



KAJIAN KEABSAHAN PERJANJIAN JUAL BELI PADA PLATFORM E-COMMERCE SEBAGAI UPAYA MEWUJUDKAN PERLINDUNGAN KONSUMEN

Nur Shofa Hanafiah^a, Nabilah Apriani^b

^aFakultas Hukum Universitas Padjadjaran, Indonesia

^bFakultas Hukum Universitas Pasundan, Indonesia

Abstrak

Perjanjian merupakan perbuatan hukum yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih, dimana salah satu pihak berkewajiban untuk melakukan sesuatu, sedangkan pihak lainnya berhak atas pemenuhan kewajiban. Seiring perkembangan zaman hadir sebuah terobosan baru dalam melakukan transaksi yakni melalui sarana media elektronik atau yang dapat disebut sebagai e-commerce. Sehingga penelitian ini berfokus pada bagaimana Keabsahan Perjanjian Jual Beli Melalui Platform E-Commerce ditinjau berdasarkan Hukum Positif Indonesia serta Bagaimana Perlindungan Hukum terhadap Konsumen atas Perjanjian Jual Beli Melalui Transaksi Elektronik Berdasarkan UU Perlindungan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif, dengan spesifikasi penelitian deskriptif analitis menggunakan data yang bersumber pada bahan hukum primer, sekunder, tersier. Dengan teknik pengumpulan data studi pustaka yang dianalisis secara kualitatif. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa Perjanjian Jual Beli Melalui Platform E-Commerce dapat dinilai sah sepanjang tetap tunduk pada KUH Perdata dan UU ITE. Selain itu, perlindungan hukum terhadap konsumen dapat di wujudkan dalam dua bentuk pengaturan, salah satunya adalah perlindungan hukum melalui perundang-undangan yang dalam hal ini UU No 8 Tahun 2010 tentang perlindungan konsumen. Meskipun telah diatur sedemikian rupa, namun konsumen tetap membutuhkan model perlindungan yang komperhensif dan relevan.

Kata Kunci: Keabsahan; Kontrak Online; E-Commerce; Perlindungan Konsumen

Abstract

An agreement is a legal act carried out by two or more parties, where one party is obliged to do something, while the other party is entitled to fulfill obligations. Along with the times, there is a new breakthrough in conducting transactions, namely through electronic media facilities or what can be referred to as e-commerce. So this research focuses on how the validity of the sale and purchase agreement through the e-commerce platform is reviewed based on the Indonesian positive law and how the legal protection of consumers on the sale and purchase agreement through electronic transactions is based on the consumer protection law. This research uses normative juridical research methods, with descriptive analytical research specifications using data sourced from primary, secondary, tertiary legal materials. With literature study data collection techniques were analyzed qualitatively. This study concludes that the Sale and Purchase Agreement Through the E-Commerce Platform can be considered valid as long as it remains subject to the Civil Code and the ITE Law. In addition, legal protection for consumers can be realized in two forms of regulation, one of which is legal protection through legislation, in this case Law No. 8 of 2010 concerning consumer protection. Even though it has been regulated in such a way, consumers still need a comprehensive and relevant protection model.

Keywords: Validity, Online Contract, E-Commerce; Consumer Protection

Penulis : ^ahanafiahshofa@gmail.com, ^baprianinabilah@gmail.com.

LATAR BELAKANG

Demikian pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi berdampak pada terciptanya internet (*interconnection network*) atau teknologi dunia maya. Sebagai media informasi dan komunikasi elektronik, internet sangat bermanfaat bagi seluruh kegiatan manusia diantaranya internet dapat digunakan untuk melakukan pembelajaran daring, komunikasi antar individu melalui media sosial tanpa batas antar negara, mencari data, *update* berita terkini hingga dalam melakukan aktivitas perdagangan.

Dimanfaatkannya media internet dalam transaksi perdagangan diistilahkan dengan *electronic commerce* atau dapat disingkat menjadi *E-commerce*.¹ Berdasarkan Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas UU No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut UU ITE) menetapkan, "Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya". Sedikitnya, terdapat dua faktor yang mendorong E-commerce yakni permintaan atas produk-produk tertentu yang meningkat serta kemudahan untuk melakukan transaksi perdagangan.²

Kenyataan ini menunjukkan, bahwa konvergensi di bidang telematika berkembang tanpa dapat dibendung, seiring dengan ditemukannya hak cipta dan paten baru di bidang teknologi informasi.³ Kini, transaksi jual beli melalui media elektronik merupakan bagian penting aktivitas perdagangan nasional maupun internasional. Disebabkan oleh efektifitasnya, hampir seluruh jenis benda bergerak dapat menjadi objek perdagangan melalui internet. Bagi benda tidak bergerak, misalnya tanah dan bangunan, aktifitas jual belinya hanya dapat dilakukan melalui akta jual beli yang dibuat di hadapan Pejabat Pembuat Akta Tanah (PPAT) dan tidak dapat dilakukan melalui E-commerce.

Sejatinya proses transaksi jual beli secara konvensional tidak berbeda jauh dengan proses transaksi jual beli melalui E-commerce. Dalam transaksi jual beli melalui E-commerce, antara penjual dan pembeli tidak melakukan pertemuan secara langsung. Akan tetapi, seluruh kegiatan jual beli dilakukan melalui perangkat berbasis internet. Bila ditelaah perbedaan antara jual beli melalui E-commerce dan jual beli konvensional adalah: pertama, kegiatan jual beli secara konvensional dilakukan dengan mempertemukan penjual dan pembeli secara langsung, jadi dari proses penawaran, pemilihan barang, pembelian barang, penerimaan barang secara langsung dilakukan pada saat itu juga.

Sedangkan, dalam jual beli melalui E-commerce, antara penjual dan pembeli tidak dipertemukan secara langsung sehingga aktivitas perdagangan dapat dilakukan tanpa sekat jarak. Karena tidak langsung bertemu, sistem pembayarannya pun tidak dapat dilakukan secara langsung (*cash*) melainkan dengan transfer bank, sistem *cash on delivery* (COD), atau secara tunai di gerai retail seperti indomaret atau alfamart.

¹ Ahmad M. Ramli, *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia*, (Bandung: Refika Aditama, 2004), hlm. 1.

² Agus Raharjo, *Cybercrime: Pemahaman dan Upaya Pencegahan Kejahatan Berteknologi* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti 2002) hlm 1.

³ Ahmad M. Ramli, *Op.Cit.*, him. 2-3

Adapun dalam prosesnya, jual beli melalui e-commerce memiliki perbedaan dengan jual beli secara konvensional, dimana proses pengikatan transaksi jual beli secara elektronik ini dilakukan dalam beberapa tahap, sebagai berikut:⁴

1. Penawaran, dapat terjadi apabila seseorang membuka situs yang menampilkan sebuah tawaran melalui internet tersebut
2. Penerimaan, dapat dilakukan tergantung penawaran yang terjadi, bisa melalui *e-mail* atau *website*
3. Pembayaran, dapat dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung
4. Pengiriman, adalah proses yang dilakukan setelah pembayaran atas barang yang ditawarkan oleh penjual kepada pembeli, dalam hal ini pembeli berhak atas penerimaan barang dimaksud .

Di Indonesia, pengaturan mengenai Perjanjian khususnya perjanjian elektronik tunduk pada Kitab Undang - Undang Hukum Perdata (KUHPer) dan UU ITE. Pasal 1457 KUHPerdata mengatur bahwa Jual beli merupakan suatu persetujuan yang mana pihak yang satu mengikatkan diri untuk menyerahkan suatu benda dan pihak lain membayar dengan harga yang disepakati. Apabila kita membahas mengenai transaksi jual beli, tentu tidak dapat dipisahkan dengan persoalan perjanjian karena pada dasarnya setiap proses jual beli diawali dengan sebuah kesepakatan yang mana kesepakatan tersebut dituangkan dalam suatu perjanjian.

Berdasarkan Pasal 1313 KUHPerdata, perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya dengan satu orang atau lebih. Perjanjian merupakan perbuatan hukum yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih, dimana salah satu pihak berkewajiban untuk melakukan sesuatu, sedangkan pihak lainnya berhak atas pemenuhan kewajiban pihak lainnya.⁵ Jenis- jenis perjanjian jual beli dapat dibagi menjadi dua yakni: b2b (*business to business*) dan b2c (*business to customer*). Perjanjian jual beli *business to business* merupakan perjanjian transaksi jual beli dari satu bisnis diperuntukan kepada bisnis lainnya bukan kepada konsumen secara langsung. Sedangkan, perjanjian jual beli *business to customer* adalah jual beli antara penjual dan langsung dengan pembeli, sistem ini merupakan sistem yang biasa dilakukan dalam hal jual beli.

Asas kebebasan berkontrak sebagaimana ketentuan pasal 1338 ayat (1) KUHPerdata mengatur bahwa bentuk, macam maupun isi dari perjanjian dapat ditentukan oleh para pihak sesuai dengan kehendaknya. Sehingga, berlandaskan asas kebebasan berkontrak, seiring dengan perkembangan zaman dapat terbentuklah kontrak elektronik. Berdasarkan Pasal 1 angka 16 UU ITE, Kontrak Elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik. Walaupun transaksi jual beli tidak dilakukan secara langsung tetapi dilakukan secara elektronik menggunakan jaringan dan media elektronik, tetap merupakan perikatan.

Pada prinsipnya, perjanjian dalam transaksi jual beli melalui media elektronik (E-commerce) sama dengan perjanjian jual beli konvensional yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia. Sehingga pengaturannya tetap tunduk pada KUHPerdata dan UU ITE. Agar dapat mengikat para pihak, kontrak elektronik harus memenuhi syarat sahnya suatu perjanjian dalam Pasal 1320 KUHPerdata sebagai berikut:

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya;
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan;

⁴ Onno W Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal E-commerce*, (Jakarta:Elex Media Persada) 2001, hlm 37.

⁵ Perjanjian, diakses dari <http://www.legalakses.com/perjanjian/>, pada 3 Februari 2022 pukul 18:00

3. Suatu hal tertentu;
4. Suatu sebab yang halal.

Apabila ditelaah, yang membedakan perjanjian konvensional dengan kontrak elektronik terletak pada bentuk dan keberlakuannya. Dalam perjanjian biasa, kesepakatan para pihak dituangkan melalui media tinta dan kertas. Setelah ditandatangani oleh para pihak, perjanjian tersebut mengikat para pihak. Sedangkan kontrak elektronik menggunakan media elektronik yang ada hanya form atau blanko klausula perjanjian yang dibuat salah satu pihak yang ditulis dan ditampilkan dalam media elektronik (halaman web), kemudian pihak yang lain cukup menekan tombol yang disediakan untuk setuju mengikatkan diri terhadap perjanjian tersebut.⁶ Walaupun terdapat perbedaan, kekuatan hukum antara kontrak elektronik dan perjanjian konvensional sama mengikatnya bagi para pihak.

Pemenuhan atas syarat sah perjanjian, baik untuk perjanjian konvensional maupun kontrak elektronik mutlak harus dipenuhi karena pemenuhan atas syarat tersebut berakibat pada perjanjian yang telah dibuat menjadi sah. Kemudian, perjanjian juga bersifat mengikat bagi para pihak mengenai hak dan kewajibannya. Selain itu, apabila di kemudian hari terjadi suatu permasalahan di antara para pihak, maka penyelesaiannya dapat berlandaskan perjanjian yang disepakati.

Sifat transaksi E-commerce yang tidak menemukan penjual dan pembeli secara langsung, sangat menguntungkan konsumen. Dimana dalam e-commerce, konsumen mempunyai banyak pilihan untuk mendapatkan barang namun tidak perlu mengunjungi banyak tempat. Akan tetapi pelanggaran akan hak-hak konsumen sangat riskan terjadi. Sehingga dengan adanya E-commerce transaksi jual beli menjadi mudah, tetapi muncul permasalahan dalam pelaksanaannya, yaitu mengenai keabsahan perjanjian jual beli yang terjadi dalam transaksi E-commerce sesuai ketentuan Pasal 1320 KUHPerduta, baik mengenai kesepakatan dan kecakapan para pihak, maupun suatu hal tertentu dan suatu sebab halal yang diperjanjikan.

Dalam transaksi konvensional, tidak sulit untuk meninjau apakah perjanjian yang dibuat memenuhi syarat sahnya perjanjian berdasarkan Pasal 1320 KUHPerduta. Permasalahan timbul dalam kontrak elektronik dimana para pihak tidak dipertemukan secara langsung. Sehingga, transaksi e-commerce sangat bergantung pada kepercayaan di antara para pihak. Oleh sebab itu masalah mengenai keabsahan kontrak elektronik atas transaksi e-commerce menjadi hal yang sangat penting.

Selain persoalan keabsahan kontrak elektronik jual beli dalam e-commerce, dalam prakteknya kegiatan jual beli melalui e-commerce menimbulkan beberapa permasalahan. Misalnya, produk yang datang kepada pembeli mengandung kecacatan, barang yang diterima tidak utuh/tidak sesuai dengan apa yang dipesan, barang yang dikirimkan tidak orisinal, atau bahkan barang tidak dikirimkan sama sekali. Sebenarnya permasalahan perlindungan konsumen yang telah dipaparkan sangat berkaitan erat dengan kedudukan kontrak online bagi para pihak. Karena dengan adanya kontrak online, para pihak yang tidak melaksanakan tanggung jawabnya sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dapat digugat oleh pihak yang merasa dirugikan untuk mendapatkan ganti rugi.⁷

Bagi masyarakat Indonesia hal ini merupakan masalah hukum yang sangat penting. Sebagaimana dipaparkan Ahmad M. Ramli, bahwa permasalahan hukum yang penting di

⁶ Santonius Tambunan, "Mekanisme dan Keabsahan Transaksi Jual Beli E-Commerce Menurut Kitab Undang - Undang Hukum Perdata", *Badamai Law Journal*, Vol. 1, Issues 1, 2016, Hlm 182-183.

⁷ Lia Sautunnida, *Jual Beli Melalui Internet (E-Commerce) Kajian Menurut Buku III KUH Perdata dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik*, (Banda Aceh: Fakultas Hukum Universitas Syiah Kuala, 2014) him. 1

bidang E-commerce adalah dalam memberikan perlindungan terhadap para pihak yang melakukan transaksi melalui internet.⁸

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian diatas, penelitian berjudul "Kajian Keabsahan Perjanjian Jual Beli Pada Platform E-Commerce Sebagai Upaya Mewujudkan Perlindungan Konsumen" ini berfokus untuk menggali secara lebih komprehensif terkait dengan:

1. Bagaimana Keabsahan Perjanjian Jual Beli Melalui Platform E-Commerce ditinjau berdasarkan Hukum Positif Indonesia?
2. Bagaimana Perlindungan Hukum terhadap Konsumen atas Perjanjian Jual Beli Melalui Transaksi Elektronik Berdasarkan UU Perlindungan konsumen?

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan yuridis normatif. Pendekatan yuridis normatif adalah pendekatan yang dilakukan berdasarkan bahan hukum utama dengan cara menelaah teori-teori, konsep konsep, asas-asas hukum serta peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan penelitian ini.

Secara lebih lanjut penulis menggunakan spesifikasi penelitian deskriptif analitis guna menghasilkan suatu data yang kompleks dalam memecahkan permasalahan serta mengandung makna yang secara signifikan berpengaruh terhadap substansi penelitian.

Penelitian ini bersumber pada bahan hukum yang relevan dengan topic penelitian. Dalam hal ini penulis menggunakan 3 bahan hukum utama yakni bahan hukum primer yang terdiri dari aturan perundang undangan, bahan hukum sekunder yang terdiri dari buku dan hasil penelitian terdahulu, serta bahan hukum tersier berupa jurnal.

Adapun teknik yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini yakni dengan cara studi pustaka yaitu proses menginventarisir, mengolah dan menghasilkan konklusi berdasarkan bahan hukum atau sumber sumber yang diperoleh serta relevan untuk memecahkan masalah dalam penelitian ini.

Kemudian penelitian ini dianalisis secara kualitatif dengan berpedoman pada tataran yuridis sebagai hukum positif dan kemudian dianalisis secara kualitatif berdasarkan bahan hukum yang telah diinventarisir untuk akhirnya dilakukan pengolahan data untuk mendapatkan suatu konklusi yang komprehensif.

PEMBAHASAN

a. Keabsahan Perjanjian Jual Beli Melalui Platform E-Commerce ditinjau berdasarkan Hukum Positif Indonesia

Berdasarkan Pasal 1458 KUHPPerdata 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. Berdasarkan ketentuan tersebut, yang menjadi landasan utama dalam jual beli adalah persesuaian kehendak (*wis overeenstemming*) antara penjual dan

⁸ Ahmad M. Ramli, "Perlindungan Hukum Dalam Transaksi E-Commerce", Jurnal Hukum Bisnis, Volume VII, Edisi Ke V, Tahun 2000, him. 14.

pembeli. Kemudian unsur esensial perjanjian jual beli terletak pada harga dan barang.

Sebagaimana disampaikan pada pembahasan sebelumnya, transaksi e-commerce dan jual beli konvensional tidak memiliki perbedaan yang berarti. Perbedaan kedua jenis transaksi tersebut hanya terletak pada media yang digunakan dimana transaksi e-commerce tidak mempertemukan penjual dan pembeli secara langsung, namun menggunakan media elektronik. Sehingga kesepakatannya pun dituangkan dalam kontrak online.

Dalam setiap kontrak jual beli maupun bentuk kontrak lainnya akan melalui tiga rangkaian tahapan kontrak, yakni :

1. Tahap pra kontraktual, yaitu adanya penawaran dan penerimaan;
2. Tahap kontraktual, yaitu adanya persesuaian pernyataan kehendak antara para pihak; dan
3. Tahap post kontraktual, yaitu pelaksanaan perjanjian.⁹

Tahap pra-kontrak dalam transaksi jual beli menggunakan E-commerce dimulai dengan penawaran dan penerimaan seperti mekanisme jual beli konvensional. Penawaran dalam transaksi jual beli melalui E-commerce dapat dilakukan melalui website, situs internet, media sosial dsb. Laman tersebut menampilkan barang-barang yang ditawarkan, harga barang, spesifikasi barang, rating barang, dan testimoni yang terbuka bagi semua orang. Sehingga meskipun transaksi dilakukan melalui media elektronik, pembeli tetap dapat melakukan *window shopping* untuk mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan kebutuhannya masing-masing. Khususnya jenis *business to customer*, yang melakukan penawaran adalah penjual. Apabila proses penawaran diterima oleh pembeli, artinya persetujuan antara penjual dan pembeli telah tercapai karena penawaran merupakan pernyataan syarat-syarat yang dikehendaki supaya mengikat para pihak.

Merujuk pada pendapat Haris Faulidi Asnawi yang dikutip Santonius Tambunan, tahapan pra-kontrak dalam transaksi e-commerce pelaksanaannya memiliki beberapa jenis, yakni: transaksi melalui chatting dan video conference, transaksi melalui e-mail, dan Transaksi melalui Web atau Situs.¹⁰ Dalam transaksi melalui *chatting* atau *video conference*, penawaran suatu barang dilakukan dengan menggunakan cara komunikasi interaktif melalui internet, baik melalui telepon atau chatting sedangkan melalui video conference, dilakukan dengan media elektronik, di mana seseorang dapat melihat langsung gambar dan mendengar suara pihak lain yang melakukan penawaran dengan menggunakan alat ini.¹¹

Selanjutnya, transaksi e-commerce dengan menggunakan email dilakukan melalui e-mail address kedua belah pihak. Dalam isi emailnya, konsumen menuliskan jenis barang serta jumlah yang akan dibeli, nama produk dan jumlah produk, alamat pengiriman, dan metode pembayaran yang digunakan. Selanjutnya, konsumen akan menerima konfirmasi dari penjual mengenai pesanan barang tersebut. Yang terakhir, transaksi melalui web atau situs dilakukan dengan cara di mana merchant menyediakan daftar atau katalog barang yang dijual disertai dengan deskripsi produk

⁹ H. Salim HS, *Perkembangan Teori Dalam Ilmu Hukum*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 164

¹⁰ Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerce: Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004), hlm. 5.

¹¹ *Ibid.*

yang dijual dalam web atau situs yang telah dibuat oleh penjual. Pada model transaksi ini dikenal istilah order form dan shopping cart.¹²

Dalam proses penawaran, penjual harus menyampaikan informasi dengan jelas dan jujur sehingga pembeli selaku konsumen dapat mengetahui setiap produk yang ditawarkan oleh penjual secara detail. Pada dasarnya, dalam setiap transaksi e-commerce para pihak haruslah beritikad baik karena mode transaksi ini mengandalkan kepercayaan di antara para pihak. Dengan demikian dapat dipahami bahwa penawaran merupakan proses yang penting di dalam transaksi e-commerce serta menjadi suatu tahapan pra kontrak seperti jual beli pada umumnya. Dengan adanya penawaran, dapat ditemukan perbedaan atau ketidaksamaan kepentingan di antara para pihak.

Seperti transaksi jual beli konvensional, dalam transaksi e-commerce terdapat jangka waktu tertentu antara penawaran dan penerimaan. Lamanya jangka waktu tersebut bergantung pada penjual dan konsumen sehingga bisa saja memakan waktu yang sebentar atau cukup lama. Kemudian yang membedakan transaksi jual beli konvensional dan jual beli melalui e-commerce adalah dapat atau tidaknya penawaran ditarik kembali. Dalam transaksi jual beli secara konvensional, apabila penawaran belum disetujui oleh pihak lain, penawaran tersebut dapat ditarik kembali. Namun apabila penawaran tersebut sudah disetujui atau diterima pihak lain maka penawaran tersebut tidak dapat ditarik kembali. Berbeda dengan transaksi e-commerce di mana penawaran dapat saja ditarik kembali walaupun sudah diterima oleh pihak lain.

Berbicara mengenai kapan terbentuknya kontrak online dalam transaksi e-commerce, dapat merujuk kepada teori-teori hukum perdata sebagai berikut:¹³ Pertama, teori Pernyataan (*Uitings Theorie*). Teori ini menjelaskan bahwa kesepakatan terjadi pada saat dinyatakan penerimaan terhadap penawaran pihak lain. Kedua, teori Pengiriman (*Verzendtheorie*). Teori ini menetapkan bahwa perjanjian lahir pada saat jawaban penerimaan pihak yang ditawarkan dikirim. Ketiga, teori Pengetahuan (*Vernemings theorie*). Berdasarkan teori ini momentum terjadinya kontrak, sampai pada bergesernya jawaban penerimaan sehingga diketahui oleh orang yang menawarkan.

Yang terakhir, teori Penerimaan (*Ontvangstheorie*) sebagai jawaban atas kekurangan teori pengetahuan, maka muncullah teori penerimaan. Dalam teori ini, saat diterimanya jawaban menentukan saat lahir/terjadinya kontrak. Pada intinya teori ini menekankan bahwa terjadinya kontrak pada saat surat tersebut sampai pada alamat si penerima. Terlepas dari apakah surat itu telah dibuka atau dibiarkan tidak dibuka.

Menelaah teori yang telah dipaparkan, pada dasarnya momentum terjadinya kontrak online dalam transaksi e-commerce bergantung dari mana para penjual dan pembeli menganggap kontrak tersebut telah terjadi. Namun, apabila kita merujuk kepada pendapat Tan Kamello, beliau menjelaskan bahwa momentum terjadinya kontrak jual beli e-commerce itu tercipta ketika dalam tahap pra kontrak (tahap penawaran dan penerimaan) di mana pihak yang ditawarkan (*offeree*) yaitu pembeli atau konsumen telah mengirimkan pesan kepada pihak yang menawarkan (*offeror*) yaitu penjual bahwa pembeli menerima tawaran dari pihak penjual.¹⁴ Berlandaskan pendapat Tan Kamello, apabila dihubungkan dengan teori-teori hukum perdata yang telah

¹² Ibid.

¹³ HS, H. Salim. *Op.Cit.*, hlm. 166-167.

¹⁴ Tan Kamello, "Aspek Perlindungan Hukum Dalam Transaksi Melalui Media Internet", *Jurnal Equality* Vol. 10 No.1 Februari 2005, hlm. 4.

dipaparkan, maka momentum terjadinya kontrak dekat dengan teori penerimaan (*ontvangst theorie*).¹⁵

Selanjutnya hal yang perlu adalah pelaksanaan kontrak. Setelah konsumen menyepakati barang apa yang akan ia beli, konsumen akan melakukan proses pembayaran. Kemudian, sesudah pembayaran diterima penjual harus mengirimkan barang yang dibeli oleh konsumen secara detail sesuai dengan spesifikasi penawaran yang telah disetujui oleh konsumen. Pada dasarnya, semua tahapan kontrak online harus dilakukan dengan itikad baik oleh para pihak agar seluruh hak dan kewajiban masing-masing pihak dapat terpenuhi dengan baik.

Pembahasan selanjutnya adalah keabsahan kontrak online yang dilakukan para pihak. Pasal 1320 KUHPerdara mengatur bahwa syarat sahnya perjanjian secara umum terbagi menjadi dua syarat utama, yakni syarat subjektif (kesepakatan dan kecakapan para pihak) yang apabila tidak terpenuhi konsekuensi hukumnya adalah kontrak online tersebut terancam dapat dibatalkan (*vernietigbaar*). Selanjutnya adalah syarat objektif (suatu hal tertentu dan sebab yang halal), apabila syarat objektif tidak dapat terpenuhi maka perjanjian batal demi hukum. Sejauh mana validitas dari transaksi jual beli e-commerce dapat diukur dengan diterapkannya syarat sah kontrak berdasarkan Pasal 1320 KUHPerdara.

Pertama, Pasal 1320 ayat (1) KUH Perdata mengatur bahwa salah satu keabsahan kontrak adalah adanya kesepakatan di antara para pihak. Kesepakatan artinya adanya persesuaian kehendak dari para pihak yang membuat perjanjian, sehingga dalam melakukan sesuatu perjanjian tidak boleh ada paksaan, kekhilafan, dan penipuan (*dwang, dwaling, bedrog*). Tingkah laku atau hal-hal lain yang mengungkapkan pernyataan kehendak para pihak dapat menjadi salah satu bentuk pernyataan kehendak, karena pernyataan kehendak tidak harus dinyatakan secara tegas.

Asas konsensualisme dicerminkan dalam syarat kesepakatan, di mana apabila merujuk kepada teori-teori hukum perdata, yakni: teori pernyataan, teori pengiriman, teori pengetahuan, dan teori penerimaan, dengan adanya kata sepakat maka telah lahir sebuah kontrak. Selain merujuk kepada ketentuan Pasal 1320 ke 1 KUH Perdata, syarat sepakat pada kontrak jual beli e-commerce juga diatur dalam ketentuan UU ITE sebagai berikut:¹⁶

1. Pasal 6 mengatur bahwa unsur kesepakatan yang dimaksudkan dalam transaksi e-commerce adalah apabila dalam proses penawaran, penjual telah menampilkan produk barang dan/atau jasanya secara online untuk dapat menarik pembeli atau konsumen dengan memenuhi unsur-unsur berikut: ditampilkan, dapat diakses, dijamin keutuhannya, serta dapat dipertanggungjawabkan sehingga menerangkan suatu keadaan.
2. Pasal 8 mengatur bahwa unsur kesepakatan yang dimaksudkan dalam transaksi e-commerce berkenaan dengan waktu pengiriman pesan persetujuan pihak pembeli atau konsumen kepada pihak penjual mengenai terpenuhinya prosedur pengiriman yang telah ditetapkan oleh pihak penjual.
3. Pasal 10 mengatur bahwa unsur kesepakatan dalam transaksi e-commerce akan terpenuhi apabila penjual telah terjamin integritasnya. Untuk mengukur integritas dari setiap penjual, dibentuklah suatu Lembaga Sertifikasi Keandalan.
4. Pasal 11 dan 12 mengatur bahwa dalam menunjukkan kesepakatan sebagai keabsahan kontrak, para pihak harus menandatangani. Tanda tangan

¹⁵ Santonius Tambunan, Op.Cit., Hlm 189

¹⁶ Ibid., Hlm 191-193

dimaksud berbeda dengan tanda tangan pada kontrak jual beli konvensional. Tanda tangan dalam kontrak online dilakukan dengan metode elektronik atau dapat disebut dengan *e-sign*. Ketentuan-ketentuan keabsahan yang telah dipaparkan merupakan komponen yang harus terpenuhi dalam kontrak online.

Ketentuan-ketentuan keabsahan yang telah dipaparkan baik menurut KUHPerdara maupun menurut UU ITE merupakan komponen penting yang harus terpenuhi dalam kontrak online. Jika kontrak online tersebut telah memenuhi ketentuan kedua aturan tersebut, maka kesepakatan dalam kontrak tersebut dianggap sah dan mengikat para pihaknya.

Kedua, Pasal 1320 ayat (2) KUH Perdata mensyaratkan adanya kecakapan para pihak untuk melakukan suatu perbuatan hukum di mana dalam hal ini adalah membuat perjanjian. Standar kecakapan untuk melakukan perbuatan hukum pada umumnya diukur dari: *persoon* (pribadi) dapat diukur dari usia kedewasaan (*meerderjarig*) serta bagi *recht persoon* (badan hukum) dapat diukur dari aspek kewenangan (*bevoegdheid*). Kecakapan untuk melakukan perbuatan hukum bagi person pada umumnya diukur dari standar usia dewasa atau cukup umur (*bekwaamheid-meerderjarig*).¹⁷

Dalam praktiknya, syarat kecakapan ini sulit untuk dipenuhi terutama kecakapan konsumen. Meskipun begitu, nyatanya kontrak online tetap dapat terjadi atau berlaku. Terhadap pemenuhan syarat ini akan sulit untuk dibuktikan karena persoalan usia dapat dimanipulasi sekalipun pada situs atau web perbelanjaan dan aplikasi marketplace. Adapun pembuktiannya dapat dilakukan dengan kembali melihat adanya kepercayaan antara para pihak mengenai pernyataan dalam proses transaksi.

Selanjutnya mengenai syarat objektif. Apabila syarat objektif tidak dapat diterima para pihak, maka kontrak yang dibuat akan batal demi hukum (*nietig*). Pertama, Pasal 1320 ayat (3) KUHPerdara mengatur bahwa suatu hal tertentu merupakan prestasi yang menjadi pokok kontrak yang harus dilaksanakan para pihak. Suatu hal tertentu yang dimaksud berhubungan dengan objek perjanjian, maksudnya objek perjanjian haruslah jelas, dapat ditentukan dan diperhitungkan jenis dan jumlahnya, yang tak boleh ketinggalan adalah objek perjanjian harus memungkinkan dilakukan oleh para pihak. Berkaitan dengan hal tersebut, pihak penjual dalam E-commerce yang berkewajiban menyediakan informasi yang lengkap mengenai perjanjian. Apabila dirincikan berdasarkan penjelasan Pasal 9 UU ITE “menyediakan informasi yang lengkap dan benar mencakup:

Informasi yang memuat identitas serta status subjek hukum dan kompetensinya, baik sebagai produsen, pemasok, penyelenggara maupun perantara; kedua, informasi lain yang menjelaskan hal tertentu yang menjadi syarat sahnya perjanjian serta menjelaskan barang dan/atau jasa yang ditawarkan, seperti nama, alamat, dan deskripsi barang/jasa. Sehingga berdasarkan, ketentuan tersebut, maka di dalam kontrak jual beli e-commerce juga ada suatu hal tertentu yang merupakan objek dalam perjanjian atau kontrak elektronik tersebut sebagaimana yang disyaratkan dalam Pasal 1320 ke 3 KUHPerdara.

Kedua, Pasal 1320 ayat (4) KUH Perdata mengatur bahwa kontrak yang dibuat harus mengandung suatu sebab yang halal. Pengertian sebab yang halal sebagaimana dimaksud dalam ketentuan Pasal 1320 ayat (4) KUHPerdara harus dihubungkan dengan konteks Pasal 1335 dan 1337 KUH Perdata. Berdasarkan kedua ketentuan

¹⁷ Peter Mahmud Marzuki, Penelitian Hukum, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2009) hlm. 68-69.

tersebut, suatu kontrak tidak mempunyai kekuatan hukum yang mengikat (batal) apabila kontrak tersebut: tidak mempunyai sebab, sebabnya palsu, sebabnya bertentangan dengan undang-undang, sebabnya bertentangan dengan kesusilaan, dan sebabnya bertentangan dengan ketertiban umum.¹⁸

Apabila mengintegrasikan syarat sahnya perjanjian dalam Pasal 1320 KUHPerdara, maka di dalam Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik hanya mengatur syarat sepakat dan suatu hal tertentu saja. Dengan demikian, terkait dengan syarat sebab yang halal dalam sub bab ini sepenuhnya akan mengacu pada ketentuan atau sistematika dalam KUHPerdara

Syarat sahnya kontrak ini bersifat akumulatif, artinya seluruh persyaratan tersebut harus dipenuhi, apabila terdapat salah satu atau lebih syarat dimaksud tidak terpenuhi, maka akan menyebabkan kontrak tersebut dibatalkan (*vernietigbaar*) karena tidak memenuhi syarat subjektif maupun batal demi hukum (*nietig*) karena tidak memenuhi syarat objektif. Untuk mencegah konflik keabsahan kontrak transaksi jual beli melalui e-commerce, maka para pihak harus tunduk pada ketentuan pasal 1320 KUHPerdara serta UU ITE.

Sebenarnya disini terdapat kekosongan hukum, di mana apabila merujuk kepada asas hukum *lex derogat legi generalis*, seharusnya ketentuan hukum yang lebih khusus mengalahkan ketentuan hukum yang bersifat umum. *Lex generalis* di sini adalah KUH Perdata, kemudian UU ITE sebagai *lex specialis*nya. Namun, UU ITE tidak mengakomodir keempat syarat sah keabsahan perjanjian seperti pengaturan Pasal 1320 KUHPerdara dimana UU ITE tidak mengatur syarat sah kecakapan dan suatu sebab yang halal.¹⁹ Tentunya, hal ini dapat menimbulkan kebingungan bagi masyarakat. Sehingga diperlukan UU yang mampu mengakomodir keempat syarat sahnya transaksi jual beli e-commerce ini secara konkrit.

b. Perlindungan Hukum terhadap Konsumen atas Perjanjian Jual Beli Melalui Transaksi Elektronik Berdasarkan UU Perlindungan konsumen

Keuntungan transaksi e-commerce yakni dapat diperolehnya informasi yang sifatnya detail, beragam, dan dilakukan secara virtual. Hal ini tentunya menyebabkan e-commerce lebih unggul dibandingkan dengan transaksi secara konvensional. Disisi lain, e-commerce juga memiliki kelemahan. Yakni transaksi yang dilakukan secara online berpotensi dapat menimbulkan masalah yang merugikan konsumen. Misalnya adalah masalah wanprestasi, bocornya data atau identitas pribadi konsumen, maupun kecurangan lainnya yang dapat merugikan konsumen dalam transaksi e-commerce. Sehingga permasalahan hukum tersebut tidak lain membutuhkan suatu upaya untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce.

Pada dasarnya instrumen yang dapat digunakan sebagai perlindungan hukum terhadap konsumen dapat terwujud melalui dua (dua) bentuk pengaturan. Pertama adalah perlindungan hukum yang didasarkan atas perjanjian yang dibuat oleh para pihak yang wujudnya merupakan substansi perjanjian antara para pihak. Misalnya adalah ketentuan tentang ganti rugi, jangka waktu pengajuan klaim, penyelesaian sengketa, dan sebagainya²⁰. Atas dasar ini, merupakan suatu urgensi terkait pentingnya mengetahui sampai sejauh mana keabsahan perjanjian jual beli yang

¹⁸ J. Satrio, *Hukum Perjanjian*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1992) Hlm. 321-353.

¹⁹ Santonius Tambunan, *Op. Cit.*, Hlm 199

²⁰ Salim H.S, *Hukum Kontrak Teori dan teknik Penyusunan Kontrak* (Jakarta: Sinar Grafika, 2003).

dibuat oleh para pihak sebagaimana yang telah diuraikan dalam pembahasan sebelumnya. Karena keabsahan tersebut yang nantinya akan menentukan akibat hukum dari perjanjian tersebut.

Sedangkan bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen yang Kedua, adalah perlindungan hukum melalui suatu bentuk hukum positif. Misalnya adalah undang-undang, peraturan pemerintah, dsb. yang sifatnya umum untuk setiap orang yang melakukan transaksi. Dalam hal ini perlindungan hukum melalui undang undang difokuskan pembahasannya kepada undang undang nomor 8 tahun 2010 tentang perlindungan konsumen yang ada di Indonesia²¹.

Urgensi utama dalam konteks memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen pada transaksi e-commerce juga sama sama dimaknai sebagai sesuatu yang krusial khususnya bagi dunia internasional. Hal ini ditandai dengan dibuatnya berbagai aturan aturan internasional yang khusus mengatur mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce.

Meskipun kesepakatan internasional sebenarnya tidak secara khusus dibuat dengan tujuan untuk memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi e-commerce, namun komisi PBB yang menangani Hukum Perdagangan Internasional telah menyetujui UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce dengan resolusi 51/162 untuk menunjang harmonisasi dan unifikasi hukum perdagangan internasional untuk kepentingan semua pihak, terutama pihak pihak didalam negara berkembang seperti Indonesia.

Beberapa negara di dunia telah mengatur dalam perundang-undangan nasionalnya transaksi e-commerce ini diantaranya Filipina dengan Act No. 8792, Masyarakat Uni Eropa dengan disetujuinya Directive 2000/31/EC on Certain legal Aspect of Information Society Services, in Particular Electronic Commerce, in Internal Market atau Directive on Electronic Commerce oleh The European Parliament and The Council pada tanggal 8 Juni 2000, juga Singapura dengan Electronic Transaction Act 1998, Australia dengan Electronic Transaction Bill 1999, serta Amerika juga Malaysia. Khusus Singapura dan Australia digunakan model sejalan dengan apa yang direkomendasikan dalam UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce²².

Meskipun UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce serta peraturan perundang-undangan sebagaimana yang telah disebutkan diatas sifatnya tidak secara spesifik mengatur mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen, namun substansi yang diatur dalam kaidah hukum tersebut secara tersurat memberikan perlindungan terhadap para pihak yang melakukan transaksi elektronik atau ecommerce. Artinya secara tidak langsung konsumen dapat menggunakan aturan aturan internasional tersebut sebagai payung hukumnya.

Berbeda dengan perlindungan hukum terhadap konsumen di berbagai negara tersebut, sebagaimana yang telah disinggung sebelumnya dalam tataran nasional Indonesia telah memiliki pranata yang berfungsi untuk memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen yakni UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Selain itu Indonesia juga telah memiliki undang undang yang juga

²¹ Abdul Halim Berkatulah, *Hukum Perlindungan Konsumen Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran* (Banjarmasin: FH Unlam Press, 2008).

²² E.S. Wiradipradja dan D. Budhijanto, *Perspektif Hukum Internasional tentang Cyber Law* (Jakarta: Sinar Grafika, 2010).

mendukung UU Perlindungan konsumen yakni UU yang memberikan perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual seperti hak Cipta, Paten dan Merk²³.

Perlunya perlindungan terhadap konsumen diakibatkan karena faktor yang menjadi kelemahan konsumen diakibatkan karena kurangnya tingkat kesadaran akan hakaknya. Hal tersebut diakibatkan karena masih jarang pendidikan terhadap hak hak yang harus didapatkan oleh konsumen. Secara lebih komperhensif lagi, sebenarnya selain undang undang perlindungan konsumen instrument hukum lainnya yang dapat digunakan yakni hukum pidana yang tertuang dalam KUHP.

Secara lebih lanjut undang undang perlindungan konsumen nomor 8 tahun 2010 tersebut dijelaskan bahwa fenomena globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa melintasi batas-batas wilayah suatu negara, sehingga barang dan/atau jasa yang ditawarkan bervariasi baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri.

Sehingga berdasarkan Undang undang tersebut tujuan perlindungan konsumen sebagaimana dinyatakan dalam Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan konsumen ini adalah:

- a) Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksek negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hakaknya sebagai konsumen;
- d) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi
- e) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha;
- f) meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen

Selain itu untuk melindungi posisi konsumen dalam UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4 dan pasal 5 mengatur mengenai hak dan kewajiban konsumen. Hak konsumen yang ada dalam pasal 4 UUPK adalah :

- a) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan jasa.
- b) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan
- c) Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/jasa.
- d) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;

²³ Nur Azizatil Ajibah, "Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Melalui E-Commerce," *Jurnal Jurisprudence* 1, no. 2 (2004): Hlm. 80.

- f) Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya

Melihat hak hak yang seharusnya dimiliki oleh konsumen tersebut, apabila para pelaku usaha mengerti dan mewujudkan pemenuhan akan hak hak konsumen, maka setidaknya permasalahan mengenai perlindungan konsumen sedikitnya akan terselesaikan. Karena sekalipun telah adanya regulasi yang mengatur, namun apabila tidak di implementasikan dengan baik pada akhirnya tidak menyelesaikan apapun. Disatu sisi, dirasa belum adanya pengawasan yang dilakukan secara massif terkait transaksi e-commerce juga menyebabkan banyak kasus yang masih terjadi.

Perlindungan konsumen terdapat juga dalam pasal 8 UUPK mengenai beberapa perbuatan yang dilarang dilakukan oleh pelaku usaha, yaitu dilarang memperdagangkan barang dan/jasa yang :

- a) Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang disyaratkan oleh peraturan perundangundangan.
- b) Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau neto dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau stiker barang tersebut.
- c) Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya.
- d) Tidak sesuai dengan kondisi jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, keterangan atau etiket barang dan/jasa tersebut.
- e) Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya mode atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut.
- f) Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/jasa tersebut.
- g) Tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tersebut.
- h) Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal sebagaimana pernyataan halal yang dicantumkan dalam label.
- i) Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau neto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang atau dibuat.
- j) Tidak mencantumkan informasi dan atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Disatu sisi dalam undang undang perlindungan konsumen, selain keharusan dalam mengetahui dan mewujudkan hak hak konsumen, pelaku usaha juga harus mengetahui terkait apa yang di perbolehkan dan tidak boleh dilakukan oleh pelaku usaha. Sebagaimana yang ditegaskan diatas, hal ini diatur dalam pasal 8. Karena jika konsumen telah melakukan kewajibannya dalam transaksi dan membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati namun pelaku usaha justru melakukan sesuatu

yang dilarang, maka konsumen dapat mengajukan upaya hukum penyelesaian sengketa perlindungan konsumen.

Secara lebih jauh lagi perlindungan konsumen juga diatur dalam bab VIII pasal 33 UU Perlindungan Konsumen. Dimana fungsi dari badan perlindungan konsumen yakni memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen Indonesia. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat juga dimungkinkan ada untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen hal ini diatur dalam pasal 44 UUPK. Sehingga dengan adanya lembaga yang bergerak untuk melindungi konsumen, maka diharapkan konsumen mampu mendapatkan perlindungan hukum secara maksimal khususnya dalam transaksi e-commerce.

Selain itu, upaya hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce dapat juga dilakukan melalui upaya pengaduan kepada perusahaan e-commerce secara langsung. Adanya lembaga perantara penyelesaian sengketa seperti Arbitrase sebagai upaya penyelesaian non litigasi juga dapat ditempuh sebagai upaya penyelesaian. Sebagai upaya terakhir, konsumen dapat mengajukan gugatannya secara perdata ke pengadilan. Pasal 378 KUHP dapat diterapkan dalam upaya hukum ini.

Kebutuhan yang diperlukan untuk konsumen dalam melindungi diri bertransaksi dalam perdagangan e-commerce terangkum dalam beberapa model perlindungan, yaitu:²⁴

1. Hak hak konsumen yang telah diatur dalam bentuk peraturan perundang undangan tetap dipertahankan serta ditingkatkan pelaksanaannya baik dari segi prosesnya maupun pengawasannya.
2. Ada pengakuan dari pelaku bisnis dalam hal digital *signature* meliputi :

- a) Kebebasan Pribadi (*Privacy*)

Di negara maju, privasi mengenai data pribadi mendapatkan perhatiannya tersendiri. Khususnya dalam dituangkannya perlindungan terhadap data pribadi didalam aturan perundang undangan. Didalamnya juga tercantum prinsip perlindungan data (*Data Protection Principles*) yang harus ditaati oleh orang-orang yang menyimpan atau memproses informasi dengan mempergunakan komputer yang menyangkut kehidupan orang-orang. Biro-biro komputer yang menyediakan jasa pelayanan bagi mereka yang hendak memproses informasi juga sama dikontrol dan harus melakukan pendaftaran menurut undang-undang tersebut.

Pelanggaran terhadap prinsip-prinsip perlindungan data dapat menyebabkan tanggung jawab pidana, adapun prinsip-prinsip tersebut antara lain:

- 1) Informasi yang dimuat dalam data pribadi harus diperoleh, dan data pribadi itu harus diproses, secara jujur dan sah.
- 2) Data pribadi harus dipegang hanya untuk satu tujuan atau lebih yang spesifik dan sah
- 3) Data pribadi yang dikuasai untuk satu tujuan dan tujuan-tujuan tidak boleh digunakan atau disebarluaskan dengan melalui

²⁴ dkk. Ambar Wiriyati, "Merce Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen," Jurnal Ekonomi & Bisnis 1, no. 2 (2014).

suatu cara yang tidak sesuai dengan tujuan atau tujuan-tujuan tersebut.

- 4) Data pribadi yang dikuasai untuk keperluan suatu tujuan atau tujuan-tujuan harus layak, relevan dan tidak terlalu luas dalam kaitannya dengan tujuan atau tujuan-tujuan tersebut
- 5) Data pribadi harus akurat dan, jika diperlukan, selalu up-to date.
- 6) Data pribadi yang dikuasai untuk keperluan suatu tujuan atau tujuan-tujuan tidak boleh dikuasai terlalu lama dari waktu yang diperlukan untuk kepentingan tujuan atau tujuan-tujuan tersebut.
- 7) Tindakan-tindakan pengamanan yang memadai harus diambil untuk menghadapi akses secara tidak sah, atau perubahan, penyebaran atau pengrusakan data pribadi serta menghadapi kerugian tidak terduga atau data pribadi.

b) Ketepatan (*Accuracy*)

Dalam prinsip ini terkandung makna ketepatan, dimana apa yang diminta oleh konsumen harus sama dengan apa yang diperoleh. Sehingga sejak awal pelaku usaha harus memberikan informasi yang benar dan memberikan hal yang sesuai dengan keinginan konsumen.

c) Kepemilikan Pribadi (*Property*)

Berdasarkan pasal 4 butir 8 Undang undang perlindungan konsumen, Konsumen haruslah mendapatkan perlindungan atas segala hak miliknya dari segala penyimpangan yang berpotensi terjadi akibat masuknya konsumen kepada sistem e-commerce. Sehingga konsumen berhak terlindungi dari segala bentuk penyadapan, penggandaan, dan pencurian. Sehingga jika hal tersebut terjadi pelaku usaha memiliki kewajiban untuk mengganti kerugian kepada konsumen.

d) Aksesibilitas (*Accessibility*)

Berdasarkan pasal 4 butir 4,5, 6 dan 7 undang undang perlindungan konsumen, setiap konsumen berhak untuk mendapatkan perlakuan yang sama untuk mengakses informasi. Sehingga tidak ada pengecualian bagi siapapun untuk dapat melakukan transaksi melalui e-commerce sehingga semua konsumen sama sama mempunyai hak untuk didengar pendapat dan keluhannya.

e) Tanpa penyangkalan (*Non-Repudiation*)

Non repudiation adalah hal yang sangat penting bagi e-commerce atau apabila suatu transaksi dilakukan melalui suatu jaringan internet. Karena apabila konsumen telah membuat suatu perjanjian maka hal tersebut tidak dapat siangkal keberadaannya.

f) Kerahasiaan (*Confidentialit*)

Pesan dalam bentuk data elektronik yang dikirimkan tersebut bersifat rahasia/ confidential, sehingga tidak semua orang dapat mengetahui isi data elektronik pada sistem e-commerce. Sehingga menyebabkan suatu pesan yang telah dienkripsi hanya dapat dibuka oleh orang yang berhak

3. Pentingnya Asuransi

Perdagangan yang dilakukan melalui jaringan internet tentunya memiliki berbagai macam resiko. Resiko tersebut diantaranya adalah penyadapan,

penipuan, penggandaan informasi transaksi, pencurian informasi rahasia, dan lainnya. Dalam e-commerce yang memanfaatkan kriptografi, kejahatan tersebut dapat dilakukan dengan beberapa cara, diantaranya adalah pembobolan kunci dan pencurian kunci. Pembobolan kunci yaitu dimana si pembobol memakai berbagai cara untuk menemukan kunci yang sama dengan yang asli.

Para pelakunya tentu tidak ingin mengalami resiko kerugian di kemudian hari. Jika ia tidak ingin menanggung resiko tersebut, ia harus mengalihkannya kepada orang lain. Lembaga yang paling cocok dalam hal ini adalah asuransi sebagai alat pemindahan resiko. Karena itu jika para pelaku tidak ingin menanggung kerugian, akan mengalihkan resiko tersebut kepada lembaga asuransi. Hal yang sama sebaiknya diterapkan pula dalam e-commerce.

4) Pentingnya Lembaga Penjaminan

Perlu untuk diadakannya pihak penjamin antara pelaku usaha dan konsumen yang terpercaya. Contohnya adalah seperti bank garansi yang menjamin kepada pihak konsumen bahwa dia pasti akan mendapatkan barang atau jasa yang dipesan setelah membayar kepada lembaga penjamin (bank garansi) sehingga tidak takut uangnya hilang. Sedangkan bagi pelaku usaha juga dijamin bahwa mereka akan mendapatkan pembayaran setelah barang pesanan mereka kirimkan kepada konsumen sebab uang dari konsumen sudah ada dalam bank garansi atau lembaga penjaminan.

Karena keinginan masyarakat untuk melakukan transaksi melalui e-commerce selalu meningkat dari waktu ke waktu. Sehingga masyarakat akan lebih terlindungi jika e-commerce telah dilengkapi dengan protocol transaksi yang aman dan dapat dipercaya.

5) Pentingnya Pengawasan

Perlunya dilakukan pengawasan secara maksimal terhadap sistem e-commerce. Hal ini berfungsi untuk mencegah terjadinya kecurangan dari pelaku bisnis yang fiktif maupun tidak bertanggungjawab. Sehingga setiap pelaku usaha harus memenuhi syarat syarat yang ditentukan.

PENUTUP

a. Kesimpulan

1. Pada dasarnya kontrak online atau kontrak jual beli melalui e-commerce tidak berbeda dengan kontrak jual beli konvensional. Adapun perbedaannya hanya pada media yang digunakan saja sehingga ketentuan - ketentuan kontrak jual beli konvensional berlaku juga terhadap kontrak online. Kontrak online dimulai dari tahap pra-kontraktual (adanya penawaran dan penerimaan), tahap kontraktual (adanya persesuaian pernyataan kehendak antara para pihak) dan tahap post kontraktual (pelaksanaan perjanjian). Kemudian kontrak online juga harus tunduk pada syarat sah perjanjian sebagaimana diatur dalam KUHPerduta dan UU ITE. Terhadap kedua peraturan perundang-undangan tersebut seharusnya berlaku asas *lex derogat legi generalis*, di mana sebagai ketentuan khusus transaksi online UU ITE yang seharusnya berlaku. Namun UU ITE tidak memuat empat syarat sah perjanjian sebagaimana ketentuan dalam Pasal 1320 KUHPerduta. Sehingga untuk mencegah konflik kontrak online tetap tunduk pada KUHPerduta dan UU ITE.

2. Instrumen yang dapat digunakan sebagai perlindungan hukum terhadap konsumen dapat terwujud melalui dua (dua) bentuk pengaturan. Pertama adalah perlindungan hukum yang didasarkan atas perjanjian yang dibuat oleh para pihak dan Kedua adalah perlindungan hukum melalui suatu bentuk hukum positif. Misalnya adalah undang-undang, peraturan pemerintah, dsb. Khususnya Indonesia sendiri telah memiliki landasan hukumnya mengenai perlindungan konsumen yakni Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Didalam Undang Undang ini, telah diatur perlindungan secara komperhensif terkait dengan perlindungan terhadap konsumen yang mencakup hak dan kewajiban konsumen, perbuatan yang dilarang dilakukan oleh pelaku usaha, sampai dengan badan perlindungan konsumen. Selain itu, beberapa model perlindungan konsumen yang dapat diterapkan diantaranya adalah pengimplementasian hak hak yang telah diatur dalam ketentuan perundang undangan, pengakuan dari pelaku bisnis, perlunya pengasuransian barang, perlunya lembaga penjaminan, dan pengawasan yang maksimal.

b. Saran

1. Seharusnya terdapat undang-undang yang mengatur secara khusus keabsahan kontrak online atau kontrak jual beli melalui e-commerce secara utuh sesuai dengan ketentuan Pasal 1320 KUHPerduta. Keabsahan sebuah kontrak merupakan komponen yang sangat penting. Apabila terdapat salah satu syarat sah perjanjian tidak terpenuhi konsekuensinya yakni: perjanjian dapat dibatalkan atau perjanjian dibatalkan demi hukum, sangat merugikan baik bagi pihak konsumen maupun penjual. Pada dasarnya perjanjian merupakan undang - undang bagi para pihak, maka ketika di kemudian hari terdapat sengketa antara konsumen dan penjual, penyelesaiannya merujuk kepada perjanjian para pihak. Kemudian, yang harus diperhatikan adalah kewajiban pelaku usaha dalam membentuk mekanisme transaksi jual beli melalui e-commerce yang sesuai dengan kaidah keabsahan perjanjian berdasarkan Pasal 1320 KUHPerduta dan UU ITE, karena ketidakabsahan suatu perjanjian tidak hanya merugikan konsumen, tetapi merugikan pihak penjual juga.
2. Ditinjau dari perspektif UU perlindungan konsumen, penulis berpendapat harus adanya pengawasan khusus dalam e-commerce, terutama tentang informasi yang jelas terkait toko online sebagai pihak penjual. Hal ini untuk mengantisipasi adanya toko online fiktif. Kemudian harus diadakan pihak penjamin antara pelaku usaha dan konsumen yang terpercaya, sebagai contoh seperti bank garansi. Selanjutnya Konsumen harus lebih berhati-hati dan teliti terutama dalam memilih pengusaha toko online dan barang atau jasa yang dibeli. Terakhir, perlu dibentuk Lembaga penyelesaian sengketa E-Commerce sebagai bidang dalam penyelesaian persoalan. Lembaga ini dibuat yang lebih sederhana dan tidak rumit pengurusannya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Asnawi, H. F. 2004. *Transaksi Bisnis E-Commerce: Perspektif Islam*. Yogyakarta: Magistra Insania Press.
- Berkatulah, Abdul Halim. 2008. *Hukum Perlindungan Konsumen Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*. Banjarmasin: FH Unlam Press.
- E.S. Wiradipradja dan D. Budhijanto. 2010. *Perspektif Hukum Internasional tentang Cyber Law*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Marzuki, Peter Mahmud. 2009. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Purbo, Onno W., & Wahyudi, Aang Arif. 2001. *Mengenal E-commerce*. Jakarta: Elex Media

Persada.

Rahardjo, Agus. 2002. *Cybercrime: Pemahaman dan Upaya Pencegahan Kejahatan Berteknologi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

Ramli, Ahmad. M. 2004. *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia*. Bandung: Refika Aditama.

Salim H.S. 2003. *Hukum Kontrak Teori dan teknik Penyusunan Kontrak*. Jakarta: Sinar Grafika.

_____. 2010. *Perkembangan Teori Dalam Ilmu Hukum*. Depok : PT. Raja Grafindo Persada.

Satrio, J. 1992. *Hukum Perjanjian*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE).

Jurnal Ilmiah

Ajibah, Nur Azizatil. 2004. "Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Melalui E-Commerce." *Jurnal Jurisprudence* Vol.1, No. 2.

Ambar Wiriati, dkk. 2014. "Merce Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen." *Jurnal Ekonomi & Bisnis* Vol.1, No. 2.

Kamelo, Tan. 2005. "Aspek Perlindungan Hukum Dalam Transaksi Melalui Media Internet". *Jurnal Equality*. Vol. 10, No.1.

Ramli, Ahmad. M. 2000. "Perlindungan Hukum Dalam Transaksi E-Commerce". *Jurnal Hukum Bisnis*, Vol.7, No.5.

Tambunan, Santonius. 2016. "Mekanisme dan Keabsahan Transaksi Jual Beli E-Commerce Menurut Kitab Undang - Undang Hukum Perdata". *Badamai Law Journal*. Vol.1, No.1.

Sumber lainnya

Pengertian dan Syarat-syarat Perjanjian. (2010, December 8). Legal Akses. Retrieved February 15, 2022, from <http://www.legalakses.com/perjanjian/>