

# FAKTOR-FAKTOR YANG MENJADI PENYEBAB TIMBULNYA WANPRESTASI DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE

Cleopatra Martina Hauliani  
E-mail: martinahauliani@gmail.com  
Staff Kementerian PUPR Jakarta

Pujiyono  
E-mail: pujifhuns@gmail.com  
(Penulis Korespondensi)

Dosen Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret Surakarta

---

## Article Information

**Keywords:** Default; Seller; Costumer; E-Commerce

**Kata Kunci:** Wanprestasi; Penjual; Pembeli; E-commerce

---

## Abstract

*This article aims to determine the factors cause default conducted by the seller. The research methodology used is the empirical legal research method, the nature of descriptive research and using a qualitative approach. The source of research is primary legal material in the form of legal material. Data collection technique by interview. Based on the result of research conducted by the author can be concluded, the factors cause default conducted by the seller can be reviewed from the side of regulation, platform, law enforcement and the parties.*

## Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk mengetahui tentang faktor-faktor yang menjadi penyebab timbulnya wanprestasi yang dilakukan oleh penjual. Penelitian hukum ini dilakukan dengan metode penelitian hukum empiris yang bersifat deskriptif. Pendekatan penelitian yang digunakan bersifat kualitatif yaitu menggunakan data verbal untuk memehami fenomena yang dialami subjek. Sumber penelitian adalah bahan hukum primer yang berupa perundang-undangan, bahan hukum sekunder yaitu kepustakaan, bahan non hukum, dan bahan hukum tersier. Dengan teknik pengumpulan data melakukan wawancara dengan para pembeli dan pihak YLKI. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis dapat disimpulkan faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya wanprestasi yang dilakukan penjual dapat ditinjau dari sisi regulasi, platform, penegakan hukum dan para pihak.

## A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang semakin pesat ditandai dengan perkembangan era globalisasi. Era ini merupakan era yang tidak dapat dibendung untuk dapat masuk ke dalam kehidupan bermasyarakat. Salah satu bagian yang paling berkembang pesat dari bidang teknologi informasi adalah internet. Munculnya media internet merupakan akibat dari perkembangan teknologi terkhusus di

bidang komunikasi. Pada mulanya internet hanya digunakan sebagai media penyebaran informasi dan sarana pembelajaran. Namun di era modern ini internet telah merambah ke bidang lain salah satunya di bidang ekonomi, sehingga kemudian muncul istilah perdagangan elektronik (Ainul Yaqin, 2019:10).

Sistem jual beli yang dilakukan melalui internet tersebut dikenal di Indonesia dalam beberapa tahun belakangan ini. Sistem jual beli melalui internet disebut E-commerce, merupakan suatu proses jual beli barang dan jasa yang dilakukan melalui jaringan computer yaitu internet (Selbi, 2015:36). Transaksi jual-beli melalui internet adalah suatu transaksi perdagangan yang memungkinkan adanya jual beli tanpa harus mempertemukan secara langsung antara penjual dan pembeli (Ardhata Nur Afian, 2013:3).

Kemudahannya dalam bertransaksi di satu sisi sangat menguntungkan pihak pembeli, membuat masyarakat masa kini lebih senang untuk berbelanja dan bertransaksi. Duduk dirumah pun pembeli bisa mendapatkan barang yang diinginkan sampai dirumah dengan cepat. Melalui transaksi perdagangan ini konsep pasar tradisional dimana penjual dan pembeli bertemu secara fisik bertemu berubah menjadi konsep telemarketing dimana perdagangan jarak jauh melalui internet. E-commerce pun telah mengubah cara pembeli dalam memperoleh produk yang diinginkannya (Afrilian Perdana, dan Dahlan, 2014:52).

Disamping banyaknya keuntungan serta manfaat yang dirasakan masyarakat, disisi lain transaksi e-commerce pun menjadi masalah baru bagi masyarakat. Tidak bertemunya secara langsung antara si penjual dan pembeli seringkali menjadi suatu permasalahan dalam menggunakan transaksi e-commerce. Pada praktiknya ternyata perjanjian jual beli melalui transaksi e-commerce terdapat suatu masalah yang cenderung merugikan para pembeli dan menimbulkan permasalahan hukum dalam melakukan transaksi e-commerce (Abdul Halim, 2009:7). Kerugian yang sering membuat pembeli berada dalam posisi lemah. Di antara hal-hal yang membuat posisi pembeli lemah adalah ketidakmampuan pembeli dan tidak adanya daya tawar pembeli (Pujiyono dan Sufmi Dasco Ahmad, 2018). Hal tersebut sering kali berkaitan dengan produk yang dipesan.

Sebagai contoh saat belanja pesanan tidak sesuai dengan produk yang dipesan, kerusakan dari barang tersebut, terlambatnya pengiriman barang, selain itu ada juga penjual yang tidak mengirimkan barang setelah dilakukannya pembayaran oleh pembeli. Dalam contoh tersebut dapat dikategorikan sebagai wanprestasi. Wanprestasi terjadi apabila salah satu pihak dalam perjanjian tidak melaksanakan prestasi (kewajiban) yang menjadi objek perjanjian antara mereka dalam kontrak (Afrilian Perdana dan Dahlan, 2014:52). Subekti mengklasifikasikan wanprestasi menjadi empat macam yaitu: tidak berprestasi sama sekali, berprestasi tetapi terlambat atau tidak tepat waktu, berprestasi secara tidak sempurna, dan melakukan sesuatu yang dilarang dalam perjanjian (R. Subekti, 1970:50).

Perkembangan jual beli online di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 19 tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut UU ITE) dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya UU Perlindungan Konsumen). Di dalam UU ITE terdapat aturan yang mengatur mengenai transaksi elektronik termasuk perdagangan melalui internet. UU ITE dibuat dengan maksud Pemerintah mendukung pengembangan teknologi informasi terkait dengan kemajuan yang demikian pesat menyebabkan perubahan kegiatan kehidupan manusia dalam berbagai bidang melalui infrastruktur hukum dan pengaturannya agar dapat dilakukan secara aman untuk mencegah penyalahgunaan dengan memperhatikan nilai-nilai agama dan sosial budaya masyarakat.

Berdasarkan uraian latar belakang yang dipaparkan di atas, selanjutnya akan dikaji mengenai faktor-faktor yang menjadi penyebab timbulnya wanprestasi yang dilakukan penjual dalam jual beli melalui *e-commerce*.

## **B. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian hukum empiris yang bersifat deskriptif. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Sumber bahan hukum yang digunakan adalah bahan hukum primer yaitu keterangan yang diperoleh dari penelitian wawancara dan bahan hukum sekunder yang merupakan data yang diperoleh dari dokumen resmi. Teknik pengumpulan data dengan melakukan wawancara kepada para pembeli yang pernah mengalami wanprestasi yang dilakukan penjual, dan pihak Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia. Serta mengumpulkan fakta yang ada dan keterangan maupun pengetahuan yang diperoleh secara tidak langsung yang dapat ditemui di dalam buku-buku pustaka, dokumen-dokumen, serta hasil-hasil penelitian yang terkait dengan tema penelitian.

## **C. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Dampak dari munculnya internet sebagai hasil revolusi teknologi informasi bagi pembeli di satu sisi telah mengubah perilaku pembeli menjadi semakin selektif dalam menentukan barang yang akan dipilih untuk dibeli. Dengan adanya internet pembeli mempunyai akses yang lebih besar dan beragam. Kemajuan ini memberi dampak positif dalam memudahkan proses jual beli dengan memotong jalur distribusi yang berakibat penghematan biaya dan waktu.

Disisi lain, tidak bertemunya kedua belah pihak maka memungkinkan lahirnya bentuk-bentuk wanprestasi yang cenderung merugikan pihak pembeli. Diantaranya dalam hal yang berkaitan dengan barang yang dipesan tidak sesuai dengan barang yang ditawarkan, ketidaktepatan waktu menyerahkan barang atau barang yang sama sekali tidak dikirimkan, hal-hal tersebut tidak sesuai dengan kesepakatan sebelumnya sehingga dapat disebut sebagai wanprestasi.

Dampak tersebut cenderung merugikan pihak pembeli. Masalah perlindungan terhadap pembeli merupakan aspek yang penting untuk diperhatikan, karena beberapa faktor akan menempatkan pihak konsumen pada posisi yang lemah. Berdasarkan hasil penelitian penulis berikut faktor-faktor yang menjadi penyebab timbulnya Wanprestasi yang dilakukan penjual dibagi menjadi 4 yaitu:

1. Ditinjau dari Regulasi

- a) Lemahnya Peraturan

Pada dasarnya transaksi jual beli yang dilakukan secara online masih didasarkan pada hukum positif yang ada dan beberapa peraturan yang mengatur terkait jual beli secara khusus namun dalam implementasinya penggunaan aturan hukum tersebut dirasakan belum maksimal. KUHPerdara mengatur mengenai jual beli secara umum bentuk perlindungan yang diperjual belikan dalam kondisi utuh dan sesuai dengan permintaan atau yang diperjanjikan, hal tersebut dikarenakan KUHPerdara masih belum ada perombakan sejak jaman belanda sehingga belum dapat menjangkau pengaturan terkait wanprestasi dalam jual beli secara online secara khusus.

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen merupakan peraturan yang mengatur terkait perlindungan terhadap pembeli. Dalam Pasal 8 ayat (2) mengatur tentang pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar. Pasal 10 UUPK juga menyebutkan bahwa pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan. Namun sangat disayangkan UUPK tidak dapat menyelesaikan maupun mencegah munculnya wanprestasi yang dilakukan penjual/hal tersebut dikarenakan UUPK lebih menitikberatkan pada kerugian secara imateriil dalam hal ini yang berdampak bagi kesehatan atas pemakaian suatu produk yang dijual di pasaran.

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik turut menjadi instrument yang mengatur terkait jual beli secara online. UU ITE dalam Pasal 9 yang mengatur mengenai pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen dan produk yang ditawarkan. Dalam UU ITE tidak didapati sanksi untuk para pelanggar Pasal 9 yang tidak menyediakan informasi yang lengkap dan benar.

Pasal 38 ayat (1) PP PSTE juga menyebutkan penyelenggara agen elektronik wajib memperhatikan prinsip kehati-hatian, pengamanan dan terintegrasinya sistem teknologi informasi, pengendalian pengamanan atas aktivitas transaksi elektronik, efektivitas dan efisiensi biaya dan

juga perlindungan konsumen sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Namun yang menjadi kelemahan dalam PP ini adalah tidak adanya Pasal yang mengatur terkait izin usaha dari pelaku usaha dalam melakukan kegiatan usaha PMSE melalui Penyelenggara Sistem Elektronik ataupun melalui Penyelenggara Agen Elektronik. Sehingga banyaknya penjual yang dengan mudahnya membuka ataupun mendaftarkan membuat akun dengan identitas yang palsu.

Pasal 26 menjelaskan kewajiban pelaku usaha wajib melindungi hak-hak konsumen sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen dan mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang persaingan usaha. Sangat disayangkan pada PP ini apabila pelaku usaha melanggar ketentuan Pasal 26 maka dikenai sanksi administratif oleh menteri yang dijelaskan pada Pasal 80. Pasal 80 ayat (2) menjelaskan sanksi administratif yang dimaksud pada ayat (1), sanksi administratif yang dikenai para pelaku usaha belum dapat menimbulkan rasa jera para pelaku usaha yang melakukan pelanggaran ketentuan peraturan ini.

b) Perjanjian antara Penjual dan Pembeli

Para pihak yang melakukan perjanjian dalam transaksi jual beli online harus menggunakan sistem elektronik yang memungkinkan para pihak melakukan perjanjian tanpa kehadiran para pihak secara tatap muka. Proses transaksi yang dilakukan dalam dunia bisnis tanpa adanya pertemuan antar pihak yang menggunakan media internet masuk dalam transaksi elektronik. Transaksi tersebut didasari rasa kepercayaan satu sama lain sehingga perjanjian jual beli yang terjadi diantara para pihak pun dilakukan secara elektronik pula dengan mengakses marketplace, web ataupun media sosial seperti yang ditentukan lain oleh para pihak seperti menggunakan whatsapp sebagai tempat melakukan transaksi.

Pasal 1 angka 17 UU ITE menyebutkan bahwa kontrak elektronik adalah perjanjian yang dimuat dalam dokumen elektronik atau media elektronik lainnya. Pada transaksi elektronik ini, para pihak yang terkait di dalamnya melakukan hubungan hukum. UU ITE juga mengatur terkait terjadinya kesepakatan sebagaimana tercantum pada Pasal 20 ayat (1) yaitu kecuali ditentukan lain oleh para pihak transaksi terjadi pada saat penawaran transaksi yang dikirim pengirim telah diterima dan disetujui penerima dan Pasal 20 ayat (2) yaitu persetujuan atas penawaran transaksi elektronik sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) harus dilakukan dengan pernyataan secara elektronik.

Menurut asas konsensualisme, perjanjian lahir pada saat terjadinya kesepakatan antara kedua belah pihak mengenai hal-hal pokok yang telah menjadi objek perjanjian. Kesepakatan dalam perjanjian pada dasarnya merupakan perwujudan dari kehendak kedua belah pihak atau lebih dalam perjanjian tersebut, mengenai hal-hal yang mereka

kehendaki untuk dilaksanakan, mengenai cara melaksanakannya, mengenai saat pelaksanaannya dan mengenai pihak yang berkewajiban untuk melaksanakan hal-hal yang telah disepakati tersebut (Novianto Languyu, 2015:94).

Sepakat dalam jual beli secara *online* tidak diberitahukan secara langsung melainkan melalui media internet. Transaksi jual beli secara *online* dilakukan dengan pihak penjual yang memberikan penawaran dalam hal ini menawarkan barang-barang dagangannya melalui media sosial yang telah ditentukan penjual. Semua pembeli dapat dengan bebas untuk melihat-lihat toko *virtual* untuk membeli barang yang mereka butuh kan atau minati.

## 2. Ditinjau dari Platform

Apabila dalam pihak penjual atau pihak pembeli tidak sepakat atas penawaran yang telah disampaikan tersebut maka para pihak dapat mengajukan penawaran kembali, yang dianggap dapat dipenuhi atau yang sesuai dengan kehendaknya yang dapat dilaksanakan, dipenuhi atau diterima olehnya. Keadaan tawar menawar ini akan terus berlanjut hingga mencapai kesepakatan mengenai hal-hal yang harus dipenuhi dan dilaksanakan. Perjanjian yang dilakukan tanpa bertatap muka antara penjual dan pembeli tidak menutup kemungkinan antara penjual dan pembeli. Melainkan hal tersebut menjadi kelemahan dalam perjanjian yang dilakukan secara online. Hal tersebut dikarenakan tidak adanya jaminan atas barang yang telah dibeli apakah sesuai dengan apa yang diinginkan pembeli.

## 3. Ditinjau dari Penegakan Hukum

Penegakan hukum yang kurang tegas dan jelas terhadap penjual seringkali menjadi pemicu tindakan tersebut terus terjadi. Hal tersebut dikarenakan adanya kendala dalam penegakan hukum. Pencarian alat bukti digital yang sangat sulit ditambah terbatasnya kemampuan sarana maupun prasarana aparat penegak hukum mengakibatkan kesulitan dalam mendapatkan bukti tersebut. Secara umum penyidik kepolisian masih kurang dalam hal jumlah dan kualitas.

## 4. Ditinjau dari Para Pihak

### a) Pihak Pembeli

#### 1) Rendahnya Literasi Calon Pembeli

Banyaknya calon pembeli yang merasa sudah memahami dan mengetahui terkait informasi barang atau penjual yang dipilih, namun sebenarnya pembeli belum sepenuhnya mengerti dan memahami. Rendahnya literasi calon pembeli tidak terlepas dari kurangnya peran pemerintah dalam mengedukasikan prosedural dalam melakukan jual beli secara *online*.

## 2) Lemahnya Kedudukan Pembeli

Pembeli yang enggan melakukan laporan maupun menuntut penjual yang tidak melaksanakan apa yang telah diperjanjikan membuat kedudukan pembeli semakin lemah. Hal tersebut menjadi kesempatan para penjual untuk terus melakukan tindakan tersebut serta mendapatkan keuntungan.

### b) Pihak Penjual

Dalam suatu usaha haruslah memiliki etika bekerja yang baik dalam menjalankan tugasnya. Etika bisnis yang dilandasi dengan itikad yang baik merupakan keharusan untuk tidak melakukan hal yang tidak bertentangan dengan norma kepatutan dan kesusilaan. Pihak penjual juga sudah seharusnya menerapkan prinsip transparansi. Prinsip transparansi tersebut dilakukan dengan memberikan informasi yang baik kepada pembeli secara lisan maupun tulisan, termasuk informasi melalui sarana elektronik dengan jelas dan lengkap, dalam bahasa yang mudah dipahami (Pujiyono, Pambudi Wiyono, dkk, 2020:161).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Sularsi, SH. MH yang merupakan anggota pengurus harian YLKI. Narasumber mengatakan bahwa penjual yang melakukan wanprestasi disebabkan 2 hal, miskomunikasi dalam manajemen atau memang ada niat dari pihak penjual untuk menipu pembeli.

## D. Simpulan

Kemudahan transaksi *e-commerce* memungkinkan lahirnya bentuk-bentuk wanprestasi yang cenderung merugikan pihak pembeli. Timbulnya wanprestasi yang dilakukan penjual dikarenakan beberapa faktor. Lemahnya peraturan yang ada dalam mengatur sanksi terhadap penjual diikuti dengan lemahnya penegakan hukum yang dikarenakan terbatasnya sarana dan prasarana aparat hukum merupakan menjadi faktor timbulnya wanprestasi yang dilakukan penjual. Sedangkan dari para pihak itu sendiri pentingnya pemilihan platform bagi para calon pembeli sebelum digunakan untuk bertransaksi, dan mencari informasi sebanyak-banyak terhadap penjual yang akan dipilih. Minimnya etika bisnis dengan itikad yang baik para penjual menjadi faktor yang sangat mempengaruhi timbulnya wanprestasi.

## E. Saran

Pemerintah terkhusus menteri di bidang komunikasi dan informatika untuk meningkatkan kualitas para penegak hukum dengan mengadakan pelatihan kepada para penegak hukum untuk bisa memahami dan menguasai modus-modus serta mengakomodir sarana dan prasarana yang sesuai dengan spesifikasi yang diharapkan untuk mengungkap para pelaku.

## **F. Daftar Pustaka**

### **Buku**

R. Subekti. 1970. *Hukum Perjanjian*. Cetakan Kedua. Jakarta: Pembimbing Masa.

### **Jurnal**

Ainul Yaqin. 2019. "Akibat Hukum Wanprestasi dalam Jual Beli Online Menurut Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik". *Jurnal Dinamika Hukum*. Vol 25 No.6. Purwokerto : Fakultas Hukum Jendra Soedirman.

Arilian Perdana, Dahlan, dkk. 2014. "Penyelesaian Wanprestasi dalam Perjanjian Jual Beli Melalui Media Elektronik". *Jurnal Unsyiah*. Vol.2 No.1. Aceh : Universitas Syiah Kuala Program Pascasarjana

Novianto Languyu. 2015. "Kedudukan Hukum Penjual dan Pembeli dalam Bisnis Jual Beli Online". *Lex et Societatis*. Vol. 3 No. 9. Manado : Universitas Sam Ratulangi

Pujiyono, Pambudi Wiyono, dkk. 2020. "Nationalization As A Threat to the Economy Market In Visa and Mastercard Business In Indonesia. *Jurnal of Critical Reviews*. Vol 7 No.1

Selbi B. Daili. 2015. "Perjanjian Jual Beli Melalui Internet dan Akibat Hukumnya Apabila Terjadi Wanprestasi". *Lex Privatum Jurnal*. Vol.3 No.3. Manado : Universitas Sam Ratulangi

### **Skripsi**

Ardhata Nur Afian. 2013. "Perjanjian Jual Beli Online (Studi Kasus *e-commerce* Formu Jual Beli pada Situs [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id))". *Skripsi*. Surakarta: Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah.

### **Undang-Undang**

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Peraturan Pemerintah Nomor 82 tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik

Peraturan Pemerintah No. 80 tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

Kitab Hukum Perdata