan;

- 5) Hak-hak diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Hak pelaku usaha untuk menerima pembayaran sesuai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan, menunjukkan bahwa pelaku usaha tidak dapat menuntut lebih banyak jika kondisi barang dan/atau jasa yang diberikannya kepada konsumen tidak atau kurang memadai menurut harga yang berlaku pada umumnya atas barang dan/atau jasa yang sama.<sup>31</sup>

Berkaitan dengan hak pelaku usaha yang telah disebutkan pada nomor 2, 3 dan 4, merupakan hak-hak yang lebih banyak berhubungan dengan pihak aparat pemerintah dan/atau Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)/pengadilan dalam tugasnya melakukan penyelesaian sengketa. Melalui hak-hak tersebut diharapkan para pihak tidak mengabaikan kepentingan pelaku usaha dikarenakan melaksanakan perlindungan konsumen secara berlebihan, sehingga menimbulkan ketidakadilan bagi salah satu pihak.

Hak-hak produsen dapat ditemukan antara lain pada faktor-faktor yang membebaskan produsen dari tanggung jawab atas kerugian yang diterita oleh konsumen, meskipun kerusakan timbul akibat cacat produk, yaitu apabila :

- a) Produk tersebut sebenarnya tidak diedarkan;

---

<sup>31</sup> Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hlm. 50.

- b) Cacat timbul di kemudian hari;
- c) Cacat timbul setelah produk berada di luar kontrol produsen;
- d) Barang yang diproduksi secara individual tidak untuk keperluan produksi;
- e) Cacat timbul akibat ditaatinya ketentuan yang ditetapkan oleh penguasa.<sup>32</sup>

b. Kewajiban Penjual

Adapun kewajiban pelaku usaha sebagaimana yang terdapat dalam ketentuan Pasal 7 UUPK adalah sebagai berikut :

- 1) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- 2) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- 3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 4) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- 5) 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;

---

<sup>32</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2011), hlm. 42

- 6) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 7) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Kewajiban pelaku usaha untuk bertikad baik dalam melakukan usaha merupakan salah satu asas yang dikenal dalam asas perjanjian. Ketentuan tentang bertikad baik ini juga diatur dalam pasal 1338 ayat (3) BW, bahwa perjanjian harus dilaksanakan dengan bertikad baik.

UUPK lebih menekankan pelaku usaha dalam bertikad baik karena sesungguhnya ruang lingkup pelaku usaha meliputi semua tahapan dalam melakukan kegiatan usahanya, sehingga dapat diartikan bahwa kewajiban pelaku usaha untuk bertikad baik dimulai dari sejak barang dirancang/diproduksi sampai pada tahap barang akan diserahkan kepada pembeli/konsumen. Hal ini disebabkan kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai dari sejak produk dirancang/diproduksi oleh pelaku usaha, sedangkan bagi konsumen kemungkinan untuk dapat merugikan penjual/pelaku usaha hanya pada saat melakukan pembayaran kepada pelaku usaha.

Kewajiban pelaku usaha yang selanjutnya telah diatur oleh UUPK adalah penyampaian informasi kepada konsumen secara benar, jelas dan

jujur mengenai barang yang diperdagangkan. Penyampaian informasi yang benar terhadap konsumen mengenai suatu produk agar konsumen tidak salah terhadap gambaran mengenai suatu produk tertentu.<sup>33</sup> Informasi yang jelas dan benar dimaksudkan agar konsumen memperoleh gambaran yang benar mengenai suatu produk yang diperdagangkan tersebut, sehingga konsumen dapat memilih produk sesuai dengan yang diinginkan/dibutuhkan serta terhindar dari kerugian akibat kesalahan dalam penggunaan produk. Kerugian yang dialami oleh konsumen di Indonesia dalam kaitannya dengan misrepresentasi banyak disebabkan karena tergiur oleh iklan-iklan atau brosur-brosur produk tertentu, sedangkan iklan atau brosur tidak selamanya memuat informasi yang benar karena pada umumnya hanya menonjolkan kelebihan produk yang dipromosikan, sebaliknya, kelemahan produk tersebut ditutupi.<sup>34</sup>

Informasi yang diperoleh konsumen dari hasil iklan atau brosur dapat dijadikan sebagai alat bukti yang menyebabkan kerugian terhadap konsumen terhadap produsen dengan tuntutan perbuatan melawan hukum sehingga antara pelaku usaha dengan konsumen tidak harus ada hubungan perjanjian, oleh karena itu UUPK telah memberikan perlindungan hukum kepada konsumen.<sup>35</sup>

---

<sup>33</sup> Ibid, hlm. 44.

<sup>34</sup> Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Op.Cit*, hlm. 54-55.

<sup>35</sup> Aulia Muthiah, *Hukum Perlindungan Konsumen Dimensi Hukum Prositif dan Ekonomi Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2018), hlm. 27

c. Hak Pembeli

Sebagaimana yang telah disebutkan dalam ketentuan Pasal 4 UUPK, hak-hak konsumen selaku pembeli adalah sebagai berikut :

- a) Hak atas keselamatan, keamanan, keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
- b) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang diinginkan;
- 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 mendapatkan 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 mendapatkan 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.

John F. Kennedy dalam pidatonya mengemukakan hak-hak konsumen secara umum dikenal menjadi 4 (empat) hak dasar yaitu :

- 1) Hak memperoleh keamanan (*the right to safety*)

- 2) Hak memilih (*the right to choose*)
- 3) Hak mendapat informasi (*the right to be informed*)
- 4) Hak untuk didengar (*the right to be heard*)<sup>36</sup>

Keempat hak dasar tersebut diakui secara intrnasional, namun dalam perkembangannya organisasi-organisasi konsumen yang tergabung dalam *The International Organization of Consumer Union (IOCU)* menambahkan beberapa hak seperti :

- a) Hak untuk mendapatkan pendidikan konsumen
- b) Hak mendapatkan ganti rugi
- c) Dan hak untuk mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat.<sup>37</sup>

Maka konsumen sesuai dengan beberapa hak konsumen yang telah disebutkan diatas, bahwa konsumen berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Disamping hak-hak yang telah disebutkan, juga terdapat hak-hak konsumen yang dirumuskan dalam pasal-pasal berikutnya, khususnya dalam Pasal 7 yang mengatur tentang kewajiban pelaku usaha. Kewajiban dan hak merupakan anatomi dalam hukum, sehingga kewajiban pelaku usaha dapat dilihat sebagai hak konsumen.<sup>38</sup>

#### d. Kewajiban Pembeli

---

<sup>36</sup> *Ibid*, hlm. 63.

<sup>37</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Op.Cit.*, hlm. 31

<sup>38</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Op.Cit.*, hlm. 32.

Selanjutnya dalam Pasal 5 UUPK dirumuskan tentang kewajiban konsumen, yaitu :

- 1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- 2) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- 3) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- 4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Beberapa kewajiban yang harus dilaksanakan oleh konsumen, ketika konsumen tidak melaksanakan kewajiban-kewajibannya, apabila terjadi kerugian terhadap konsumen bukan menjadi tanggung jawab pelaku usaha, selain itu pelaku usaha juga dapat menahan hak konsumen yang sebagaimana telah disebutkan diatas.

Kewajiban konsumen dapat terlihat jika peringatan yang disampaikan pelaku usaha tidak jelas atau tidak mengundang perhatian konsumen untuk membacanya, maka konsumen tidak dapat menuntut jika peringatannya sudah diberikan secara jelas dan tegas. Namun jika produsen tidak menggunakan cara yang wajar dan efektif untuk mengkomunikasikan peringatan tersebut, hingga menyebabkan konsumen tidak membacanya, maka hal itu tidak menghalangi

pemberian ganti kerugian pada konsumen yang telah dirugikan.<sup>39</sup>

Kemudian kewajiban konsumen lainnya adalah beritikad baik, terutama pada saat melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Permasalahan ini tentu saja disebabkan karena bagi konsumen kemungkinan untuk dapat merugikan pelaku usaha melalui jalur pada saat melakukan transaksi dengan pelaku usaha. Selain beritikad baik pada saat bertransaksi konsumen juga berkewajiban untuk membayar sesuai dengan harga yang telah disepakati oleh kedua pihak antara konsumen dengan pelaku usaha.

Kewajiban konsumen yang selanjutnya adalah mengikuti penyelesaian sengketa secara patut dan tepat, sesuai dengan ketentuan aturan hukum penyelesaian sengketa konsumen. Kewajiban-kewajiban tersebut diatur dalam UUPK telah dianggap tepat, karena kewajiban ini untuk mengimbangi hak konsumen untuk mendapatkan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.<sup>40</sup>

## 5. Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum adalah segala upaya pemenuhan hak dan pemberian bantuan untuk memberikan rasa aman kepada saksi atau korban, yang dapat diwujudkan dalam bentuk seperti melalui restitusi, kompensasi, pelayanan medis, dan bantuan hukum.<sup>41</sup>

---

<sup>39</sup> Vicky F. Taroreh, 2014, "Kajian Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Pangan Kadaluarsa", Vol.2, No.2, hlm.100.

<sup>40</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Op.Cit.*, hlm. 68-69.

<sup>41</sup> Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum* (Jakarta : UI Press, 1984), hlm. 133

Menurut Soetiono, perlindungan hukum adalah tindakan atau upaya untuk melindungi masyarakat dari perbuatan sewenang-wenang oleh penguasa yang tidak sesuai dengan aturan hukum, untuk mewujudkan ketertiban dan ketentraman, sehingga memungkinkan manusia untuk menikmati martabatnya sebagai manusia.<sup>42</sup>

Berdasarkan beberapa penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa perlindungan hukum adalah perbuatan untuk melindungi setiap orang atau masyarakat atas perbuatan yang melanggar hukum, atau melanggar hak orang lain, yang dilakukan oleh pemerintah melalui aparat penegak hukumnya dengan menggunakan cara-cara tertentu berdasarkan hukum atau peraturan perundang-undangan yang berlaku sebagai pemenuhan hak bagi tiap warga negara, termasuk atas perbuatan sewenang-wenang yang dilakukan oleh penguasa.

Dalam kaitannya dengan perlindungan hukum bagi rakyat, Philipus M. Hadjon membedakan dua macam sarana perlindungan hukum bagi rakyat, yaitu :

- a. Sarana Perlindungan Hukum Preventif. Pada perlindungan hukum preventif ini, subyek hukum diberikan kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif. Tujuannya adalah mencegah terjadinya sengketa.
- b. Sarana Perlindungan Hukum Represif. Perlindungan hukum yang represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa. Penanganan perlindungan hukum oleh Indonesia termasuk kategori perlindungan hukum ini. Prinsip kedua yang mendasari perlindungan hukum terhadap tindak pemerintah adalah prinsip negara hukum. Dikaitkan dengan pengakuan dan

---

<sup>42</sup> Soetiono, *Rule Of Supremasi Hukum* (Surakarta : Magister Ilmu Hukum Pasca Sarjana Universitas Sebelas Maret, 2004) hlm, 3.

perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia mendapat empat utama dan dapat dikaitkan dengan tujuan dari negara hukum.<sup>43</sup>

Sehingga menurut pandangan oleh pakar di atas, bahwa perlindungan Hukum yang diberikan kepada subyek hukum dalam bentuk perangkat aturan hukum dan cara-cara tertentu baik yang bersifat preventif maupun yang bersifat represif. Hal tersebut merupakan representasi dari fungsi hukum itu sendiri untuk memberikan suatu keadilan, ketertiban, kepastian, kemanfaatan dan kedamaian.

### **C. Jual Beli Secara Elektronik Melalui Internet (*E-Commerce*)**

#### **a. Pengertian Jual Beli Online**

Berdasarkan ketentuan Pasal 1 angka 2 Undang-undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), disebutkan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer dan/atau media elektronik lainnya. Pada transaksi elektronik ini, para pihak yang terkait didalamnya melakukan hubungan hukum yang dituangkan melalui suatu bentuk perjanjian atau kontrak yang juga dilakukan secara elektronik dan sesuai ketentuan Pasal 1 angka 7 UU ITE disebut bahwa kontrak elektronik yakni perjanjian yang dimuat dalam dokumen elektronik atau media elektronik lainnya.

Jual beli online juga disebut *e-commerce*. *E-Commerce* adalah satu set teknologi dinamis, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen serta komunitas tertentu melalui transaksi elektronik berupa perdagangan jasa maupun informasi yang dilakukan melalui media elektronik.<sup>44</sup>

---

<sup>43</sup> *Ibid*, hlm. 20.

<sup>44</sup> Onno w Purbo dan Anang Arief Wahyudi, *Mengenal e-Commerce* (Jakarta: Alex Media computendo, 2003), hlm. 13.

Pengertian lainnya, *e-commerce* adalah pembelian, penjualan, dan permasalahan barang serta jasa melalui sistem elektronik. *E-Commerce* meliputi transfer dana secara elektronik, pertukaran dan pengumpulan data. Semua diatur dalam manajemen inventori otomatis.<sup>45</sup>

Awalnya *E-Commerce* merupakan kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*customer*), manufaktur (*manufactures*), penyedia layanan (*service provider*), dan pedagang perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer networks*), yaitu internet. *E-Commerce* sudah meliputi seluruh sistem spectrum kegiatan komersial.<sup>46</sup> *E-Commerce* memiliki kemampuan untuk menjangkau lebih banyak pelanggan serta dapat mendorong kreativitas dari pihak penjual secara cepat dan tepat dan juga pendistribusian informasi yang terus diperbarui.

Menurut Kalakota dan Winston dari buku M. Suyanto, menyebutkan definisi *e-commerce* dapat ditinjau dari beberapa perspektif, yaitu:<sup>47</sup>

- a. Dari perspektif komunikasi, *e-commerce* adalah pengiriman barang, layanan, informasi, atau pembayaran melalui jaringan komputer atau melalui peralatan elektronik lainnya.
- b. Dari perspektif proses bisnis, *e-commerce* adalah aplikasi dari teknologi yang menuju dari transaksi bisnis dan aliran kerja.
- c. Dari perspektif layanan, *e-commerce* merupakan suatu alat yang memenuhi keinginan perusahaan, konsumen, dan

---

<sup>45</sup> Jony Wong, *Internet Marketing for the Beginer*, (Jakarta: Kompas Gramedia, 2010), hlm. 23.

<sup>46</sup> Sutan Remi Sjahdeini, *E-Commerce Tinjauan dari Perspektif Hukum dalam Kompilasi Hukum Perikatan*, (Bandung : PT Citra Aditya Bakti, 2001), hlm. 333

<sup>47</sup> M. Suyanto, *Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia* (Andi Offcet, Yogyakarta), hlm. 11.

manajemen untuk memangkas biaya layanan (*service cost*) ketika meningkatkan kualitas barang dan meningkatkan kecepatan layana pengiriman.

- d. Dari perspektif *online*, *e-commerce* menyediakan kemampuan untuk membeli dan menjual barang ataupun informasi mellaui internet dan sarana online lainnya.

Media jual beli online biasanya sering digunakan oleh para pengusaha untuk memperoleh keuntungan dengan memberikan penawaran berupa barang atau benda secara legal. Untuk memngetahui ciri-ciri jual-beli menggunakan media online dapat dilihat dengan cara:

- a. Terdapat perjanjian/kontrak yang ditawarkan berupa dagangan;
- b. Perjanjian dilakukan melalui internet;
- c. Transaksi dilakukan melalui jarak jauh;
- d. Perjanjian dibuat dengan jaringan media sosial;
- e. Kebebasan dan keterbukaan akses barang/benda yang dijual.

Berdasarkan berbagai penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa jual beli secara online atau *e-commerce* adalah suatu kegiatan jual beli yang meninggalkan kebiasaan suatu cara jual beli lama yaitu dengan cara tatap muka dan stu pihak harus mendatangi pihak lainnya, hal ini dikarenakan transaksi elektronik menggunakan basis media internet sebagai penghubung antara satu pihak dengan pihak lainnya, namun walaupun tidak bertatap muka secara langsung transaksi elektronik juga sesuai pada ketentuan undang-undang yang berlaku dikarenakan kedua pihak terlindungi oleh hukum yang berlaku.

## **b. Jual Beli Online Dalam Pandangan Islam**

Menurut hukum Islam atau disyariatkan secara Islam maka jual beli adalah pemindahan barang atau tukar menukar harta benda yang didasarkan sukarela atau tanpa paksaan serta tidak dilarang dalam hal ini bukan hibah.<sup>48</sup> Menurut pengertian hanafiah makna jual beli atau al-ba'i secara definitif yaitu tukar menukar harta benda dengan suatu hal yang sepadan dengan nilai jualnya yang bisa membawa manfaat bagi kedua belah pihak. Sedangkan menurut pengertian malikiyah, syalifiyah dan hanabilah/hambali bahwa jual beli atau al-ba'i yaitu pemindahan kepemilikan yang didapat dari tukar menukar harta benda dari kedua belah pihak.<sup>49</sup> Pasal 20 ayat (2) Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, ba'i adalah pemindahan harta benda yang diawali dengan aktivitas jual beli dan pemberian sejumlah uang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jual beli adalah proses pemindahan harta benda atau tukar menukar barang yang dilakukan oleh kedua belah pihak tanpa adanya paksaan atau bersifat sukarela sehingga tidak ada intimidasi dari orang lain atau pihak ketiga.

Menurut istilah (*terminologi*), yang dimaksud dengan jual beli adalah sebagai berikut:

- 1) Menukar barang dengan barang atau barang dengan uang yang dilakukan dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.
- 2) Pemilik harta benda dengan jalan tukar menukar yang sesuai dengan aturan syara'.
- 3) Saling tukar harta, saling menerima, dapat dikelola (*tasharruf*) dengan ijab kabul, dengan cara yang sesuai dengan syarat.

---

<sup>48</sup> Syukri Iskak, *Sistem Perbankan Di Indonesia Dalam Perspektif Fikih Ekonomi*, (Yogyakarta: Fajar Media Press, 2012), hlm. 167-168.

<sup>49</sup> Mradnai, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Prenada Media, 2012), hlm. 101.

- 4) Tukar menukar benda dengan benda lain dengan cara yang khusus (dibolehkan).
- 5) Penukaran benda dengan benda lain dengan jalan saling merelakan atau memindagkan hak milik dengan ada penggantinya dengan cara yang dibolehkan.
- 6) Akad yang tegak atas dasar penukaran harta dengan harta, maka jadilah penukaran hak milik secara tetap.

Rasulullah mengisyaratkan bahwa jual beli itu halal selagi suka sama suka (*Antaradhin*). Karena jual beli atau berbisnis seperti melalui online memiliki dampak positif karena dianggap praktis, cepat, dan mudah. Allah SWT berfirman dalam Al-Quran Surah Al-Baqarah [2] : 275: “....Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...”. Al-Ba’i (jual beli) dalam ayat termasuk didalamnya bisnis yang dilakukan secara online. Namun jual beli lewat online harus memiliki syarat-syarat tertentu boleh atau tidaknya dilakukan.

Adapun syarat-syarat mendasar diperbolehkannya jual beli lewat online, yaitu:

- 1) Tidak melanggar ketentuan syari’at agama, seperti transaksi bisnis yang diharamkan, terjadinya kecurangan penipuan, dan monopoli.
- 2) Adanya kesepakatan perjanjian diantara kedua belah pihak (penjual dan pembeli) jika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan antara sepakat (*Alimdhah*) atau pembatalan (*Fasakh*).
- 3) Adanya kontrol, sanksi, dan tauran hukum yang tegas dan jelas dari pemerintah (lembaga yang berkompeten) untuk menjamin bolehnya berbisnis yang dilakukan transaksinya melalui online bagi masyarakat.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa melakukan transaksi jual beli secara online dalam perspektif Islam adalah sah-sah saja selama hal tersebut tidak melanggar syari'ah Islam dan telah memenuhi syarat-syarat yang telah disepakati. Jual beli secara online dikatakan halal apabila kedua belah pihak antara penjual dan pembeli telah suka sama suka, dan berpedoman pada undang-undang dan berkaitan dengan ajaran dari agama Islam.

Jika dalam melaksanakan jual beli secara online tidak sesuai dengan syarat-syarat dan ketentuan yang telah dijelaskan di atas, maka hukumnya adalah haram, tidak diperbolehkan. Kemaslahatan dan perlindungan terhadap umat dalam berbisnis dan usaha harus dalam perlindungan negara atau lembaga yang berkompeten. Hal itu dilakukan agar tidak terjadi hal-hal yang dapat membawa kemudharatan, penipuan, dan kehancuran bagi masyarakat.

Jual beli secara online pada dasarnya sama dengan jual beli secara offline. Ada yang haram dan ada yang halal, ada yang legal dan ada yang ilegal. Hukum dasar bisnis online sama seperti akad jual beli dan akad as-salam, ini diperbolehkan dalam Islam. Adapun keharaman bisnis online karena beberapa sebab:

- 1) Sistemnya haram, seperti money gambling. Judi itu hukumnya haram baik dilakukan di darat maupun di udara (online).
- 2) Barang/jasa yang menjadi objek transaksi adalah barang yang diharamka, seperti narkoba, video porno, pelanggaran hak cipta, situs-situs yang bisa membawa pengunjung ke dalam perzinaan.
- 3) Karena melanggar perjanjian atau mengandung unsur penipuan.
- 4) Dan lainnya yang tidak kemanfaatan tetapi justru membawa kemudharatan.

Melihat dari penjelasan di atas, jual beli online merupakan hal yang dapat diperkenankan sesuai dengan perkembangan dan kemajuan teknologi, mengingat banyaknya manfaat yang dapat diperoleh dari model transaksi jual beli seperti ini. Namun yang perlu diingat baik oleh penjual maupun pembeli adalah prinsip kehati-hatian untuk meminimalisir kemungkinan terjadinya penipuan baik dari sisi penjual maupun dari sisi pembeli.

### c. Unsur Jual Beli Online (*E-Commerce*)

Pada transaksi jual beli melalui internet, para pihak terkait di dalamnya melakukan hubungan hukum yang dituangkan melalui suatu bentuk perjanjian atau kontrak yang dilakukan secara elektronik dan sesuai dengan Pasal 1 butir 17 UU Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) disebut sebagai kontrak elektronik yakni perjanjian yang dimuat dalam dokumen elektronik atau media elektronik lainnya. Pelaku usaha yang menawarkan barang atau jasa secara elektronik wajib menyediakan informasi mengenai syarat-syarat kontrak, produsen, dan produk secara lengkap dan benar. Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat ditarik berupa beberapa unsur dari *e-commerce*, yaitu:

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 publik
5. Sistemnya terbuka, yaitu dengan internet atau WWW
6. Kontrak itu terlepas dari batas, yuridiksi nasional

Jual beli merupakan salah satu jenis mu'amalah yang diatur dalam Islam. Bentuk *e-commerce* pada dasarnya merupakan model transaksi jual beli juga yang dikategorikan sebagai jual beli modern karena mengimplikasikan inovasi teknologi. Secara umum

perdagangan secara Islam menjelaskan adanya transaksi bersifat fisik, dengan menghadikan benda tersebut sewaktu melakukan kegiatan transaksi, sedangkan *e-commerce* tidak seperti itu. *E-Commerce* merupakan model perjanjian jual beli dengan karakteristik dan aksentuasi yang berbeda dengan model transaksi jual beli konvensional, apalagi dengan daya jangkau yang tidak hanya mencakup lokal saja tetapi juga bersifat global. Adaptasi secara langsung ketentuan jual beli biasa akan kurang tepat dan tidak sesuai dengan konteks *e-commerce*. Oleh karena itu perlu analisis apakah ketentuan hukum yang ada dalam hukum Islam sudah cukup relevan dan akomodatif dengan hakekat *e-commerce* atau perlu pemahaman khusus mengenai hukum bertransaksi melalui *e-commerce*.

Lebih lanjut meskipun barang yang diperjual belikan dalam transaksi *e-commerce* sudah tertera dengan jelas dispesifikan dan telah dijelaskan secara detail, namun resiko ketidakcocokan dan kerugian pun tidak dapat dihindari. Oleh karena itu, dalam transaksi ini, pihak penjual memberikan hak kepada pembeli untuk mengembalikan barang dan menerima pembayaran atau menukarkan barang tersebut sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati sebelumnya.

#### **d. Jenis-Jenis Transaksi *E-Commerce***

Transaksi jual beli secara elektronik atau *e-commerce* tidak hanya terjadi antara pelaku usaha dengan konsumen, akan tetapi terjadi juga pada pihak-pihak lainnya, yaitu:<sup>50</sup>

##### **a. *Business to Business***

Transaksi yang terjadi antar perusahaan dalam hal ini, baik pembeli maupun penjual adalah sebuah perusahaan dan bukan

---

<sup>50</sup> Turban E., King D., Lee J., Warkentin M. And Chung H.M. (2002). *Elektronic Commerce 2002 – A Managerial Perspective* (Second Edition). New York: Prentice Hall.

perorangan. Biasanya transaksi ini dilakukan karena mereka telah saling mengetahui satu sama lain dan transaksi jual beli tersebut dilakukan untuk menjalin kerja sama antara perusahaan itu. Karakteristik dari *business to business* yakni, antara pertukaran yang dilakukan secara berulang-ulang dan berkala dengan format data yang telah disepakati. Server yang digunakan antara kedua sistem tersebut sama dan menggunakan standar yang sama, salah satu pelaku usaha tidak harus menunggu partner mereka yang lain untuk mengirim data.

b. *Business to Consumer*

Transaksi antara perusahaan dengan konsumen/individu. Pada transaksi jenis ini transaksi disebarakan secara umum, dan konsumen berinisiatif melakukan transaksi. Produsen harus siap menerima respon dari konsumen tersebut. Biasanya sistem yang digunakan adalah sistem web karena sistem ini sudah umum dipakai dikalangan masyarakat. Karakteristik dari *business to consumer* adalah terbuka untuk umum, dimana informasi disebarakan secara umum. *Service* yang diberikan yaitu berdasarkan permintaan, konsumen berinisiatif sedangkan produsen harus siap untuk merespon terhadap inisiatif konsumen tersebut.

c. *Business to Business to Consumer*

Pada *e-commerce* tipe ini, perusahaan akan menyediakan produk atau jasa kepada sebuah perusahaan lainnya. Perusahaan lain tersebut kemudia menyediakan produk atau jasa kepada individu yang bertindak sebagai konsumen.

d. *Consumer to Business*

Transaksi yang memungkinkan individu menjual barang kepada perusahaan. Sekelompok besar individu menyediakan layanan jasa atau produk bagi perusahaan

yang mencari produk atau jasa tersebut. Jenis transaksi ini sangat umum dalam proyek dengan dasar multi sumber daya.

e. *Consumer to Consumer*

Transaksi jual beli yang terjadi antar individu dengan individu yang akan saling menjual barang. Segmentasi *consumer to consumer* bersifat lebih khusus karena transaksi dilakukan oleh konsumen ke konsumen yang memerlukan transaksi. Umumnya transaksi ini dilakukan melalui pihak ketiga yang menyediakan platform online untuk melakukan transaksi tersebut.

f. *Mobile Consumer*

Merupakan salah satu tipe *e-commerce* dimana transaksi jual beli dan aktivitas bisnis yang terjadi dilakukan melalui media jaringan tanpa kabel.

g. *Intrabusiness E-Commerce*

Aktivitas bisnis termasuk dalam golongan *intrabusiness e-commerce* antara lain proses pertukaran barang, jasa, dan atau informasi antara unit dan individu yang terdapat pada suatu organisasi atau perusahaan.

h. *Business to Employees*

Merupakan sub dari kategori *intrabusiness e-commerce* dimana perusahaan menyediakan pelayanan, informasi, atau produk pada individu pegawainya.

i. *Collaborative Commerce*

Saat individu atau grup melakukan komunikasi atau berkolaborasi secara online, maka dapat dinyatakan bahwa mereka terlibat dalam *collaborative commerce*.

j. *Non-Business E-Commerce*

Merupakan *e-commerce* yang dilakukan pada organisasi yang tidak berorientasi untuk mendapatkan keuntungan

seperti insitusi akademis, organisasi keagamaan, organisasi sosial, dan lain sebagainya.

k. *E-Goverment*

Merupakan *e-commerce* yang dilakukan oleh pemerintah.



### BAB III

#### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

##### A. Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Secara *Online* Melalui *E-Commerce* (Marketplace Tokopedia)

Tokopedia adalah perusahaan berbasis teknologi terbesar di Indonesia ini memiliki misi mencapai pemerataan ekonomi secara digital. Sejak resmi diluncurkan, PT. Tokopedia berhasil bertransformasi menjadi salah satu perusahaan internet terbesar di Indonesia dengan pertumbuhan sangat pesat. Hingga saat ini, tokopedia termasuk *marketplace* yang paling banyak dikunjungi oleh masyarakat Indonesia. Dengan mengusung model bisnis *marketplace* dan *mall online*, Tokopedia memungkinkan setiap individu, toko kecil dan brand untuk membuka dan mengelola toko *online*. Sejak diluncurkan sampai hingga akhir tahun 2015, layanan dasar Tokopedia yang bisa digunakan oleh semua orang secara gratis. Tokopedia memiliki visi untuk “Membangun Indonesia yang Lebih Baik Lewat Internet”, Tokopedia mempunyai program yang ditujukan untuk mendukung para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan perorangan untuk mengembangkan usaha mereka dengan memasarkan produk secara *online*.

Pada 17 Agustus 2009 Tokopedia secara resmi diluncurkan ke publik dibawah naungan PT. Tokopedia yang didirikan oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison pada 6 Februari 2006. Sejak awal dibangun PT. Tokopedia telah berhasil mendapatkan pendanaan dana dari PT. Indonusa Dwitama pada tahun 2009. Kemudian pada tahun-tahun berikutnya, Tokopedia kembali mendapatkan suntikan dana dari pemodal *ventura global* seperti East Ventures (2010), Cyber Agent Ventures (2011), Netprice (2012), dan Softbank Ventures Korea (2013). Lalu pada tahun berikutnya yaitu tahun 2014, Tokopedia berhasil menjadi perusahaan teknologi pertama di Asia Tenggara yang menerima investasi sebesar 100 USD juta atau sekitar Rp.1,2 triliun dari

Sequoia Capital dan Softbank Internet dan Media Inc (SIMI). Pada April 2016, Tokopedia dikabarkan kembali mendapat investasi sebesar 147 USD juta atau sekitar Rp.1,9 triliun. Tokopedia mendapatkan sekitar 200 dollar dalam jangka waktu dua tahun dari pendanaan dari kedua perusahaan tersebut. Selain itu, Tokopedia juga berhasil mendapatkan penghargaan sebagai aplikasi Indonesia terbaik dari pemilihan pengguna Google Play.

Tokopedia adalah perusahaan internet yang memungkinkan setiap individu dan pemilik bisnis di Indonesia untuk mengembangkan dan mengelola bisnis *online* mereka secara mudah dan gratis, sekaligus memungkinkan pengalaman berbelanja *online* yang nyaman dan aman.

Tokopedia adalah perusahaan teknologi Indonesia yang memiliki misi untuk mencapai pemerataan ekonomi secara digital. Untuk dapat mencapai hal itu, Tokopedia membangun suatu *marketplace* untuk membantu ekonomi di Indonesia. Visi dari dibangunnya PT Tokopedia adalah untuk membangun ekosistem yang membantu setiap orang untuk dapat memulai dan menemukan apapun dengan mudah. Sebagai salah satu *leading marketplace* di Indonesia, Tokopedia telah membantu mendorong jutaan pedagang dan konsumen untuk berpartisipasi dalam pasar elektronik yang telah dibangun.

Agar visi dan misi tersebut dapat tercapai, Tokopedia menerapkan 3 nilai penting yang diterapkan sebagai pedoman. Ketiga nilai tersebut adalah :

- **Focus on Consumer** : menjadikan pengguna sebagai prioritas utama dan selalu berusaha untuk meningkatkan kepuasan pengguna.
- **Growth Mindset** : berusaha untuk selalu mengembangkan diri sendiri dan berani untuk menerima segala tantangan serta masalah yang ada.

- **Make it Happen, Make it Better** : memiliki ownership dan keinginan untuk membangun yang terbaik terhadap seluruh pekerja yang dimiliki.

Tokopedia menyarankan “Mengapa belanja *online* di Tokopedia aman dan nyaman?”. Tokopedia lebih aman karena belanja *online* di Tokopedia itu lebih aman dan bebas penipuan, karena pembayaran baru diteruskan kepada pihak pelaku setelah barang diterima. Lewat fasilitas rekening gratis ini, customer pun bebas dari penipu-penipu *online* dengan identitas tidak jelas. Tokopedia juga banyak pilihan, sebagai mal *online* terbesar di Indonesia, tempat berkumpulnya toko-toko *online* terpercaya di Indonesia. Tanpa perlu macet dan bisa *tracking* keberadaan barang yang telah dibeli secara *online*.

Tokopedia juga menyarankan “Mengapa harus jualan *online* di Tokopedia?”. Di Tokopedia mudah untuk mendapatkan kepercayaan pembeli baru, tidak perlu repot dengan *Cash On Delivery* (COD), pembeli akan merasa aman berbelanja produk berkat fasilitas rekening bersama dari Tokopedia. Tokopedia juga memberikan layanan verifikasi pembayaran otomatis, sehingga pelaku usaha bisa fokus pada perkembangan bisnis *online*, tanpa harus direpotkan dengan verifikasi pembayaran manual yang ribet dan beresiko salah. Verifikasi pembayaran dilakukan otomatis oleh Tokopedia dari semua Bank di Indonesia. Tokopedia juga terhubung ke berbagai logistik, tidak perlu lagi membalas pesan terkait biaya ongkos kirim, Tokopedia kini terhubung ke 6 logistik terbesar Indonesia. Hitung ongkos kirim dan *tracking* pesanan dapat dilakukan secara otomatis dan *real-time*.<sup>51</sup>

---

<sup>51</sup>[www.Tokopedia.com](http://www.Tokopedia.com), diakses pada senin, 22 Agustus 2022, pada jam 23.59

Perkembangan zaman mendorong perilaku masyarakat untuk melakukan perdagangan tidak lagi terbatas oleh tempat, ruang dan waktu. Kekuatan teknologi mampu menciptakan kemudahan produk yang ingin dipasarkan serta transaksi jual beli lebih efisien dan hemat. Sesuai dengan perkembangan zaman modern ini telah tersedia jejaring sosial media *website* untuk melakukan *e-commerce*, dalam memasarkan bisnis atau usaha yang sudah tidak lagi terbatas oleh tempat, usia, dan latar belakang. Selama memiliki gadget yang mendukung dan produk yang ingin dipasarkan, semua hal itu sangatlah mungkin.

Saat ini sudah begitu banyak cara untuk memasarkan bisnis secara *online* dengan mudah dan cepat. Memasarkan bisnis secara online salah satunya adalah melalui media *e-commerce*, situs pemasaran yang belakangan ini sedang tren dan banyak digandrungi oleh masyarakat Indonesia. Di Indonesia sendiri sudah sangat banyak tersedia berbagai situs pemasaran yang terkenal. Masing-masing memiliki kelebihan dan kelemahan yang dapat dipilih sesuai dengan jenis bisnis yang dipasarkan.

Tokopedia merupakan salah satu situs belanja *online* dengan situs [www.tokopedia.com](http://www.tokopedia.com) yang sangat terkenal dikalangan masyarakat Indonesia. Situs yang telah secara resmi diluncurkan pada tanggal 17 Agustus 2009 ini sebagai penyedia jasa toko *online* perusahaan teknologi pertama di Asia Tenggara, yang didirikan oleh anak bangsa yaitu William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison pada 6 Februari 2009 dibawah naungan PT Tokopedia.

Tokopedia suatu perseroan yang menjalankan kegiatan usaha jasa web portal, yakni situs pencarian barang dan toko *online* bagi penjual yang terdaftar. Dengan model *customer to customer marketplace* yaitu menyediakan layanan kepada pengguna untuk menjadi penjual maupun pembeli di *website* tokopedia, dengan

demikian transaksi yang terjadi adalah transaksi antar member tokopedia.

Memahami bahwa batasan tanggungjawab tokopedia secara proporsional adalah sebagai pihak penyedia jasa portal web. Pihak penjual dan pembeli memanfaatkan layanan tokopedia atas resiko pengguna sendiri, layanan tokopedia diberikan kepada pihak penjual dan pembeli sebagaimana yang telah tersedia.<sup>52</sup>

Dalam menjalankan proses perjanjian jual belinya, Tokopedia menjabarkan dalam suatu perjanjian elektronik yang terdapat pada huruf C (Transaksi Pembelian) dan D (Transaksi Penjualan) yang menjabarkan bagaimana sistem perjanjian jual beli dilaksanakan oleh sistem elektronik di Tokopedia yang dapat diakses di [tokopedia.com/terms](http://tokopedia.com/terms).

Apabila terjadi perselisihan antara penjual dan pembeli, PT Tokopedia tidak bertanggungjawab atas kerusakan dan kerugian yang diakibatkan dari transaksi jual beli. Dengan demikian pengguna dengan sengaja melepaskan segala perlindungan hukum (yang terdapat dalam undang-undang atau peraturan hukum yang lain) yang akan membatasi cakupan ketentuan pelepasan ini. Syarat dan ketentuan yang dibuat sepihak oleh PT Tokopedia beranggapan bahwa pihak penjual dan pembeli dianggap membaca syarat dan ketentuan, walaupun aturan-aturan mengalami perubahan mengikuti perkembangan.

PT Tokopedia adalah penyelenggara sertifikat elektronik, seperti yang dijelaskan pada Pasal 1 ayat (9) UU ITE yaitu “sertifikat yang bersifat elektronik dengan memuat tanda tangan elektronik dan identitas yang menunjukkan status subjek hukum para pihak dalam transaksi elektronik yang dikelarkan oleh penyelenggara sertifikat elektronik”, atas dasar tersebut seharusnya PT Tokopedia dapat memberikan perlindungan konsumen karena berhak menikmati,

---

<sup>52</sup> [www.tokopedia.com](http://www.tokopedia.com) diakses pada tanggal 24 Agustus 2022

mendapatkan perlindungan hukum, serta kenyamanan dan keamanan dalam penggunaan layanan yang diberikan oleh PT Tokopedia.

### **B. Mekanisme penyelesaian sengketa wanprestasi yang terjadi dalam Perjanjian Jual Beli Secara *Online* Melalui *E-Commerce* (Marketplace Tokopedia)**

Mengenai perlindungan konsumen dalam perjanjian jual beli di tokopedia sebagai rumusan masalah, peran PT Tokopedia untuk memberikan jaminan kenyamanan dan keamanan transaksi belum adalah wajib karena tujuan dari adanya perlindungan konsumen untuk mengatur dan melindungi hak konsumen.

Secara garis besar literatur penyelesaian Tokopedia dibagi menjadi dua bagian yaitu secara mediasi dan negosiasi yang dilakukan secara virtual atau daring, hal-hal ini diambil untuk menyederhanakan penyelesaian sengketa yang terjadi di Tokopedia. Alasan diambilnya mekanisme penyelesaian sengketa secara virtual dikarenakan efisiensi pengeluaran dana atau biaya berlebih dalam penyelesaian sengketa atau dengan kata lain **menghemat biaya**. Secara logis hal ini diambil karena banyak barang yang berharga murah jika dilakukan sengketa secara langsung maka biaya barang justru tidak sebanding dengan mekanisme penyelesaian sengketa secara langsung.

Mekanisme negosiasi dalam penyelesaian sengketa adalah mekanismen yang difasilitasi oleh tokopedia untuk negosiasi. Negosiasi dalam hal ini adalah mempertemukan penjual dan pembeli dalam satu forum virtual yang keduanya diperkenankan untuk saling bernegosiasi mencari jalan keluar atas barang yang rusak ataupun tidak sesuai. Negosiasi yang dilakukan berupa penyertaan bukti, penyertaan resi dan kemauan masing-masing pihak dalam negosiasi tersebut. Apabila telah ditemukan atau disepakati oleh masing-masing pihak dalam penyelesaian masalah barang tersebut maka perjalanan dari

kesepakatan tersebut harus dilakukan paling maksimal 2 hari setelah disepakati.

Mediasi dalam penyelesaian sengketa secara *online (Online Dispute Resolution)* adalah ketika masing-masing pihak penjual ataupun pembeli dalam langkah negosiasinya tidak menemui jalan keluar maka pihak Tokopedia masuk sebagai pihak penengah dalam penyelesaian masalah. Tokopedia sebagai pihak ketiga yang masuk dalam menangani permasalahan tersebut dapat meminta keterangan pihak lainnya seperti kurir, ataupun pihak jasa ekspedisi lainnya yang dapat dimintai keterangan atas kasus tersebut.

Putusan dalam penyelesaian masalah melalui pihak penengah dapat memberikan keputusan yang tidak dapat diganggu gugat oleh pihak penjual ataupun pembeli. Putusan tokopedia bersifat mutlak meskipun sifatnya mutlak tetapi dalam penjalananya Tokopedia tetap memberikan kesempatan ketika pihak yang merasa dirugikan ingin menempuh jalur penyelesaian sengketa lain, yaitu melalui Arbitrase yang telah ditentukan yaitu Badan Arbitrase Nasional Indonesia (BANI).

Badan Arbitrase Nasional Indonesia sebagai mekanisme penyelesaian lanjutan ketika tidak terjadi sepemahaman putusan yang dijatuhkan Tokopedia merupakan lembaga yang dipilih dikarenakan sifatnya yang tertutup dan dianggap dapat menjaga kerahasiaan dan efisiensi waktu. Namun sampai saat ini belum ada yang mengambil mekanisme hingga masuk jalur Badan Arbitrase Nasional Indonesia, hal-hal ini Tokopedia menganggap konsumen Indonesia masih bersifat prmisif atau tidak peduli.

Batasan dalam pertanggungjawaban yang dilakukan Tokopedia adalah untuk melindungi hak-hak dari konsumen maupun pelaku usaha, ketika salah satu pihak ternyata berbuat curang maka secara otomatis pihak Tokopedia akan secara sepihak menyatakan pihak yang tidak berbuat curang sebagai pemenang dalam sengketa tersebut dan pihak

yang berbuat curang akan dilakukan pemblokiran atas akun yang dibuat.<sup>53</sup>

PT Tokopedia memberikan penyelesaian hukum apabila mengalami kendala dalam bertransaksi, sebagai perwujudan perlindungan hukum yang diberikan oleh PT Tokopedia setelah terjadi permasalahan. Pusat Resolusi adalah fitur yang disediakan oleh tokopedia untuk memfasilitasi penyelesaian masalah transaksi antara penjual dan pembeli, fitur ini akan secara otomatis menahan uang pembayaran sampai dengan permasalahan yang dilaporkan selesai; Penyelesaian melalui pusat resolusi dapat berupa solusi yang dihasilkan berdasarkan kesepakatan bersama antara penjual dan pembeli; PT Tokopedia berwenang untuk mengambil keputusan atas permasalahan tersebut dengan melihat bukti-bukti yang ada.

PT Tokopedia berwenang untuk melakukan mediasi dan/atau mengambil keputusan untuk penyelesaian masalah di dalam diskusi pusat resolusi; Atas keputusan mediasi, penjual dan pembeli berhak untuk melakukan banding, dengan syarat bahwa pihak yang mengajukan upaya banding harus mengajukan bukti baru di luar bukti-bukti sebelumnya; Penjual dan pembeli dengan ini menyetujui bahwa keputusan PT Tokopedia atas upaya banding adalah keputusan akhir; Apabila penjual dan pembeli sepakat maka dapat dimintai pengiriman pemenuhan kewajiban berupa barang ataupun uang, maksimal 3 (tiga) hari kerja setelah PT Tokopedia meminta permintaan bukti transaksi.

Penjual dan pembeli wajib menyetujui bahwa keputusan Tokopedia atas upaya banding adalah keputusan akhir yang tidak dapat diganggu gugat dan mengikat pihak penjual dan pembeli untuk memenuhi hal tersebut, dalam hal ini pengguna Tokopedia harus memahami bahwa pusat resolusi tidak berlaku untuk produk pakaian dalam bekas, kendala yang berkaitan dengan rasa, aroma atau tekstur

---

<sup>53</sup> Hasil Wawancara Cindy Stefani sebagai *Customer Service* Tokopedia, tanggal 5 Juli 2022, jam 09.00

produk dan semua produk dalam daftar jenis barang yang dilarang diperjual-belikan di Tokopedia seperti syarat dan ketentuan yang sudah ditetapkan oleh pihak Tokopedia.

Seluruh proses pengembalian barang dikarenakan kerusakan atau ketidaksesuaian yang mengakibatkan dirugikannya pembeli maka biaya pengiriman barang ditanggung berdasarkan kesepakatan para pihak. Kesepakatan para pihak didapatkan berdasarkan hasil diskusi pada platform resolusi yang telah disediakan oleh Tokopedia sehingga hasil diskusi menentukan pihak mana yang akan menanggung biaya kirim. Pihak pembeli dan pihak penjual bisa saling menanggung salah satu pihak ataupun keduanya berdasarkan tanggung renteng untuk menanggung biaya kirim untuk ketidaksesuaian barang yang dibeli.<sup>54</sup>

Mekanisme penyelesaian sengketa secara virtual atau online di atas mempertimbangkan asas keadilan, dan kesetaraan dalam hak dan kewajiban masing-masing pihak. Sehingga dalam penyelesaian sengketa ini Tokopedia dianggap turut serta bertanggungjawab dalam setiap hal yang terjadi diperistiwa hukum jual beli yang ada di Tokopedia. Pertanggungjawaban yang dilakukan Tokopedia dilakukan secara mutlak sebagai pihak ketiga yang terkait dalam peristiwa tersebut, hal ini dilakukan dalam rangka melindungi hak-hak konsumen dan pelaku usaha.<sup>55</sup>

### **Pertanggungjawaban Hukum Tokopedia Terhadap Konsumen Apabila Terjadi Kasus Wanprestasi**

Dapat diketahui di dalam setiap pekerjaan timbal balik selalu ada 2 (dua) macam subjek hukum, masing-masing subjek hukum tersebut mempunyai hak dan kewajiban dalam melaksanakan perjanjian yang mereka sepakati. Apabila salah satu pihak tidak melaksanakan kewajiban yang diperjanjikan, maka pihak tersebut melakukan

---

<sup>54</sup> Hasil Wawancara Saiful Amri sebagai *Customer Service*, tanggal 5 Juli 2022, jam 09.00

<sup>55</sup> Hasil Wawancara Saiful Amri sebagai *Customer Service*, tanggal 5 Juli 2022, jam 09.00

wanprestasi, yang artinya tidak memenuhi prestasi yang diperjanjikan dalam perjanjian.<sup>56</sup> Wanprestasi diatur di dalam Pasal 1238 KUHPerdara yang menyatakan bahwa: “Si berutang adalah lalai, dinyatakan lalai, atau demi perikatannya sendiri, ialah jika ini menetapkan, bahwa si berutang harus dianggap lalai dengan lewatnya waktu yang telah ditentukan.”<sup>57</sup>

Jual Beli online merupakan hubungan hukum yang mirip dengan hubungan jual beli konvensional namun dalam jual beli online yang terbentuk hubungannya secara virtual, sebagai contoh jual beli tradisional hubungannya hanya berdasarkan hukum perdata namun jual beli online memasuki dalam hubungan hukum yang lebih dalam yaitu berdasarkan kontrak yang dibuat secara virtual. Hubungan hukum secara virtual berdasarkan undang-undang nomor 19 tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, segala bentuk pertanggungjawaban secara elektronik ditanggung oleh pihak yang tidak mampu melaksanakan kewajiban secara benar.<sup>58</sup>

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik pasal 12 setiap peristiwa hukum yang dilakukan di dunia virtual atau elektronik layaknya jual beli secara online maka yang terbentuk didalamnya berdasarkan perjanjian yang telah disepakati oleh kedua belah pihak “Tanda tangan dalam bentuk elektronik merupakan suatu kesepakatan yang sah dan mengikat bagi kedua belah pihak, yang selayaknya perjanjian yang berlaku dinyatakan” dalam ketentuan ini mengatur kontrak dalam jual beli secara online. Tokopedia memiliki syarat dan perjanjian dengan cara pemberian tanda centang oleh pihak konsumen maupun pihak pelaku

---

<sup>56</sup> Subekti, *Hukum Perjanjian*, PT. Intermasa, Jakarta, 2002, hlm. 45.

<sup>57</sup> Subekti dan Tjitrosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, PT. Pradnya Paramita, Jakarta, 2008, hlm. 338.

<sup>58</sup> Glenn Biondi, *Analisis Yuridis Keabsahan Kesepakatan Melalui Surat Elektronik Berdasarkan Hukum Indonesia*, Jakarta: Jurnal Media Neliti, 2014, hlm. 4.

usaha, pemberian tanda centang tersebut merupakan tanda bentuk kesepakatan yang diberikan oleh masing-masing pihak.<sup>59</sup>

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik Pasal 25 ayat (2) menjelaskan bahwa “Perdagangan melalui sistem elektronik harus menjunjung tinggi perlindungan terhadap konsumen dengan cara melakukan penawaran dan penerimaan secara elektronik dan memiliki sistem pengaduan dan sengketa perdagangan yang berguna untuk menjamin perlindungan bagi konsumen.” Pelaku usaha wajib melindungi hak-hak konsumen sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019 Tentang Perlindungan Konsumen. Dalam rangka menjamin perlindungan konsumen maka Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 mewajibkan pelaku usaha untuk memiliki layanan pengaduan konsumen yang mekanismenya mencakup :

1. Setiap pelaku usaha diwajibkan memiliki nomor dan kontak pengaduan.
2. Setiap pelaku usaha memiliki prosedur pengaduan.
3. Setiap pelaku usaha memiliki mekanisme tindak lanjut pengaduan.
4. Petugas yang kompeten memiliki keahlian dalam penanganan sengketa konsumen.
5. Setiap sengketa harus memiliki jangka waktu dalam proses penyelesaian pengaduan.

Tokopedia dalam permasalahan ini telah memiliki seluruh komponen yang telah disebutkan di atas. Hukum Perdata pada dasarnya mengatur tentang perjanjian dalam pasal 1313 yang menjelaskan “Perjanjian adalah kesepakatan yang mengikat bagi kedua belah pihak” hal ini menjadi aturan dasar bagi penyelenggaraan sistem perdagangan melalui elektronik. Maka dari itu dengan penyentuhan tombol centang dalam platform Tokopedia hal tersebut merupakan sebuah kesepakatan yang dibuat oleh masing-masing pihak, dalam

---

<sup>59</sup> Rosa Agustia, *Kontrak Elektronik dalam Sistem Hukum Indonesia*, Jakarta: Gloria Juris, 2008, hlm. 10.

permasalahan ini kedua belah pihak telah melakukan persetujuan dengan penyentuhan tombol centang sebelum masuk kedalam platform, yang membuat perjanjian tersebut mengikat bagi kedua belah pihak.<sup>60</sup>

Dilihat dari beberapa ketentuan di atas secara spesifik perjanjian yang telah disepakati oleh konsumen dan pelaku usaha di Tokopedia merupakan perjanjian yang dibuat secara elektronik, dalam perjanjian ini diatur secara spesifik dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 yang menjelaskan bahwa “Perjanjian elektronik adalah perjanjian yang disepakati oleh para pihak melalui mekanisme elektronik”. Namun pada prinsipnya tetap sama dalam penggunaan ketentuan-ketentuan dasar dalam hukum perdata.<sup>61</sup>

Penggunaan hukum pidana sebagai bentuk penegahan dan penanggulangan kejahatan siber sangat relevan mengingat bahaya-bahaya dan kerugian yang dapat timbul dari resiko meningkatnya perkembangan teknologi informasi.<sup>62</sup> Merujuk kembali tentang bagaimana mekanisme penyelesaian wanprestasi dalam transaksi *e-commerce*, yang mana ini terkait dengan marketplace Tokopedia.

Sebagai contoh kasus nyata yang terjadi di platform Tokopedia, dimana dalam kasus ini seorang konsumen membeli sebuah radio yang berada di salah satu toko yang ada di Tokopedia, ia membeli sebuah radio dengan merek Asatron R1051USB (4 band) dengan harga Rp.150.000 dan ongkos kirim yang dia bayar sebesar Rp.10.000, total pembayaran dalam pembelian tersebut sebesar Rp. 160.000, setelah pembayaran selesai lalu penjual mengirim barang tersebut dengan jangka pengiriman barang selama 3 hari masa kerjamelalui jasa ekspedisi JNE. Setelah barang diterima dan dibuka ternyata barang tersebut tidak sesuai dengan barang yang dipesannya. Barang yang dikirim adalah radio dengan merek Mitsuyama sedangkan yang dipesan oleh konsumen adalah merek Asatron, sekilas kedua radio tersebut hampir sama dan memiliki

---

<sup>60</sup> Subekti, *Aneka Perjanjian*, Bandung: Citra Aditra Bakti, 1995, hlm. 3.

<sup>61</sup> Cita Yustisia, *Transaksi Elektronik*, Jakarta: Gramedia Pustaka, 2019, hlm. 99.

<sup>62</sup> Roy Eka Perkasa, *Perlindungan Hukum Pidana Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual/Beli Online (E-Commerce) Di Indonesia*, Diponegoro Law Jurnal, Volume 5, Nomor 4, Tahun 2016, hlm. 6.

spesifikasi barang yang sama dari warna dan bentuk radionya sama akan tetapi merek yang berbeda, jika dibandingkan harga dengan lapak lain barang yang dikirim oleh penjual haranya 30% lebih murah.

Lalu konsumen melaporkan hal tersebut kepada Tokopedia melalui fitur Resolusi untuk bernegosiasi kepada pihak penjual akan barang yang dikirim tidak sesuai dengan barang yang dipesan. Solusi pertama dari pihak penjual hanya mengembalikan sebagian dana yang sudah dibayarkan oleh pembeli, akan tetapi pembeli menolak hal tersebut, pembeli tetap meminta agar pihak penjual mengirim barang yang sesuai dengan yang dipesan atau jika barang tidak bisa ditukar, pembeli meminta pengembalian keseluruhan dana dan meretur barang tersebut setelah ongkos kirimnya dibayarkan oleh pihak penjual.

Pembeli menyampaikan solusi yang telah disepakati oleh pelaku usaha kepada pihak Tokopedia, pihak Tokopedia pun bahwasanya dana yang dikirimkan oleh pembeli belum diserahkan kepada pelaku usaha, karena Tokopedia memiliki sistem jika barang tidak sesuai atau barang yang dikirim belum sampai pada konsumen maka dana pembelian tersebut belum dikirimkan ke pihak penjual.

Berdasarkan beberapa contoh kasus yang terjadi, pada umumnya konsumen menggunakan upaya non litigasi untuk menyelesaikan. Dimana didasarkan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, diatur khususnya dalam BAB VI mulai dari Pasal 19 sampai dengan Pasal 28, memperhatikan substansi Pasal 19 ayat (1) Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Hal-hal tersebut sesungguhnya merupakan hal yang masih menjadi tanggungjawab pelaku usaha. Dimana tanggungjawab pelaku usaha meliputi:

- a. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan
- b. Tanggung jawab ganti kerugian atas penemuan
- c. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian konsumen

Tanggungjawab yang dibebankan kepada pelaku usaha tersebut dapat menjadi dasar konsumen untuk mempertahankan hak-hak konsumen yang

dilanggar ataupun terjadi wanprestasi dalam suatu perjanjian jual beli biasa maupun secara online. Sehingga konsumen dapat melakukan upaya hukum, untuk mencegah sengketa tersebut terjadi dan untuk memberikan efek jera kepada penjual yang tidak beritikad baik.

Dalam pembuatan keputusan Tokopedia biasanya yang dilakukan adalah, Pengembalian barang dan uang yang telah dibayarkan, Pengembalian barang beserta penggantian uang, penggantian barang atau penggantian barang dan pembayaran ganti rugi oleh pihak pelaku usaha. Konsep pertanggungjawaban model ini adalah pengejawantahan undang-undang nomor 19 tahun 2016 yang menjelaskan bahwa setiap kerugian yang diterima oleh konsumen atas dasar kesalahan pelaku usaha harus diterima oleh pelaku usaha dan dilakukan penggantian atas hal tersebut.

Menurut teori perlindungan hukum, Perlindungan hukum merupakan suatu konsep melindungi subjek hukum dengan menutup kepentingan hukum dari pihak lainya, dengan konsep dasar ini merupakan kewajiban dari negara untuk melindungi hak-hak hukum dari warga negaranya. Hukum bertujuan untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai kepentingan dalam masyarakat karena dalam suatu lalu lintas kepentingan, perlindungan hukum terhadap kepentingan tertentu hanya dapat dilakukan dan dibatasi dengan kepentingan pihak lain.<sup>63</sup>

Menurut berlakunya perlindungan hukum, dalam perjanjian maka hukum perdata berfungsi untuk memulihkan hak dengan membayar kompensasi atau ganti kerugian, proses perlindungan hukum secara keperdataan adalah konsep pengembalian hak seperti saat sebelumnya saat belum terjadinya perbuatan melanggar perjanjian. Perlindungan model ini merupakan perlindungan hukum yang bersifat represif yang bersifat untuk menyelesaikan sengketa.<sup>64</sup> Penanganan perlindungan hukum melalui jalur pengadilan ataupun diluar pengadilan, prinsip ini bertumpu pada kemampuan

---

<sup>63</sup> Syamsul Arifin, *Pengantar Hukum Indonesia*, (Medan: Medan Area University press, 2012), hlm. 5.

<sup>64</sup> Lili Rasjidi, *Hukum Sebagai Suatu Sistem*, (Bandung : Remaja Rusdakarya, 1993), hlm.118.

penyedia platform dalam jual-beli secara elektronik, karena perlindungan hukum secara represif hanya dapat dilakukan oleh pihak-pihak yang memiliki otoritas dalam sebuah platform, sehingga admin Tokopedia merupakan ujung tombak dari tegaknya perlindungan hukum dihadirkan dalam mekanisme penyelesaian Tokopedia.

Pertanggungjawaban atas kesalahan dalam platform Tokopedia dalam kasus ini adalah pertanggungjawaban mutlak yang harus dibebankan kepada pelaku usaha, karena seluruh kewenangan dari suatu barang ada pada dirinya dan sebelum sampai ketangan konsumen hal tersebut merupakan masih bagian dari pertanggungjawabannya. Tanggungjawab dalam kamus hukum dapat diistilahkan sebagai liability yang menimbulkan responsibility, liability menunjuk pada pertanggungjawaban yang tanggung gugat akibat kesalahan yang dilakukan oleh subjek hukum, sedangkan responsibility adalah pertanggungjawaban berdasarkan moral.

Sebagai contoh adalah kasus kesalahan yang dibuat oleh pelaku usaha di Tokopedia yang salah dalam mengirimkan merek sebuah radio, sehingga pertanggungjawaban secara keperdataan harus dipikul oleh pelaku usaha tersebut. Penyelenggaraan sebuah transaksi elektronik merupakan suatu peristiwa hukum yang dirajut melalui perjanjian yang dibuat secara elektronik, sehingga tiap-tiap subjek hukum memiliki hak dan kewajiban yang harus dipikul oleh masing-masing pihak. Namun kesalahan dibuat oleh pelaku usaha yaitu secara tidak sengaja mengirimkan barang diluar kesepakatan, hal ini merupakan salah satu bentuk wanprestasi sehingga pihak pelaku usaha harus mempertanggungjawabkan hal-hal yang telah dilakukannya tersebut.

Secara nyata konsumen juga berhak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan atau pengantian, apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai sebagai mana menstinya. Dalam ketentuan Undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pasal 4 poin 8 sebagai konsumen yang haknya dilanggar oleh pelaku usaha, konsumen tersebut tidak mendapatkan pengantian barang ataupun jasa yang diterima oleh konsumen padahal barang tersebut tidak sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati

oleh kedua belah pihak. Mengapa konsumen diberikan hak yang begitu timpang daripada pelaku usaha, hal ini diakibatkan konsumen telah dibebankan kewajiban untuk membayar sesuai dengan nilai tukar yang telah disepakati, hal inilah yang membuat pembebanan hak yang sebagaimana mestinya kepada konsumen untuk mendapatkan hal yang telah diperjanjikan.<sup>65</sup>

Upaya hukum yang dapat dilakukan bila terjadi wanprestasi jika didasarkan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, karena ada hakikatnya pembeli itu merupakan konsumen yang diberikan perlindungan hukum. Secara garis besar upaya hukum yang dapat ditempuh dalam penyelesaian sengketa menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu:

1. Litigasi

Pada Pasal 45 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur mengenai penyelesaian sengketa konsumen melalui peradilan. Pasal 45 berbunyi :

- 1) “Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.”
- 2) “Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.”

Kasus wanprestasi yang diselesaikan melalui jalur litigasi atau melalui pengadilan kebanyakan merupakan kasus jual beli yang dilakukan secara langsung atau dengan kata lain mempertemukan penjual dan pembeli.

2. Non Litigasi

Untuk penyelesaian melalui jalur non litigasi yang didasarkan pada UU Perlindungan Konsumen. Dilakukan melalui Badan Penyelesaian

---

<sup>65</sup> Adery Winter, *Perlindungan Hak-hak Konsumen Terhadap penggunaan Produk Provider Telekomunikasi Di Indonesia*”, (Manado: Jurnal FH Samratulangi, 2013), hlm.54.

Sengketa Konsumen (BPSK). Dimana melalui badan tersebut para pihak diberi kebebasan untuk menyelesaikan sengketa melalui cara apa saja (contohnya : konsiliasi, mediasi, dan arbitrase). Kasus penyelesaian yang diselesaikan melalui non litigasi atau yang dalam hal ini melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sebagai contohnya yaitu kebanyakan transaksi-transaksi jual beli *e-commere*. Hal ini dikarenakan BPSK merupakan alternatif bagi konsumen yang mengalami kerugian atas transaksi jual beli transaksi yang nilainya kecil.

Kedua cara tersebut merupakan bagian-bagian dari mekanisme untuk melakukan penyelesaian jika terjadi wanprestasi dalam perjanjian jual melalui *e-commerce*.



## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. Dalam menjalankan proses perjanjian jual belinya, Tokopedia menjabarkan dalam suatu perjanjian elektronik yang terdapat pada huruf C (Transaksi Pembelian) dan D (Transaksi Penjualan) yang menjabarkan bagaimana sistem perjanjian jual beli dilaksanakan oleh sistem elektronik di Tokopedia yang dapat diakses di [tokopedia.com/terms](http://tokopedia.com/terms). Memahami bahwa batasan tanggungjawab tokopedia secara proporsional adalah sebagai pihak penyedia jasa portal web. Pihak penjual dan pembeli memanfaatkan layanan tokopedia atas resiko pengguna sendiri, layanan tokopedia diberikan kepada pihak penjual dan pembeli sebagaimana yang telah tersedia.
2. Mekanisme penyelesaiannya melalui beberapa tahap yang pertama negosiasi yang mana dalam hal ini mempertemukan penjual dan pembeli dalam satu forum virtual yang keduanya diperkenankan untuk saling bernegosiasi untuk menemukan jalan keluar. Kedua mediasi ketika dalam langkah negosiasinya tidak menemui jalan keluar maka pihak Tokopedia masuk sebagai pihak penengah dalam penyelesaian masalah. Putusan Tokopedia bersifat mutlak meskipun sifatnya mutlak tetapi dalam Tokopedia tetap memberikan mekanisme ketika pihak yang merasa dirugikan ingin menempuh jalur penyelesaian sengketa lain, yaitu melalui Arbitrase yang telah ditentukan yaitu Badan Arbitrase Nasional Indonesia (BANI). Batasan dalam pertanggungjawaban yang dilakukan Tokopedia adalah untuk melindungi hak-hak dari konsumen maupun pelaku usaha, ketika salah satu pihak ternyata berbuat curang maka pihak Tokopedia secara sepihak melakukan pemblokiran atas akun yang dibuat.

Mekanisme hukum yang dapat dilakukan bila terjadi wanprestasi didasarkan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, yaitu :

a. Litigasi

Pada Pasal 45 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur mengenai penyelesaian sengketa konsumen melalui peradilan. Kasus wanprestasi yang diselesaikan melalui jalur litigasi atau melalui pengadilan kebanyakan merupakan kasus jual beli yang dilakukan secara langsung atau dengan kata lain mempertemukan penjual dan pembeli.

b. Non Litigasi

Untuk penyelesaian melalui jalur non litigasi yang didasarkan pada UU Perlindungan Konsumen. Dilakukan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Dimana melalui badan tersebut para pihak diberi kebebasan untuk menyelesaikan sengketa melalui cara apa saja (contohnya : konsiliasi, mediasi, dan arbitrase).

**B. Saran**

1. Bagi Pemerintah untuk memberikan arahan kepada pemilik toko online (pelaku usaha) ataupun pembeli. Meskipun perjanjian transaksi jual beli melalui internet yang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang informasi dan transaksi elektronik tentang keabsahan perjanjian jual beli tersebut. Pemerintah perlu melakukan adanya sosialisasi agar masyarakat dapat melaksanakan transaksi *e-commerce* ini sesuai dengan aturan-aturan yang berlaku dan juga agar terdapat persamaan persepsi, sehingga tidak terdapat kendala dalam penerapannya.
2. Bagi Pelaku Konsumen dimana apabila melakukan pembelian secara online dapat lebih berhati-hati dalam memilih toko atau

penjual yang akan dibeli, dengan cara memastikan terlebih dahulu toko atau penjual dapat dipercaya atau tidak.

3. Bagi Pelaku Usaha supaya dapat lebih diperaya atau amanah dalam melakukan proses penjualan, supaya tidak merugikan orang lain, dan penjualan bisa berjalan dengan baik.



## DAFTAR PUSTAKA

### A. Al Qur'an

Al Qur'an dan terjemahannya

### B. Buku

Agus Yudha Hernako, *Hukum Perjanjian (Asas Proporsionalitas Dalam kontrak Perjanjian)*, (Jakarta, Kencana Prenadamedia Group, 2010).

Moore, R. 2005 "*Cyber Crime: Investigating High-Technology Computer Crime,*" Cleveland, Mississippi: Anderson Publishing.

Dedi Herianto, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumeren (Terhadap Periklanan yang Menyesatkan)*, Gahlia Indonesia, Bogor, 2010.

Mardani, *Hukum Syariah di Indonesia*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2011).

Sunarto Zulkifli, *Dasar-Dasar Akuntansi Perbankan Syariah*, 2003.

Shahab Abdullah, 1998. *Teori dan Problem Accounting Principles*, Edisi ke-12, Bandung: SAS.

Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia Press, 2005.

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002).

Ridwan Khairandy, *Hukum Kontrak Indonesia : dalam Perspektif Perbandingan (Bagian Pertama)*, Ctk. 1, FH UII Press, Yogyakarta, 2013.

J. Satrio, *Hukum Perikatan, Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian*, Cetakan Kedua (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001), hlm. 3. Sudikno, *Ilmu Hukum*, Penerbit Liberty, Yogyakarta, 2008.

Moch Isnaeni, *Hukum Perjanjian : Prinsip Hukum Kontrak Pengadaan Barang dan Jasa oleh Pemerintah*, Laksbang Press Indo, Yogyakarta, 2009.

- Agus Yudha Hernoko, *Hukum Perjanjian, Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*, (Yogyakarta: LaksBang Mediatama, 2008), hal. 11. Periksa juga J.H. Niewenhuis dalam bukunya *Hoofstukken Verbintennissenrecht*, kluwer-Deventer, 1976 yang menggunakan istilah “contract” dalam beberapa tulisannya.
- Mohd. Syafufii Syamsuddin, *Perjanjian-Perjanjian dalam Hubungan Industrial*, Sarana Bhkati Persada, Jakarta, 2005.
- Putra Jaya, *Politik Hukum*, Undip Press, Semarang, 2007.
- R. Subekti, *Hukum Perjanjian*, Internasa, Jakarta, 1979.
- Oliver Wandell Holmes Jr, *The Path of The Law*, The Floating Press Limited, Auckland, New Zealand, 2009.
- R. Subekti dan R. Tjirosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, PT Pradnya Paramita, Jakarta, 2009.
- M. Yahya Harahap, *Segi-segi Hukum Perjanjian*, Bandung :Alumni, 1986.
- Abdul Rahman Ghazali, *Fiqh Muamalat*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2012.
- Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perdata Indonesia*, (Bandung : PT Citra Aditya Bakti, 2010).
- Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010).
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2011).
- Aulia Muthiah, *Hukum Perlindungan Konsumen Dimensi Hukum Prositif dan Ekonomi Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2018).
- Vicky F. Taroreh, 2014, “*Kajian Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Pangan Kadaluarsa*”, Vol.2, No.2, hlm.100.
- Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum* (Jakarta : UI Press, 1984).

- Soetiono, *Rule Of Supremasi Hukum* (Surakarta : Magister Ilmu Hukum Pasca Sarjana Universitas Sebelas Maret, 2004).
- Onno w Purbo dan Anang Arief Wahyudi, *Mengenal e-Commerce* (Jakarta: Alex Media computendo, 2003).
- Jony Wong, *Internet Marketing for the Beginer*, (Jakarta: Kompas Gramedia, 2010).
- Sutan Remi Sjahdeini, *E-Commerce Tinjauan dari Perspektif Hukum dalam Kompilasi Hukum Perikatan*, (Bandung : PT Citra Aditya Bakti, 2001).
- M. Suyanto, *Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia* (Andi Offcet, Yogyakarta).
- Syukri Iskak, *Sistem Perbankan Di Indonesia Dalam Perspektif Fikih Ekonomi*, (Yogyakarta: Fajar Media Press, 2012), hlm. 167-168.
- Mradnai, *Fiqih Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Prenada Media, 2012).
- Turban E., King D., Lee J., Warkentin M. And Chung H.M. (2002). *Elektronic Commerce 2002 – A Managerial Perspective* (Second Edition). New York: Prentice Hall.
- Subekti, *Hukum Perjanjian*, PT. Intermedia, Jakarta, 2002, hlm. 45.
- Subekti dan Tjitrosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, PT. Pradnya Paramita, Jakarta, 2008.
- Glenn Biondi, *Analisis Yuridis Keabsahan Kesepakatan Melalui Surat Eelektronik Berdasarkan Hukum Indonesia*, Jakarta: Jurnal Media Neliti, 2014.
- Rosa Agustia, *Kontrak Elektronik dalam Sistem Hukum Indonesia*, Jakarta: Gloria Juris, 2008.
- Subekti, *Aneka Perjanjian*, Bandung: Citra Aditra Bakti, 1995, hlm. 3.
- Cita Yustisia, *Transaksi Elektronik*, Jakarta: Gramedia Pustaka, 2019.
- Syamsul Arifin, *Penghantar Hukum Indonesia*, (Medan: Medan Area University press, 2012).
- Lili Rasjidi, *Hukum Sebagai Suatu Sistem*, (Bandung : Remaja Rusdakarya, 1993).

Adery Winter, *Perlindungan Hak-hak Konsumen Terhadap penggunaan Produk Provider Telekomunikasi Di Indonesia*”, (Manado: Jurnal FH Samratulangi, 2013).

### C. Jurnal

Shabur Miftah Maulana, Heru Susilo, Riyadi, *Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 29 No. 1, Desember 2015.

Roy Eka Perkasa, *Perlindungan Hukum Pidana Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual/Beli Online (E-Commerce) Di Indonesia*, Diponegoro Law Jurnal, Volume 5, Nomor 4, Tahun 2016.

Retno Prabandari, *Jenis-Jenis Perjanjian Sebagai Dasar Hukum dalam Pengalihan Hak Guna Bangunan Objek Hak Tanggungan*, terdapat dalam [http://eprints.undip.ac.id/18808/1/RETNO\\_PRABANDARI.pdf](http://eprints.undip.ac.id/18808/1/RETNO_PRABANDARI.pdf).

### D. Perundang-Undangan

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Pasal 1 butir 2

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

### E. Internet

Romeltea, *Pengertian Online atau Daring*, diakses dari <https://romeltea.com/pengertian-online-atau-daring/>, pada tanggal 4 Januari 2022, pukul 09.00

[www.Tokopedia.com](http://www.Tokopedia.com), diakses pada senin, 22 Agustus 2022, pada jam 23.59