

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Negara Indonesia merupakan negara hukum karena selalu menjadikan peraturan perundang-undangan sebagai pedoman dalam kehidupan bermasyarakat. Peraturan perundang-undangan tersebut dijadikan dasar dalam melakukan apapun karena manusia sejak lahir telah terikat oleh aturan. Peraturan perundang-undangan dibuat untuk mensejahterakan masyarakat agar dapat hidup damai dan tentram. Maka dari itu, masyarakat harus mematuhi peraturan perundang-undangan yang telah dibuat oleh pemerintah. Apabila tidak mematuhi peraturan perundang-undangan tersebut akan dikenai sanksi yang tegas.

Salah satu hukum yang ada di Indonesia adalah hukum perjanjian. Hukum perjanjian berkaitan dengan kesepakatan antara pihak yang satu dengan yang lainnya. Perjanjian merupakan hal yang penting bagi masyarakat terutama dalam melakukan perjanjian apapun misalnya perjanjian jual beli, sewa menyewa, dll. Perjanjian dikatakan penting karena bersifat mengikat para pihak yang telah melakukan tindakan hukum dalam menyelenggarakan kepentingan dan kewajibannya. Dalam setiap kontrak perjanjian terdapat tiga tahap yaitu tahap *pra contractual*, yaitu adanya penawaran dan penerimaan, kemudian tahap *contractual*, yaitu adanya persesuaian pernyataan kehendak antara para pihak, dan tahap *post contractual*, yaitu pelaksanaan perjanjian (Salim, 2010: 164).

Pada dasarnya, dalam suatu perjanjian kepentingan yang terikat oleh apa yang dituliskan dalam perjanjian yang bersangkutan adalah kepentingan para pihak sendiri yang telah sukarela dan persetujuannya sengaja dilibatkan.

Perjanjian biasanya dilakukan secara tertulis dan dibuat secara notariil dihadapan notaris atau di bawah tangan yang dibuat oleh kedua belah pihak. Tetapi, ada juga perjanjian yang dibuat secara lisan. Perjanjian bisa dilakukan oleh berbagai pihak baik pihak di dalam negara maupun antar negara. Pengaturan mengenai perjanjian tercantum di dalam BUKU III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata tentang Perikatan (Luthfi, 2017: 179-180). Pasal 1320 dan pasal 1338 KUH Perdata merupakan pasal yang paling sering dijadikan dasar dalam membuat suatu perjanjian.

Pengertian perjanjian menurut pasal 1313 KUH Perdata mengatur, “Perjanjian adalah suatu perbuatan dimana satu orang atau lebih mengikatkan diri terhadap satu orang lain atau lebih”. Dalam melakukan suatu perjanjian harus memenuhi syarat sahnya suatu perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata yaitu kesepakatan, cakap hukum, adanya suatu hal tertentu, dan adanya suatu sebab yang halal agar perjanjian menjadi sah dan mengikat secara hukum (Miru, 2011: 148). Kesepakatan dan cakap hukum merupakan syarat subjektif apabila dilanggar dapat dibatalkan, sedangkan adanya suatu hal tertentu dan adanya suatu sebab yang halal merupakan syarat objektif apabila dilanggar dinyatakan batal demi hukum.

Sahnya suatu perjanjian tercantum dalam pasal 1320 KUH Perdata. Dalam suatu perjanjian setiap orang berhak melakukan perjanjian dengan siapa saja baik yang sudah ada maupun belum ada pengaturannya asal tidak bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan, dan ketertiban tentunya dengan berpedoman pada asas kebebasan berkontrak. Dalam pasal 1338 KUH Perdata mengatur, “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-alasan yang ditentukan oleh undang-undang. Persetujuan harus dilaksanakan dengan itikad baik”.

Hal yang sangat penting dalam melakukan suatu perjanjian adalah pelaksanaan perjanjian itu sendiri. Pelaksanaan perjanjian menjadi hal yang sangat penting karena perjanjian itu sendiri yang menyebabkan masing-masing pihak mengadakan suatu perjanjian. Dengan adanya pelaksanaan perjanjian tersebut, pihak yang bersangkutan dapat memenuhi kebutuhannya, kepentingannya, dan minatnya. Selain itu, itikad baik juga menjadi salah satu hal yang penting dalam melaksanakan suatu perjanjian. Terdapat aturan umum yang berlaku bagi semua perjanjian dan aturan khusus yang berlaku hanya untuk perjanjian tertentu (perjanjian khusus) yang namanya sudah diberikan undang-undang dalam KUH Perdata. Adapun jenis-jenis dari perjanjian khusus adalah perjanjian jual beli, sewa menyewa, tukar menukar, pinjam meminjam, pemborongan, pemberian kuasa, dan perburuhan.

Suatu perjanjian dalam pelaksanaannya terdapat hak dan kewajiban bagi para pihak yang mengadakan suatu perjanjian. Melaksanakan perjanjian artinya melaksanakan sebagaimana mestinya apa yang merupakan kewajiban dengan siapa perjanjian itu dibuat. Oleh karena itu, melaksanakan perjanjian pada hakikatnya adalah berbuat sesuatu untuk kepentingan orang lain, yaitu pihak yang berhak atas pelaksanaan perjanjian tersebut. Apabila perjanjian tersebut bersegi satu, maka kewajiban untuk melaksanakan perjanjian hanya ada pada satu pihak saja, sedangkan pihak yang lain hanya mempunyai hak. Tetapi apabila perjanjian

tersebut bersegi dua, maka kewajiban untuk melaksanakan perjanjian ada pada kedua belah pihak, sehingga kedua belah pihak secara timbal balik masing-masing mempunyai hak dan kewajiban yang saling berhadapan satu sama lain. Sebelum melakukan suatu perjanjian, para pihak yang bersangkutan harus mengetahui dan menyadari sepenuhnya apa saja yang menjadi kewajiban dan haknya dalam perjanjian tersebut. Dalam prakteknya seringkali masyarakat dalam melaksanakan perjanjian tidak mengindahkan aturan yang sudah tertuang dalam undang-undang. Oleh karena itu, dalam melaksanakan perjanjian harus tetap berpedoman pada aturanc-aturan yang sudah ada (Az, 2016: 44-46).

Salah satu jenis perjanjian yang paling sering dilakukan oleh masyarakat adalah perjanjian jual beli. Menurut pasal 1457 KUH Perdata mengatur, “Jual beli adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan”. Hal utama yang harus ada dalam perjanjian jual beli adalah kata sepakat, maka dari itu kesepakatan tercantum sebagai salah satu syarat sahnya perjanjian dalam pasal 1320 KUH Perdata. Dalam pasal 1458 KUH Perdata mengatur, “Jual beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, segera setelah orang-orang itu mencapai kesepakatan tentang barang tersebut beserta harganya, meskipun barang itu belum diserahkan dan harganya belum dibayar”.

Makna dari kata sepakat dalam perjanjian jual beli adalah penjual menawarkan sebuah objek berupa barang dan pembeli menyepakati penjualan barang tersebut. Namun, apabila penjual yang telah menawarkan barang tersebut tidak disetujui oleh pembeli, maka dalam hal ini belum terjadi kesepakatan yang dimaksud. Terdapat unsur-unsur kesepakatan yang harus ada antar penjual dan

pembeli dalam penjelasan pasal 1458 KUH Perdata. Unsur tersebut harus dilaksanakan oleh penjual dan pembeli karena merupakan sebuah kewajiban yang harus dipenuhi.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, kini transaksi jual beli dapat dilakukan melalui media elektronik atau sering disebut dengan *e-commerce*. Dasar hukum mengenai transaksi elektronik di Indonesia telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Raditio, 2014: 4). Menurut pasal 1 ayat (2) UU No. 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas UU No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik mengatur, “Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya”. Pada prinsipnya, perjanjian dalam transaksi jual beli melalui media elektronik (*e-commerce*) sesungguhnya sama dengan perjanjian jual beli secara langsung (konvensional) yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia (Barkatullah, 2017: 41).

Transaksi melalui media elektronik telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat. Misalnya seperti jual beli pakaian, tas, kosmetik, dan lain sebagainya, orang cukup melakukannya melalui media elektronik saja. Bahkan dalam hal transaksi pembayaran tidak perlu menggunakan uang tetapi cukup dengan mendebet pulsa telepon seluler melalui fasilitas *SMS*. Hampir semua barang dapat dijadikan objek perdagangan melalui media elektronik, hal itu karena media

elektronik merupakan media yang paling efektif dan efisien. Namun hanya benda bergerak saja yang dapat diperdagangkan melalui media internet, karena apabila benda tidak bergerak seperti tanah diperjualbelikan melalui media elektronik harus dengan akta jual beli yang dibuat dihadapan Pejabat Pembuat Akta Tanah tidak bisa dilakukan melalui media elektronik (internet) (Prayogo, 2014: 79).

Transaksi jual beli yang dilakukan secara elektronik di Indonesia menunjukkan perkembangan yang amat pesat. Perkembangan yang sangat pesat dari transaksi elektronik (*e-commerce*) ini disebabkan oleh beberapa hal yaitu transaksi melalui media elektronik memiliki jangkauan yang luas sehingga dapat menjangkau lebih banyak pelanggan dan setiap saat pelanggan dapat mengakses seluruh informasi secara terus-menerus, transaksi melalui media elektronik dapat meningkatkan kreatifitas penjual dalam hal perdagangan serta informasi yang disampaikan berlangsung secara periodik, transaksi yang dilakukan melalui media elektronik lebih efisien, praktis, dan informatif, dan transaksi melalui media elektronik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, karena transaksi melalui media elektronik dapat memberikan pelayanan yang cepat, mudah, aman, dan akurat (Hasannah, 2015: 39-40).

Salah satu aplikasi yang menyediakan kegiatan transaksi jual beli melalui media elektronik adalah facebook. Facebook merupakan salah satu aplikasi yang digemari oleh masyarakat dari kalangan anak-anak, remaja, sampai dewasa. Facebook menyediakan fitur *Ads* atau media periklanan tempat promosi sehingga orang lain dapat mengenal suatu produk yang belum mereka ketahui dan pada akhirnya masyarakat atau seseorang tertarik terhadap iklan tersebut. Jadi, selain fitur tersebut digunakan sebagai media iklan juga sebagai tempat terjadinya

kesepakatan atau perjanjian sampai pada akhirnya terjadi transaksi dalam postingan iklan yang dibuat oleh *advertiser* (pengiklan), yang dikenal dengan nama *facebook advertising* (iklan facebook). *Facebook advertising* merupakan salah satu fitur dalam facebook yang digunakan untuk mempromosikan/mengiklankan produk ataupun jasa kepada pengguna facebook sesuai dengan tujuan dan target market yang diinginkan.

*Facebook advertising* sebagai jembatan bagi para pelaku usaha dalam memasarkan produk bisnisnya melalui jejaring facebook. Dengan banyaknya pengguna facebook dari berbagai kalangan, diharapkan mampu meningkatkan omset penjualan hingga berlipat-lipat. Biaya yang dibutuhkan untuk beriklan di *facebook advertising* tidaklah terlalu mahal dan tidak terlalu murah, karena biaya yang dibutuhkan tergantung dari berapa budget yang kita miliki. Dengan beriklan di facebook, maka akan lebih mudah dalam memasarkan produknya apalagi dalam *facebook advertising* memiliki berbagai layanan jenis iklan yang dapat dioptimalkan sesuai dengan tujuan iklan (Asnawi, 2017: 68).

Dengan adanya transaksi melalui media elektronik mengakibatkan timbulnya permasalahan yang terjadi, seperti kasus yang pernah saya temui langsung dalam transaksi elektronik melalui media facebook advertising, dimana anak SMP berusia 13 tahun membeli sebuah buku online shop dilengkapi dengan online course yang ia lihat dari facebook advertising (iklan facebook). Karena melalui sistem elektronik maka pembayaran dilakukan melalui transfer. Anak tersebut menggunakan kartu ATM orang tuanya. Namun ternyata, saat barang itu sampai ia tidak mendapat online course sesuai dengan deskripsi produk di halaman bisnis yang ia lihat. Sehingga, anak tersebut mengalami kerugian karena hal itu.

Kemudian contoh kasus lainnya yang berkaitan dilansir dari Bisnis.com dimana facebook digugat karena mengakibatkan seorang anak menghabiskan \$20 dengan kartu kredit orang tuanya tanpa sepengetahuan orang tuanya untuk permainan "Ninja Saga" dan masih banyak lagi kasus lainnya yang berkaitan dengan transaksi melalui media elektronik yang dilakukan oleh anak di bawah umur.

Kegiatan transaksi melalui media elektronik yang dilakukan oleh anak di bawah umur semakin meningkat tidak hanya melalui facebook saja. Seperti temuan menarik dari shopee mengenai belanja *online* sepanjang tahun 2017 mengalami peningkatan 5 kali lipat adanya transaksi yang dilakukan oleh anak di bawah umur khususnya bagi remaja. Brand Manager Rezki Yanuar menjelaskan bahwa di Shopee banyak konsumen di bawah 25 tahun, ada yang berusia 15 tahun masih menduduki bangku SMA karena hal itu shopee mengalami kenaikan 5 kali dari tahun sebelumnya. Menurut Yanuar hal tersebut terjadi karena kaum remaja sudah semakin akrab dengan dunia digital, apalagi sekarang mereka yang berumur kurang dari 25 tahun sudah mulai banyak bekerja. Hal ini membuktikan bahwa aktivitas digital bagi kalangan remaja semakin berkembang (Lestari, 2018).

Jika melihat dari kasus tersebut pihak yang paling dirugikan bukanlah anak di bawah umur melainkan negara sendiri karena negara sudah membuat aturan yang melarang anak di bawah umur untuk melakukan transaksi elektronik namun masih tetap saja masyarakat mengesampingkan aturan tersebut. Apalagi dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik terdapat penafsiran yang tidak jelas mengenai batas usia yang dinyatakan cakap hukum untuk melakukan transaksi elektronik sebagai penentu keabsahan suatu perjanjian sehingga aturan



tersebut tidak berjalan secara efektif. Dalam pasal 1320 KUH Perdata tentang syarat sahnya perjanjian telah diatur bahwa salah satu syarat sahnya perjanjian adalah orang yang cakap hukum. Dengan adanya hal ini pasal 1330 KUH Perdata mengatur siapa saja yang dinyatakan tidak cakap hukum salah satunya adalah orang yang belum dewasa. Dalam pasal 330 KUH Perdata menjelaskan bahwa orang yang dinyatakan belum dewasa adalah orang yang belum mencapai usia 21 tahun. Namun facebook memperbolehkan pengguna facebook yang berusia 13 tahun keatas untuk menggunakan aplikasi facebook, hal tersebut memungkinkan anak di bawah umur untuk melakukan transaksi elektronik melalui media *facebook advertising*.

Walaupun hal tersebut bertentangan dengan undang-undang yang berlaku tetapi hal tersebut masih sering terjadi di masyarakat. Orang tuapun juga membiarkan hal itu terjadi apabila anak tersebut melakukan transaksi elektronik untuk hal-hal yang dirasa bermanfaat bagi anak tersebut walaupun hal tersebut bertentangan dengan undang-undang dan nantinya dapat merugikan diri anak itu sendiri. Lama kelamaan hal ini sudah menjadi kebiasaan di masyarakat tanpa mengindahkan peraturan yang ada. Namun tidak semua orang tua mengizinkan anaknya yang masih di bawah umur untuk melakukan transaksi melalui media elektronik. Masih ada beberapa orang tua yang sadar hukum dan tetap mengawasi anak-anaknya.

Berdasarkan pemaparan diatas maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih lanjut terkait permasalahan tersebut untuk menulis dalam bentuk proposal skripsi dengan judul : **“ANALISIS KEABSAHAN PERJANJIAN DALAM TRANSAKSI ELEKTRONIK MELALUI MEDIA FACEBOOK**

**ADVERTISING DITINJAU BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NO. 19  
TAHUN 2016 TENTANG PERUBAHAN ATAS UNDANG-UNDANG NO.  
11 TAHUN 2008 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI  
ELEKTRONIK”.**

**1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Penjelasan terkait Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 dalam transaksi elektronik untuk anak di bawah umur tidak ditentukan secara jelas batas usia yang dinyatakan cakap hukum untuk melakukan transaksi elektronik sebagai penentu keabsahan suatu perjanjian sehingga menimbulkan penafsiran yang tidak jelas.
2. Orang yang tidak cakap hukum terutama anak di bawah umur sering melakukan transaksi elektronik melalui media *facebook advertising*.
3. Adanya penyimpangan pada pengguna facebook terutama anak di bawah umur dalam melakukan perjanjian transaksi elektronik melalui media *facebook advertising*.
4. Timbulnya kerugian yang disebabkan pada perjanjian dalam transaksi elektronik melalui media *facebook advertising* yang dilakukan oleh anak di bawah umur.

**1.3 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dikemukakan diatas mengingat keterbatasan norma hukum serta keterbatasan kemampuan

penulis maka untuk memperoleh hasil penelitian yang terarah dan tersusun secara sistematis penulisan karya ilmiah ini perlu ditegaskan mengenai materi yang diatur di dalamnya agar tidak menyimpang dari pokok permasalahan yang telah dirumuskan sehingga dapat diuraikan secara sistematis. Untuk menghindari pembahasan menyimpang dari pokok permasalahan maka diberikan batasan-batasan mengenai ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas. Terkait penelitian ini penulis memberikan batasan pada keabsahan perjanjian dalam transaksi elektronik melalui media *facebook advertising* serta akibat hukum terhadap perjanjian dalam transaksi elektronik melalui media *facebook advertising* yang dilakukan oleh anak di bawah umur.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas maka dapat diambil beberapa rumusan masalah, yaitu :

1. Bagaimana keabsahan perjanjian yang diselenggarakan secara elektronik melalui media *facebook advertising* bagi anak di bawah umur berdasarkan Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik?
2. Bagaimana akibat hukum terhadap perjanjian dalam transaksi elektronik melalui media *facebook advertising* yang dilakukan oleh anak di bawah umur?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan karya ilmiah ini sebagai berikut :

## 1. Tujuan Umum

Bertujuan untuk menambah pemahaman penulis dan pembaca terkait bagaimana keabsahan perjanjian dalam transaksi elektronik melalui media *facebook advertising* ditinjau berdasarkan Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

## 2. Tujuan Khusus

- a. Menganalisis keabsahan suatu perjanjian yang diselenggarakan secara elektronik melalui media *facebook advertising* berdasarkan Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- b. Mengetahui akibat hukum terhadap perjanjian dalam transaksi elektronik melalui media *facebook advertising* yang dilakukan oleh anak di bawah umur.

## 1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat dirumuskan menjadi 2 (dua) yaitu manfaat teoritis dan praktis yang satu sama lain saling terkait. Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

### 1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan referensi tambahan dalam dunia hukum yang secara khusus mengenai keabsahan perjanjian dalam transaksi elektronik melalui media *facebook advertising* ditinjau berdasarkan Undang-Undang No. 19 Tahun 2016

Tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik serta menjadi pedoman penulis lain dalam membuat penelitian sejenis.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan penulis terkait dengan keabsahan perjanjian dalam transaksi elektronik melalui media *facebook advertising* ditinjau berdasarkan Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang selanjutnya dijadikan sebagai pegangan dalam pembelajaran.

### b. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan masyarakat mengenai keabsahan perjanjian dalam transaksi elektronik melalui media *facebook advertising*.

### c. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pemerintah sebagai referensi dan acuan agar mengetahui langkah apa selanjutnya yang harus ditempuh untuk meminimalisir adanya penyimpangan dalam perjanjian transaksi elektronik melalui media *facebook advertising* khususnya bagi anak di bawah umur.