

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang.

Penggunaan internet sebagai media perdagangan terus meningkat dari tahun ketahun, hal ini disebabkan oleh berbagai manfaat yang dapat dirasakan oleh para penjual maupun pembeli. Manfaat dari penggunaan internet sebagai sarana jual beli *online* dapat mempermudah pencarian akan kebutuhan konsumen tanpa adanya batasan, serta meningkatkan kepuasan konsumen sepanjang menyangkut kecepatan untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan.

Internet dalam dunia bisnis mau tidak mau telah merambah hingga terjadi transformasi tidak hanya di ruang perdagangan di dunia nyata, tetapi juga ruang perdagangan di dunia maya melalui beragam media *online* yang tersedia. Media *online* sendiri dapat dimaknai secara umum sebagai segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet yang berisikan teks, foto, video, dan suara. Dalam pengertian umum ini, media *online* juga dapat dimaknai sebagai sarana komunikasi secara *online* yang diantaranya terklasifikasi menjadi beberapa kategori yaitu media berita *online*, media surat eletronik (*Electronic Mail*), media *chatting* elektronik, media sosial (*social media*), dan media dagang elektronik (*Electronic commerce*).¹

¹<https://www.baticmedia.com/2018/02/pengertian-media-online-jenis-jenisnya.html>/ diakses pada hari Selasa tanggal 1 Mei 2018 pukul 22.05 WIB.

Jenis media *online* yang tersedia memberi kontribusi penuh atas semakin menjamurnya perdagangan *online* di kalangan masyarakat. Berikut penjelasan singkat mengenai jenis media online yang berkembang saat ini. Media berita *online* merupakan media komunikasi yang mempublikasikan karya jurnalistik yang di dalamnya terdapat berita, *feature* maupun opini. Sedangkan email (*Yahoo mail, Google mail*), mailing list (mili) termasuk di dalam kategori media Surat elektronik. Terdapat pula ruang yang memungkinkan orang – orang dapat mengobrol secara online tanpa batas geografis melalui aplikasi yang canggih dalam media *chatting* seperti *Skype, Yahoo Messenger, WhatsApp, Line, We Chat*, dll.²

Selanjutnya, *Social media* merupakan kategori media *online* yang cukup populer. Jenis media ini menjadi forum online sebagai sarana untuk berinteraksi, berteman, berbagi informasi, atau bertegur sapa. Didalamnya terdapat *Blog, Facebook, Twitter, Youtube, Flickr, LinkedIn, MySpace, Path* dan yang cukup tinggi popularitasnya adalah *Instagram*. Tercatat dalam situs resmi technology *techcrunch* bahwa *Instagram* telah meraih sedikitnya 700 juta pengguna dari total keseluruhan 2.46 milyar pengguna *social media* di dunia.³ Selanjutnya *Ducht Tape Marketing* dalam data terakhirnya menambahkan terdapat 650 juta pengguna media social *Twitter*, dan sisanya di dominasi oleh pengguna *Facebook* yang berjumlah mencapai 1.4 milyar.⁴

²<https://www.baticmedia.com/2018/02/pengertian-media-online-jenis-jenisnya.html>/ diakses pada hari Selasa tanggal 1 Mei 2018 pukul 22.05 WIB.

³<https://indonesiago.digital/jumlah-pengguna-instagram/> diakses pada hari Senin tanggal 7 Mei 2018 pukul 19.00 WIB.

⁴<https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>diakses pada hari Senin tanggal 7 Mei 2018 pukul 20.00 WIB.

Tak luput media perdagangan elektronik (*e-commerce*) juga secara khusus mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap perdagangan dan perekonomian dunia. Perdagangan elektronik atau *E-commerce* pada dasarnya adalah merupakan suatu kontak transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet. Dimulai dari pemesanan barang, pembayaran transaksi hingga pengiriman barang dikomunikasikan melalui internet. Transaksi yang dulu dilakukan dengan cara yang konvensional yakni sistem perdagangan dimana penjual dan pembeli harus bertemu langsung, hingga barang yang akan dijual berada di dekat pembeli, sekarang beralih kepada sistem *online* dimana pembeli dan penjual tidak harus bertemu langsung, dan barang yang diperjualbelikan hanya berbentuk gambar atau tulisan yang menjelaskan spesifikasi dari barang yang akan dijual. Hal ini memungkinkan transaksi dapat dilakukan setiap saat dalam 24 jam 7 hari dengan mengakses sistem produk yang diinginkan dalam jaringan internet.

Menarik untuk diketahui bahwa *trend* berkembangnya sistem belanja *online* saat ini, lebih banyak menggunakan komunikasi elektronik atau jejaring sosial sebagai media perantara transaksi jual belinya. Sosial media telah menjadi sarana penting dan krusial dalam perdagangan elektronik saat ini. Sosial media yang awalnya lebih sering digunakan sebagai sarana pertemanan, berbagi informasi, dan membentuk jaringan sosial kini bertransformasi menjadi platform jual beli paling efektif di dunia. Secara khusus, *Forbes* dalam artikel *Shopping on social media 2017* menyebut sosial media *Instagram* sebagai alat penjualan paling kuat di dunia sejak kemunculannya di

tahun 2013.⁵ Hal ini ditambah dengan semakin menjamurnya jumlah toko *online* di berbagai laman sosial media.

Dengan berkembangnya sosial media yang pesat menjadi ladang yang cukup menjanjikan untuk dijadikan lahan transaksi jual beli online. Pembeli tidak perlu bersusah payah datang ke toko untuk melihat dan membeli apa yang ingin dicari karena dengan adanya toko *online* pada sosial media, pembeli hanya perlu melihat dan memilih barang yang diinginkan dan membayar dengan menggunakan berbagai fasilitas kemarin udahan sistem perbankan online lalu pembeli hanya tinggal menunggu barang untuk dikirim. Toko *online* merupakan salah satu bentuk perubahan yang disajikan oleh internet dari segi inovasi dalam berbelanja.

Salah satu media sosial yang dapat digunakan untuk jual beli yaitu *instagram*. *Instagram* yaitu sebagai media sosial untuk membuat foto dan mengirimkannya dalam waktu yang sangat cepat. Tujuan tersebut sangat dimungkinkan oleh teknologi internet yang menjadi basis aktivitas dari media sosial ini. Transaksi jual beli melalui media *instagram* ini menjadi alternatif yang menarik dan sangat diminati bagi pembeli pada saat ini khususnya perempuan. Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan *Pew Research Center* dalam penelitiannya menyatakan bahwa pembeli tertarik melakukan transaksi melalui media *instagram* ini karena mudah mencari barang yang diinginkan, dapat membandingkan harga, kemudian pembayaran yang dilakukan cukup mudah hanya dengan *transfer*, dan hanya menunggu

⁵<https://www.businessnewsdaily.com/6318-future-of-social-commerce.html/> diakses pada hari Senin tanggal 7 Mei 2018 pukul 21.00 WIB.

barang datang tanpa harus keluar rumah, sehingga mengefektifkan dan mengefisiensikan waktu karena transaksi dapat dilakukan oleh setiap orang kapan saja dan dimana saja.

Dengan semakin maraknya toko *online* pada sosial media yang bermunculan di Indonesia, perjanjian jual beli secara *online* pun telah banyak dilakukan sehingga bentuk jual beli yang terjadi merupakan bentuk atau alur dari pihak penjual selaku penyedia sistem online. Hal ini memberi ruang pada pihak penjual online yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan tindak kejahatan *online*.

Tercatat semakin meningkatnya angka kejahatan jual beli *online* dalam sosial media dari tahun ke tahun. Berdasarkan data *Norton Report* tahun 2013, tingkat potensi dan resiko tindak kejahatan online di Indonesia sudah memasuki status darurat. Diungkapkan terdapat sekitar 400 juta korban kejahatan *online* di Indonesia tiap tahunnya dengan kerugian finansial mencapai USD 113 Miliar, yang sebagian besar kejahatan ini di dominasi oleh penggunaannya melalui jejaring media sosial. Dan dari 400 juta tersebut, dengan presentase 67% adalah total penipuan yang terjadi melalui media *instagram*.⁶

Kejahatan jual beli *online* tidak terjadi pada 1 media atau aplikasi maupun software saja tetapi berbagai macam media dan aplikasi. Paling banyak terjadi dalam media *facebook*, *Instagram*, *whatsapp*, dan situs jual beli *online* seperti *olx*.

Bagai dua sisi mata uang, jual beli online melalui sosial media dapat memberikan beribu manfaat tetapi disisi lain tersembunyi oknum kriminal yang mengintai. Di dunia *offline*, pertokoan yang sibuk memiliki sejumlah

⁶Anggoro Seno, *Faktor- Faktor Pemerintah Indonesia Belum Efektif Memerangi Cybercrime*, Thesis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, DIY.

petugas keamanan yang ketat dan *department store* yang ramai harus menyewa petugas khusus untuk melindungi bisnis dan pelanggannya dari pencuri, penipu, ataupun pencopet. Dalam dunia jual beli *online*, tindakan pencegahan keamanan dari segi hukum merupakan bentuk perlindungan dari tindak kejahatan *online*.⁷

Mengenai transaksi jual beli ini secara umum (*lex generalis*) diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (selanjutnya disebut KUHPerdata) Buku III Tentang Perikatan, khususnya Bab I sampai dengan Bab V dan beberapa pasal yang berkaitan sebagai aturan hukum umum, tetapi secara khusus (*lex specialis*) transaksi jual beli elektronik ini diatur dalam UndangUndang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang ITE).

Menurut KUHPerdata Pasal 1457 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”. Kemudian mengenai transaksi elektronik menurut Pasal 1 ayat (2) UndangUndang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang ITE yaitu “perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya”. Berdasarkan pengertian di atas adanya persamaan yaitu menimbulkan hubungan hukum antar para pihak dalam bertransaksi. UndangUndang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang ITE ada karena

⁷<https://maximizesocialbusiness.com/hidden-risks-involved-social-media-marketing-ecommerce-23314/> diakses pada hari Senin tanggal 7 Mei 2018 pukul 21.00 WIB.

perkembangan dari KUHPerdata dan untuk mengakomodir kebutuhan masyarakat yang sekarang serba penuh dengan teknologi, karena pada transaksi jual beli ini yang dipergunakan adalah media *internet*, sehingga kesepakatan ataupun perjanjian yang tercipta adalah melalui *internet* juga . Hal ini telah dipertegas dalam Pasal 1 ayat (17) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang ITE yaitu “kontrak elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik”.

Secara garis besar, penemuan konektivitas internet yang lebih cepat dan alat daring yang canggih telah menghasilkan arena perdagangan baru dalam media online, khususnya *social media* yang dimana menawarkan banyak keuntungan bagi penjual dan pembeli, tetapi juga dapat menimbulkan kerugian apabila tidak ada tinjauan mendalam terhadap area perdagangan ini.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk menggali aktivitas jual beli dalam transaksi *online* melalui media sosial, yang dalam skripsi ini penulis memilih berfokus pada media sosial, Instagram. Dengan demikian judul skripsi penulis adalah “***Tinjauan Yuridis Transaksi Jual Beli Melalui Media Instagram***”.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana akibat hukum transaksi jual beli *online* melalui media Instagram?
2. Bagaimana upaya hukum pihak yang dirugikan dalam transaksi jual beli *online* melalui media Instagram?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui akibat hukum transaksi jual beli *online* melalui media instagram.
2. Untuk mengetahui bagaimana upaya hukum pihak yang dirugikan dalam transaksi jual beli *online* melalui media instagram.

1.4. Manfaat Penelitian

- a. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam menambah perkembangan ilmu hukum khususnya mengenai tinjauan yuridis transaksi jual beli melalui media istagram.
- b. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai saran dan masukan bagi para pihak yang terkait dengan transaksi jual beli melalui media instagram.

1.5. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian

1.5.1. Pengertian Perjanjian

Menurut ketentuan Pasal 1313 KUHPerdara, menerangkan bahwa perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.

Menurut Subekti perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seseorang berjanji kepada seorang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal. Dari peristiwa ini, timbullah suatu hubungan antara dua orang tersebut yang dinamakan perikatan. Perjanjian itu menerbitkan suatu perikatan antara dua orang yang membuatnya. Dalam bentuknya, perjanjian itu berupa suatu rangkaian

perkataan yang mengandung janji – janji atau kesanggupan yang diucapkan atau ditulis.⁸

Menurut Wirjono Prodjodikoro, suatu perjanjian diartikan sebagai suatu perbuatan hukum mengenai harta benda kekayaan antara dua pihak, dalam mana satu pihak berjanji atau dianggap berjanji untuk melakukan suatu hal atau untuk tidak melakukan suatu hal, sedangkan dari pihak-pihak lain berhak menurut atas dasar pelaksanaan perjanjian itu.⁹

1.5.2. Syarat sahnya Perjanjian

Menurut ketentuan Pasal 1320 KUHPerdara, menerangkan bahwa untuk syarat sahnya suatu perjanjian diperlukan empat syarat, yaitu:

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya

Dengan sepakat atau juga dinamakan perizinan, dimaksudkan bahwa kedua subyek yang mengadakan perjanjian itu harus bersepakat, setuju atau sekata mengenai hal-hal yang pokok dari perjanjian yang diadakan itu. Apa yang dikehendaki pihak yang satu juga dikehendaki oleh pihak yang lain. Mereka menghendaki sesuatu yang sama secara timbal balik si penjual menginginkan sejumlah uang, sedang si pembeli menginginkan sesuatu dari penjual.

2. Cakap untuk membuat suatu perjanjian

Orang yang membuat suatu perjanjian harus cakap menurut hukum, pada dasarnya setiap orang yang sudah dewasa atau alikbaliq

⁸Subekti, *Hukum Perjanjian*, PT Intermasa, Jakarta, 1979, Hal. 1.

⁹A Qirom Syamsudin Meliala, *Pokok-pokok Hukum Perjanjian Beserta Perkembangannya*, Liberty, Yogyakarta, 1985, Hal. 7.

dan sehat pikirannya, adalah cakap menurut hukum. Dalam Pasal 1330 KUHPerdata disebut sebagai orang-orang yang tidak cakap untuk membuat suatu perjanjian, yaitu:

- a. Orang yang belum dewasa.
- b. Mereka yang ditaruh dibawah pengampuan.
- c. Orang perempuan dalam hal-hal yang ditetapkan oleh Undang-undang, dan semua orang kepada siapa Undang-undang telah melarang membuat perjanjian-perjanjian tertentu.

3. Mengenai suatu hal tertentu

Sebagai syarat ketiga disebutkan bahwa suatu perjanjian harus mengenai suatu hal tertentu, artinya apa yang diperjanjikan hak-hak dan kewajiban kedua belah pihak jika timbul suatu perselisihan. Barang yang dimaksudkan dalam perjanjian paling sedikit harus ditentukan jenisnya. Bahwa barang itu sudah ada atau sudah berada ditangan si berutang pada waktu perjanjian dibuat, tidak diharuskan oleh Undang-undang. Jika jumlahnya tidak perlu disebutkan, asal saja kemudian dapat dihitung atau ditetapkan.

4. Suatu sebab yang halal

Artinya tidak dilarang oleh Undang-undang, tidak bertentangan dengan kepentingan umum dan norma-norma kesusilaan.¹⁰

¹⁰*Ibid.*, Hal. 17.

Adapun menurut Pasal 1321 KUHPerdara menyebutkan bahwa, tiada suatu persetujuanpun mempunyai kekuatan jika diberikan karena kekhilafan atau diperoleh dengan paksaan atau penipuan.

1.5.3. Akibat Suatu Perjanjian

Menurut ketentuan Pasal 1338 KUHPerdara menyebutkan bahwa: “Semua persetujuan yang dibuat sesuai dengan Undang-undang berlaku sebagai Undang-undang bagi mereka yang membuatnya”.

Persetujuan itu tidak dapat ditarik kembali selain dengan kesepakatan kedua belah pihak atau karena alasan yang ditentukan oleh Undang-undang.

1.5.4. Subyek dan Obyek Perjanjian

Subekti menguraikan masalah subjek dan objek perikatan dengan istilah personalia dalam perikatan, yaitu tentang pihak-pihak yang terkait dalam suatu perjanjian. Menurut Pasal 1315 KUHPerdara, pada umumnya tidak seorang pun dapat mengikatkan diri atas nama sendiri atau meminta ditetapkannya suatu perjanjian, melainkan untuk dirinya sendiri. Secara *absolut*, perikatan hukum yang dilahirkan oleh suatu perjanjian hanya mengikat orang-orang yang mengadakan perjanjian dan tidak mengikat orang lain yang tidak termasuk ke dalam perjanjian. Suatu perjanjian hanya meletakkan hak dan kewajiban antara para pihak yang membuatnya. Pihak ketiga yang tidak mempunyai hubungan dengan perjanjian tersebut tidak terbebani dalam ikatan hukum, kecuali

sengaja melibatkan diri dalam perjanjian melalui surat kuasa, misalnya meminjamkan jaminan untuk pihak debitur. Pihak yang diberi kuasa akan bertindak atas nama pemberi kuasa sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dalam hukum perikatan.¹¹

Setiap perikatan yang dibuat melalui perjanjian menimbulkan dua akibat hukum, yaitu kewajiban (*obligations*) yang ditanggung oleh suatu pihak dan hak tau manfaat yang diperoleh oleh lain pihak, yaitu hak untuk menuntut dilaksanakannya suatu yang disanggupi dalam perjanjian tersebut. Dengan demikian subyek perikatan yang utama adalah para pihak yang melakukan perjanjian, yaitu pihak debitur dan pihak kreditur. Kedua belah pihak berkedudukan sebagai subyek perikatan melakukan perjanjian. Oleh karena itu, keduanya saling mengikatkan diri yang ditujukan pada sudut kewajiban, sedangkan perkataan meminta ditetapkan suatu janji ditujukan pada sudut hak yang diperoleh dari perjanjian tersebut. Dan obyeknya adalah suatu yang diperjanjikan oleh kedua belah pihak. Oleh karena itu, obyek dalam hubungan hukum perihak perjanjian ialah hal yang diwajibkan kepada pihak berwajib (debitur) dan hal terhadap mana pihak berhak(kreditur) mempunyai hak.¹²

1.5.5. Bentuk-Bentuk Perjanjian

Bentuk perjanjian dapat dibedakan menjadi 2 macam, yaitu:

¹¹Wawan Muhwan Hariri, *Hukum Perikatan Dilengkapi Hukum Perikatan Dalam Islam*, Pustaka Setia, Bandung, 2011, Hal. 38.

¹²R. Wirjono Prodjodikiro, *Azas-Azas Hukum Perjanjian*, Mandar Maju, Bandung, 2011, Hal. 19.

1. Perjanjian Lisan atau tidak tertulis

Yaitu perjanjian yang dibuat oleh para pihak dalam wujud lisan (cukup kesepakatan para pihak). Biasanya berdasarkan perkataan atau ucapan dengan kesepahaman yang berbentuk kesepakatan yang dilakukan lebih dari satu pihak.

2. Perjanjian Tertulis

Suatu perjanjian yang dibuat oleh para pihak dalam bentuk tulisan.

Perjanjian tertulis terbagi menjadi 3 bentuk, yaitu:

- a. Perjanjian di bawah tangan, hanya ditandatangani oleh para pihak yang bersangkutan. Perjanjian semacam ini hanya mengikat para pihak dalam perjanjian, tetapi tidak mempunyai kekuatan mengikat pihak ketiga.
- b. Perjanjian dengan saksi notaris, untuk melegalisasikan tanda tangan para pihak. Fungsi kesaksian notaris atas suatu dokumen hanya untuk melegalisasi kebenaran tanda tangan para pihak.
- c. Perjanjian yang dibuat dihadapan dan oleh notaris, dalam bentuk akta notaris. Akta notaris adalah akta yang dibuat dihadapan dan dimuka pejabat yang berwenang untuk itu. Pejabat yang berwenang adalah notaris, camat PPAT, dan lain-lain. Jenis dokumen ini merupakan alat bukti yang sempurna bagi para pihak yang bersangkutan maupun pihak ketiga.¹³

1.5.6. Jenis-Jenis Perjanjian

1. Perjanjian Baku dan Tidak Baku

- a. Istilah perjanjian baku berasal dari terjemahan dari bahasa Inggris, yaitu *standard contract*. Standar kontrak merupakan perjanjian yang telah ditentukan dan dituangkan dalam bentuk formulir. Kontrak ini telah ditentukan secara sepihak oleh salah satu pihak.

Kontrak baku menurut Munir Fuadi adalah Suatu kontrak tertulis yang dibuat oleh hanya salah satu pihak dalam kontrak tersebut, bahkan seringkali tersebut sudah tercetak (*boilerplate*) dalam bentuk-bentuk formulir tertentu oleh salah satu pihak, yang dalam hal ini ketika kontrak tersebut ditandatangani umumnya para

¹³Wawan Muhwan Hariri, *Op.Cit*, Hal. 127.

pihak hanya mengisikan data-data informatif tertentu saja dengan sedikit atau tanpa perubahan dalam klausul-klausulnya dimana para pihak lain dalam kontrak tersebut tidak mempunyai kesempatan atau hanya sedikit kesempatan untuk menegosiasi atau mengubah klausul-klausul yang sudah dibuat oleh salah satu pihak tersebut, sehingga biasanya kontrak baku sangat berat sebelah.¹⁴

- b. Perjanjian tidak baku adalah pengertian yang berlawanan dengan perjanjian baku, yang dimana perjanjian tersebut tidak selalu berbentuk nyata seperti form atau perjanjian yang tertulis.

2. Perjanjian Timbal Balik dan Perjanjian Sepihak

- a. Perjanjian timbal balik merupakan perjanjian yang memberikan hak dan kewajiban kepada kedua belah pihak. Perjanjian ini adalah pekerjaan yang paling umum terjadi dalam kehidupan masyarakat, misalnya perjanjian jual beli, sewa menyewa, pemborongan pembangunan, tukar menukar.
- b. Perjanjian sepihak adalah perjanjian yang memberikan kewajiban kepada satu pihak dan hak kepada pihak lainnya. Misalnya perjanjian hibah dan hadiah.¹⁵

3. Perjanjian Percuma dan Perjanjian dengan Alas Hak yang Membebaskan

- a. Perjanjian percuma adalah perjanjian yang hanya memberikan keuntungan pada satu pihak saja, yang hanya memberikan keuntungan pada satu pihak saja. Misalnya perjanjian pinjam pakai dan perjanjian hibah.
- b. Perjanjian dengan alas hak yang membebaskan adalah perjanjian dalam mana terhadap prestasi dari pihak yang satu selalu terdapat kontra prestasi dari pihak lain, sedangkan antara kedua prestasi itu ada hubungannya menurut hukum.¹⁶

4. Perjanjian Bernama dan Tidak Bernama

- a. Perjanjian bernama adalah perjanjian yang mempunyai nama sendiri, yang dikelompokkan sebagai perjanjian-perjanjian khusus, karena jumlahnya terbatas, misalnya jual beli, sewa menyewa, tukar menukar, pertanggungan.

¹⁴Denny Sulistyono, *Dasar Berlakunya Perjanjian Baku Ditinjau Dari Sudut Pengenyampingan Asas Kebebasan Berkontrak Dan Implementasi Asas Kebebasan Berkontrak Dalam Kontrak Standar*, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2012, Hal. 6.

¹⁵Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perikatan*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1992, Hal. 86.

¹⁶*Ibid*, Hal. 87.

- b. Perjanjian tidak bernama adalah perjanjian yang tidak mempunyai nama tertentu dan jumlahnya tidak terbatas.¹⁷
5. Perjanjian Kebendaan dan Perjanjian *Obligatoir*
- a. Perjanjian kebendaan adalah perjanjian untuk memindahkan hak milik dalam perjanjian jual beli. Perjanjian ini sebagai pelaksanaan perjanjian *obligatoir*.
 - b. Perjanjian *obligatoir* adalah perjanjian yang menimbulkan perikatan, artinya sejak terjadinya perjanjian, timbullah hak dan kewajiban pihak-pihak. Pembeli berhak menuntut penyerahan barang, penjual berhak atas pembayaran harga.¹⁸
6. Perjanjian Konsensual dan Perjanjian *Real*
- a. Perjanjian konsensual adalah perjanjian yang timbul karena ada persetujuan kehendak antara pihak-pihak.
 - b. Perjanjian *real* adalah perjanjian disamping ada persetujuan kehendak juga sekaligus harus ada penyerahan nyata atas barangnya, misalnya jual beli barang bergerak, perjanjian penitipan, pinjam pakai.¹⁹

1.5.7. Akibat Hukum Perjanjian Yang Sah

Bentuk akibat dari suatu perjanjian yang dibuat secara sah adalah sebagai berikut:

1. Berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya (Pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata), asas janji itu mengikat.
2. Suatu perjanjian hanya berlaku antara pihak yang membuatnya (Pasal 1340 KUH Perdata) dan perjanjian dapat mengikat pihak ketiga apabila telah diperjanjikan sebelumnya (Pasal 1317 KUH Perdata).

¹⁷*Ibid.*

¹⁸*Ibid.*

¹⁹*Ibid*, Hal. 88.

3. Konsekuensinya para pihak dalam perjanjian tidak dapat secara sepihak menarik diri dari akibat-akibat perjanjian yang dibuat oleh mereka (Pasal 1338 ayat (2) KUH Perdata).
4. Perjanjian yang diakhiri secara sepihak jika ada alasan-alasan yang oleh undang-undang dinyatakan cukup untuk itu (Pasal 1338 ayat (2) KUH Perdata), yaitu seperti yang termuat dalam Pasal 1571, Pasal 1572, Pasal 1649, Pasal 1813 KUH Perdata.
5. Janji untuk kepentingan pihak ketiga hanya mungkin dalam 2 (dua) hal, yaitu sebagai berikut:
 - a. Jika seseorang memberi sesuatu kepada orang lain.
 - b. Jika seseorang dalam perjanjian membuat suatu janji untuk kepentingan sendiri.
6. Dalam pelaksanaan suatu perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik (Pasal 1338 ayat (3) KUH Perdata, jadi itikad baik harus ada sesudah perjanjian itu ada. Aturan Pasal 1338 ayat (3) KUH Perdata salah satu aturan yang tidak jelas, karena itikad baik merupakan pengertian yang abstrak, sehingga penafsirannya hanya dapat dirumuskan apabila menemukan perkara yang konkret praktik pengadilan memberikan pegangan yang dimaksudkan dengan itikad baik tidak lain bahwa perjanjian harus dilaksanakan secara pantas dan patut.
7. Suatu perjanjian selain mengikat untuk hal-hal yang diperjanjikan juga mengikat hal-hal berikut:

- a. Segala sesuatu yang menurut sifat perjanjian diharuskan oleh kepatutan, kebiasaan atau undang-undang (Pasal 1339 KUH Perdata).
 - b. Hal-hal yang menurut kebiasaan selamanya disetujui untuk secara diam-diam dimasukan kedalam perjanjian (Pasal 1347 KUH Perdata).
8. Dalam pemberlakuan unsur-unsur penambah yang menentukan isi perjanjian harus diperhatikan pembatasan umum yakni unsur-unsur penambah baru ditambahkan, kalau sifat perjanjiannya memang membutuhkan penambahan dan yang ditambahkan itu harus sesuai dengan sifat perjanjian yang mau ditambah.
9. Dengan demikian yang menentukan isi suatu perjanjian adalah:
- a. Undang-undang yang memaksa.
 - b. Kata-kata dalam perjanjian yang bersangkutan.
 - c. Janji yang selalu diperjanjikan.
 - d. Undang-undang yang menambah/mengatur.
 - e. Kebiasaan.
 - f. Kepatutan.
10. Undang-undang yang memaksa berarti kepada para pihak yang membuat perjanjian tidak diberikan kesempatan untuk memilih menggunakan atau mengesampingkan ketentuan yang bersangkutan.
11. Undang-undang yang bersifat menambah atau mengatur berarti kepada para pihak yang membuat perjanjian ketentuan yang

bersangkutan boleh secara tegas disingkirkan, tetapi jika para pihak tinggal diam, maka secara otomatis ketentuan yang bersifat mengatur mengisi kekosongan perjanjian yang dibuat tersebut.

12. Konsekuensi jika undang-undang yang bersifat memaksa disamping para pihak dalam membuat perjanjian, maka seluruh atau bagian tertentu dari isi perjanjian yang bertentangan dengan undang-undang yang memaksa tersebut menjadi batal.
13. Isi perjanjian salah satunya ditentukan oleh kebiasaan, kebiasaan menurut hukum ada 2 bentuk yakni:
 - a. Kebiasaan menurut Pasal 1339 KUH Perdata, yakni suatu peristiwa yang terjadi berulang-ulang dalam hubungan yang jenis yang berlaku di suatu wilayah.
 - b. Kebiasaan menurut Pasal 1347 KUH Perdata, yakni suatu ketentuan/janji tertentu yang diperjanjikan berulang-ulang dalam perjanjian jenis tertentu (janji yang selalu diperjanjikan).²⁰

1.6. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian Jual Beli

1.6.1. Pengertian Jual Beli

Jual beli menurut BW adalah suatu perjanjian bertimbang balik dalam mana pihak yang satu (penjual) berjanji untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang, sedang pihak yang lainnya (pembeli) berjanji

²⁰Soeroso, *Op.Cit*, Hal. 19-23.

untuk membayar harga yang terdiri atas sejumlah uang sebagai imbalan dari perolehan hak milik tersebut.²¹

Barang yang menjadi objek perjanjian jual beli harus cukup tertentu, setidak-tidaknya dapat ditentukan wujud dan jumlahnya pada saat ia akan diserahkan hak miliknya kepada si pembeli. Dengan demikian adalah sah menurut hukum misalnya jual-beli mengenai panen yang akan diperoleh pada suatu waktu dari sebidang tanah tertentu. Unsur-unsur pokok (essentialia) perjanjian jual beli adalah barang dan harga. Sesuai dengan asas “konsensualisme yang menjiwai hukum perjanjian BW, perjanjian jual beli itu sudah dilahirkan pada detik tercapainya sepakat mengenai barang dan harga. Begitu kedua pihak sudah setuju tentang barang dan harga, maka lahirlah perjanjian jual beli yang sah.

1.6.2. Obyek Perjanjian Jual Beli Melalui *Internet*

Mengenai suatu hal tertentu. Suatu perjanjian harus mengenai suatu hal tertentu, artinya apa yang dijadikan obyek dalam perjanjian harus jelas. Pasal 1333 KUHPerdara menentukan bahwa suatu perjanjian harus mempunyai pokok suatu benda (*zaak*) yang paling sedikit dapat ditentukan jenisnya. Suatu perjanjian harus memiliki obyek tertentu. Suatu perjanjian harus mengenai suatu hal tertentu berarti bahwa apa yang diperjanjikan, yakni hak dan kewajiban kedua belah pihak. Barang yang dimaksudkan dalam perjanjian paling sedikit

²¹R. Subekti, *Aneka Perjanjian Cetakan Kesepuluh*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1995, Hal. 1-2.

dapat ditentukan jenisnya, seperti halnya barang yang dibutuhkan oleh pembeli baik produk yang digunakan dalam keseharian yang dibutuhkan.

Istilah barang dimaksud di sini apa yang dalam bahasa Belanda disebut sebagai *zaak*. *Zaak* dalam bahasa Belanda tidak hanya berarti barang dalam arti sempit, tetapi juga berarti yang lebih luas lagi, yakni pokok persoalan. Oleh karena itu, objek perjanjian tidak hanya berupa benda tetapi juga bisa berupa jasa. J. Satrio menyimpulkan bahwa yang dimaksud dengan suatu hal tertentu dalam perjanjian adalah obyek prestasi perjanjian. Isi prestasi tersebut harus tertentu atau paling sedikit dapat ditentukan jenisnya.²²

1.6.3. Jenis-jenis Perjanjian Jual-beli

1. Jual-beli Secara Tunai (Pasal 1457 KUHPerdato)

Dalam perjanjian jual-beli ini, harga barang dibayar secara tunai, seketika itu dan sekaligus. KUHPerdato hanya mengenal jual-beli secara tunai tidak mengenal jual-beli dengan cicilan (secara angsuran).

2. Jual-beli Dengan Percobaan (Pasal 1463 KUHPerdato)

Pada perjanjian jual-beli dengan percobaan, barang yang hendak dibeli dicoba dulu, baru dibayar harganya. Misalnya membeli mobil, traktor, dan lain-lain. Jual-beli semacam ini adalah merupakan jual-

²²J. Satrio, *Hukum Perikatan Yang Timbul dari Perjanjian*, Citra Adiyta Bakti, Bandung, 1995, Hal. 41.

beli dengan syarat menanggukkan. Jika syarat terpenuhi (misalnya, barang dalam keadaan baik), maka perjanjian dapat dilaksanakan.

3. Jual-beli Dengan Pemberian Panjar atau Uang Muka (Pasal 1464 KUHPerduta)

Pasal 1464 KUHPerduta, berbunyi sebagai berikut: Jika pembelian dilakukan dengan member uang panjar, maka salah satu pihak tidak dapat membatalkan pembelian itu dengan menyuruh memiliki atau mengembalikan uang panjarnya. Menurut ketentuan ini, jika pembeli membatalkan niatnya untuk membeli barang yang dimaksud, pihak penjual masih dapat menuntut agar perjanjian jual-beli tetap dilaksanakan.

4. Jual-beli Dengan Contoh (Pasal 1392 KUHPerduta yo Pasal 69 KUHDagang)

Dalam Perjanjian jual-beli ini, hanya dengan memperlihatkan contohnya. Pembeli belum melihat barang, baru melihat contohnya. Misalnya, kewajiban menyerahkan 10 kg gula pasir, atau satu kwintal beras cianjur, didahului dengan memperlihatkan contohnya (perikatan generik). Dapat timbul kesulitan, apabila contohnya hilang, atau pembeli mengatakan bahwa barang tidak sesuai dengan contoh, sedangkan penjual mengatakan sudah sesuai. Maka dalam hal ini, Pengadilanlah (Hakim) yang menentukan atas dasar kejujuran dan kepatutan, apa harus dianggap disetujui oleh kedua belah pihak.

5. Jual-beli Dengan Hak Membeli Kembali (Pasal 1519 s/d 1532 KUHPerdara)

Pasal 1519 KUHPerdara menentukan: kekuasaan untuk membeli kembali barang yang telah dijual, timbul karena suatu perjanjian yang tetap memberi hak kepada penjual untuk mengembal kembali barang yang dijualnya dengan mengembalikan uang harga pembelian asal dan memberikan penggantian yang disebut dalam pasal 1532 KUHPerdara.

6. Jual-beli Piutang dan Hak-Hak Lainnya (Pasal 1533 s/d Pasal 1536 KUHPerdara)

Ketentuan Pasal 1535 KUHPerdara: si penjual piutang tidak bertanggung jawab tentang cukup mampunya si berutang, kecuali jika ia telah mengikatkan dirinya untuk itu, dan hanya untuk jumlah harga pembelian yang telah ditetu, dan hanya untuk jumlah harga pembelian yang telah diterimanya untuk piutangnya.

7. Jual-beli Hak Atas Warisan (Pasal 1537 s/d Pasal 1539 KUHPerdara)

Dalam hal ini yang dijual adalah hak mewaris dari penjual, bukan barang-barang teDalam hal ini yang dijual adalah hak mewaris dari penjual, bukan barang-barang tertentu dari harta warisan. Oleh karena itu si penjual hanya berkewajiban membuktikan bahwa ia adalah ahliwaris.

8. Jual-Beli Barang Milik Orang Lain

Menurut pasal 1471 KUHPperdata, jual-beli terhadap barang milik orang lain, adalah batal. Telah diuraikan di bagian awal, bahwa dapat terjadi jual-beli atas barang yang baru akan ada di kemudian hari (Pasal 1334 KUHPperdata). Sehingga dapat terjadi pada saat jual-beli dilakukan, si penjual belum menjadi pemilik barang yang dijual, tetapi ia berniat akan membeli barang itu. Oleh karena itu kata “batal” di sini harus ditafsirkan sebagai pembatalan mutlak (relatif), artinya bahwa jika si pembeli tidak minta pembatalan, maka jual-beli tetapan, maka jual-beli tetap sah. Namun demikian tidak berarti bahwa si pembeli harus menjadi pemilik barang tersebut.

9. Jual-beli Dengan Cicilan atau Secara Angsuran (Timbul dalam Praktek)

Jenis perjanjian ini tidak dikenal dalam KUHPperdata, tetapi tumbuh dan berkembang dalam praktek kehidupan masyarakat. Bedakan perjanjian ini dengan perjanjian sewa-beli. Dalam perjanjian jual-beli dengan cicilan, hak milik atas barang yang dijual, teJenis perjanjian ini tidak dikenal dalam KUHPperdata, tetapi tumbuh dan berkembang dalam praktek kehidupan masyarakat. Bedakan perjanjian ini dengan perjanjian sewa-beli. Dalam perjanjian jual-beli dengan cicilan, hak milik atas barang yang dijual, telah berpindah dari penjual kepada pembeli, pada saat pembayaran cicilan (angsuran) pertama, sedangkan pada perjanjian sewa-beli, hak milik atas barang itu baru akan berpindah kepada si pembeli

pada saat cicilan (angsuran) -telah berpindah dari penjual kepada pembeli, pada saat pembayaran cicilan (angsuran) pertama, sedangkan pada perjanjian sewa-beli, hak milik atas barang itu baru akan berpindah kepada si pembeli pada saat cicilan (angsuran) terakhir telah dibayar lunas.

10. Jual-Beli Melalui Internet

Ketentuan Pasal 20 (1) UUIE ini merupakan sistem 2 (dua) klik. Klik pertama ialah bahwa calon pembeli melihat di layar computer adanya penawaran dari calon penjual. Klik kedua, bahwa calon pembeli memberikan penerimaan terhadap penawaran. Maka sudah dianggap lahir (terjadi) perjanjian jual-beli. Dalam hal ini, sebenarnya lebih aman menggunakan sistem dua klik calon pembeli memberikan penerimaan terhadap penawaran. Maka sudah dianggap lahir (terjadi) perjanjian jual-beli.

Dalam hal ini, sebenarnya lebih aman menggunakan sistem tiga klik. Klik ketiga adalah adanya persetujuan dari calon penjual kepada calon pembeli perihal diterimanya penerimaan calon pembeli. Agar penjual tidak dapat mengelak dengan mengatakan kepada calon pembeli. Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik ini telah mendampingi kontrak jual-beli secara konvensional, melalui media komputer.²³

²³Djaja S Meliala, *Hukum Perjanjian Khusus*, Nuansa Aulia, Bandung, 2012, Hal. 5.

1.7. Tinjauan Tentang Media *Online*

Media *online* adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis pada telekomunikasi dan multimedia dengan memiliki informasi yang bersifat *update* (terbaru), aktual dan menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.

Media *online* merupakan media yang mempunyai basis teknologi komunikasi interaktif dalam hal ini jaringan komputer, dan oleh karenanya ia memiliki ciri khas yang tidak dimiliki media konvensional lainnya, salah satunya adalah pemanfaatan Internet sebagai wahana di mana media tersebut ditampilkan, sekaligus sarana produksi dan penyebaran informasinya. Oleh karena itu, peranan teknologi komunikasi dalam hal ini internet, sangatlah besar dalam mendukung setiap proses penyelenggaraan media *online*.

Media *Online* disebut juga dengan Digital Media adalah media yang tersaji secara online di internet. Pengertian Media *Online* dibagi menjadi dua pengertian yaitu secara umum dan khusus:

- a. Media *Online* secara umum, yaitu segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet berisikan teks, foto, video, dan suara. Dalam pengertian umum ini, media *online* juga bisa dimaknai sebagai sarana komunikasi secara *online*. Dengan pengertian media online secara umum ini, maka email, *mailing list (milis)*, *website*, *blog*, *whatsapp*, dan media sosial (sosial media) masuk dalam kategori media *online*.
- b. Media *Online* secara khusus yaitu terkait dengan pengertian media dalam konteks komunikasi massa. Media adalah singkatan dari media

komunikasi massa dalam bidang keilmuan komunikasi massa mempunyai karakteristik tertentu, seperti publisitas dan periodisitas.²⁴

1.8. Tinjauan Umum Tentang *E-Commerce*

1.8.1. Pengertian *E-Commerce*

Sampai saat ini belum ada kesepakatan tentang definisi *e-commerce* karena masing-masing pihak memberikan suatu definisi yang berbeda-beda, hal ini sejalan dengan perkembangan teknologi yang selalu berkembang sehingga definisi *e-commerce* mengikuti perkembangan teknologi tersebut. Akan tetapi, dalam perkembangan praktik *e-commerce* merupakan kegiatan yang meliputi tukar menukar informasi, iklan dan transaksi. Untuk memperjelas lingkup *e-commerce* beberapa definisi dikemukakan baik oleh para akademis maupun organisasi-organisasi internasional, sebagai berikut:

1. Menurut Industri teknologi informasi perdagangan melalui elektronik / *E-Commerce* sebagai transaksi komersial melalui elektronik. Contohnya transfer, pemasaran.
2. Menurut UNCITRAL (*United Nations Commission On International Trade Law*) merupakan salah satu komisi dibawah PBB yang Khusus membahas perdagangan internasional. Memberikan pengertian tentang *E-Commerce* yaitu kegiatan yang menggunakan semua jenis informasi dalam bentuk data untuk keperluan komersial.
3. Menurut Kalakota dan Whinston berpendapat definisi *E-Commerce* adalah merupakan aktifitas pengiriman komunikasi dan informasi produk-produk/jasa atau pembayaran yang dilakukan melalui telpon, jaringan-jaringan komputer atau sarana-sarana elektronik lainnya.²⁵

²⁴M.Romli, Asep Syamsul, *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*, Nuansa Cendekia, Bandung, 2012, Hal. 34.

²⁵Shinta Dewi, *Cyberlaw Perlindungan Privasi Atas Informasi Dalam E-Commerce*, Widya Padjadjaran, Bandung, 2009, Hal. 56.

1.8.2. Keuntungan dan Kerugian *E-Commerce*

Dengan terjadinya konvergensi antara teknologi telekomunikasi dengan informatika telah mendorong perkembangan *e-commerce* dan telah banyak memberikan keuntungan yaitu:

1. Bagi Kalangan Pengusaha

- a. Dapat memperluas pasar sampai dengan tingkat internasional dengan modal kecil karena melalui internet para pengusaha dengan mudah, cepat, dan murah bisa mendapatkan lebih banyak konsumen.
- b. Memungkinkan perusahaan untuk menurunkan jumlah persediaan barang dan kelebihan persediaan barang karena penyimpanan barang akan tergantung pada pemesanan konsumen.
- c. Dapat meningkatkan efisiensi perusahaan dengan meningkatkan tingkat produktifitas pegawai-pegawai dibagian penjualan dan administrasi.
- d. Menekan biaya komunikasi karena biaya penggunaan internet jauh lebih murah.

2. Bagi Konsumen

- a. Memungkinkan para konsumen untuk berbelanja atau melakukan transaksi lainnya selama 24 jam untuk seluruh lokasi diseluruh dunia.
- b. Memberikan lebih banyak pilihan bagi para konsumen.
- c. Menawarkan barang-barabg atau jasa-jasa dengan harga yang relatif lebih murah.
- d. Didalam sektor jasa pengiriman produk-produk lebih cepat.
- e. Konsumen dapat tukar menukar informasi dengan konsumen lainnya secara interaksi yang ada dalam komunitas tertentu.

3. Bagi Masyarakat

- a. Memungkinkan banyak orang untuk bekerja dirumah mereka.
- b. Memungkinkan sejumlah pedagang untuk menjual barang-barang atau jasa mereka dengan harga yang lebih murah.
- c. Menjangkau konsumen yang berada di daerah-daerah terpencil.²⁶

²⁶*Ibid*, Hal. 60.

Perdagangan elektronik selain memberikan manfaat juga dapat mengakibatkan kerugian yakni:

1. Secara Teknis:

- a. Kurang terjaminnya keamanan dan realibilitas sistem termasuk keamanan dan reabilitas standar dan protokol-protokol komunikasi.
- b. Kurang memadainya infrastruktur.

2. Secara Hukum:

- a. Masih ada beberapa permasalahan hukum yang belum terpecahkan, sedangkan peraturan perUndang-Undangan yang dibuat oleh pemerintah negara-negara cenderung belum sempurna untuk dapat menjangkau beberapa permasalahan hukum seperti masalah terjadinya sengketa dalam perdagangan elektronik.
- b. Keamanan dan privasi dalam perdagangan elektronik dapat merugikan pihak konsumen terutama dalam akses informasi pribadi konsumen.

1.8.3. Jenis-jenis Transaksi dalam *E-commerce*

Transaksi *E-commerce* meliputi banyak hal, maka untuk membedakannya perlu dibagi dalam jenis-jenis *E-commerce*. jenis-jenis transaksi dari suatu kegiatan *E-commerce* adalah sebagai berikut:

1. *Business to Business* (B2B) adalah Transaksi yang terjadi antara perusahaan dalam hal ini, baik pembeli maupun penjual adalah sebuah perusahaan dan bukan 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.
2. *Business to Consumer* (B2C) adalah transaksi antara perusahaan dengan konsumen/individu. Pada jenis ini transaksi disebarakan secara umum, dan konsumen yang berinisiatif melakukan transaksi. Produsen harus siap menerima respon dari konsumen tersebut. Biasanya sistem yang digunakan adalah sistem web karena sistem ini yang sudah umum dipakai dikalangan masyarakat.

3. *Consumer to Consumer (C2C)* adalah Transaksi jual beli yang terjadi antarindividu dengan individu yang akan saling menjual barang.
4. *Consumer to Business (C2B)* adalah Transaksi yang memungkinkan individu menjual barang pada perusahaan.²⁷

1.9 Metode Penelitian

1.9.1 Jenis Dan Tipe Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum yuridis normatif. Yang dimaksud dengan yuridis normatif atau metode penelitian hukum kepustakaan adalah metode atau cara yang dipergunakan didalam penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka yang ada.²⁸

Pada penelitian secara normatif, sering kali hukum dikonsepsikan sebagai apa yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan atau hukum sebagai kaidah atau norma yang merupakan patokan berperilaku manusia dianggap putus. Dengan demikian penelitian ini dapat di perjelas yaitu menggunakan metode hukum normatif dengan maksud untuk memperoleh gambaran yang sejelas-jelasnya **Tentang Tinjauan Yuridis Transaksi Jual Beli Melalui Media Instagram.**

1.9.2 Sumber Data

Dalam penelitian hukum normatif, data diperoleh langsung dari pihak yang bersangkutan, yaitu berupa perilaku hukum masyarakat yang diteliti secara langsung. Sumber data dalam

²⁷Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2002, Hal. 408.

²⁸Soerjono Soekanto dan Sri Mamadji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2009, Hal. 14.

penelitian ini menggunakan data sekunder. Data sekunder antara lain mencakup dokumen-dokumen resmi, buku-buku, hasil-hasil penelitian yang berwujud laporan, dan sebagainya. Sumber data atau bahan hukum yang digunakan dalam penulisan proposal skripsi ini adalah:

1. Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang mempunyai otoritas. Bahan hukum primer terdiri dari perundang-undangan, catatan-catatan resmi dan putusan hakim,²⁹ berupa peraturan perundang-undangan seperti:
 - a. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
 - b. Kitab Undang-Undang Hukum Dagang.
 - c. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
 - d. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
2. Bahan hukum sekunder adalah semua publikasi tentang hukum yang merupakan bukan dokumen resmi, berupa doktrin-doktrin dan buku-buku yang berkaitan dengan masalah perjanjian jual-beli dan metode penelitian hukum.
3. Bahan hukum tersier terdiri dari bahan hukum yang memberikan petunjuk atau penjelasan bermakna terhadap bahan hukum primer

²⁹Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Cetakan ke-2, Kencana, Jakarta, 2006, Hal. 141.

dan bahan hukum sekunder. Seperti halnya kamus-kamus hukum, ensiklopedia.

1.9.3 Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam suatu penelitian, lazimnya dikenal dengan beberapa jenis alat pengumpulan data, yaitu:

1. Studi Kepustakaan/Dokumen

Studi dokumen merupakan langkah awal dari setiap penelitian hukum (baik normatif maupun sosiologi). Studi kepustakaan diperlukan sebagai landasan dalam menganalisis suatu permasalahan serta mampu memberikan solusi terhadap permasalahan tersebut terkait dengan fenomena yang ada dengan teori hukum yang ditetapkan.

2. Wawancara

Wawancara yang dilakukan oleh penulis bertujuan untuk mendapatkan informasi terkait permasalahan yang diambil oleh penulis sebagai bahan penelitian yang bersumber dari informan terkait dengan permasalahan yang diambil oleh penulis. Adapun dalam prakteknya penulis melakukan wawancara secara langsung kepada penjual dan pembeli yang melakukan transaksi jual belinya melalui media *instagram*.

1.9.4 Metode Analisis Data

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis artinya data yang digunakan adalah pendekatan terhadap data primer dan data sekunder.³⁰

Metode analisa atas data yang telah terkumpul dalam penelitian ini, akan menggunakan metode deskriptif analisis, yaitu memaparkan semua data sekunder, yang telah diperoleh dari studi kepustakaan, untuk kemudian disusun, dijabarkan dan dilakukan interpretasi untuk memperoleh jawaban dan kesimpulan terkait permasalahan yang di bahas dalam laporan penelitian ini.

1.9.5 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian pengeumpulan data yang diperoleh dari beberapa tempat yang mencakup perpustakaan. Perpustakaan perguruan tinggi, perpustakaan umum dan sebagainya. Hal ini berkaitan dengan adanya tinjauan yuridis jual beli melalui media instagram.

1.9.6 Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini adalah delapan bulan, dimulai dari bulan April 2018 sampai Desember 2018. Penelitian ini mulai dilaksanakan pada bulan April 2018 pada minggu pertama, yang meliputi tahap persiapan penelitian yakni pengajuan judul (pra proposal), Acc judul,

³⁰Zainuddin Ali, *Op. cit*, Hal.107.

permohonan surat ke Instansi, pencarian data, bimbingan penelitian, penulisan penelitian.

1.9.7 Sistematika Penulisan

Skripsi ini merupakan satu kesatuan pemikiran secara utuh dimulai dari pendahuluan sampai dengan penutup, agar dapat diperoleh hasil yang tepat dan terarah. Skripsi ini disusun secara sistematis menjadi empat bab. Setiap bab memiliki keterkaitan antara yang satu dengan yang lainnya. Secara lebih jelas dan terperinci akan diuraikan sebagai berikut:

Bab *Pertama*, menjelaskan tentang pendahuluan berisi uraian atau gambaran mengenai topik yang dibahas dalam skripsi ini. Dalam bab pertama ini dibagi menjadi beberapa sub bab yaitu latar belakang, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka menjelaskan tentang dasar hukum dan teori-teori untuk mendukung pembahasan dalam skripsi ini, metodologi penelitian yang digunakan untuk membahas skripsi ini yaitu metodologi yuridis normatif, sistematika penelitian, lokasi penelitian, serta waktu dalam penulisan skripsi ini.

Bab *Kedua*, membahas mengenai akibat hukum transaksi jual beli *online* melalui media instagram. Yang dibagi menjadi dua sub bab, sub bab yang pertama membahas mengenai hak dan kewajiban para pihak dalam transaksi jual beli *online* melalui media *instagram*,

dan sub bab kedua membahas mengenai akibat hukum dalam transaksi jual beli *online* melalui media *instagram*.

Bab *Ketiga*, membahas mengenai upaya hukum pihak yang dirugikan dalam transaksi jual beli melalui media *instagram*. Yang dibagi menjadi dua sub bab, sub bab yang pertama membahas mengenai perlindungan hukum pihak yang dirugikan dalam transaksi jual beli *online* melalui media *instagram* dan sub bab kedua membahas upaya hukum pihak yang dirugikan dalam transaksi jual beli *online* melalui media *instagram*.

Bab *Keempat*, berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang diperoleh serta saran menyikapi hasil penelitian yang di dapat. Guna memberikan sumbangsih terhadap perkembangan karya ilmiah dibidang hukum khususnya tentang transaksi jual beli melalui media *instagram*.