

PROBLEMATIKA PERJANJIAN JUAL-BELI ONLINE MELALUI MEDIA SOSIAL

(Studi pada Pedagang Pakaian di Beteng Trade Center Surakarta)

Rosyta Zulfa Wibowo

E-mail: rosytazulfa@gmail.com

Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret

Munawar Kholil

E-mail: munawar.kholil@gmail.com

Dosen Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret

Article Information

Keywords: *Online Buy and Sell Agreement; Social Media, Law Problems.*

Kata Kunci: Perjanjian Jual Beli Online; Media Sosial, Permasalahan Hukum.

Abstract

This article aims to examine the legal issues in the implementation of online sale and purchase agreements through social media by clothing traders at Beteng Trade Center Surakarta and solutions to problems in implementing online sale and purchase agreements through social media. This research is a descriptive empirical law research, using secondary data types in the form of primary legal materials and secondary legal materials. Data collection techniques by interview and literature study. The analysis technique is deductive with the syllogism method. Law problems that arise in the form of violations of the law, online sale and purchase agreements through social media made by clothing traders at Beteng Trade Center Surakarta with consumers too simple, low consumer protection, weak law enforcement in handling cases in the implementation of online sale and purchase agreements. The solution to the problems in the implementation of the online purchase agreement is in the form of preventive, repressive and curative measures.

Abstrak

Artikel ini bertujuan mengkaji permasalahan hukum dalam pelaksanaan perjanjian jual beli online melalui media sosial oleh pedagang pakaian di Beteng Trade Center Surakarta dan solusi atas permasalahan dalam pelaksanaan perjanjian jual beli online melalui media sosial. Penelitian ini adalah penelitian hukum empiris bersifat deskriptif, menggunakan jenis data sekunder berupa bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Teknik pengumpulan data secara wawancara dan studi kepustakaan. Teknik analisis bersifat deduktif dengan metode silogisme. Permasalahan hukum yang timbul yaitu berupa terjadinya pelanggaran hukum, perjanjian jual beli online melalui media sosial yang dibuat oleh pedagang pakaian di Beteng Trade Center Surakarta dengan konsumen terlalu sederhana, rendahnya perlindungan konsumen, lemahnya penegakan hukum dalam menangani kasus dalam pelaksanaan perjanjian jual beli online. Solusi atas permasalahan dalam pelaksanaan perjanjian Jual Beli online tersebut yaitu berupa tindakan preventif, represif dan kuratif.

A. Pendahuluan

Hadirnya globalisasi di era millennium ini telah membawa dampak yang besar di seluruh sektor kehidupan manusia termasuk salah satunya adalah teknologi dan internet. Perkembangan teknologi informasi di era globalisasi telah menyebabkan dunia menjadi bebas dan menyebabkan terjadinya berbagai dinamika sosial secara langsung, terus- menerus dan cepat, sehingga kehidupan yang dijalani oleh manusia terasa semakin mudah, serta kebebasan dalam menentukan pilihan di dalam kehidupan. Teknologi dan internet memiliki peran yang begitu besar dalam menunjang segala aktivitas kehidupan manusia. Pemanfaatan teknologi digital di Indonesia yang sangat besar tentu saja memberikan dampak bagi beberapa sektor, salah satunya adalah sektor bisnis atau industri bisnis yang kemudian melahirkan perdagangan online atau e-commerce.

Kegiatan perdagangan antara penjual dan pembeli dengan memanfaatkan media internet dikenal dengan istilah *electronic commerce*, atau disingkat *e-commerce*. "The term 'electronic commerce' or 'e-commerce' simply refers to business transacted by electronic means which includes business to business and business to consumer transactions. The term is a broad concept that encompasses agreements concluded electronically through the exchange of e-mail over websites and the transfer of money by electronic means" (Vivek Kumar, 2017:89). Berdasarkan pendapat Vivek Kumar bahwa Istilah 'perdagangan elektronik' atau 'perdagangan elektronik' hanya merujuk untuk bisnis yang ditransaksikan dengan cara elektronik yang mencakup bisnis ke bisnis dan transaksi bisnis ke konsumen.

E-Commerce secara umum adalah bentuk perbuatan hukum melalui transaksi elektronik yang menggunakan media teknologi internet. Sebelum berkembangnya metode transaksi elektronik E-Commerce merupakan transformasi dari konsep dasar telemarketing (transaksi melalui internet) (RR Dewi Anggraeni, Acep Heri Rizal, 2019:224). Salah satu contoh pemanfaatan teknologi internet yang berkembang sangat pesat saat ini yaitu jual-beli online melalui media sosial baik Instagram, WhatsApp, Line, Twitter, Facebook, Shopee maupun aplikasi media sosial lainnya. Salah satu pertumbuhan bisnis jual beli online tampak nyata di pusat perdagangan yang ada di Kota Surakarta tepatnya di Beteng Trade Center Surakarta. Beteng Trade Center Surakarta kurang lebih terdiri dari 1500 pedagang pakaian, kami mempunyai kebijakan untuk pedagang di Beteng Trade Center Surakarta harus memperdagangkan pakaian atau fashion dan handycraft namun ada beberapa yang berjualan makanan dan minuman tetapi hanya di area terbatas yaitu lantai dasar (Hasil wawancara kepada Widhiyanto, pengelola Beteng Trade Center Surakarta. 12 Maret 2020). Beteng Trade Center terdiri dari 3 lantai yang dimana lantai dasar terdiri dari 610 kios, lantai 1 (satu) terdiri dari 580 kios dan lantai 2 (dua) terdiri dari 610 kios sehingga total terdapat 1800 kios dengan rata-rata omzet sebesar Rp 18.000.000.000 (delapan belas milyar rupiah) untuk satu harinya (Hasil wawancara kepada Widhiyanto, pengelola Beteng

Trade Center Surakarta. 12 Maret 2020). Beberapa pedagang di Beteng Trade Center Surakarta yang mempunyai onlineshop di Instagram dan sukses dalam menjalankan usaha jual beli online menjual produk berupa pakaian antara lain yaitu @boyazystore, @by.zarra, @lavahijabgroup, @bonbon_store melalui media sosial instagram, "Riska Tekstil" dan "Toko Nashifa" melalui platform shopee. Seiring pertumbuhan bisnis yang terjadi di Beteng Trade Center Surakarta maka pertumbuhan ekonomi di Kota Surakarta pun menjadi meningkat.

Jual-beli online yang dilakukan tidak terlepas dari suatu perjanjian yang dimana timbul karena adanya kesepakatan. Perjanjian antara pihak penjual dan pembeli melalui media sosial merupakan suatu Perjanjian elektronik. Perjanjian elektronik memiliki kekuatan hukum yang sama dengan perjanjian konvensional yang dimana mengikat para pihak. Pasal 18 ayat 1 Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang No 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menyebutkan bahwa "transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak". Selain itu perjanjian elektronik juga berlaku sesuai salah satu asas dalam perjanjian yaitu asas Pacta Sun Servanda. Asas Pacta Sun Servanda terdapat dalam ketentuan pasal 1338 ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang menyatakan "semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya".

"International developments on the electronic commerce front are at a cross roads and raise the problems which may blur the line between the public and private law, the economics of and globalization of commerce and telecommunication and the opening up of electronic commerce trends and services between countries and district parties previously limited in their ability to engage in direct commerce and pushing the need to new legal standards and new concepts of jurisdiction" (P. Ashokkumar, 2018: 73). Dari pendapat P. Ashokkumar tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa perkembangan internasional di bidang elektronik menimbulkan permasalahan oleh karena itu perlu dorongan adanya standar hukum baru dan konsep yurisdiksi baru sesuai dengan perkembangan zaman.

Pelaksanaan perjanjian jual-beli melalui internet dalam prakteknya menimbulkan permasalahan hukum. Hal ini dikarenakan pada dasarnya kegiatan jual beli online yang dilakukan oleh penjual dan pembeli yaitu bermodal dengan kepercayaan (trust). Agar semua pihak yang mungkin belum pernah bertemu atau belum kenal sama sekali mau melakukan transaksi secara on line maka keduanya harus saling percaya (Ratnasingham,1998: 162).

Berdasarkan uraian dan penjelasan sebagaimana tersebut di atas, maka artikel ini akan mengkaji mengenai permasalahan hukum dalam pelaksanaan jual-beli online melalui media sosial antara pedagang pakaian di Beteng Trade Center Surakarta dengan konsumen.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian hukum empiris bersifat deskriptif, menggunakan jenis data sekunder berupa bahan hukum primer dan bahan

hukum sekunder. Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan yuridis empiris yaitu penelitian hukum mengenai pemberlakuan atau implementasi ketentuan normatif secara in action pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat. Teknik pengumpulan data secara wawancara dan studi kepustakaan. Teknik analisis bersifat deduktif dengan metode silogisme.

C. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Beteng Trade Center Surakarta merupakan pusat perdagangan sebagai salah satu roda penggerak perekonomian Kota Surakarta. Beteng Trade Center berada di Jl. Mayor Sunaryo, Kedung Lumbu, Kec. Ps. Kliwon, Kota Surakarta, Jawa Tengah. Letak Beteng Trade Center Surakarta sangat strategis sehingga masyarakat dengan mudah untuk menjamah tempat tersebut. Beteng Trade Center Surakarta kurang lebih terdiri dari 1500 pedagang pakaian, kami mempunyai kebijakan untuk pedagang di Beteng Trade Center Surakarta harus memperdagangkan pakaian atau fashion dan handycraft namun ada beberapa yang berjualan makanan dan minuman tetapi hanya di area terbatas yaitu lantai dasar (Hasil wawancara kepada Widhiyanto, pengelola Beteng Trade Center Surakarta. 12 Maret 2020). Beteng Trade Center terdiri dari 3 lantai yang dimana lantai dasar terdiri dari 610 kios, lantai 1 (satu) terdiri dari 580 kios dan lantai 2 (dua) terdiri dari 610 kios sehingga total terdapat 1800 kios dengan rata-rata omzet sebesar Rp 18.000.000.000 (delapan belas milyar rupiah) untuk satu harinya (Hasil wawancara kepada Widhiyanto, pengelola Beteng Trade Center Surakarta. 12 Maret 2020).

Beberapa pedagang di Beteng Trade Center Surakarta yang mempunyai onlineshop di Instagram dan sukses dalam menjalankan usaha jual beli online menjual produk berupa pakaian antara lain yaitu @boyazystore, @by.zarra, @lavahijabgroup, @bonbon_store melalui media sosial instagram, "Riska Tekstil" dan "Toko Nashifa" melalui platform shopee. Seiring bertumbuhnya bisnis yang terjadi di Beteng Trade Center Surakarta maka pertumbuhan ekonomi di kota Surakarta pun menjadi meningkat.

Persoalan transaksi jual beli tidak terlepas dari suatu perjanjian, hal ini dikarenakan setiap transaksi jual beli pasti terjadi adanya kesepakatan. Perjanjian jual beli online merupakan salah satu contoh dari perjanjian elektronik atau kontrak elektronik. Kontrak elektronik juga harus memiliki kekuatan hukum yang sama dengan kontrak konvensional, dimana kontrak tersebut mengikat para pihak sebagaimana pasal 18 ayat 1 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2007 sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang menyebutkan bahwa "transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak".

Transaksi jual beli online terdapat beberapa tahapan, antara lain (Hasil wawancara kepada Eni Listyowati, pemilik akun onlineshop instragram @by.zarra. 21 Oktober 2019):

1. Penawaran

Dalam proses jual beli online pihak penjual melakukan penawaran terhadap barang atau produk yang akan dijual melalui media sosial dengan mengunggah foto barang, memberikan informasi terkait barang, memberikan informasi cara membeli barang serta contact person.

2. Kesepakatan

Apabila pembeli tertarik terhadap penawaran yang dilakukan oleh penjual melalui media sosial maka pembeli menghubungi contact person untuk melakukan tanya jawab terkait barang yang dijual dan harga barang tersebut. Setelah pembeli mengetahui kondisi barang tersebut dan dirasa cocok maka pembeli sepakat untuk memesan barang yang dijual oleh penjual.

3. Pembayaran

Setelah dilakukan kesepakatan untuk memesan barang yang ditawarkan oleh pihak penjual, maka pihak pembeli harus melakukan pelunasan pembayaran atas barang yang dipesan dan biaya ongkos kirim kecuali ditentukan oleh para pihak dapat melakukan pembayaran DP terlebih dahulu. Pembayaran dapat dilakukan melalui via ATM atau Mobile Banking dan menggunakan sistem Cash on Delivery (COD).

4. Pengiriman

Pengiriman adalah suatu proses yang dilakukan setelah pembayaran atas barang yang telah ditawarkan oleh penjual kepada pembeli, dalam hal ini pembeli berhak atas penerimaan barang. Pengiriman barang dilakukan dengan cara yaitu melalui perantara atau bekerjasama dengan perusahaan ekspedisi atau perusahaan jasa pengiriman seperti TIKI, JNE, dan lain sebagainya. Selanjutnya perusahaan ekspedisi tersebut yang akan mengirimkan barang yang telah dibeli oleh pihak pembeli sesuai alamat yang telah disepakati sebelumnya.

Pada praktiknya suatu perjanjian tidak selalu berjalan dengan baik, sering terjadi penyimpangan yang dilakukan oleh para pihak. Hal tersebut juga terjadi dalam perjanjian jual beli online yang dilakukan oleh Pedagang Pakaian di Beteng Trade Center Surakarta dan Pembeli. Tidak semua perjanjian yang timbul karena adanya transaksi antara penjual dan pembeli tersebut terlaksana dengan baik. Terdapat beberapa permasalahan hukum yang timbul dalam pelaksanaan perjanjian tersebut.

Transaksi jual beli online melalui media sosial yang dilakukan oleh pedagang pakaian di Beteng Trade Center Surakarta merupakan salah satu jenis dari E-Commerce yaitu Costumer-to-Costumer (C2C) yang dimana transaksi jual beli terjadi antar individu dengan individu. Dalam jenis Costumer-to-Costumer (C2C) ini posisi tawar menawar dianggap seimbang sehingga dikembalikan kepada kesepakatan para pihak, namun setiap pihak harus memenuhi iktikad baik dan kepercayaan serta kejujuran dalam menyampaikan informasi terhadap

identitas dan obyek barang/jasa yang ditawarkan (Edmon Makarim, 2014: 324-325). Oleh karena itu seringkali dalam transaksi jual beli online terdapat banyak sekali permasalahan yang timbul seperti kasus penipuan karena modal utama dari transaksi jual beli online adalah kepercayaan (trust). Para pihak tidak saling mengetahui secara langsung namun hanya secara virtual.

Berdasarkan penelitian yang Penulis lakukan dapat diketahui bahwa terdapat beberapa macam permasalahan hukum dalam pelaksanaan perjanjian jual beli online melalui media sosial antara pedagang pakaian di Beteng Trade Center Surakarta dengan konsumen antara lain:

1. Terjadinya Pelanggaran Hukum

Pelanggaran hukum yang terjadi dalam pelaksanaan perjanjian jual beli online antara pedagang pakaian di Beteng Trade Center Surakarta dengan konsumen, antara lain:

- a. Pihak Penjual mengirim barang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan atau cacat barang;

Permasalahan ini yaitu berupa barang yang telah dibeli oleh pihak pembeli diberikan atau dikirim oleh pihak penjual dalam kondisi rusak. Pihak pembeli melakukan pemesanan pakaian melalui sosial media kemudian melakukan pembayaran atas barang yang telah dipesan. Setelah dilakukannya pembayaran maka pihak penjual mengirim pesanan pakaian sesuai yang telah disepakati namun dalam praktiknya pihak penjual seringkali mengirim barang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan. Pihak penjual mengirim pakaian ke pihak pembeli dengan kondisi cacat barang atau pakaian yang dikirim dalam kondisi rusak (Hasil wawancara kepada Eni Listyowati, pemilik akun onlineshop instragram @by.zarra. 26 Oktober 2019).

Dalam kegiatan jual beli penjual memiliki kewajiban untuk menyerahkan barang dan menanggung barang. Kewajiban penjual menanggung barang harus menjamin 2 (dua) hal yaitu penguasaan barang yang dijual secara aman dan tenteram, dan tidak ada cacat tersembunyi pada barang tersebut sebagaimana diatur dalam pasal 1474 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Barang yang dapat dikatakan cacat apabila memenuhi kriteria sebagai berikut: pertama, cacat produk merupakan cacat yang tidak sesuai dengan harapan konsumen dalam pembelian barang. Kedua, cacat peringatan adalah cacat yang ditemukan pada suatu barang yang tidak dilengkapi dengan peringatan untuk penggunaan tertentu yang dapat membahayakan konsumennya. Ketiga, cacat desain adalah cacat yang terjadi pada saat suatu barang dalam proses persiapan seperti pada saat mendesain dan mengkontruksi (Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2011: 103). Pada permasalahan ini yaitu berupa cacat produk karena ketidaksesuaian produk dengan gambar dan informasi yang diterima oleh konsumen.

- b. Pihak Penjual terlambat dalam mengirim barang dan barang tidak diterima oleh pihak pembeli;

Permasalahan ini yaitu berupa pihak penjual terlambat mengirim barang yang telah dibeli oleh pihak pembeli karena alasan tertentu dan barang yang dibeli tidak diterima oleh pembeli. Setelah dilakukannya pembayaran, pihak penjual mengirim barang sesuai pesanan pada hari dilakukan pembayaran. Pihak penjual terlambat dalam mengirim barang dikarenakan terlalu banyak yang mengirim barang sehingga perusahaan ekspedisi pengiriman barang overload atau melampaui batas kuota maksimal pengiriman barang (Hasil wawancara kepada Eni Listyowati, pemilik akun onlineshop instgram @by.zarra. 26 Oktober 2019)

- c. Pihak pembeli tidak melakukan pembayaran atas barang yang telah dipesan pada sistem pembayaran Cash on Delivery;

Permasalahan ini yaitu berupa pihak pembeli tidak melakukan pembayaran atas barang yang telah dipesan pada sistem pembayaran Cash on Delivery. Cash on Delivery yaitu pihak pembeli bertemu dengan pihak penjual untuk melakukan pembayaran secara tunai dan sekaligus mengambil barang yang telah dipesan. Dalam sistem pembayaran ini, pihak penjual bertemu dengan pihak pembeli untuk memenuhi hak dan kewajiban. Pihak Penjual berkewajiban untuk memberikan barang sesuai dengan yang telah disepakati dan pihak penjual berhak untuk menerima sejumlah uang atas barang yang dibeli oleh pihak pembeli. Berlaku sebaliknya, pihak pembeli berkewajiban untuk memberikan sejumlah uang atas barang yang ia pesan kepada pihak penjual sesuai dengan harga yang telah disepakati dan pihak pembeli berhak untuk menerima barang yang telah ia pesan sesuai dengan yang telah disepakati. Pada praktiknya, seringkali pihak penjual dan pihak pembeli sudah bertemu namun pihak pembeli beralasan bahwa pihak pembeli tidak mempunyai uang untuk membayar barang yang telah ia pesan (Hasil wawancara kepada Riska Awalia, pemilik akun shopee "Riska Tekstil". 18 Februari 2020).

- d. Pihak Pembeli melakukan penipuan kepada Pihak Penjual dengan mengirimkan bukti pembayaran palsu.

Permasalahan ini yaitu berupa pihak pembeli melakukan penipuan kepada pihak penjual dengan modus mengirimkan bukti pembayaran atau bukti transfer palsu. Setelah pihak pembeli bersepakat untuk membeli barang yang dijual oleh pihak penjual maka pihak pembeli berkewajiban untuk melakukan pembayaran. Metode pembayaran yang dapat dilakukan yaitu melalui Cash on Delivery atau melalui ATM/Mobile Banking. Dalam metode pembayaran melalui ATM atau Mobile Banking seringkali pihak pembeli menggunakan kesempatan bukti transfer pembayaran sebagai modus penipuan. Pihak pembeli

memanipulasi bukti transfer pembayaran dengan disesuaikan sesuai tanggal, waktu dan nominal pembayaran sehingga pihak penjual tidak mengetahui bahwa bukti transfer pembayaran yang dikirim adalah palsu (Hasil wawancara kepada AD, karyawan toko onlineshop instagram @lavahijabgroup. 18 Februari 2020).

2. Perjanjian jual beli online melalui media sosial antara pedagang pakaian di Beteng Trade Center Surakarta dengan konsumen terlalu sederhana

Perjanjian jual beli online berisi informasi elektronik berupa isi percakapan/komunikasi melalui media sosial antara penjual dengan pembeli dapat dijadikan salah satu alat untuk membuktikan dan menerangkan perjanjian yang terjadi antar para pihak. Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2018 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menyebutkan bahwa Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah. Ketika penjual menjajakan produknya atau membuka toko online di antaranya melalui gambar dan/atau teks yang dikirim ke media sosial sebagai penawaran, lalu pembeli memesan produk tersebut melalui komunikasi teks yang dikirim ke media sosial atau Personal Chat yang ditujukan kepada penjual, maka pada saat ini belum terjadi perjanjian jual beli online antara penjual dan pembeli. Perjanjian jual beli online lahir ketika penjual menyetujui pesanan pembeli tersebut yang dilakukan melalui komunikasi teks yang dikirim ke media sosial atau Personal Chat yang ditujukan kepada pembeli. Hal ini sesuai dengan ketentuan Pasal 20 ayat (1) dan ayat (2) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yaitu:

- (1) Kecuali ditentukan lain oleh para pihak, Transaksi Elektronik terjadi pada saat penawaran transaksi yang dikirim pengirim telah diterima dan disetujui Penerima.
- (2) Persetujuan atas penawaran Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus dilakukan dengan pernyataan penerimaan secara elektronik.

Perjanjian jual beli online juga dilakukan oleh pedagang pakaian di Beteng Trade Center Surakarta namun perjanjian jual beli online yang dibuat terlalu sederhana. Sederhana dalam hal ini yaitu bahwa perjanjian jual beli online tersebut belum mencakup semua hal yang berkaitan dengan transaksi jual beli online. Pasal 47 ayat (3) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Sistem dan Penyelenggaraan Transaksi Elektronik menyebutkan bahwa kontrak elektronik paling sedikit memuat: data identitas para pihak; objek dan spesifikasi; persyaratan Transaksi Elektronik; harga dan biaya; prosedur dalam hal terdapat pembatalan oleh para pihak; ketentuan yang memberikan hak kepada pihak yang dirugikan untuk dapat mengembalikan barang dan/ atau meminta penggantian produk jika terdapat cacat tersembunyi; dan pilihan hukum penyelesaian Transaksi Elektronik.

Perjanjian jual beli online melalui media sosial yang dilakukan oleh pedagang pakaian di Beteng Trade Center Surakarta dengan konsumen hanya memuat identitas konsumen, objek dan spesifikasi serta harga dan biaya. Oleh karena itu, perjanjian jual beli online tersebut belum mengatur mengenai identitas penjual, persyaratan transaksi elektronik, prosedur dalam hal terdapat pembatalan oleh para pihak, ketentuan pihak yang bertanggung jawab atas ganti rugi apabila terdapat cacat tersembunyi serta pilihan hukum penyelesaian transaksi elektronik.

3. Rendahnya perlindungan konsumen

Perlindungan konsumen itu sendiri menurut Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”. Pada dasarnya ada beberapa instrumen yang mengatur mengenai jual beli, pada jual beli secara konvensional diatur dengan Kitab Undang- Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), sedangkan jual beli melalui media online diatur dalam beberapa instrument yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik serta Undang-Undang Nomor 11

Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang- Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Secara khusus perlindungan konsumen diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Transaksi elektronik dalam hal ini adalah jual beli online dilakukan berdasarkan kesepakatan. Kesepakatan yang terjadi antara para pihak tidak terlepas dari adanya suatu perjanjian. Perjanjian jual beli online yang dibuat antara pedagang pakaian di Beteng Trade Center Surakarta dengan konsumen terlalu sederhana sehingga tidak mencakup hal-hal yang seharusnya diatur dalam perjanjian. Perjanjian tersebut tidak mencakup identitas penjual, persyaratan transaksi elektronik, prosedur dalam hal terdapat pembatalan oleh para pihak, ketentuan pihak yang bertanggung jawab atas ganti rugi apabila terdapat cacat tersembunyi serta pilihan hukum penyelesaian transaksi elektronik.

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam perjanjian jual beli online melalui media sosial antara pedagang pakaian di Beteng Trade Center Surakarta dengan konsumen lebih menguntungkan pihak pedagang pakaian atau pihak penjual. Konsumen lebih dirugikan jika dilihat dari segi perjanjian jual beli online tersebut dimana hak-hak konsumen tidak terpenuhi secara pasti dan jelas. Oleh karena itu, akibat hukum yang ditimbulkan adalah ketidakpastian hukum dan tidak adanya keadilan bagi konsumen.

4. Lemahnya penegakan hukum di Indonesia

Pelaksanaan perjanjian jual beli online melalui media sosial antara pedagang pakaian di Beteng Trade Center Surakarta dengan konsumen seringkali timbul permasalahan. Dengan adanya permasalahan, para pihak berharap agar sengketa tersebut dapat diselesaikan. Penyelesaian sengketa Sengketa-sengketa tersebut dapat diselesaikan

melalui proses non litigasi (alternatif penyelesaian sengketa) maupun litigasi (peradilan). Penyelesaian sengketa melalui non litigasi (alternatif penyelesaian sengketa) terdapat dua cara yaitu melalui cara damai (negosiasi), dan melalui cara adversarial atau penyelesaian sengketa oleh pihak ketiga yang tidak bersengketa (Badan Arbitrase Nasional Indonesia, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, Badan Perlindungan Konsumen Nasional, Mediasi) (Rachmadi Usman, 2003:3).

Para pihak dalam menyelesaikan sengketa diharapkan untuk menempuh melalui penyelesaian sengketa secara non litigasi. Namun, pada praktiknya tidak semua sengketa yang diselesaikan melalui non litigasi akan mencapai kesepakatan. Seringkali dalam penyelesaian sengketa secara non litigasi tidak mencapai hasil kesepakatan antara para pihak yang bersengketa. Apabila dalam penyelesaian sengketa secara non litigasi tidak mencapai kesepakatan maka dapat diselesaikan melalui litigasi atau melalui peradilan.

Penyelesaian sengketa secara litigasi (peradilan) tidak terlepas dari peran serta aparat penegak hukum. Aparat penegak hukum diharapkan dapat berlaku adil untuk menyelesaikan sengketa diantara para pihak sehingga kasus dapat terselesaikan. Pada praktiknya, seringkali aparat penegak hukum tidak melaksanakan tugasnya secara baik. Hal ini dibuktikan dengan kasus penipuan bukti transfer palsu, pihak penjual sudah beritikad baik untuk menghubungi pelaku tetapi justru nomor handphone penjual dilakukan blockir oleh pelaku. Oleh karena itu perlu adanya penyelesaian sengketa melalui litigasi(peradilan). Menurut E. Listyowati (Hasil wawancara kepada Eni Listyowati, pemilik akun onlineshop instragram @by.zarra. 18 Februari 2020) penyelesaian sengketa hanya diusut melalui pihak bank saja karena pada saat itu pernah melaporkan ke pihak kepolisian tetapi justru saling melempar kasus sehingga kasus tidak ditangani secepatnya dan berakhir untuk mengikhlaskan. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa penegakan hukum di Indonesia belum maksimal.

D. Simpulan

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan, sebagai jawaban dari permasalahan yang menjadi objek penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa permasalahan hukum yang timbul dalam pelaksanaan perjanjian jual beli online antara pedagang pakaian di Beteng Trade Center Surakarta dengan konsumen antara lain: Terjadinya pelanggaran hukum; Perjanjian jual beli online melalui media sosial yang dibuat oleh pedagang pakaian di Beteng Trade Center

Surakarta dengan konsumen terlalu sederhana; Rendahnya perlindungan konsumen; dan Lemahnya penegakan hukum dalam menangani kasus dalam pelaksanaan perjanjian jual beli online.

E. Saran

Berdasarkan pembahasan yang telah dikemukakan diatas terdapat beberapa saran yang perlu disampaikan oleh penulis, sebagai berikut: kepada pihak penjual maupun pihak pembeli sebaiknya menerapkan asas itikad baik dalam melaksanakan perjanjian jual beli online, kepada pihak penjual maupun pihak pembeli sebaiknya dalam membuat perjanjian jual beli online setidaknya memuat sesuai dengan pasal 47 ayat (3) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Sistem dan Penyelenggaraan Transaksi Elektronik, kepada pemerintah maupun pengelola Beteng Trade Center Surakarta diharapkan melakukan bimbingan dan sosialisasi terkait perjanjian jual beli online serta kepada aparat penegak hukum diharapkan melaksanakan tugas sebagaimana mestinya agar dapat melaksanakan penegakan hukum secara baik dan adil.

F. Daftar Pustaka

Buku

Abdulkadir Muhammad. 2000. Hukum Perikatan. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

Soerjono Soekanto. 2014. Pengantar Penelitian Hukum. Jakarta: UI-Pers.

Kemal Darmawan. 1994. Strategi Pencegahan Kejahatan. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

Rachmadi Usman. 2003. Pilihan Penyelesaian Sengketa di Luar Pengadilan. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti

Jurnal dan Publikasi Ilmiah

P. Ashokkumar. 2018. "E-Commerce Law and Its Legal Aspects." International Journal of Law Vol 4.

Viviek Kumar. 2017. "An study of E-commerce and its legal frame work: With special reference to India." International Journal of Law Vol 3.

Edmon Makarim. 2014. "Kerangka Kebijakan Dan Reformasi Hukum Untuk Kelancaran Perdagangan Secara Elektronik (E-Commerce) Di Indonesia." Jurnal Hukum dan Pembangunan Vol 44.

Hartini Prabowo; Darman; Enny Noegraheni. 2014. "Analisis Kepercayaan Dalam C2C E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Repurchase Pada Kaskus". Jakarta: Binus Business Review Vol 5.

- Ratnasingham P. 1998. "Trust in Webbased Electronic Commerce Security. Information Management & Computer Security." Melbourne: MCB University Press Vol 6.
- RR Dewi Anggraeni, Acep Heri Rizal. 2019. "Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Melalui Internet (E-Commerce) Ditinjau Dari Aspek Hukum Perdataan." Banten: Jurnal Sosial & Budaya Syar-i Vol 6.