

BAB I

PENDAHULUAN

Setiap perjanjian yang akan dilakukan oleh para pihak harus menerapkan asas itikad baik. Menurut Pasal 1338 KUHPerdara menyatakan bahwa Perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik. Asas itikad baik merupakan satu dari beberapa sendi yang terpenting dari hukum kontrak, yang memberikan kekuasaan kepada hakim untuk mengawasi pelaksanaan suatu kontrak, agar tidak melanggar kepatutan dan keadilan.¹ Asas ini menyatakan bahwa Para Pihak (kreditur maupun debitur) harus melaksanakan substansi kontrak berdasarkan kepercayaan atau keyakinan yang teguh atau kemauan baik dari para pihak. Itikad baik bisa bersifat nisbi yang dilihat dari sikap dan tingka laku yang nyata dari subyek, atau bersifat mutlak dimana penilaiannya terletak pada akal sehat dan keadilan dengan ukuran yang obyektif.² Asas itikad baik berlaku untuk perjanjian bernama maupun tidak bernama, baik yang secara langsung (tatap muka) atau secara tidak langsung, dalam hal ini secara *online*.

Namun kenyataannya, saat membeli barang secara *online* tidak ada jaminan kualitas produk. Ulasan tak selalu bisa diandalkan, dan semua referensi belum tentu meyakinkan. Penjual kadang sengaja menyesatkan pelanggan demi meningkatkan penjualan secara *online*. Dengan volume barang yang dimiliki perusahaan toko online

¹ Ery Agus Priyono, *Peranan Asas Itikad Baik Dalam Kontrak Baku (Upaya Menjaga Keseimbangan Bagi Para Pihak)*, Diponegoro Private Law Review• Vol. 1 No. 1 November 2017, hlm. 20.

² Asro, *Kontrak : (3) Asas Hukum Kontrak*, <https://asro.wordpress.com/2011/09/26/kontrak-3-asas-hukum-kontrak/>, diakses pada tanggal 8 Januari 2019 pukul 20.00 WIB.

akhir-akhir ini, sangat sulit bagi mereka untuk mengecek kualitas pada masing-masing produk yang di jual. Selain itu, masalah ukuran yang salah masih merupakan kelemahan serius, terutama untuk pakaian dan alas kaki.³ Pada kenyataannya, meskipun ada banyak permasalahan yang muncul dan terjadi dalam transaksi jual beli online, akan tetapi hal tersebut tidak menyurutkan para konsumen untuk tetap berbelanja lewat transaksi online

Era Globalisasi ditandai dengan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan yang sangat pesat. Salah satu wujud nyata perkembangan tersebut dibuktikan dengan lahirnya internet. Internet yang merupakan kepanjangan dari *Interconnection Networking* atau juga yang telah menjadi *International Networking*.⁴ Internet merupakan teknologi yang menghubungkan antara komputer di seluruh dunia.⁵ *Cyberspace* adalah ruang psikologis, dan sebagai ruang psikologis keberadaannya tidak bergantung pada batas-batas konvensional mengenai keberadaan yang tidak berwujud. *Cyberspace* sebagai hasil teknologi tidak berada didalam dunia nyata tetapi ia betul-betul ada.⁶

Berbekal keunggulan-keunggulan yang dimilikinya berupa jaringan yang dapat menjangkau ke seluruh penjuru dunia, internet berhasil merambah semua sektor kehidupan manusia mulai dari pendidikan, kesehatan, hiburan, periklanan sampai

³ Vensita Rosita, *Masalah Umum Saat Belanja Online*, <https://www.kompasiana.com/vensita/5a13fdb75a676f21f20573b5/masalah-umum-belanja-online?page=all>, diakses pada tanggal 8 Januari 2019 pukul 20.00 WIB.

⁴ Teguh Wahyono, 2009, *Etika Komputer + Tanggung jawab Profesional di Bidang Teknologi Informasi*, ANDI, Yogyakarta, hlm.132

⁵ Budi Agus Riswandi, 2006, *Hukum Cyberspace*, Yogyakarta, Gita Nagari, hlm.3.

⁶ Agus Raharjo, 2000, *cybercrime, pemahaannya dan Pencegahan Kejahatan Berteknologi*, PT Citra Aditya Bakti, hlm 93.

pada sektor, perdagangan. Kegiatan perdagangan dengan memanfaatkan media internet ini dikenal dengan istilah *electronic commerce*, atau disingkat e-commerce.⁷

Transaksi perdagangan melalui internet berbeda dengan berbelanja atau melakukan transaksi perdagangan di dunia nyata. Melalui *e-commerce*, pihak pembeli mengakses internet ke *website*, yang kemudian pihak pembeli mencari barang yang diinginkan. Apabila telah menemukan barang yang diinginkan, *buyer* mengirimkan penawaran dalam halaman penjual tersebut, menelpon, atau mengirimkan pesan singkat kepada penjual. Setelah melakukan tawar menawar dan terjadi kesepakatan maka penjual dan pembeli akan menentukan mekanisme pembayaran.

Melalui *e-commerce* semua formalitas-formalitas yang biasa digunakan dalam transaksi konvensional dikurangi, di samping tentunya konsumen pun memiliki kemampuan untuk mengumpulkan dan membandingkan informasi seperti barang dan jasa secara lebih leluasa tanpa dibatasi oleh batas wilayah.⁸ *E-commerce* tidak hanya memberikan kemudahan bagi konsumen, namun perkembangan ini memudahkan produsen dalam memasarkan produk yang berpengaruh pada penghematan biaya dan waktu.

Kondisi ini yang menyebabkan jarak bukan lagi hambatan dalam dunia bisnis. Perkembangan mencolok teknologi internet membuat suatu produk dapat dipasarkan

⁷ Ahmad M. Ramli, 2004, *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia*, Jakarta, Refika Aditama, hlm. 1

⁸ Dikdik M. Arief Mansyur & Elisatris Gultom, 2005, *Cyber Law (Aspek Hukum Teknologi Informasi)*, Bandung, Refika Aditama, hlm.144

secara global dalam situs web, sehingga setiap orang dari seluruh penjuru dunia dapat langsung mengakses situs tersebut untuk melakukan transaksi online.⁹

Jual beli *online* adalah transformasi modern proses jual beli konvensional. Jika pada umumnya kegiatan jual beli dilakukan antara penjual dan pembeli dan ada kontak langsung antara keduanya serta ditandai dengan bukti pembayaran dan dilakukan pada lokasi jual beli yang riil. Maka pada transaksi jual beli menerapkan sistem jual beli di internet. Tidak ada kontak secara langsung antara penjual dan pembeli. Jual beli dilakukan melalui komunikasi via *handphone* atau *smartphone* dengan perantara yaitu barang dagangan yang dijual melalui internet.

Berdasarkan penjabaran di atas, perkembangan teknologi membuat kegiatan perdagangan mengalami perkembangan-perkembangan, baik dari sisi komoditi yang diperdagangkan maupun mekanisme perdagangan itu sendiri yang beralih ke jual beli secara *online*. Seiring dengan perdagangan tersebut, muncul beberapa hal yang harus menjadi perhatian seperti kontrak yang terjadi dalam kegiatan transaksi elektronik.¹⁰

Internet selain memiliki nilai positif bagi suatu perusahaan dan masyarakat pada umumnya, juga internet juga memiliki nilai negatif karena perjanjian jual beli melalui media *online* internet dilakukan di dunia maya, dimana antara pihak tidak bertemu secara langsung untuk melakukan negosiasi, dan jenis produk yang dijadikan sebagai objek pun hanya sebatas gambar yang ditawarkan tanpa melihat secara

⁹ Sri Arlina, *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Produk Kosmetik*, UIR Law Review Volume 02, Nomor 01, April 2018, hlm. 318.

¹⁰ Yosi Krisharyawan, *Tinjauan Hukum Mengenai Transaksi jual beli online Melalui Situs Jual Beli Online (online shop) Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang perlindungan Konsumen*, Privat Law Edisi & Januari- Juni 2015, hlm. 143-144.

langsung kelayakan dari suatu barang tersebut. Namun demikian bertransaksi secara *online* memiliki kendala terutama dalam hal itikad baik para pihak, dalam praktiknya jual beli online adanya banyak pihak yang melakukan wanprestasi.

Maka dari sinilah dapat di lihat apakah pelaksanaan perjanjian jual beli ini di lakukan dengan jujur atau dilakukan dengan itikad baik oleh masing-masing pihak seperti yang diterapkan di dalam KUHPdata yaitu Pasal 1320 tentang syarat suatu perjanjian, dan Pasal 1338 ayat (3) tentang suatu perjanjian harus dilakukan dengan itikad baik.¹¹

Asas itikad baik menghendaki, bahwa dalam setiap pembuatan perjanjian, para pihak pada dasarnya memiliki kebebasan untuk menentukan isi perjanjian, dengan siapa dia membuat perjanjian, namun demikian setiap perjanjian hendaknya selalu dilandaskan pada asas itikad baik, tidak melanggar peraturan perundang-undangan, serta tidak melanggar kepentingan masyarakat. Kaharusan demikian dimaksudkan untuk mewujudkan keadilan para pihak di dalam perjanjian, sehingga tidak terjadi eksploitasi yang kuat terhadap yang lemah.¹² Hal ini dikarenakan itikad baik seharusnya menjadi ruh dalam memahami, melahirkan dan melaksanakan perjanjian.

Meskipun Undang-Undang tentang informasi dan transaksi Elektronik sudah ada akan tetapi tidak terlepas juga dari banyak sekali persoalan dan permasalahan yang dihadapi oleh para pihak yang melakukan perjanjian jual-beli melalui internet,

¹¹ Neni Sri Imaniyati, 2013, *Hukum Bisnis*, Yogyakarta, Graha Ilmu, hlm. 255.

¹² Luh Nila Winarni, *Asas Itikad Baik Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Perjanjian Pembiayaan*, *Dih, Jurnal Ilmu Hukum*, Pebruari 2015, Vol. 11, No.21, hlm. 3-4.

dikarenakan masih banyak pihak pembeli yang belum tahu dan mengerti tentang Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, sehingga para pembeli ataupun masyarakat pada umumnya belum tahu bagaimana sistematis pelaksanaan transaksi jual beli.¹³

Asas itikad baik merupakan landasan utama yang mendasari setiap pembuatan perjanjian guna untuk memberikan keadilan bagi para pihak yang membuat kesepakatan dan sebagai pernyataan berlakunya suatu perjanjian.¹⁴ Berlakunya asas itikad baik ini bukan saja harus ada pada saat pelaksanaan kontrak, tetapi juga ada pada saat dibuat atau ditandatanganinya perjanjian.¹⁵

Berdasarkan uraian di atas, menjadikan alasan bagi penulis untuk membuat skripsi mengenai: “Pelaksanaan Itikad Baik Dalam Perjanjian Jual Beli *Online*.”

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi pokok permasalahan dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tahapan jual beli *online* ?
2. Bagaimana pelaksanaan itikad baik dalam perjanjian jual beli *online* ?
3. Upaya apa yang dilakukan oleh pembeli dalam hal barang yang diterima tidak sesuai ?

¹³ *Ibid*

¹⁴ R.Wirjono Prodjodikoro, 2002, *Asas-asas Hukum Perjanjian*, Bandung, Mandar Maju, hlm 102.

¹⁵ Suharnoko, 2014, *Hukum Perjanjian Teori dan Analisa Kasus*, Jakarta, Prenada Media, hlm 4.

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Tujuan Subjektif

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penulisan hukum sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan dalam bidang hukum pada Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

2. Tujuan Objektif

- a. Untuk mengetahui tahapan jual beli *online*.
- b. Untuk mengetahui pelaksanaan itikad baik dalam perjanjian jual beli *online*.
- c. Untuk mengetahui upaya yang dilakukan oleh pembeli dalam hal barang yang diterima tidak sesuai.