



**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM PERJANJIAN  
TRANSAKSI *E-COMMERCE* DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NO. 8  
TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

**OLEH:**

**CHITRA DEVI SULISTIANI**  
**(617110010)**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Program Studi Ilmu Hukum  
Fakultas Hukum  
Universitas Muhammadiyah Mataram

**FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
MATARAM  
2021**

**HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING**

**SKRIPSI**

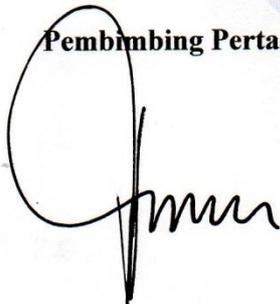
**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM PERJANJIAN  
TRANSAKSI *E-COMMERCE* DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NO. 8  
TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

Oleh:

**CHITRA DEVI SULISTIANI**  
**(617110010)**

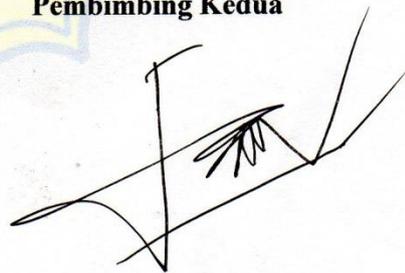
Menyetujui

**Pembimbing Pertama**



**RENA AMINWARA, SH., M.SI**  
**NIDN. 0828096301**

**Pembimbing Kedua**



**SAHRUL, SH., MH**  
**NIDN. 0831128107**

**LEMBAR SUSUNAN DEWAN PENGUJI**

**SKRIPSI INI TELAH DISEMINARKAN DAN DIUJIKAN OLEH PENGUJI**

**PADA 5 FEBRUARI 2021**

**Oleh:**

**DEWAN PENGUJI**

**Ketua**

**NASRI, SH., MH**  
**NIDN. 0831128118**

**Anggota I**

**RENA AMINWARA SH., M.Si**  
**NIDN. 0828096301**

**Anggota II**

**SAHRUL., SH., MH**  
**NIDN. 0831128107**

**Mengetahui**  
**Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Mataram**  
**Dekan,**



**Rena Aminwara, SH., M.Si**  
**NIDN. 0828096301**

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Chitra Devi Sulistiani

NIM : 617110010

Alamat : Rumak Barat Selatan, Kecamatan Kediri, Lombok Barat

Dengan ini saya menyatakan :

1. Skripsi yang berjudul : **Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Perjanjian Transaksi E-Commerce ditinjau dari Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen**” ini merupakan hasil karya tulis asli yang saya ajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Program Studi Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Semua sumber yang saya gunakan dalam penulisan skripsi tersebut telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Program Studi Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. Jika di kemudian hari terbukti bahwa karya saya tersebut bukan hasil karya tulis asli saya atau hasil jiplakan dari orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku di Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Muhammadiyah Mataram.

Mataram, 27 Januari 2021

Yang membuat pernyataan

A handwritten signature in black ink is written over a green official stamp. The stamp contains the text 'METERAI TEMPEL', a serial number 'ABEC9AHF828600981', and the value '6000 RUPIAH'. Below the stamp, the name 'CHITRA DEVI SULISTIANI' and the NIM '(617110010)' are printed.

**CHITRA DEVI SULISTIANI**  
(617110010)



## UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. K.H.A. Dahlan No. 1 Mataram Nusa Tenggara Barat  
Kotak Pos 108 Telp. 0370 - 633723 Fax. 0370-641906  
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : [upt.perpusummat@gmail.com](mailto:upt.perpusummat@gmail.com)

### SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : CHITRA DEVI SULISTIANI  
NIM : 617110010  
Tempat/Tgl Lahir : MATARAM, 03 DESEMBER 1997  
Program Studi : ILMU HUKUM.  
Fakultas : HUKUM.  
No. Hp/Email : 081917 621 986 / chitra.devissulistiანი202@gmail.com.  
Judul Penelitian : -

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM PERJANJIAN TRANSAKSI  
E-COMMERCE DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG  
PERLINDUNGAN KONSUMEN.

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 79% 19%

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari karya ilmiah dari hasil penelitian tersebut terdapat indikasi plagiarisme, saya *bersedia menerima sanksi* sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Dibuat di : Mataram

Pada tanggal : 23 FEBRUARI 2021

Penulis



CHITRA DEVI SULISTIANI  
NIM. 617 110010

Mengetahui,  
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT

Iskandar, S.Sos., M.A.  
NIDN. 0802048904



## UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM

### UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. K.H.A. Dahlan No. 1 Mataram Nusa Tenggara Barat  
Kotak Pos 108 Telp. 0370 - 633723 Fax. 0370-641906  
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : [upt.perpusummat@gmail.com](mailto:upt.perpusummat@gmail.com)

#### SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : CHITRA DEVI SULISTIANI  
NIM : 617110010  
Tempat/Tgl Lahir : MATARAM, 03 DESEMBER 1999  
Program Studi : ILMU HUKUM  
Fakultas : HUKUM  
No. Hp/Email : 081917621986 / Chitra.devi.Sulistiani20@gmail.com  
Jenis Penelitian :  Skripsi  KTI

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM PERJANJIAN TRANSAKSI  
E-COMMERCE DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NO. 8 TAHUN 1999  
TENTAN PERLINDUNGAN KONSUMEN.

Segala tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Dibuat di : Mataram

Pada tanggal : 23 FEBRUARI 2021

Penulis



CHITRA DEVI SULISTIANI  
NIM. 617110010

Mengetahui,  
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT

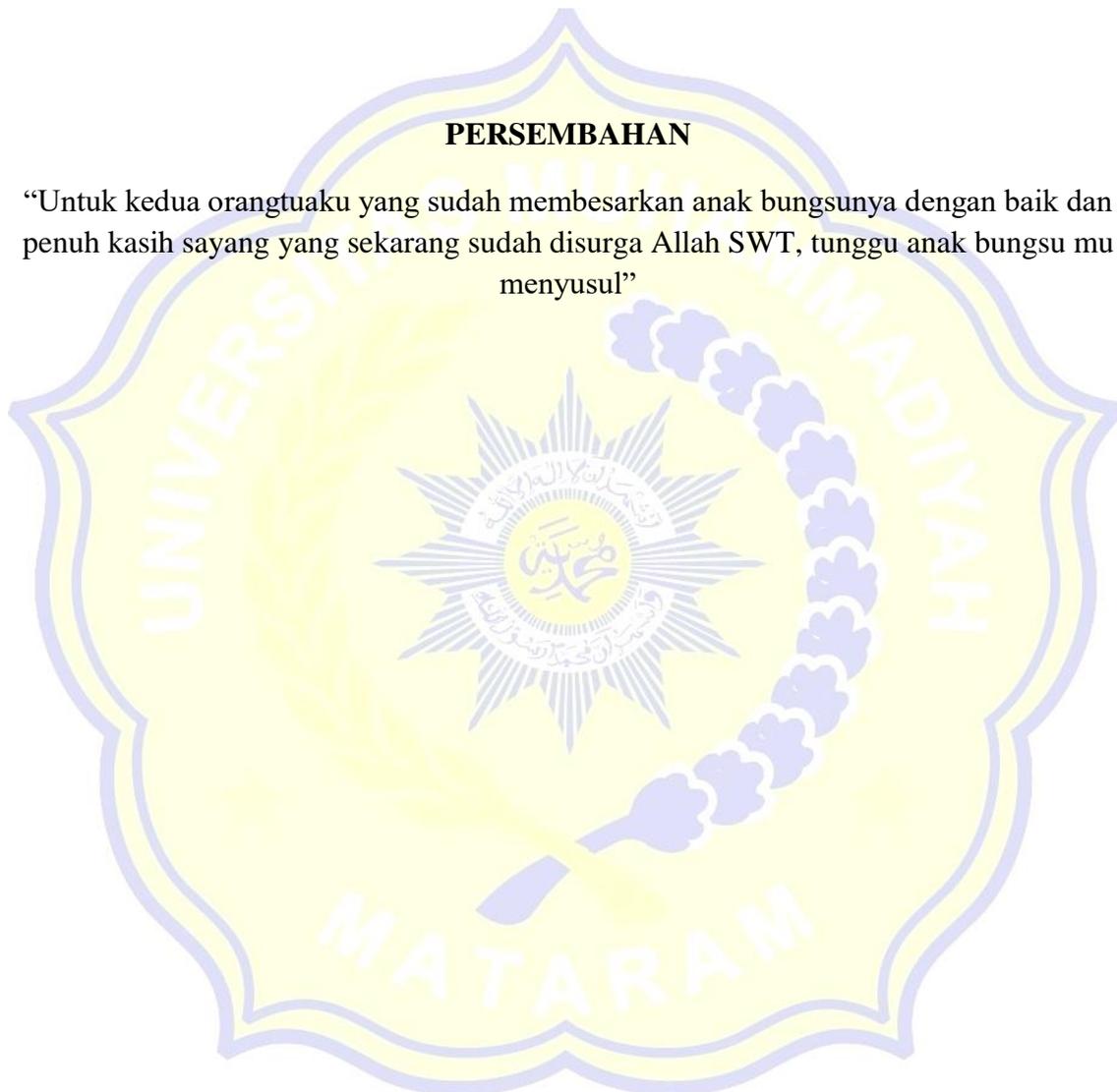
Iskandar, S.Sos., M.A.  
NIDN. 0802048904

## **MOTO HIDUP**

“A miracle is another name for hard work”

## **PERSEMBAHAN**

“Untuk kedua orangtuaku yang sudah membesarkan anak bungsunya dengan baik dan penuh kasih sayang yang sekarang sudah disurga Allah SWT, tunggu anak bungsu mu menyusul”



## KATA PENGANTAR



*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Alhamdulillahirabbil'alamín segala puji hanya milik Allah SWT atas *rahmat, taufik, inayah* dan *hidayah-Nya* yang senantiasa dicurahkan kepada penulis sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini sampai selesai tepat waktu. *Sholawat* serta salam senantiasa kita haturkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW yang telah memberikan suri tauladan yang baik bagi umatnya sehingga mampu merubah zaman *jahiliyah* menuju ke zaman seperti sekarang yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Skripsi ini dapat terselesaikan berkat dorongan, tenaga, pikiran serta bimbingan pihak yang sangat penulis hargai dan hormati. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Drs. H. Arsyad Abdul Gani, M.Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram, serta para wakil Rektor, dan seluruh staf Universitas Muhammadiyah Mataram yang telah memberikan pelayanan yang maksimal kepada penulis.

2. Ibu Rena Aminwara, SH., M.Si, selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. Bapak Dr. Hilman Syahril Haq, SH., MH selaku Wakil Dekan I Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Mataram.
4. Bapak Dr. Usman Munir, SH., MH, selaku Wakil Dekan II Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Mataram.
5. Ibu Anies Prima Dewi, SH., MH selaku Ketua Program Studi Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Mataram.
6. Ibu Rena Aminwara, SH., M.Si, selaku Pembimbing Pertama saya Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Mataram.
7. Bapak Sahrul, SH., MH selaku Pembimbing Kedua saya Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Mataram.
8. Para Dosen Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Mataram beserta staf yang telah banyak membantu mengarahkan penyusunan hingga taraf penyelesaian.
9. Terimakasih dan penghormatan yang sebesar-besarnya penulis sampaikan dalam pencapaian penulis tidak luput dari do'a serta restu dan dukungan yang selalu berikan oleh kedua orang tua penulis, Alm. Ayahanda penulis Syamsul Irpan dan Almh. Penulis Ibunda Marhamah AS, yang sudah membesarkan penulis dan selalu mendukung penulis dalam menuntut ilmu sampai akhir hayatnya.

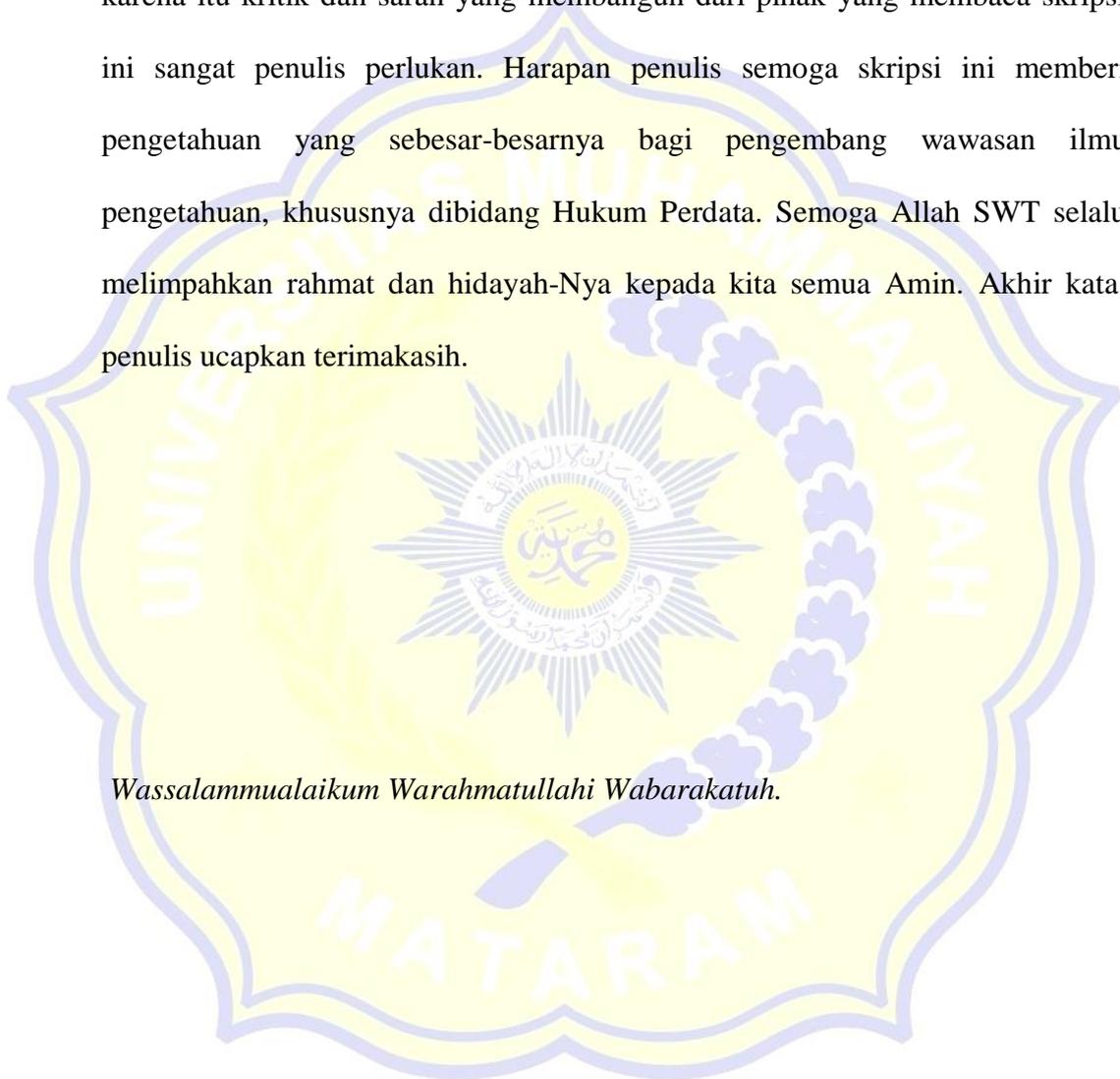
10. Terimakasih kepada ketiga kakak penulis, Irma Septiana Dewi, Maharani Safitri, Ervina Novita Sari yang selalu memberikan semangat dan motivasi untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Terimakasih kepada teman-teman saya yang sudah menemani selama ini dalam suka maupun duka.
12. Terimakasih kepada group EXO yang senantiasa menjadi penyemangat lewat karya musik-musiknya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. Yang terkasih Kim SeonHo, yang menjadi inspirasi dan penyemangat penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
14. Terimakasih untuk diri penulis yang sudah bertahan dan berjuang untuk menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas perjuangannya untuk mengerjakan skripsi. Tetap kuat untuk melanjutkan perjalanan hidup dan temukan pengalaman-pengalaman baru disetiap langkahmu.
15. Kepada semua pihak terkait skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu, saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya karena berkat dukungan, semangat, motivasi, bimbingan serta do'a kalian lah penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

Dalam proses pembuatan skripsi ini penulis mengalami bannyak kesulitan dalam menyusun beberapa point-point pembahasan didalamnya, namun dengan adanya sumber-sumber refrensi yang penulis peroleh dari dosen pembimbing

penulis, media sosial dan dari buku, peraturan perundang-undangan serta yang lainnya, kesulitan yang penulis hadapi dapat teratasi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari pihak yang membaca skripsi ini sangat penulis perlukan. Harapan penulis semoga skripsi ini memberi pengetahuan yang sebesar-besarnya bagi pengembang wawasan ilmu pengetahuan, khususnya dibidang Hukum Perdata. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua Amin. Akhir kata, penulis ucapkan terimakasih.

*Wassalammualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*



## ABSTRAK

Dengan perkembangan zaman, didalam bertransaksi sudah mulai berubah dan mulai mengikuti perkembangan teknologi yang pesat. Dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah perilaku masyarakat dan peradaban manusia secara global yang telah mengakibatkan dunia menjadi tanpa batas dan menyebabkan perubahan sosial secara signifikan. Pelaksanaan dari kegiatan perdagangan dikalangan masyarakat mulai pesat, hal ini dipengaruhi dengan perkembangan teknologi melalui internet.

Transaksi atau bisnis melalui *virtual world* (dunia maya) atau media internet yang disebut dengan istilah *electronic commerce* atau *e-commerce*. *E-commerce* ialah suatu transaksi komersial yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam suatu hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, jasa dan peralihan hak transaksi komersial ini terdapat di dalam media elektronik (media digital) dimana kehadiran para pihak secara fisik tidak diperlukan.

Oleh karena itu timbul permasalahan dengan rumusan masalah yaitu: Bagaimana bentuk perlindungan dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Hukum Perlindungan Konsumen mengatur terkait perjanjian transaksi *e-commerce*? dan Bagaimana bentuk upaya hukum yang akan dilakukan oleh konsumen terkait transaksi *e-commerce* yang diatur dalam Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?

**Kata kunci: Perlindungan Konsumen, *E-commerce***



## DAFTAR ISI

SAMPUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR SUSUNAN DEWAN PENGUJI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS.....	iv
PLAGIARISME.....	v
PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
MOTO HIDUP.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.4 Hasil Penelitian Yang Relevan.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Tinjauan Umum tentang Hukum Perlindungan Konsumen.....	15
2.1.1 Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen.....	15
2.1.2 Asas dan Tujuan Hukum Perlindungan Konsumen.....	16
2.1.3 Unsur-Unsur Perlindungan onsumen.....	19
2.1.4 Tanggung Jawab Produk dalam Perlindungan Konsumen.....	23
2.2 Tinjauan Umum tentang Perjanjian.....	25
2.2.1 Pengertian Perjanjian.....	25
2.2.2 Syarat sah perjanjian.....	28
2.2.3 Asas-asas Perjanjian.....	31
2.2.4 Lahirnya Perjanjian.....	33
2.3 Tinjauan Umum tentang <i>E-commerce</i> .....	35

2.3.1	Pengertian <i>E-commerce</i> .....	35
2.3.2	Mekanisme <i>E-commerce</i> .....	35
2.3.3	Ruang Lingkup <i>E-commerce</i> .....	38
2.3.4	Permasalahan yang Timbul dalam Perjanjian <i>E-Commerce</i> .....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Jenis Peneliti.....	44
3.2	Pendekatan Penelitian.....	44
3.3	Jenis dan Sumber Bahan Hukum.....	45
3.4	Tehnik Pengumpulan Bahan Hukum.....	46
3.5	Analisis Bahan Hukum.....	46
<b>BAB IV PEMBAHASAN</b>		
4.1	Bentuk Perlindungan Konsumen dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 terkait Perjanjian <i>E-commerce</i> .....	48
4.2	Upaya hukum yang akan dilakukan oleh konsumen terkait transaksi <i>e-commerce</i> yang diatur dalam Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.....	59
<b>BAB V PENUTUP</b>		
5.1	Kesimpulan.....	70
5.2	Saran.....	71
	Daftar Pustaka.....	72
	Lampiran.....	

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Pengaturan tentang perlindungan konsumen di Indonesia telah dimulai sejak zaman Hindia Belanda, Indonesia sudah memulai menyusun peraturan tentang perlindungan konsumen, meskipun sebagian besar sudah tidak berlaku lagi. Disisi lain ada beberapa ketentuan yang dapat digunakan untuk melindungi konsumen, yaitu:<sup>1</sup>

1. KUH Perdata Bagian 2, Bab V, Buku II mengatur tentang kewajiban penjual dalam perjanjian jual beli.
2. KUH Dagang, tentang pihak ketiga yang harus dilindungi, tentang perlindungan/barang muatan pada hukum maritim, ketentuan mengenai perantara, asuransi, surat berharga, kepailitan, dan sebagainya.
3. KUH Pidana tentang pemalsuan, penipuan, pemalsuan merek, persaingan curang, dan sebagainya

Setelah kemerdekaan Republik Indonesia hingga tahun 1999, Undang-Undang Indonesia belum mengenal istilah perlindungan konsumen. Namun peraturan perundang-undangan di Indonesia berusaha untuk memenuhi unsur-unsur perlindungan konsumen.

Hiruk pikuk gerakan perlindungan konsumen di Indonesia mulai terdengar dan populer di tahun 1970-an, yakni dengan berdirinya lembaga swadaya masyarakat (*nongovernmental organization*). Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) pada bulan Mei 1973.

---

<sup>1</sup> Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2013) hal. 32-33

Selanjutnya pergerakan pemberdayaan konsumen semakin gencar, baik melalui ceramah, seminar, tulisan, dan media masa. Gerakan konsumen Indonesia termasuk yang diprakasai YLKI mencatat prestasi besar setelah naskah akademik UUPK berhasil dibawa ke DPR, yang akhirnya disahkan menjadi Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada tanggal 20 April 1999.<sup>2</sup>

Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang sangat luas meliputi perlindungan terhadap segala kerugian akibat penggunaan barang dan/atau jasa. Meskipun perlindungan ini diperuntukan bagi konsumen, namun bukan berarti kepentingan pelaku usaha tidak mendapatkan perhatian. Karena bagaimanapun, untuk menciptakan suatu persaingan usaha yang sehat dan kondusif, keberadaan pelaku usaha sebagai produsen barang dan/atau jasa juga harus mendapatkan perlakuan adil, dengan memosisikannya sebagai mitra konsumen dalam memenuhi kebutuhan sesuai hak dan kewajiban yang timbul dari suatu perikatan.

Istilah perlindungan konsumen dan hukum perlindungan konsumen sudah sangat sering terdengar. Namun belum jelas benar apa saja yang masuk kedalam materi keduanya. Karena posisi konsumen yang lemah maka ia harus dilindungi oleh hukum. Salah satu sifat sekaligus tujuan hukum itu adalah memberikan perlindungan kepada masyarakat, sehingga hukum konsumen dan

---

<sup>2</sup> *Ibid*, hal 36

hukum perlindungan adalah dua bidang hukum yang sulit dipisahkan dan ditarik batasannya.

Dengan perkembangan zaman, didalam bertransaksi sudah mulai berubah dan mulai mengikuti perkembangan teknologi yang pesat. Dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah perilaku masyarakat dan peradaban manusia secara global yang telah mengakibatkan dunia menjadi tanpa batas dan menyebabkan perubahan sosial secara signifikan. Pelaksanaan dari kegiatan perdagangan dikalangan masyarakat mulai pesat, hal ini dipengaruhi dengan perkembangan teknologi melalui internet.

Transaksi atau bisnis melalui *virtual world* (dunia maya) atau media internet yang disebut dengan istilah *electronic commerce* atau *e-commerce*, sudah cukup lama dikenal di Indonesia, terutama sejak dikenalnya *credit cards*, *automated teller machines* dan *telephone banking*. Istilah-istilah tersebut semakin banyak dikenal karena dipergunakan untuk keperluan yang luas, salah satunya dalam jual beli.<sup>3</sup>

Perjanjian jual beli dalam *e-commerce* mengacu pada ketentuan Buku III KUH Perdata maka perjanjian jual beli dalam *e-commerce* memiliki kesamaan dengan perjanjian jual beli konvensional. Dalam setiap perjanjian akan menimbulkan hak dan kewajiban kepada para pihak apabila hak dan kewajiban para pihak tidak terpenuhi maka akan menimbulkan adanya wanprestasi. Dalam perjanjian jual beli *e-commerce* yang tidak mencantumkan tentang hak dan

---

<sup>3</sup> Ahmadi Miru, *Hukum Kontrak Bernuansa Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), hal. 153

kewajiban konsumen mengacu pada ketentuan pada KUH Perdata karena tidak diatur dalam perjanjian jual beli secara khusus dalam *e-commerce*.

Kedudukan *e-commerce* dalam hukum Indonesia adalah terletak dalam bidang hukum perdata sebagai bagian dari hukum perjanjian, sehingga berlaku pula Pasal 1320 KUH Perdata tentang syarat sahnya suatu perjanjian yakni, “Supaya terjadi persetujuan yang sah, perlu dipenuhi empat syarat: 1. Kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya; (KUH Perd. 28, 1312 dst) 2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan; (KUH Perd. 1329 dst.) 3. Suatu pokok persoalan tertentu; (KUHPerd. 1332 dst.) dan 4. Suatu sebab yang tidak terlarang (KUHPerd. 1335 dst.)”. Perjanjian yang dinyatakan sah adalah suatu perjanjian yang memenuhi empat syarat yang terdapat dalam Pasal 1320 KUHPerdata, yaitu:

1. Adanya kesepakatan kedua belah pihak;
2. Kecakapan untuk melakukan perbuatan hukum;
3. Adanya objek tertentu, dan
4. Adanya sebab yang halal

Perdagangan elektronik (*e-commerce*) menentukan kesepakatan antara para pihak dinyatakan secara langsung menggunakan media internet. Pihak-pihak dapat kesepakatannya dengan jalan memilih tombol setuju (*agree*) pada perjanjian internet ataupun secara langsung mengirim konfirmasi persetujuannya melalui *e-mail*. Kesepakatan pada kontrak *e-commerce* berbeda dengan kontrak biasa yang umumnya disetujui dengan pembumbuhan tanda tangan bersama.

Kesepakatan dalam bentuk kontrak *e-commerce* dinyatakan secara elektronik pula.

Pada Pasal 1 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur mengenai perlindungan konsumen. Pada kenyataannya Undang-Undang Perlindungan Konsumen Tahun 1999 belum sepenuhnya mengatur mengenai bertransaksi elektronik, hanya beberapa pasal saja yang dapat dipergunakan dalam transaksi elektronik. Hal tersebutlah yang membuat masih kurangnya perlindungan bagi konsumen yang melakukan transaksi elektronik. Teknologi informasi dan telekomunikasi telah memasuki berbagai segmen aktivitas manusia, baik dalam sektor politik, sosial, budaya, maupun ekonomi dan bisnis. Dalam bidang perdagangan, teknologi juga dapat dimanfaatkan sebagai media aktivitas bisnis terutama karena kontribusinya terhadap efisiensi.

Uraian diatas menjadi dasar penulis untuk mengkaji dari sudut pandang perlindungan konsumen menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Sesuai dengan studi konsentrasi penulis yaitu, Hukum Perdata. Selanjutnya penulis menyusun penelitian ini dengan judul “Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Perjanjian Transaksi *E-Commerce* ditinjau dari Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Setiap permasalahan memerlukan pemecahan secara tuntas, agar masalah-masalah yang timbul dapat cepat terselesaikan. Terlebih dahulu masalah tersebut harus dirumuskan secara jelas.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terkait perjanjian transaksi *e-commerce*?
2. Bagaimana upaya hukum yang dilakukan oleh konsumen jika hajnya dilanggar terkait perjanjian transaksi *e-commerce* yang diatur dalam Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?

## 1.3 Tujuan dan manfaat penelitian

Penelitian yang dilakukan haruslah mempunyai tujuan-tujuan tertentu yang hendak akan dicapai. Tujuan dalam suatu penelitian ini menunjukkan kualitas dan nilai dari penelitian tersebut. Berdasarkan permasalahan yang telah penulis uraikan diatas, maka penelitian ini diadakan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 mengatur perlindungan bagi konsumen tentang perjanjian transaksi *e-commerce*

2. Untuk mengetahui upaya hukum yang akan dilakukan oleh konsumen terkait transaksi *e-commerce* yang diatur dalam Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Manfaat penelitian. Setiap penelitian diharapkan dapat memberi manfaat bagi berbagai pihak. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis

- a. Memberikan sumbangan pemikiran di bidang hukum perdata terutama yang berhubungan dengan perlindungan konsumen dalam bertransaksi *e-commerce*
- b. Memberikan gambaran dasar mengenai perlindungan hukum dalam perjanjian bertransaksi *e-commerce* pada umumnya, khususnya berkaitan dengan perlindungan konsumen
- c. Menambah literatur yang dapat dijadikan sebagai data sekunder dan referensi bagi penelitian selanjutnya

2. Manfaat praktis

- a. Untuk lebih mengimbangkan penalaran, membentuk pola pikir sekaligus untuk mengetahui kemampuan penulis dalam menerapkan ilmu yang diperoleh
- b. Hasil penelitiann ini diharapkan dapat membantu dan memberi masukan serta tambahan pengetahuan bagi pihak-pihak yang terkait dengan

masalah penelitian ini, dan berguna bagi pihak-pihak yang berminat pada masalah yang sama.



#### 1.4 Hasil Penelitian Yang Relevan

NO	PENULIS	JUDUL	RUMUSAN MASALAH	KESIMPULAN
1.	Andi Tenri Ajeng P. (Skripsi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makasar, 2017)	Tinjauan Hukum Perjanjian Jual-Beli Melalui <i>E-Commerce</i>	1. Kapan terjadinya kata sepakat dalam perjanjian jual-beli melalui <i>E-Commerce</i> ?	1. Suatu perjanjian dinyatakan lahir pada saat tercapainya suatu kesepakatan atau persetujuan diantara dua belah pihak mengenai suatu pokok yang menjadi objek perjanjian. Sepakat disini diartikan suatu persesuaian paham (pendapat) dan keinginan diantara dua belah pihak. Dalam konteks itu terjadi pertemuan kehendak diantara dua belah pihak untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perjanjian. Demikian juga kaitannya dengan kontrak (perjanjian) yang dibuat secara elektronik. Dalam masyarakat konvensional, suatu perjanjian cukup disandarkan pada adanya persesuaian kehendak dari kedua belah pihak untuk menyepakati apa yang diperjanjikan. Persesuaian kehendak tersebut dapat dilakukan secara lisan mauppun tulisan. Kemudian dalam masyarakat modern

			<p>2. Bagaimana keabsahan perjanjian jual-beli melalui <i>E-Commerce</i>?</p>	<p>yang telah memanfaatkan teknologi dalam kegiatan usahanya persesuaian kehendak tersebut tidak harus mensyaratkan adanya pertemuan langsung dan persesuaian tersebut tidak harus dibuat secara tertulis. Berarti ada pergeseran norma dalam masyarakat dalam mengartikan persesuaian kehendak. Kata sepakat yang diperlukan untuk melahirkan suatu perjanjian yang diamankan di dalam Pasal 1320 <i>Burgelijk Wet Boek</i> (KUH Perdata) dianggap telah tercapai apabila pernyataan salah satu pihak diterima oleh pihak lainnya.</p> <p>2. Keabsahan perjanjian jual beli <i>online</i> oleh pihak yang berbeda sistem hukumnya tetap sah. Hal ini dapat dilihat walaupun berbeda sistem hukum perjanjian karena adanya suatu kesepakatan terlebih dahulu antara para pihak, dimana pada saat hendak melakukan kontrak <i>E-Commerce</i> para pihak dapat menentukan pilihan hukum dan pilihan forum mana yang menjadi dasar pelaksanaan <i>E-Commerce</i> serta menjadi kesepakatan kedua belah pihak</p>
--	--	--	-------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

				apabila dilakukan pilihan hukum. Apabila tidak dilakukan pilihan hukum, maka untuk menentukan hukum yang berlaku harus digunakan asas/teori dalam Hukum Perdata Internasional.
2.	Disa Nusia Nisrina (Skripsi Universitas Islam Negeri Alauddin Makasar, 2015)	Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli <i>Online</i> dan Relevansinya terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen	1. Bagaimanakah tinjauan hukum Islam terhadap jual beli <i>online</i> ?	1. Jual beli <i>online</i> termasuk aspek muamalah yang pada dasarnya <i>mubah</i> (boleh), kecuali ada dalil yang mengharamkannya. Selain itu, rukun dan syarat jual beli <i>online</i> juga tidak bertentangan dengan rukun dan syarat dalam sistem hukum perikatan Islam, yang diharamkan dalam transaksi jual beli <i>online</i> , yaitu transaksi yang didalamnya terapat unsur-unsur haram, seperti <i>riba</i> , <i>gharar</i> , bahaya, ketidakjelasan, merugikan hak orang lain, pemaksaan, dan barang atau jasa yang menjadi objek transaksi adalah halal bukan yang diharamkan seperti <i>khamr</i> , bangkai, babi, narkoba, judi <i>online</i> , dan sebagainya. Selain itu, transaksi jual beli <i>online</i> juga mengandung aspek kemaslahatan berupa kemudahan dan efisiensi waktu. Didalam <i>fikih</i> , ditemukan adanya kesepakatan ulama terhadap transaksi

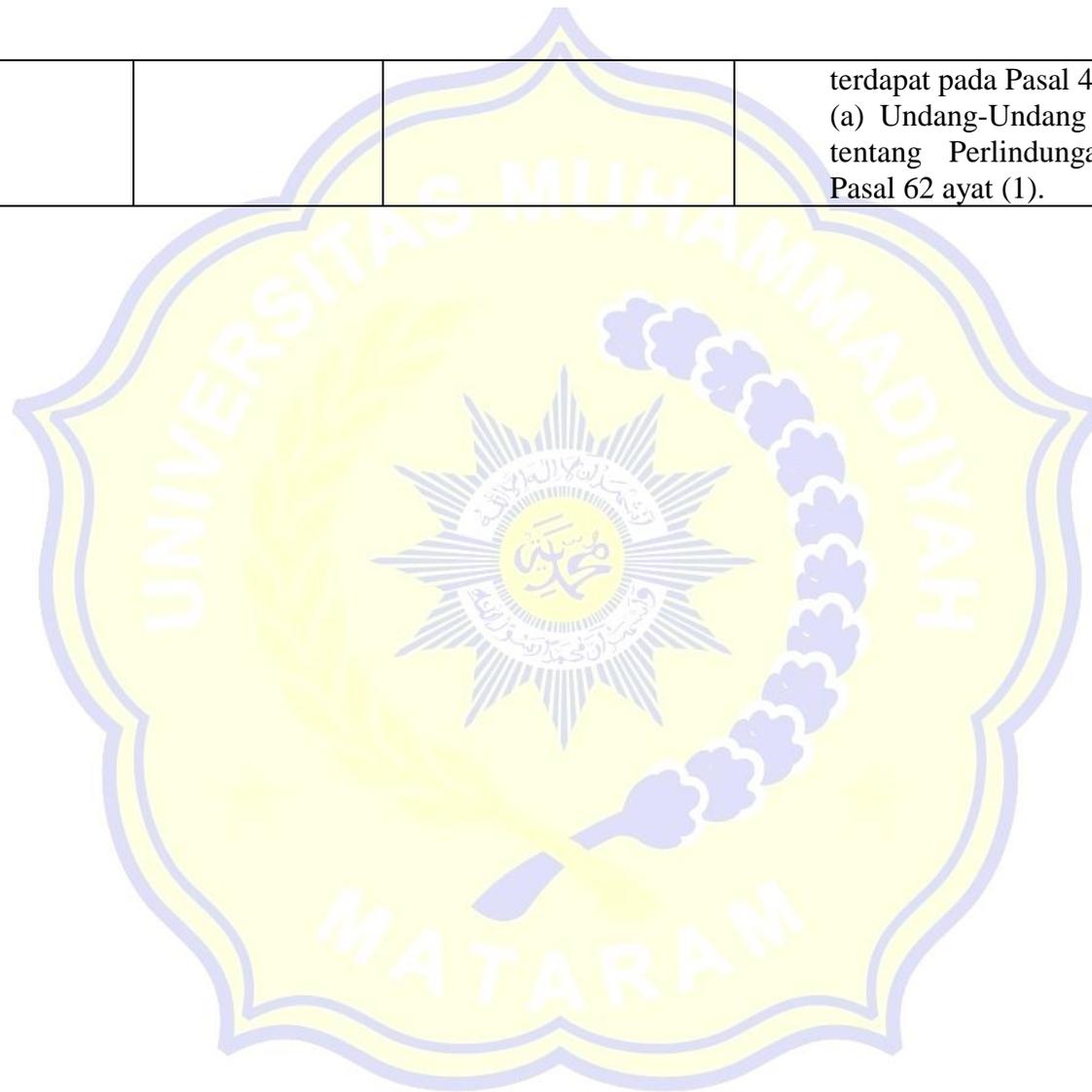
			<p>2. Bagaimanakah hak-hak konsumen dalam hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK)?</p>	<p>jual beli melalui surat dan perantara. Sehingga jual beli <i>online</i> dapat dianalogikan sebagai jual beli melalui surat atau perantara selama dilakukan atas dasar prinsip kejujuran dan prinsip suka sama suka (kerelaan).</p> <p>2. Hak-hak dalam hukum Islam berupa <i>khiyar 'aib</i>, <i>khiyar syara</i>, <i>khiyar ta'yin</i>, <i>khiyar ar-ru'yah</i>. Sedangkan hak-hak konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), yaitu hak kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa, hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan, hal atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan, hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut, hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen, hak untuk</p>
--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

			<p>3. Bagaimanakah relevansi jual beli <i>online</i> dalam tindakan hukum Islam terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK)?</p>	<p>diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif, hak untuk mendapat kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya, hak-hak diatur dalam ketentuan peraturan perUndang-Undangan lainnya.</p> <p>3. Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) telah menekankan asas keseimbangan antara pelaku usaha dengan konsumen. Begitu pula dengan hukum Islam. Asas keseimbangan ini dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara pelaku usaha dengan konsumen. Relevansi jual beli <i>online</i> menurut hukum Islam terhadap Undang-Undnang Perlindungan Konsumen (UUPK), secara garis besar dapat disimpulkan berdasarkan asas dan tujuan yang terdapat pada Undang-Undnag Perlindungan Konsumen (UUPK) dan hukum Islam, yaitu asas manfaat, keadilan, keamanan, keseimbangan, dan kepastian hukum dan dalam hukum Islam ditambahkan</p>
--	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

				mengenai informasi halal dan haram dan tujuannya, yaitu meghendaki perlindungan terhadap konsumen melalui proses perngadilan jika terdapat pelanggaran hak terhadap konsumen dan berupa hak <i>khiyar</i> dalam hukum Islam sebagai upaya perлиндunngan terhadap konsumen.
3.	Didin Sumasyhari (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2016)	Perlindungan Konsumen <i>E-Commerce</i> Pada Lazada Tinjauan Hukum Ekonomi Islam san Hukum Positif.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana upaya-upaya Lazada dalam Perlindungan Konsumen?</li> <li>2. Bagaimana perlindungan yang diberikan Lazada menurut hukum ekonomi Islam dan hukum positif?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Upaya perlindungan konsumen oleh lazada terdapat kontrak baku beserta syarat dan ketentuan (<i>Termes Of Use</i>) penggunaan maupun penjualan Lazada.</li> <li>2. Perlindungan konsumen Lazada menurut hukum ekonomi Islam telah sesuai seperti terdapat konsep <i>khiyar</i> sedangkan hukum positif memberikan kejelasan informasi bagi konsumen.</li> </ol>
4.	Chitra Devi Sulistiani (Skripsi Universitas Muhammadiyah Mataram, 2021)	Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Perjanjian Transaksi <i>E-Commerce</i> ditinjau dari	1. Bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang	1. Bentuk perlindungan dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terkait perjanjian transaksi <i>e-commerce</i> belum mengatur secara terperinci secara khusus terkait perjanjian <i>e-commerce</i> akan tetapi secara umum bentuk yang dapat

		<p>Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen</p>	<p>Perlindungan Konsumen terkait perjanjian transaksi <i>e-commerce</i>?</p> <p>2. Bagaimana upaya hukum yang dilakukan oleh konsumen jika hajnya dilanggar terkait perjanjian transaksi <i>e-commerce</i> yang diatur dalam Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?</p>	<p>dikaitkan dari perlindungan konsumen itu terdapat alam Undang-Undang KUH Perdata dalam Pasal 1233 jo Pasal 1234 KUH Perdata dan Pasal 1473 KUH Perdata dan dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Pasal 1 ayat (1) Pasal 8 ayat (1), Pasal 7 huruf g dan Pasal 9 jo Pasal 17 ayat (1).</p> <p>2. Bentuk upaya hukum yang akan dilakukan oleh konsumen terkait perjanjian transaksi <i>e-commerce e-commerce</i> yang diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen belum mengatur secara terperinci secara khusus terkait perjanjian <i>e-commerce</i> akan tetapi upaya hukum yang dapat dilakukan oleh konsumen secara umum dapat berupa Litigasi yaitu melalui jalur pengadilan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dan Non Litigasi melalu Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), yang mana dengan cara litigasi terdapat pada Pasal 45 ayat (1) jo Pasal 48 Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan secara non litigasi</p>
--	--	---------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

				terdapat pada Pasal 47 dan Pasal 52 huruf (a) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Pasal 62 ayat (1).
--	--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Tinjauan Umum tentang Perlindungan Konsumen

##### 2.1.1 Pengertian Perlindungan Konsumen

Sesungguhnya peranan hukum dalam konteks ekonomi adalah menciptakan ekonomi dan pasar yang kompetitif. Terkait dengan hal ini pula, bahwa tidak ada pelaku usaha dan produsen tunggal yang mampu mendominasi pasar, selama konsumen memiliki hak untuk produk mana yang menawarkan nilai terbaik, baik dalam harga maupun mutu. Serta tidak ada pelaku usaha dan produsen yang mampu menetapkan harga berlebihan atau menawarkan produk dengan kualitas yang rendah, selama masih ada produsen lain dan konsumen akan pindah kepada produk lain tersebut.<sup>4</sup>

Ketidak berdayaan konsumen dalam menghadapi produsen sangat merugikan kepentingan rakyat. Pada umumnya produsen berlindung dibalik *standard contract* atau perjanjian baku yang telah ditandatangani oleh kedua belah pihak, yakni antara konsumen dan produsen, ataupun melalui informasi semu yang diberikan oleh produsen kepada konsumen. Hal tersebut bukan menjadi gejala regional saja, tetapi sudah menjadi persoalan global yang melanda seluruh konsumen di dunia. Timbulnya kesadaran konsumen ini telah melahirkan satu cabang baru ilmu hukum

---

<sup>4</sup> Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, (Depok: Prenadamedia Group, 2018), hal. 5

yaitu hukum perlindungan konsumen.<sup>5</sup> Istilah konsumen berasal dan alih bahasa dari kata *costumer*, secara harfiah arti kata *customer* adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang.<sup>6</sup>

Perlindungan konsumen merupakan istilah yang dipakai untuk menggambarkan adanya hukum yang memberikan perlindungan kepada konsumen dari kerugian atas penggunaan produk barang dan/atau jasa. Menurut peraturan perundang-undang. Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.<sup>7</sup> Sedangkan yang dimaksud dengan konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

### **2.1.2 Asas dan Tujuan Hukum Perlindungan Konsumen**

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang kemudian disebut dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Konsumen adalah orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang

---

<sup>5</sup> Abdul Halim, Berkatullah dan Teguh Prastyo. *Bisnis E-commerce Studi Sistem, Keamanan Dan Hukum Di Indonesia*, (Yogyakarta. Pustaka Pelajar, 2006), hal. 141

<sup>6</sup> Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), hal. 15

<sup>7</sup> Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak diperdagangkan.<sup>8</sup>

Penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagai usaha bersama mempunyai lima dasar, yang kelima asas tersebut relevan dalam pembangunan nasional, yaitu:<sup>9</sup>

- a. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usah secara keseluruhan.
- b. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen, pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
- c. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materil ataupun spiritual.
- d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas kemananan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
- e. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Salah satu unsur penting dalam kegiatan usaha ekonomi dan bisnis adalah keberadaan konsumen. Hampir semua orang yang telah menggunakan produk barang dan/atau jasa yang beredar dimasyarakat (pasar) dapat dikategorikan sebagai konsumen. Begitu besarnya jumlah konsumen yang menggantungkan kebutuhannya pada suatu

---

<sup>8</sup> Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

<sup>9</sup> Burhanuddin S, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen & Sertifikasi Halal*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2011), hal. 4

produk yang beredar di masyarakat, menyebabkan keberadannya perlu mendapatkan perlindungan. Sebagai tindak lanjut, pemerintah telah memberlakukan peraturan perundang-undangan tentang perlindungan konsumen yang bertujuan untuk:<sup>10</sup>

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya 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 bertanggung jawab dalam berusaha;
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, dan keselamatan konsumen.

Tujuan perlindungan konsumen pada hakikatnya adalah untuk mencapai maslahat dari hasil transaksi ekonomi/bisnis. Pengertian maslahat dalam kegiatan ekonomi/bisnis adalah perpaduan antara pencapaian keuntungan dan berkah.<sup>11</sup> Keuntungan diperoleh apabila kegiatan usaha memberikan nilai tambah dari aspek ekonomi, sedangkan berkah diperoleh apabila ketika usaha dilakukan dengan niat ibadah sesuai prinsip-prinsip syariah. Karena itu untuk mencapai tujuan tersebut, diperlakukan kesadaran dari para pelaku usaha selalu mengedepankan

---

<sup>10</sup> Pasal 3 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

<sup>11</sup> Tim P3EI *Universitas Islam Indonesia, Ekonomi Islam* ( Jakarta: Rajawali Pers, 2008), hal. 135

perbuatan yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah dan peraturan lainnya yang berlaku secara yuridis formal.

### **2.1.3 Unsur-Unsur Perlindungan Konsumen**

Hukum perlindungan konsumen terbentuk dari pola hubungan antara beberapa unsur utama yang terkait di dalamnya. Hubungan tersebut tercipta dari suatu perikatan bisnis yang menimbulkan akibat hukum. Dalam hukum perlindungan konsumen, pengertian akibat hukum tidak hanya berhenti setelah terjadinya kesepakatan para pihak (ijab qabul), melainkan perlu tindak lanjut hingga pasca terjadinya kesepakatan tersebut. Artinya, meskipun perikatan bisnis dinyatakan selesai, namun pihak konsumen tetap berhak mendapatkan perlindungan hukum atas penggunaan barang dan/atau jasa yang disediakan produsen. Adapun yang dimaksud para pihak dalam hukum perlindungan konsumen adalah sebagai berikut:<sup>12</sup>

#### **a. Konsumen**

Dalam bertransaksi ekonomi, disebut konsumen karena seseorang atau badan hukum menggunakan suatu produk barang dan/atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya. Dengan kata lain, konsumen adalah setiap orang, kelompok atau badan hukum pemakai suatu harta benda atau jasa karena adanya hak yang sah, baik dipakai untuk pemakaian akhir maupun proses produksi selanjutnya.

---

<sup>12</sup> Burhanuddin S, *Op, Cit*, hal. 6

Sedangkan menurut Undang-Undang, yang dimaksud konsumen adalah: *“Setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”*<sup>13</sup>

Berdasarkan pengertian diatas, subjek yang disebut konsumen berarti setiap orang yang berstatus sebagai pengguna suatu produk tertentu. Istilah orang sebagaimana dinyatakan, sebenarnya masih menimbulkan pertanyaan apakah manusia masuk dalam pengertian hakiki (*syakhshiyah thabi'iyah*) ataukah termasuk badan hukum (*syakhshiyah I'tibariyah hukmiyah*). Namun jika merujuk definisi konsumen menurut Undang-Undang, istilah orang berarti manusia yang hakiki. Dalam literatur ekonomi, secara umum dikenal dua macam konsumen, yaitu:

- 1) Konsumen antara, yaitu konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi lainnya.
- 2) Konsumen akhir, yaitu penggunaan atau pemanfaatan akhir dari suatu produk.

Dari kedua pembagian tersebut, berarti istilah konsumen dapat diartikan secara luas, yaitu semua pemakaian maupun penggunaan barang dan/atau jasa untuk tujuan tertentu. Sedangkan menurut Undang-Undang yang dimaksud dengan konsumen adalah

---

<sup>13</sup> Pasal 1 angka 2 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Pelindungan Konsumen.

hanya pengguna terakhir (*end user*) dari barang dan/atau jasa untuk memenuhi kebutuhan. Pengertian konsumen yang hanya membatasi pada semua orang sebagai pemakai akhir dan tanpa mencakup badan hukum menyebabkan upaya perlindungan tersebut menjadi tidak merata.<sup>14</sup>

b. Pelaku Usaha (Produsen)

Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik berbentuk badan hukum maupun bukan berbadan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Dalam hukum perlindungan konsumen, pelaku usaha sebagai salah satu pihak yang terlibat dalam transaksi mempunyai kewajiban sebagai berikut:

- 1) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 2) Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- 3) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya didalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;

---

<sup>14</sup> Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Penerbit Grasindo, 2000), hal. 4-8

- 4) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 5) Hak untuk diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.<sup>15</sup>

Hak dan kewajiban dalam kontrak (bisnis) merupakan dua sisi yang bersifat saling timbal balik. Artinya, hak salah satu pihak akan menjadi kewajiban pihak lain, dan begitupula sebaliknya kewajiban salah satu pihak menjadi hak pihak lain. Karena itu disamping hak, pelaku usaha mempunyai kewajiban sebagai berikut:

- 1) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- 2) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- 3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
- 4) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- 5) Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- 6) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau pengganti atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 7) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.<sup>16</sup>

Berdasarkan substansi pada Pasal 19 ayat 1 Undang-Undang Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dapat diketahui bahwa tanggung jawab pelaku usaha, meliputi:

<sup>15</sup> *Ibid.*, Pasal 6

<sup>16</sup> *Ibid.*, Pasal 7

- 1) Tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan;
- 2) Tanggung jawab ganti kerugian atas pencemaran;
- 3) Tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian konsumen.

#### 2.1.4 Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen

Dimana posisi konsumen yang dapat dikatakan lemah dihadapan pelaku usaha (produsen) memunculkan pemikiran perlunya suatu peraturan yang berpihak kepada kepentingan konsumen. Aspek pertama dari upaya perlindungan konsumen sendiri yaitu pemberlakuan aturan tentang pentingnya tanggung jawab produsen itu sendiri yang dapat menimbulkan kemungkinan terjadinya kerugian yang timbul akibat penggunaan produknya.

Dengan demikian, yang dimaksud dengan tanggung jawab secara hukum dari orang atau badan yang menghasilkan suatu produk (*producer, manufacture*) atau dari orang atau badan yang menjual atau mendistribusikan (*seller, distributor*) produk tersebut, juga terhadap orang/badan yang terlibat dalam rangkaian komersial tentang bengkel dan pergudangan, demikian juga para agen dan pekerja dari badan-badan usaha tersebut<sup>17</sup>

Tanggung jawab produk dalam hukum perlindungan konsumen bukanlah merupakan hal yang baru. Produk secara umum diartikan sebagai barang yang secara nyata dapat dilihat, dipegang (*tangible*

---

<sup>17</sup> Tami Rusli, 2012, *Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Pranata Hukum, Volume 7, hal. 82

*goods*), baik yang bergerak maupun yang tidak bergerak. Namun terkait masalah perlindungan konsumen, tanggung jawab produk bukan hanya dimaknai benda terwujud (*tangible goods*) tapi juga termasuk yang bersifat *in tangible* seperti penyediaan jasa penyiaran. Tuntutan tanggung jawab produk pada dasarnya dibenarkan apabila terbukti ada pelanggaran terbuka: (a) Unsur perbuatan melawan hukum yang dilakukan pelaku usaha atau perusahaan; (b) Unsur kerugian yang dialami konsumen dan ahli warisnya dan; (c) unsur adanya hubungan kasual antara unsur perbuatan melawan hukum dengan unsur kerugian tersebut.<sup>18</sup>

Bagaimana keadaan konsumen di Indonesia, khususnya menyangkut tanggungjawab mutlak pihak produsen/pelaku usaha. Meskipun Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatakan bahwa beban pembuktian mengenai kesalahan telah dibebankan kepada pihak pelaku usaha, namun secara “gamblang” mempermudah usaha konsumen dalam mengajukan gugatan hukum kepada pelaku usaha dalam proses peradilan. Masalah penentuan pelaku usaha yang dapat dipertanggungjawabkan dalam mata rantai produksi hingga *retail*, termasuk pelaku usaha produksi sehingga usaha periklanan yang terlibat, menjadi salah satu kendala yang harus diperhatikan dalam sudut formal hukum agar gugatan yang diajukan tidak menjadi sia-sia. Perlu diingat

---

<sup>18</sup> Burhanudin S, *Op., Cit*, hal 20

dan dicatat secara jelas bahwa meskipun tidak secara tegas, baik di dalam dokumen sejarah penyusunannya maupun di dalam Undang-Undanganya sendiri, namun Undang-Undang Perlindungan Konsumen menganut *strict liability* sebagai derivasi dari pertanggungjawaban berdasarkan perbuatan melawan hukum (*tortious liability*), dimana terjadi pengalihan beban pembuktian kesalahan dari konsumen kepada pelaku usaha.<sup>19</sup>

Hal ini dapat diketahui dari isi Pasal 19 ayat (1) jo Pasal 28 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan:

*Pasal 19 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen:*

*“Pelaku usaha bertanggungjawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.”<sup>20</sup>*

*Pasal 28 Undang-undang Perlindungan Konsumen: “Pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19, Pasal 22 dan Pasal 23 merupakan beban dan tanggungjawab pelaku usaha.”<sup>21</sup>*

---

<sup>19</sup> Tami Rusli, *Op., Cit.*, hal 87

<sup>20</sup> Pasal 19 ayat (1) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

<sup>21</sup> Pasal 28 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

## 2.2 Tinjauan Umum tentang Hukum Perjanjian

### 2.2.1. Pengertian Perjanjian

Perjanjian merupakan sesuatu perbuatan yaitu perbuatan hukum, perbuatan yang mempunyai akibat hukum. Dengan perbuatan tersebut, para pelakunya akan terikat dalam suatu hubungan hukum dan memperoleh seperangkat hak dan kewajiban di dalamnya.<sup>22</sup> Perbuatan mencuri tentu saja berbeda dengan perbuatan mencuri, meskipun keduanya sama-sama perbuatan. Perbuatan mencuri memiliki akibat hukum, khususnya pidana, sedangkan mencuri hanya perbuatan biasa yang tidak berimplikasi lain selain kebersihan, kecuali “mencuri uang”. Perbuatan hukum dalam perjanjian merupakan perbuatan hukum untuk melaksanakan sesuatu, yaitu perbuatan untuk memperoleh sepaket hak dan kewajiban yang disebut prestasi.

Perjanjian melibatkan sedikitnya dua orang atau dua belah pihak yang saling memberikan kesepakatan mereka, yang biasanya disebut dengan Para Pihak. Para pihak ini berdiri saling bersebrangan karena mereka mengemban dua kutub hak dan kewajiban yang saling bertolakan. Para pihak itu terdiri dari satu pihak yang berkewajiban memenuhi isi perjanjian (debitur) dan pihak lain yang berhak atas pemenuhan kewajiban tersebut (kreditur)<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> Dadar Sukandar, *Membuat Surat Perjanjian*, (Jakarta: CV. Andi Offset , 2011), hal. 8

<sup>23</sup> *Ibid*, hal 9

Pada dasarnya didalam perjanjian tidak terikat kepada suatu bentuk yang sudah ditentukan, karena perjanjian dapat dibuat baik secara lisan ataupun tertulis. Dalam perjanjian terdapat 2 macam perjanjian, yaitu perjanjian dalam bentuk tertulis dan perjanjian dalam bentuk tidak tertulis atau perjanjian secara lisan. Perjanjian dalam bentuk tertulis adalah perjanjian yang dibuat oleh seseorang atau para pihak dalam bentuk tulisan, sedangkan perjanjian tidak tertulis atau perjanjian secara lisan adalah suatu perjanjian yang dibuat oleh seseorang atau para pihak dalam bentuk lisan saja (cukup dalam pembicaraan para pihak saja) Secara tertulis maka perjanjian tersebut bersifat sebagai alat bukti dan suatu perselisihan atau kasus. Dalam beberapa perjanjian tertentu Undang-Undang menentukan suatu bentuk tertentu dalam suatu kontrak perjanjian, sehingga jika dibentuk tersebut tidak dituruti, maka perjanjian tersebut tidak sah. Oleh karena itu bentuk tertulis tidaklah hanya semata-mata merupakan alat pembuktian saja. Tetapi itu merupakan syarat sah adanya dalam perjanjian atau dapat juga diartikan sebagai suatu peristiwa dimana seseorang jika berjanji kepada orang lain atau jika dimana orang saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu.

Didalam perjanjian tertulis terdapat 2 macam bentuk yaitu dalam bentuk akta dibawah tangan dan akta otentik. Akta dibawah tangan

merupakan akta yang dibuat oleh para pihak, akta ini dapat dibagi menjadi tiga jenis, yaitu:<sup>24</sup>

- a. Akta dibawah tangan, dimana para pihak menandatangani kontrak itu di atas material (tanpa keterlibatan pejabat umum)
- b. Akta di bawah tangan yang didaftarkan oleh notaris dan pejabat yang berwenang
- c. Akta di bawah tangan dan dilegasi oleh notaris atau pejabat yang berwenang

Akta otentik (akta notaris). Akta otentik adalah akta yang dibuat dan dihadapan dan dimuka pejabat yang berwenang untuk itu, pejabat yang berwenang itu adalah notaris, camat, PPAT, dan lain-lain. Jenis dokumen ini merupakan alat yang sempurna bagi para pihak yang bersangkutan maupun pihak ketiga.

### 2.2.2. Syarat sah perjanjian

Menurut *Burgelijk Wetboek* atau Kitab Undang-Undang Perdata (KUHPerdata) pada pasal 1320, suatu perjanjian dianggap sah jika memenuhi syarat, yaitu:<sup>25</sup>

- a. Kesepakatan pihak yang mengikatkan dirinya;
- b. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan;
- c. Suatu hal tertentu;
- d. Suatu sebab yang halal.

Dari syarat sah perjanjian di dalam Undang-Undang Perdata pada Pasal 1320 di atas bahwa pada syarat huruf a yakni kesepakatan pihak yang mengikat dirinya dan pada syarat huruf b yakni kecakapan untuk

---

<sup>24</sup> Salim Hs, *Teori Dan Teknik Penyusunan Kontrak*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2003), hal. 9

<sup>25</sup> R. Subekti dan R. Tjitrosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, (Jakarta: Pradnya Paramita, 2002), hal 339

membuat suatu perikatan disebut dengan syarat yang subyektif, yang dimaksud dengan syarat subyektif adalah syarat yang harus dipenuhi oleh subyek atau seseorang atau para pihak yang terlibat dalam perjanjian tersebut. Sedangkan syarat pada huruf c yakni suatu hal tertentu dan syarat huruf d yakni suatu sebab yang halal disebut dengan syarat obyektif dikarenakan syarat tersebut harus dipenuhi oleh obyek dari perjanjian tersebut.

Akibat hukum apabila perjanjian tidak memenuhi syarat subyektif, misalnya kesepakatan para pihak tidak sempurna atau para pihak/salah satu pihak tidak cakap bertindak dalam hukum (karena belum dewasa atau ditaruh dibawah pengampuan) adalah perjanjian dapat dibatalkan (*vernietigbaar*). Artinya:<sup>26</sup>

- a. Perjanjian tersebut batal apabila ada yang memohonkan pembatalan ke pengadilan. Berarti apabila tidak ada yang memohonkan pembatalan, perjanjian tetap sah
- b. Batalnya perjanjian apabila sejak ada putusan pengadilan yang sudah *incracht* (tetap berkekuatan hukum tetap)
- c. Akibat hukum yang terbit sejak lahirnya perjanjian hingga perjanjian dibatalkan oleh Undang-Undang

Sedangkan akibat hukum apabila perjanjian tidak memenuhi syarat obyektif, misalnya obyek perjanjian tidak ditentukan jenis dan ukurannya, atau obyek perjanjian merupakan barang-barang diluar perdagangan, adalah perjanjian batal demi hukum (*nietigbaar*). Artinya:

---

<sup>26</sup> Komariah, *Hukum Perdata*, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2017), hal. 148

- a. Tahap dimohon pembatalan perjanjian tersebut sudah batal sejak saat diadakan perjanjian. Dengan demikian Undang-Undang tidak mengakui telah terjadinya perjanjian antara para pihak
- b. Akibat hukum yang telah terbit dari Undang-Undang yang batal demi hukum tidak diakui oleh Undang-Undang

Pada Pasal 1321 kemudian dijelaskan bahwa tidak ada kesepakatan yang sah apabila kesepakatan diberikan atas dasar kekhilafan, atau diperoleh dengan paksaan atau penipuan. Dalam bertransaksi antara konsumen dan pelaku usaha terdapat tiga tahapan transaksi, yaitu:<sup>27</sup>

- a. Tahap Pratransaksi, adalah tahapan sebelum adanya perjanjian atau transaksi dengan konsumen, yaitu keadaan atau peristiwa yang terjadi sebelum konsumen memutuskan untuk membeli dan memakai produk yang diedarkan produsen. Dalam tahap ini pelaku usaha melakukan promosi dengan memberikan informasi produk yang jelas, benar dan jujur. Konsumen berhak mencari informasi detail tentang produk dari pelaku usaha.
- b. Tahap Transaksi, adalah saat konsumen memutuskan untuk menentukan pilihan atau menerima (*acceptance*) atau suatu penawaran (*offer*) produk dari pelaku usaha yang berbentuk pernyataan kehendak dari para pihak, termasuk cara pemenuhannya. Tanda bukti dalam transaksi pembelian suatu ketidak dapat menguntungkan kedua belah pihak.
- c. Tahap Purna/Pascatransaksi, adalah tahap pelaksanaan atau realisasi dari perjanjian atau transaksi oleh para pihak. Seperti, pelaku usaha memenuhi kewajibannya untuk menyerahkan produknya kepada konsumen dan konsumen berkewajiban menyerahkan sejumlah harga kepada pelaku usaha. Kewajiban yang harus dilaksanakan para pihak dalam perjanjian dinamakan prestasi. Jika salah satu pihak tidak memenuhi kewajiban sesuai dengan perjanjian, pihak tersebut berada

---

<sup>27</sup> Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2010), hal. 69-72

dalam keadaan wanprestasi yang kemudian menimbulkan hak bagi pihak lawan untuk mengajukan tuntutan.

### 2.2.3. Asas-Asas Perjanjian

#### a. Asas kebebasan berkontrak

Asas kebebasan berkontrak adalah tiang hukum perdata khususnya hukum perikatan yang diatur buku III Perdata. Ruang lingkup asas kebebasan berkontrak sebagai berikut:<sup>28</sup>

- 1) Kebebasan untuk membuat atau tidak membuat perjanjian;
- 2) Kebebasan untuk memilih dengan pihak siapa ia ingin membuat perjanjian;
- 3) Kebebasan untuk memilih *causa* perjanjian yang akan dibutuhkan;
- 4) Kebebasan untuk membuat objek suatu perjanjian;
- 5) Kebebasan untuk menentukan bentuk suatu perjanjian;
- 6) Kebebasan untuk menerima atau menyimpangi ketentuan undang-undang yang bersifat yang sama

Asas kebebasan berkontrak ini bersifat universal, artinya bekaku juga dalam berbagai sistem hukum perjanjian di negara-negara lain dan memiliki lingkup yang sama.

#### b. Asas Itikad Baik

Ketentuan asas itikad baik diatur dalam Pasal 1338 Ayat (3) bahwa perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik. Di Belanda dan Jerman, itikad baik menguasai para pihak periode praperjanjian, yaitu dengan memperhatikan kepentingan-kepentingan yang wajar dari pihak lain. Walaupun itikad baik para pihak dalam perjanjian

---

<sup>28</sup> Ahmadi Miru dan Sakka Pati, *Hukum Perikatan (Penjelasan Makna Pasal 1233 Sampai 1456 BW)*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), hal. 31

sangat ditekankan pada tahap praperjanjian, secara umum itikad baik harus selalu ada pada setiap perjanjian sehingga kepentingan pihak yang satu selalu dapat diperhatikan oleh pihak lainnya.

c. Asas personalitas

Adanya personalisasi dapat disimpulkan dari ketentuan Pasal 1340 ayat (1) KUH Perdata. Pasal ini menyebutkan, *overeenkomsten zijn allen van kracht tuschen de handlende partijen* (perjanjian berlaku bagi mereka yang membuatnya) dengan demikian asas personalitas bermakna bahwa kontrak atau perjanjian hanya berlaku bagi pihak-pihak yang membuatnya.

d. Asas Konsesualisme

Asas Konsesualisme, yaitu asas kebebasan mengadakan perjanjian. Asas ini dapat ditemukan dalam Pasal 1338 Ayat (1) KUH Perdata disebut bahwa semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai Undang-Undang bagi mereka yang membuatnya.<sup>29</sup>

e. Asas kekuatan mengikat

Dimana para pihak tidak hanya semata-mata terikat kepada apa yang diperjanjikan saja, tetapi terikat terhadap unsur lain, seperti moral, kepatuhan dan kebiasaan.

---

<sup>29</sup> Mariam Darus Badruzana, *Asas-Asas Perjanjian*, (Bandung: Sumur, 1960), hal. 42

#### 2.2.4. Lahirnya Perjanjian

Berdasarkan Pasal 1320 jo 1338 1 BW KUH Perdata dikenal adanya asas konsensual, yang dimaksud adalah bahwa perjanjian/kontrak lahir pada saat terjadinya consensus/sepakat dan para pihak pembuat kontrak terhadap obyek yang diperjanjikan. Menurut asas konsensualisme suatu perjanjian lahir pada detik tercapainya kesepakatan atau persetujuan antara kedua belah pihak mengenai hal-hal yang pokok dari apa yang menjadi objek perjanjian. Sepakat adalah kesesuaian kehendak antara dua pihak tersebut. Apa yang di khendaki oleh pihak yang satu, adalah juga yang di khendaki oleh pihak yang lain, meskipun tidak sejurusan tetapi secara timbal balik, kedua kehendak itu bertemu satu sama lain.<sup>30</sup>

Ada beberapa teori yang dapat digunakan untuk menentukan saat lahirnya kontrak, yang diantaranya:<sup>31</sup>

a. Teori Pernyataan (*Uitings Theori*)

Menurut teori ini, kontrak telah ada/lahir pada saat atas suatu penawaran telah ditulis surat jawaban penerimaan. Dengan kata lain kontrak itu ada pada saat pihak lain menyatakan penerimaan atau akseptasinya.

---

<sup>30</sup> Subekti, *Op. Cit.*, hal 26

<sup>31</sup> Salim HS, *Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat di Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2003), hal. 30-31

b. Teori Pengiriman (*Versending Theori*)

Menurut teori ini saat pengiriman jawaban akseptasi adalah saat lahirnya kontrak. Tanggal cap pos dapat dipakai sebagai patokan tanggal lahirnya kontrak.

c. Teori Pengetahuan (*Verneming Theori*)

Menurut teori ini saat lahirnya kontrak adalah pada saat jawaban aksepsi diketahui isinya oleh pihak yang menawarkan mengajarkan bahwa tawarannya diterima (walaupun penerima itu belum diterimanya dan tidak diketahui secara langsung). Kelemahannya, bagaimana ia bisa mengetahui isi penerimaan itu apabila ia belum menerimanya.

d. Teori Penerimaan (*Ontvang Theori*)

Menurut teori ini saat lahirnya kontrak adalah pada saat diterimanya jawaban, tak peduli apakah surat tersebut dibuka atau dibiarkan tidak dibuka, yang pokok adalah saat surat tersebut sampai pada alamat penerima surat, itulah yang dipakai sebagai ukuran pada saat lahirnya kontrak, mengajarkan kesepakatan terjadi pada saat pihak yang menawarkan menerima langsung jawaban dari pihak lawan.

## 2.3 Tinjauan Umum tentang *E-commerce*

### 2.3.1. Pengertian dari *E-commerce*

Dalam pengertian *e-commerce* ialah suatu transaksi komersial yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam suatu hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, jasa dan peralihan hak transaksi komersial ini terdapat di dalam media elektronik (media digital) dimana kehadiran para pihak secara fisik tidak diperlukan.<sup>32</sup>

Dari uraian ini kemudian dapat diambil kesimpulan, bahwa transaksi antara dua belah pihak atau lebih yang dilakukan melalui media elektronik untuk memperdagangkan barang atau jasa tersebut *e-commerce*. Karena itu, berdasarkan pengertian tersebut ada tiga unsur penting dalam *e-commerce* yaitu:

- a. Terjadinya transaksi antara dua belah pihak atau lebih;
- b. Transaksi tersebut dilakukan melalui media elektronik
- c. Bertujuan untuk memperdagangkan barang atau jasa.

### 2.3.2. Mekanisme *E-commerce*

Dalam kegiatan bisnis, keberadaan *e-commerce* berfungsi sebagai media transaksi bagi penjual dan pembeli yang melakukan perdagangan.

Sebagai media transaksi, *e-commerce* memberikan berbagai fasilitas

---

<sup>32</sup> Burhanuddin, *Op., Cit.*, hal. 126

kemudahan yang dapat dirasakan para pengguna (*users*) setelah melalui beberapa tahapan, yaitu:

- a. *Information sharing*, merupakan proses paling awal dalam transaksi *e-commerce*. Pada tahap ini, calon pembeli biasanya melakukan *browsing* di internet untuk mendapatkan informasi tentang produk tertentu dapat diperoleh langsung baik melalui *website* perdagangan atau perusahaan yang memproduksi barang tersebut. Terkait informasi, ada dua hal utama yang bisa dilakukan *user* di dunia maya, yaitu (1) ialah melihat berbagai produk barang atau jasa yang dilakukan oleh perusahaan melalui *website*-nya; dan (2) adalah mencari data atau informasi tertentu yang dibutuhkan sehubungan dengan proses transaksi jual beli yang dilakukan.<sup>33</sup>
- b. *Online orders* merupakan tahap pemesanan dari calon pembeli yang tertarik dengan produk (barang atau jasa) yang ditawarkan. Karena itu untuk memenuhi kebutuhan tersebut, perusahaan perlu memiliki pusat data (*corporate database*) yang menyediakan informasi memadai baik terkait dengan berbagai produk yang ditawarkan, maupun atau cara pembeliannya. Untuk pemesanan melalui *website*, para pedagang (*merchant*) biasanya menyediakan katalog yang berisi daftar barang (*product table*) yang akan dipasarkan. Setelah pengisian formulir pemesanan (*order form*) dilakukan, biasanya dalam *website* disediakan pilihan tombol untuk mengkonfirmasi melanjutkan atau membatalkan order. Apabila yang ditekan tombol “*Submit*”, maka-proses akan berlanjut pada tahap pengecekan dan pengesahan order. Sedangkan apabila ditekan tombol “*Reset*” berarti sistem akan menghapus semua proses order. Sehingga untuk melanjutkan pemesanan, *customer* telah memenuhi persyaratan dan dinyatakan valid, maka *merchan* akan mengirimkan berita konfirmasi kepada *customer* dalam bentuk e-mail.<sup>34</sup>
- c. *Online itransction*, yaitu suatu proses perdagangan yang dilakukan secara online. Untuk melakukan transaksi online, banyak cara yang dapat dilakukan. Misalnya, melalui media internet seseorang dapat melakukan transaksi online dengan cara *chatting*-atau-melalui *video conference* secara audio visual. Sedangkan transaksi dengan menggunakan *e-mail*, dapat dilakukan secara mudah. Dalam hal ini, kedua belah pihak cukup menggunakan *e-mail address* sebagai

<sup>33</sup> R.E. Indrajit, *E-Commerce, kiat dan strategi Bisnis di Dunia Maya*, (Jakarta: Elexmedia Komputindo, 2001) hal. 16

<sup>34</sup> Haris Maulisi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerce dalam Persepektif Islam*, (Yogyakarta: Megistra Insani, 2004), hal. 30

media transaksi. Pada tahap ini biasanya dimulai dengan proses tawar menawar di dunia maya (*cyberspace bargain*) antara para pihak yang terlibat transaksi *e-commerce*. Dalam *e-commerce*, bukti adanya kesepakatan dapat diwujudkan dalam bentuk data digital (*digital signature*) sebagai bukti keabsahan dan kesediaan untuk menjalankan hak dan kewajiban.

- d. *E-payment*, merupakan suatu sistem pembayaran yang dilakukan secara elektronik. Biasanya agar dapat memberikan jasa pembayaran secara online (*online payment*), lembaga keuangan sebagai perusahaan penerbit (*issuer*), sebelumnya perlu menjamin kerjasama dengan perusahaan penyedia jaringan (*provider*). Sedangkan bagi para pelaku bisnis yang ingin memanfaatkan jasa pembayaran tersebut, dapat menghubungi perusahaan penerbit untuk mendapatkan pembayaran. Dalam *e-commerce*, *e-payment* dapat diwujudkan ke dalam berbagai bentuk, misalnya:
- 1) *Credit-card*, dapat diartikan sebagai metode pembayaran atas kewajiban yang timbul dari suatu transaksi bisnis dengan menggunakan kartu yang diterbitkan oleh perusahaan/lembaga keuangan yang menyediakan jasa pembayaran.
  - 2) *E-check*, yaitu sistem pembayaran online dengan menggunakan cek yang ditulis secara elektronik, misalnya dengan melalui *e-mail* atau *faximile*. *E-check* biasanya memuat semua informasi yang dibuat berdasarkan apa yang tertera pada cek sesungguhnya, namun perbedaannya tanda tangan dan sertifikat pada cek ini dibuat secara digital (*digital signature* dan *digital certificate*). Perusahaan seperti Netcheck berusaha memelopori penggunaan cek elektronik, sehingga dapat dimanfaatkan untuk transaksi secara individu. Untuk dapat melakukan pembayaran dengan *e-check*, pertama tama *customers* perlu membukan *account* bank di internet. Dengan demikian, penerima *e-check* ini dapat mengkonfirmasi kepada bank adanya transaksi yang dilakukan secara valid, sebelum bank mentransfer uang dari rekening pengirim ke penerima *e-check* sesuai dengan nilai yang tercantum.<sup>35</sup>
- e. *Digital cash*, merupakan sistem *digital cash*, uang dapat dipresentasikan ke dalam bentuk digit sesuai dengan jumlah yang dibutuhkan. Melalui *e-mail*, nasabah dapat berkomunikasi dengan bank (sebagai pihak penyelenggara layanan ini) untuk mendapatkan nomor seri beberapa *token* (semacam kupon). Bank selanjutnya akan menerbitkan sejumlah uang yang ditransfer ke rekening nasabah sesuai dengan nilai nominal *token* tersebut. Dengan *token* inilah

<sup>35</sup> Burhanuddin S., *Op., Cit.*, hal. 128

yang kemudian akan dipergunakan nasabah-sebagai alat-pembayaran (*digital cash*) untuk belanja di internet.

Sebagaimana pada kontrak perjanjian biasanya, *e-commerce* perlu dilengkapi dengan sertifikat/dokumen transaksi. Sebagai bukti adanya transaksi, keberadaan dokumen *e-commerce* dapat di *print out*. Dan untuk memastikan keotentikannya, para pihak dapat membubuhkan tanda tangan digital (*digital signature*) yang dibuat dan dikirim secara elektronik. Di antara bentuk protokol dasar dari tanda tangan digital adalah:<sup>36</sup>

- a. Pengirim meng *encrypt* dokumen dengan menggunakan kunci private, sehingga yang bersangkutan dapat menandatangani dokumen tersebut.
- b. Setelah ditanda tangani, dokumen tersebut dikirimkan ke penerima.
- c. Pengirim kemudian akan men *decrypt* pesan dengan-menggunakan kunci publik pengirim. Apabila dengan kunci itu bisa membuka *ciphertext*, berarti dapat dipastikan bahwa dokumen tersebut berasal dari pengirim.

### 2.3.3. Ruang Lingkup *E-commerce*

*E-commerce* sebagai suatu media melakukan kontrak bisnis, memiliki jangkauan yang sangat luas. Keluasan jangkauan tersebut merupakan hasil dari teknologi internet yang menggunakan *Transmission Control Protocol/Internet Protocol (TCP/IP)* atau teknologi informasi dan komunikasi (TIK) lainnya yang telah memberikan kemudahan dalam berinteraksi secara global tanpa batasan suatu Negara. Ditinjau dari segi pelaku bisnis, ruang lingkup *e-commerce* dapat dibedakan menjadi:

---

<sup>36</sup> *Ibid* hal. 130

- a. *Business to Business* (B2B), yaitu komunikasi bisnis secara online antara pelaku usaha. Misalnya kerjasama bisnis antara perusahaan penyelenggara jasa layanan jaringan *internet Service Provider* (ISP) dengan perusahaan produsen lainnya sebagai pengguna (*user*). Dikatakan B2B, karena keduanya merupakan perusahaan yang memproduksi barang dan jasa secara terpisah. Karakterisasi yang umum akan segmentasi dari bisnis ke bisnis antara lain:<sup>37</sup>
- 1) *Trading partners* yang sudah saling mengetahui dan terjalin hubungan yang berlangsung lama. Karena itu pertukaran informasi terjadi diantara mereka dilakukan dasar kebutuhan dan kepercayaan.
  - 2) Pertukaran yang dilakukan secara berulang ulang dan berkala sesuai dengan format bisnis yang mereka sepakati
  - 3) Salah satu pelaku bisnis tidak harus menunggu *partners* mereka lainnya untuk mengirimkan data.
  - 4) Model yang umum digunakan adalah *peer to peer* dimana *processing intelegence* dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis.
- b. *Business to Consumers* (B2C), yaitu transaksi *e-commerce* yang dilakukan antara pedagang (*mercahant*) dengan konsumen (*consumers*) secara langsung untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Dalam memasarkan produk secara online melalui *e-commerce*, idelanya pedagang tetap memberikan kesempatan kepada konsumen untuk melakukan penawaran. Namun hingga saat ini, kontrak online pada umumnya masih berbentuk kontrak baku yang dikenal dengan istilah *take it or leave it contract*.<sup>38</sup> Karakterisasi yang umum untuk segmentasi bisnis ke konsumen diantaranya:
- 1) Terbuka-untuk-umum, dimana informasi disebarkan secara umum pula
  - 2) *Service* yang diberikan bersifat umum melalui sistem web yang telah=dikenali=banyak orang.
  - 3) *Service* yang diberikan adalah berdasarkan permintaan. Karena konsumen bersifat inisiatif, maka produsen harus siap merespon=permintaan.
  - 4) Sering dilakukan pendekatan *client-server* dimana konsumen dipihak client menggunakan sistem yang minimal (berbasis web) dan penyediaan-barang atau jasa (*business procedere*) berada pada pihak sever.
- c. *Consumer to Consumer* (C2C), merupakan transaksi bisnis secara elektronik yang dilakukan antara konsumen untuk saling lebih

<sup>37</sup> *Ibid*, hal. 131

<sup>38</sup> Hasanuddin Rahman, *Contract Drafting*. (Bandung: Citra Aditya, 2003), hal. 327

khusus karena transaksi hanya dilakukan oleh sesama, lebih khusus karena transaksi hanya dilakukan oleh sesama konsumen. Dalam hal ini, internet dijadikan sebagai sarana tukar menukar informasi tentang harta, kualitas dan pelayanan suatu produk barang dan/atau jasa.<sup>39</sup>

- d. *Consumer to Business* (C2B), merupakan transaksi yang memungkinkan individu menjual suatu barang kepada perusahaan, seperti Priceline.com. Dalam *Consumer to Business*, konsumen memberitahukan kebutuhan suatu produk atau jasa tertentu. Para pemasok bersaing untuk menyediakan produk atau jasa tersebut kepada konsumen.<sup>40</sup>

#### 2.3.4. Permasalahan yang Timbul dalam Perjanjian *E-Commerce*

Pada dasarnya proses transaksi jual beli secara elektronik/*online* tidak jauh berbeda dengan proses transaksi jual beli di dunia nyata, akan tetapi ada beberapa faktor perbedaannya. Dalam perkembangan media *online* yang menjadi faktor alternatif perdagangan di dunia maya tidak luput akan munculnya permasalahan-permasalahan yang akan timbul dimasyarakat, permasalahan-permasalahan yang akan timbul dalam perjanjian jual beli online yaitu:<sup>41</sup>

- a. Keabsahan perjanjian menurut Pasal 1320 KUH Perdata

Disebutkan ada 4 syarat sahnya suatu perjanjian yaitu, kesepakatan antara kedua belah pihak untuk mengikatkan diri, kecakapan untuk membuat perjanjian, obyek tertentu dan sebab yang halal. *E-commerce* merupakan penjual dan pembeli maka untuk

<sup>39</sup> Budi A Riswandi, *Hukum dan Internet di Indonesia* (Yogyakarta: UII Press, 2003), hal. 46

<sup>40</sup> Dian Mega Eriantu Renouw, *Perlindungan Hukum E-Commerce* (Jakarta: Yayasan Taman Pustaka, 2017), hal. 92

<sup>41</sup> <https://e-journal.uajy.ac.id/7988/1/JURNAL.pdf>. Diakses pada tanggal 9 Desember pukul 06.10 WIB

terjadinya suatu kesepakatan sulit untuk diketahui dengan jelas kapan kesepakatan antara kedua belah pihak itu terjadi.

b. Tidak ada lembaga perjanjian keabsahan toko *online*

Perusahaan atau jual beli *online* di dunia maya yang menjual toko online sangatlah mudah didirikan dibandingkan dengan mendirikan perusahaan di dunia nyata. Sebagaimana kenyataannya bahwa pendirian suatu perusahaan di dunia nyata memerlukan ijin dari pejabat/instansi terkait. Namun dalam mendirikan atau membangun toko online di dunia maya dan membuat web desain toko online pada *Internet Service Provider* (ISP) maka toko online ini sudah dapat beroperasi layaknya toko di dunia nyata.

c. Masalah keamanan transaksi terkait dengan jaminan kepastian hukum

Implikasi dari pengembangan jual beli online ini dirasa ada sisi positif dan sisi negatif. Aspek positifnya bahwa dengan adanya perdagangan di internet melalui jaringan online dapat meningkatkan peran dan fungsi perdagangan sekaligus memberikan efek efisiensi. Aspek negatifnya adalah persoalan keamanan dalam transaksi menggunakan media *e-commerce* dan secara yuridis terkait pula dengan jaminan kepastian hukum. Masalah keamanan yang dipermasalahkan dalam aspek ini adalah masalah kerahasiaan pesan,

masalah bagaimana cara agar pesan yang dikirimkan itu keutuhannya sampai ke tangan penerima, masalah keabsahan pelaku transaksi dan masalah keaslian pesan agar bisa dijadikan barang bukti.

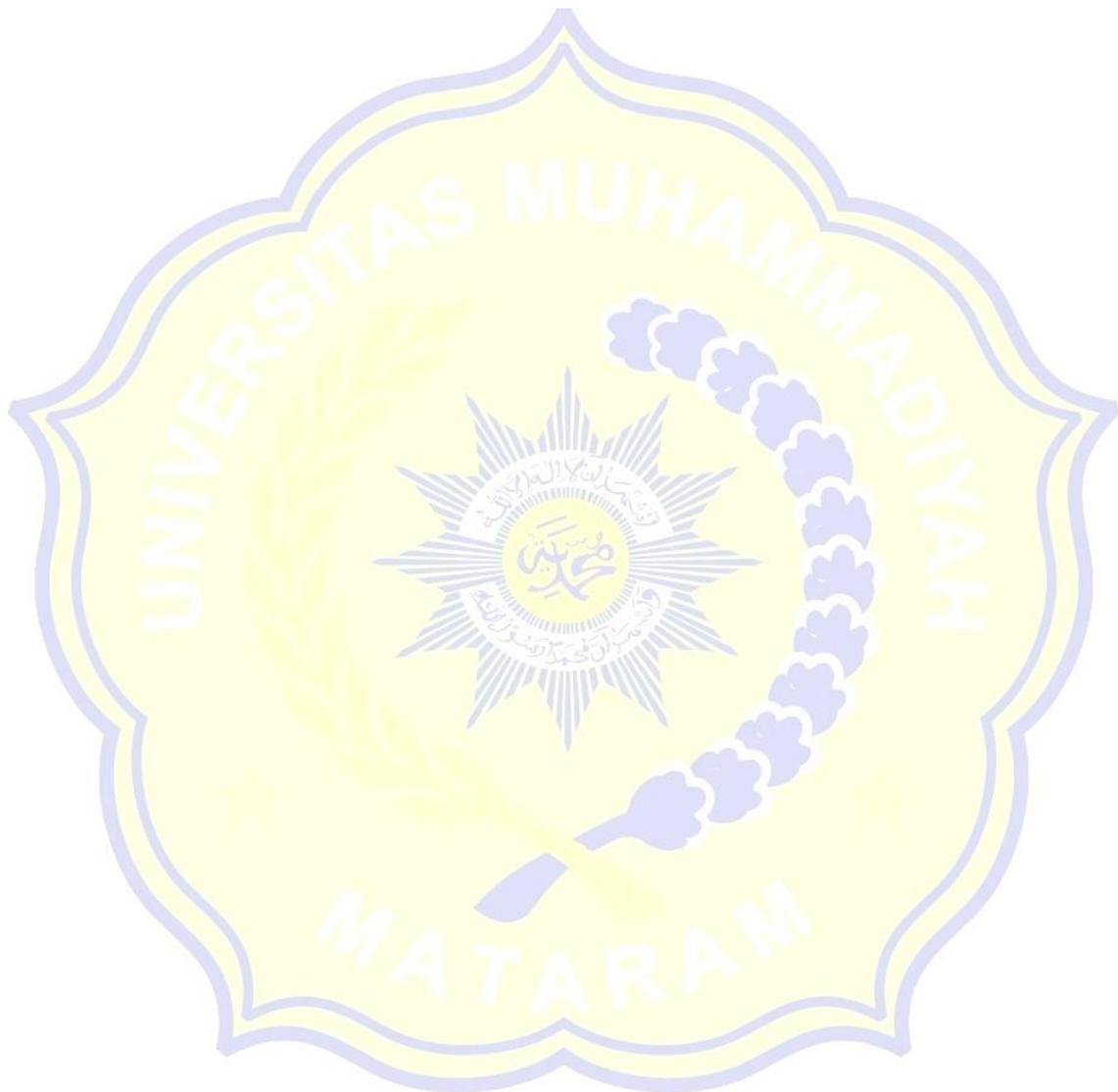
d. Keberadaan konsumen yang tidak tervisual secara jelas

Mengingat adanya yang dilakukan dalam dunia maya, sehingga dapat kemungkinan seperti pihak yang melakukan transaksi mungkin saja pihak yang secara hukum tidak diperkenankan melakukan tindakan hukum. Contohnya pihak konsumen yang melakukan transaksi berusia di bawah ketentuan yang tercantum dalam syarat-syarat dalam melakukan transaksi, ataupun apabila telah terjadi kata sepakat oleh kedua belah pihak dan ketika ditelusuri pihak konsumen fiktif.

e. Keragaman mengenai hukum yang ada dari yudiksi hukum yang mengikat kedua belah pihak

Adanya keraguan mengenai hukum yang ada dan yuridiksi hukum yang mengikat kedua belah pihak yang melakukan bisnis atau transaksi. Dimana ada sementara pihak yang beranggapan atau berpendapat bahwa transaksi itu terjadi di dunia maya, maka hukum yang berlaku di dunia maya tidak berlaku di berlakukan walaupun dalam beberapa hal ada ketentuan yang dapat dikenakan di dunia maya. Jadi orang beranggapan bahwa hukum di dunia maya dengan

di dunia kenyataan berbeda, padahal sebenarnya peraturan dunia maya berasal dari kehidupan sehari-hari yang biasanya diatur oleh peraturan.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis lakukan ini adalah penelitian normatif. Dikatakan normatif karena penelitian ini mengkaji aturan-aturan hukum yang terkait dengan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam perjanjian transaksi *e-commerce* ditinjau dari Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

#### 3.2 Pendekatan Penelitian

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Pendekatan Perundang-Undangan (*statue approach*)

Yaitu pendekatan ini dilakukan dengan menelaah semua peraturan perundang-undangan yang bersangkutan-paut dengan permasalahan (isu hukum yang sedang dihadapi). Dalam hal ini peraturan perundang-undangan yang ada kaitannya permasalahan yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah.

2. Pendekatan konseptual (*Conceptual Approach*)

Yaitu pendekatan yang dilakukan untuk memahami konsep-konsep atau pendapat para ahli dilakukan sehingga diharapkan memberikan gambaran dan informasi yang lebih terkait perlindungan hukum terhadap

konsumen dalam perjanjian *e-commerce* ditinjau dari Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

### 3.3 Jenis dan Sumber Bahan Hukum

#### 3.1.1 Jenis Bahan Hukum

a. Bahan Hukum Primer, yaitu bahan hukum yang mengikat, terdiri dari:

- 1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata)
- 2) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen
- 3) Undang-Undang No 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE)

b. Bahan Hukum Sekunder

Yaitu-data-yang berasal dari bahan perdata yang berhubungan dengan objek penelitian antara lain berupa buku-buku, dokumen dan publikasi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

c. Bahan Hukum Tersier

Adapun data tersier berguna untuk menjelaskan dan mendukung bahan hukum dari bahan hukum sekunder yaitu Kamus Hukum dan Kamus Besar Indonesia.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan bahan hukumnya adalah dengan studi kepustakaan, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan bahan-bahan yang berupa buku-buku dan bahan pustaka yang ada hubungannya dengan yang diteliti.

Metode pengumpulan bahan hukum ini berguna untuk mendapatkan landasan teori yang berupa pendapat para ahli mengenai hal yang menjadi objek penelitian seperti peraturan perundang-undangan yang berlaku dan berkaitan dengan hal-hal yang sedang diteliti, surat kabar dan majalah-majalah.<sup>42</sup>

### 3.5 Analisis Bahan Hukum

Setelah bahan hukum dikumpulkan secara lengkap, maka langkah berikutnya adalah tahap pengolahan dan analisis bahan hukum yang merupakan tahapan yang paling penting dan menentukan. Di dalam penelitian hukum normatif, maka pengolahan bahan hukum pada hakikatnya berarti kegiatan untuk mengadakan sistematisasi terhadap bahan-bahan hukum secara tertulis. Sistematisasi berarti membuat klasifikasi terhadap bahan-bahan hukum tertulis tersebut, untuk mempermudah melakukan data.<sup>43</sup>

Teknik analisis bahan hukum yang penulis pergunakan dalam penelitian adalah teknik bahan hukum yang bersifat tafsiran hukum yaitu

---

<sup>42</sup> Mohammad Nasir, *Metode Penelitian*, (Jakarta, Ghalia Indonesia, 1988), hlm. 211

<sup>43</sup> Soerjono Soekanto dan Sri Mahmudji, *Op., Cit.*, hal. 250

teknik analisis bahan hukum dengan cara melakukan interpretasi atau penafsiran terhadap peraturan perundang-undangan, dan juga menggunakan analogi dan penghalusan. Selain itu juga dilakukan sistematis terhadap bahan-bahan hukum tertulis.

