



**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM
PERJANJIAN JUAL BELI ONLINE (*E-COMMERCE*)**

OLEH:

NURPAZILA
(616110191)

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu persyaratan
memperoleh gelar sarjana hukum pada
Program Studi Ilmu Hukum
Fakultas Hukum

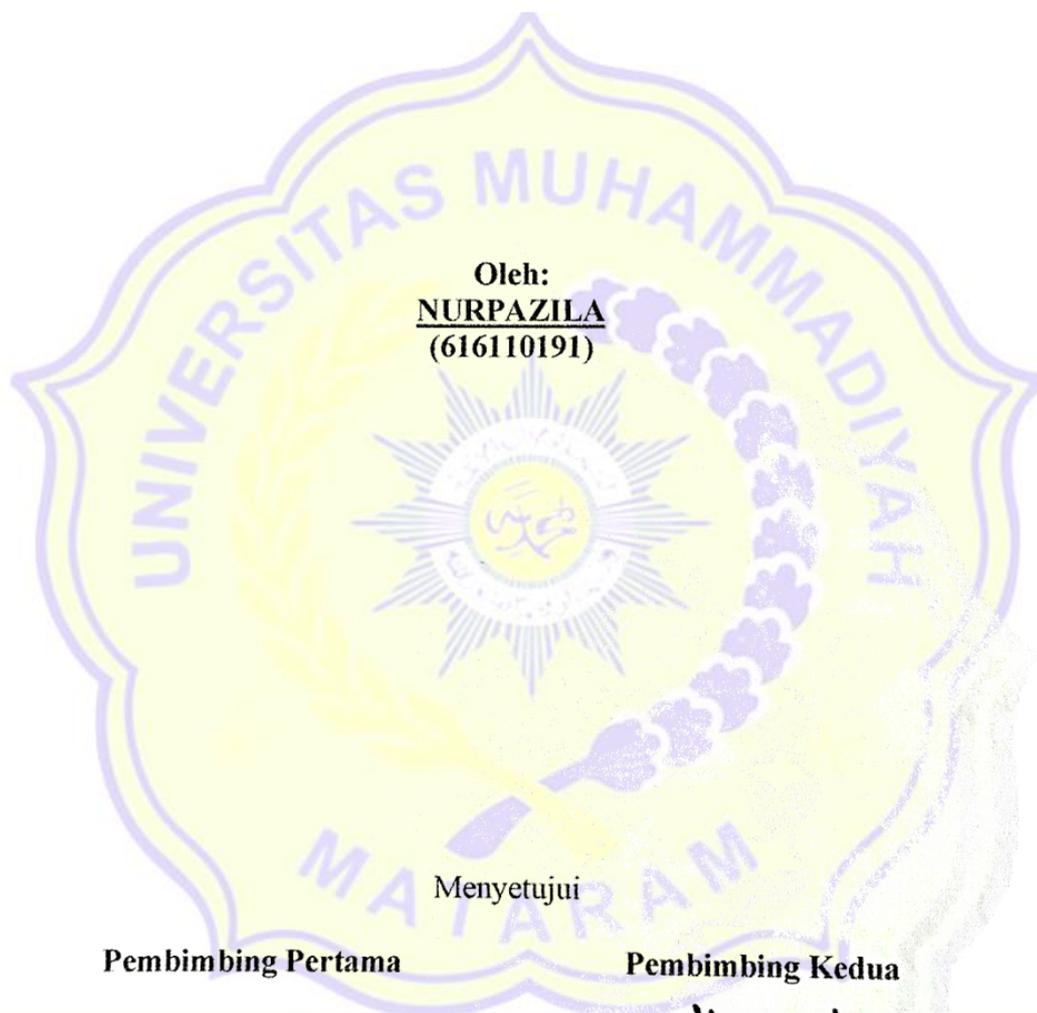
Universitas Muhammadiyah Mataram

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
2020**

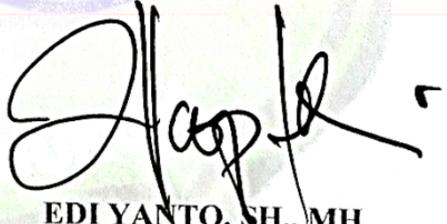
HALAM PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

SKRIPSI

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM
PERJANJIAN JUAL BELI ONLINE (*E-COMMERCE*)




NASRI SH., MH
NIDN. 0831128118


EDI YANTO, SH., MH
NIDN. 0809058503

LEMBAR SUSUNAN DEWAN PENGUJI

**SKRIPSI INI TELAH DISEMINARKAN DAN DIUJIKAN OLEH TIM
PENGUJI PADA SENIN 27 JANUARI 2020**

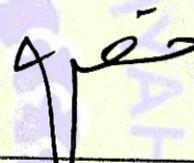
Oleh:

DEWAN PENGUJI

Ketua,
Dr. Hilman Syahril Haq, S.H., LL.M
NIDN. 0822098301



Anggota I
Nasri, SH., MH
NIDN. 0831128118



Anggota II
Edi Yanto, SH., MH
NIDN. 0809058503



Mengetahui,
Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Mataram
Dekan:



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

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurpazila

NIM : 616110191

Alamat : Tanjung Karang Kota Mataram

Bahwa skripsi yang berjudul **"Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perjanjian Jual Beli Online (E-commerce)**. Adalah benar hasil karya saya. Dan apabila terbukti skripsi ini merupakan hasil jiplakan dari karya orang lain (plagiat), maka Gelar Sarjana Hukum yang saya sandang, dapat dicabut kembali.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya penuh rasa tanggungjawab atas segala akibat hukum

Mataram, 4 Januari 2020
Yang membuat pernyataan,



Nurpazila
NURPAZILA
(616110191)



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

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

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

Nama : NURFAZILA
NIM : 616110191
Tempat/Tgl Lahir : Sebrang Jaya Aceh 05-09-1997
Program Studi : Ilmu Hukum
Fakultas : Hukum
No. Hp/Email : 085.333.353079
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 jual beli online e-commerce

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 : 15 Februari 2020

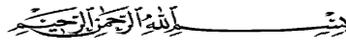
Penulis



Mengetahui,
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT

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

PRAKATA



Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamina segala puji hanya milik Allah SWT atas rahmat, taufik, inayah dan hidayah-Nya yang senantiasa dicurahkan kepada penulis sehingga dapat menyusun skripsi ini hingga selesai. Shalawat dan salam senantiasa kita haturkan kepada junjungan alam Nabi besar Muhammad Sallallahu' Alaihi Wasallam yang telah memberikan suri tauladan yang baik bagi umatnya sehingga mampu merubah zaman jahiliyah menuju zaman seperti sekarang yang penuh dengan Ilmu pengetahuan.

Ucapan termia kasih dan penghormatan yang sebesar-besarnya penulis berikan kepada kedua orang tua penulis, Ayahanda **Muhammad Kholidin** dan ibunda **Nurasiah** yang telah membesarkan penulis dengan penuh ketulusan, kesabaran dan penuh rasa kasih sayang. Pencapaian penulis tidak lepas dari keberadaan orang tua penulis yang senantiasa meberikan doa dan dukungan dalam segala situasi dan kondisi apapun, kedua adik penulis, **Galang Anarki Saputra dan Indah Trihandayani** yang selalu memberikan semangat dan motivasi untuk dapat menyelesaikan skripsi ini, semoga Allah SWT senantiasa memberi kasih sayang-Nya kepada kalian semua, sebagaimana kasih sayang yang kalian berikan selama ini.

Skripsi ini dapat terselesaikan berkat dorongan semangat, tenaga, pikiran serta bimbingan dari berbagai pihak yang sangat penulis hargai dan hormati. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih 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 Syahrial Haq, SH., MH selaku Wakil Dekan I Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Mataram
4. Bapak 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. Bapak Nasri, SH., MH selaku Pembimbing Pertama saya Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Mataram
7. Bapak Edi Yanto, 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 penyusun hingga taraf penyelesaian.
9. Terimakasih Kepada Kakek dan Nenek saya Lazim, Hj. Maknah yang telah mengurus saya dan selalu member dukungan penuh
10. Terimakasih kepada sahabat-sahabat saya Vivi Ulfiani, Anyta Bima Yanti, Desi Nurmala Sari, Ayu Permata Lestari, Ayulan Dewi, Baiq Ayunda, Iqbal Aji Ramdhani, Andre Putra Jaya, Kamarudin, Lalu arya Bayu, Rizki Wahyudi, Ibnu Ramdan, Tania Azzahra, Meylani, Lanov, Imam Maliki, Nana Sasrini yang selalu menemani selama ini dalam suka dan duka
11. Yang terkasih Nova Apriyanto, yang selalu mendukung dan memberikan semangat, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
12. Kepada semua pihak terkait skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu, saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya karena berkat dukungan, semangat, motivasi, bimbingan, do'a kalian lah saya mampu menyelesaikan skripsi ini.

Dalam proses pembuatan skripsi ini penulis mengalami banyak kesulitan dalam menyusun beberapa point-point pembahasan didalamnya, namun dengan adanya sumber-sumber referensi yang penulis peroleh dari media sosial dan dari buku, peraturan perundang-undangan serta yang lainnya, kesulitan yang penulis hadapi bisa 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 manfaat yang sebesar-besarnya bagi pengembangan wawasan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Hukum Pidana. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Amin. Akhir kata, penulis ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

ABSTRAK

E-Commerce semua formalitas-formalitas yang biasa digunakan dalam transaksi konvensional dikurangi, disamping tentunya konsumen pun memiliki kemampuan untuk mengumpulkan dan membandingkan informasi seperti barang dan jasa secara lebih leluasa tanpa dibatasi oleh batas wilayah (*borderless*) dengan rumusan masalah yaitu: bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen dalam perjanjian jual beli online melalui internet (*E-Commerce*) di Indonesia? dan upaya hukum apa yang bisa ditempuh oleh konsumen jika hak-hak dirugikan dalam transaksi elektronik?. jenis penelitian adalah yuridis normatif dengan pendekatan pendekatan undang-undang dan metode pengumpulan data menggunakan studi kepustakaan, sedangkan analisis bahan hukum adalah deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum bagi konsumen dalam perjanjian transaksi elektronik ini dapat diakomodasikan dengan baik oleh pemerintah, dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi Transaksi elektronik yang telah diubah Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 (UU ITE), undang-undang tersebut telah mampu memberikan perlindungan yang memadai bagi konsumen dalam melakukan transaksi jual beli barang melalui *e-commerce*, sedangkan upaya hukum yang ditempuh oleh konsumen jika hak-hak dirugikan dalam transaksi elektronik ini bisa menggunakan instrument dari Hukum Positif, Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 terdapat pada Pasal 19 dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun yang telah diubah Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 terdapat pada Pasal 38 dan pada Undang-Undang Nomor 82 Tahun 2012 49 ayat 3 PP PSTE.

Kata kunci: Perlindungan Konsumen, Jual Beli Online

MATARAM

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iii
PERNYATAAN.....	iv
PRAKATA	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Penelitian Yang Relevan	6
E. Hasil Penelitian Yang Relevan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen.....	9
1. Pengertian perlindungan konsumen	9
2. Asas dan Tujuan Konsumen.....	11
3. Hak dan Kewajiban Konsumen.....	12
4. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha	14
B. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian	16
1. Pengertian Perjanjian	16
2. Syarat Sah Perjanjian	17
3. Unsur-unsur Perjanjian.....	18
4. Asas-asas perjanjian	19
5. Lahirnya Perjanjian	21
C. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian Jual Beli Online (<i>E-Commerce</i>).....	23
1. Pengertian <i>E-Commerce</i>	23
2. Jenis-Jenis Transaksi Perjanjian Jual Beli Online (<i>E-Commerce</i>).....	24

3. Pihak-Pihak dalam Perjanjian Jual Beli Online (<i>E-Commerce</i>)	25
--	----

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	27
B. Metode Pendekatan	27
C. Jenis Dan Sumber Bahan Hukum	28
D. Teknik Dan Alat Pengumpulan Bahan Hukum.....	29
E. Analisa Bahan Hukum	29

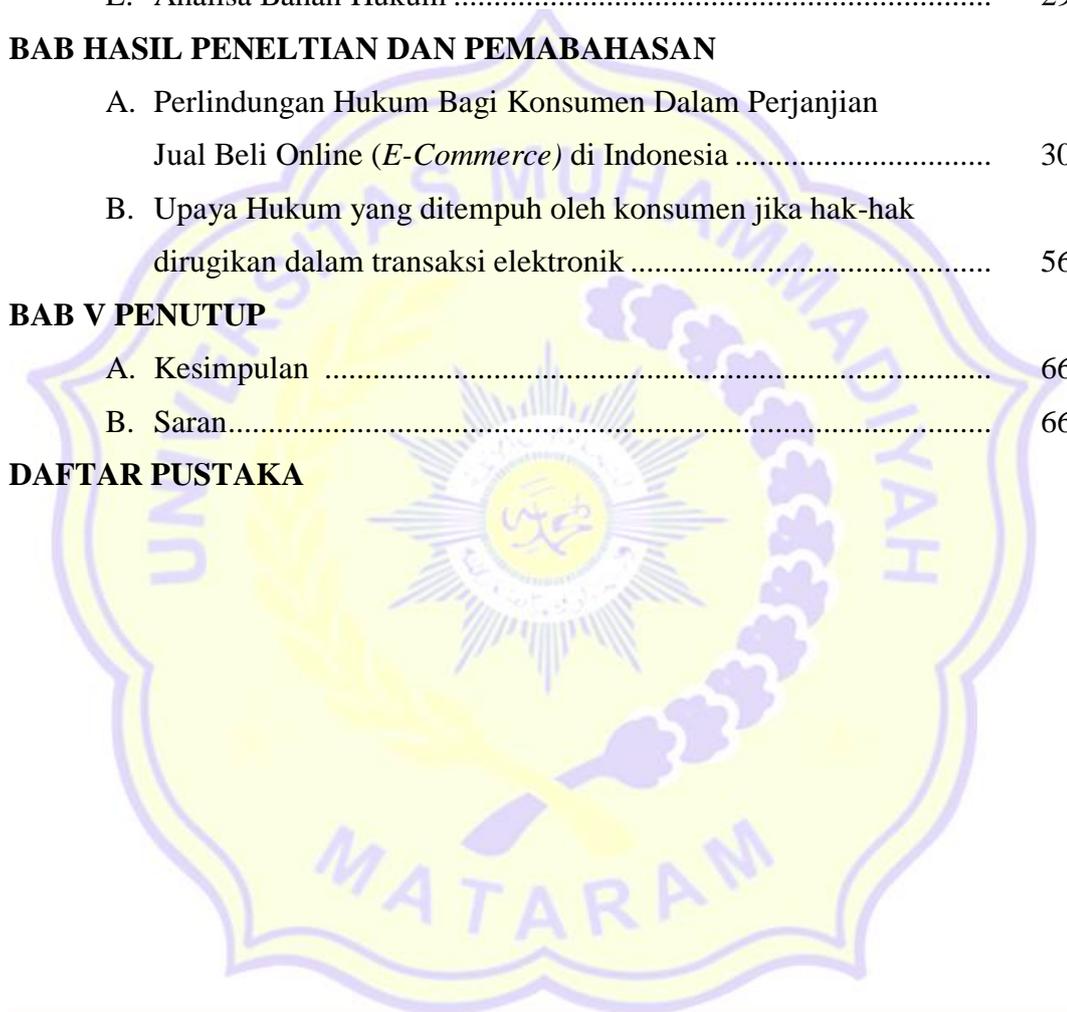
BAB HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Perjanjian Jual Beli Online (<i>E-Commerce</i>) di Indonesia	30
B. Upaya Hukum yang ditempuh oleh konsumen jika hak-hak dirugikan dalam transaksi elektronik	56

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	66
B. Saran.....	66

DAFTAR PUSTAKA



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan perlindungan konsumen sejalan dengan perkembangan perekonomian dunia. Perkembangan yang pesat telah menghasilkan berbagai jenis dan variasi dari masing-masing jenis barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi. Barang dan/atau jasa tersebut umumnya merupakan barang dan/atau jasa yang sejenis maupun yang bersifat komplementer satu terhadap yang lainnya. Dengan diversifikasi produk yang sedemikian luasnya dan dengan dukungan kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika, dimana terjadi peluasan ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa melintasi batas-batas wilayah suatu negara, konsumen pada akhirnya dihadapkan pada berbagai jenis barang dan/atau jasa yang ditawarkan secara variatif, baik yang berasal dari produksi domestik dimana konsumen berkediaman maupun yang berasal dari luar negeri.¹

Pengertian perlindungan konsumen yang terdapat dalam Pasal 1 angka (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut Undang-Undang Perlindungan Konsumen/ UUPK) tersebut cukup memadai. Kalimat yang menyatakan "segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum", diharapkan sebagai benteng untuk menyadarkan tindakan sewenang-wenangnya yang merugikan pelaku usaha hanya demi untuk kepentingan perlindungan konsumen.

¹Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, PT. Grasindo, Jakarta, 2000, hal.47

Meskipun undang-undang ini disebut sebagai Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) namun bukan berarti kepentingan pelaku usaha tidak ikut menjadi perhatian, teristimewa karena keberadaan perekonomian nasional banyak ditentukan oleh para pelaku usaha.

Kesewenang-wenangan akan mengakibatkan ketidakpastian hukum. Oleh karena itu, agar segala upaya memberikan jaminan akan kepastian hukum, ukurannya secara kualitatif ditentukan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan undang-undang lainnya yang dimaksudkan dan masih berlaku untuk memberikan konsumen, baik dalam bidang Hukum Privat (Perdata).²

Di Indonesia masalah perlindungan konsumen baru mulai terjadi pada decade 1970-an. Hal ini ditandai dengan berdirinya Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) pada bulan Mei 1973. Ketika itu gagasan perlindungan konsumen disampaikan secara luas kepada masyarakat melalui berbagai kegiatan advokasi konsumen, seperti pendidikan, penelitian, pengujian, pengaduan, dan publikasi media konsumen.³

YLKI berdiri ketika kondisi politik bangsa Indonesia saat itu masih dibayang-bayang dengan kampanye pengguna produk dalam negeri, namun seiring perkembangan waktu, gerakan perlindungan konsumen dilakukan melalui koridor hukum resmi, yaitu bagaimana memberikan bantuan kepada masyarakat atau konsumen.

² Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004, hal. 1

³ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Kencana Purnada Media Grop, Jakarta, 2013, hal. 37

Pengaruh globalisasi dengan penggunaan sarana teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola hidup masyarakat dan berkembang dalam tatanan kehidupan baru serta mendorong terjadinya perubahan sosial, budaya, pertahanan, keamanan, penegakan hukum dan tentunya dalam bidang ekonomi. Demikian pesatnya perkembangan dan kemajuan teknologi informasi, yang merupakan salah satu penyebab perubahan kegiatan kehidupan manusia dalam berbagai bidang yang secara langsung telah mempengaruhi lahirnya bentuk-bentuk perbuatan hukum baru. Transaksi atau bisnis melalui *virtual world* (dunia maya) atau media internet yang disebut dengan istilah *electronic commerce* atau *e-commerce*.⁴

E-Commerce merupakan suatu proses jual beli barang dan jasa yang dilakukan melalui jaringan komputer, yaitu internet jual beli secara *online* dapat mengefektifkan dan mengefisiensi waktu sehingga seseorang dapat melakukan transaksi jual beli dengan setiap orang dimanapun dan kapanpun. Semua transaksi jual beli melalui internet ini dilakukan tanpa ada tatap muka antara para pihaknya, mereka mendasarkan transaksi jual beli tersebut atas rasa kepercayaan satu sama lain sehingga perjanjian jual beli yang terjadi diantara para pihak pun dilakukan secara elektronik.

Melalui *E-Commerce* semua formalitas-formalitas yang biasa digunakan dalam transaksi konvensional dikurangi, disamping tentunya konsumen pun memiliki kemampuan untuk mengumpulkan dan membandingkan informasi seperti barang dan jasa secara lebih leluasa tanpa

⁴ Siswanto Sunarso, *Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), hal.5

dibatasi oleh batas wilayah (*borderless*).⁵ *E-Commerce* tidak hanya memberikan kemudahan bagi konsumen, namun perkembangan ini memudahkan produsen dalam memasarkan produk yang berpengaruh pada penghematan biaya dan waktu.

Seorang pengusaha, pedagang (*vendor*) ataupun korporasi dapat mendisplay atau memostingkan iklan atau informasi mengenai produk-produknya melalui sebuah *website* atau situs, baik melalui situsya sendiri atau melalui penyedia layanan *website* komersial lainnya. Jika tertarik, konsumen dapat menghubungi melalui *website* atau *guestbook* yang tersedia dalam situs tersebut dan memprosesnya lewat *website* tersebut dengan menekan tombol '*accept*', '*agree*' atau '*order*'. Pembayaran pun dapat segera diajukan melalui transfer ke rekening penjual.

Namun di samping beberapa keuntungan yang ditawarkan seperti yang telah disebutkan di atas, transaksi *E-Commerce* juga menyodorkan beberapa permasalahan baik yang bersifat psikologis, hukum maupun ekonomis. Permasalahan yang bersifat psikologis misalnya kebanyakan calon pembeli dari suatu toko *online* merasa kurang nyaman dan aman ketika pertama kali melakukan keputusan pembelian secara *online*.⁶ Adanya keraguan atas kebenaran data, informasi atau *massage* karena para pihak tidak pernah bertemu secara langsung. Oleh karena itu, masalah kepercayaan (*trust*) dan itikad baik (*good faith*) sangatlah penting dalam menjaga kelangsungan transaksi.

⁵ Dikdik M. Arief Mansyur & Elisatris Gultom, *Cyber Law (Aspek Hukum Teknologi Informasi)*, Refika Aditama, Bandung, hal.144.

⁶Unggul Pambudi Putra dan Java Creatiity, *Sukses Jual Beli Online*, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2013, hal. 3.

Nasib buruk menimpa Dini Aulia (19), mahasiswa asal Sumbawa yang kos di Jalan Batu Rakit Nomor 27. Sebab dia menjadi korban penipuan usai belanja *online* sebuah baju dari *olshop*, setelah mencari tahu tentang spesifikasi baju tersebut Dini Aulia langsung sepakat dan mentransfer uang kepada penjual barang ke Nomor rekening yang telah diberikan. Setelah beberapa waktu, akhirnya Dini Aulia menerima kiriman yang sudah dinantikan. Tetapi dia terkejut ketika membuka barang yang diterima tidak sesuai dengan apa yang dipesan. Akibat kasus penipuan yang menimpa dirinya, Dini Aulia mengalami kerugian sebesar Rp. 200.000 ribu.⁷

Transaksi elektronik yang dipraktikkan dalam transaksi *online* melahirkan kekuatan daya tawar yang tidak sejajar antara pelaku usaha dan konsumen dapat dilihat dari kenyataan bahwa pelaku usaha yang menjual barang dan/jasa secara *online* kerap memunculkan kontrak baku sehingga memunculkan daya tawar. Lemahnya kedudukan konsumen dan pelaku usaha dalam melakukan transaksi *online* tentu sangat merugikan konsumen dan melanggar hak konsumen yang diatur dalam Pasal 4 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

Sehubungan dengan banyaknya ketidakadilan dan ketidakpuasan konsumen dalam berbelanja *online* maka bagi setiap pelaku usaha (penjual *online*) harus memiliki kewajiban yang harus diterapkan sebagaimana diatur dalam pasal 7 UU perlindungan konsumen adalah:⁸

⁷ Berdasarkan Hasil Wawancara Dengan Konsumen Dini Aulia, Rabu 29 Januari 2020, Pukul 13.30 wita

⁸ Nining Latianingsih, <http://jurnal.pnj.ac.id/index.php/ekbis/article/view/639>, Rabu 29 Januari 2020, Pukul 16.45 wita

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
2. Memberikan informasi yang jelas dan benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta member 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 di produksi 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 jasa tertentu serta member jaminan dan/atau garansi barang yang dibuat dan/atau diperdagangkan.
6. Member kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

Dengan demikian, upaya hukum yang digunakan dalam transaksi elektronik dapat dilakukan instrument UU ITE dan/atau PP PSTE sebagai dasar hukum dalam penyelesaian dan permasalahan yang ada, guna untuk melindungi konsumen dalam jual beli *online* agar menghindari kerugian dalam bertransaksi.

Terkait dengan perlindungan konsumen, Pasal 49 Ayat (1) PSTE menegaskan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui system elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar yang

berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Jika barang yang diterima tidak sesuai dengan yang diperjanjikan maka pelaku usaha wajib memberikan batas waktu pada konsumen untuk mengembalikan sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi, dan apabila barang tidak sesuai foto pada iklan *online*. Konsumen dapat menggugat pelaku usaha (penjual *online*) secara perdata dengan dalih wanprestasi atas transaksi jual beli yang anda lakukan dengan penjual.

Berdasarkan pengamatan prinsip utama transaksi secara *online* di Indonesai masih lebih mengedepankan aspek kepercayaan terhadap penjual maupun pembeli. Prinsip keamanan infrastruktur transaksi secara online seperti jaminan atas kebenaran identitas penjual/pembeli, jaminan ini belum menjadi perhatian utama bagi penjual/pembeli terlebih pada transaksi berkala kecil (misalnya jual beli *Online*). Karna dilihat dari banyaknya laporan pengaduan tentang penipuan melalui media internet dan lainnya yang diterima oleh kepolisian maupun penyidik.

Dengan demikian sebaiknya diharapkan untuk lebih selektif lagi dalam melakukan transaksi secara online dan mengedepankan aspek keamanan transaksi dan kehati-hatian sebagai pertimbangan utama dalam melakukan transaksi jual beli *online*.

Berdasarkan uraian diatas maka kepastian hukum terhadap perlindungan perlindungan konsumen dalam transaksi online sangat diperlukan. Selain dikarenakan konsumen memiliki hak-hak yang penting untuk ditegakan, juga untuk menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai

pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen dalam perjanjian jual beli *online* melalui internet (*E-Commerce*) di Indonesia?
2. Upaya hukum apa yang bisa ditempuh oleh konsumen jika hak-hak dirugikan dalam transaksi elektronik?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulisan yang hendak dicapai dalam tulisan ini yaitu:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisa perlindungan konsumen dalam perjanjian jual beli *online* melalui internet (*E-Commerce*).
- b. Untuk mengetahui dan menganalisa upaya hukum apa yang bisa ditempuh oleh konsumen jika hak-hak dirugikan dalam transaksi elektronik

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang menjadi fokus kajian penelitian ini dan tujuan yang ingin dicapai maka diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Manfaat Secara Teoritis

Sebagai bahan masukan bagi ilmu pengetahuan hukum, khususnya dalam bidang hukum perdata dan ilmu pengetahuan hukum pada umumnya serta dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya

mengenai perlindungan konsumen terhadap perjanjian jual beli secara *online (E-Commerce)* di Indonesia.

b. Manfaat Secara Akademis

Secara akademis merupakan salah satu syarat mendapat gelar S1 di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Mataram serta memberikan kontribusi pemikiran untuk hukum dan sebagai referensi untuk peneliti kedepannya.



E. Hasil Penelitian Yang Relevan

No	Nama Peneliti	Judul skripsi	Rumusan Masalah	Metode Penelitian	Kesimpulan
1	Bayu Adi Nugroho (Universitas Muhammadiyah Surakarta)	Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perjanjian Jual Beli <i>Online E-commerce</i> Studi Kasus Distro Anyway Yogyakarta	<p>a. Bagaimana bentuk dan isi dari perjanjian jual beli <i>online</i> melalui internet di Distro Anyway Yogyakarta?</p> <p>b. Bagaimana perlindungan Hukum terhadap konsumen pada saat perjanjian jual beli dilakukan secara <i>online</i> di Distro Anyway Yogyakarta?</p>	Pendekatan Yuridis Empiris	<p>a. Pada suatu perjanjian atau transaksi <i>e-commerce</i> terdapat beberapa jenis perjanjian diantaranya adalah bisnis ke bisnis, bisnis ke konsumen, dan konsumen ke konsumen. Dalam penelitian ini menggunakan bisnis ke konsumen</p> <p>b. Sistem jual beli yang digunakan oleh pihak distro adalah dengan menggunakan sistem <i>order from</i> yang merupakan salah satu cara belanja yang series digunakan dalam transaksi <i>e-commerce</i></p>
2	Didin Sumasyhari (Universitas IAIN Surakarta)	Perlindungan Konsumen <i>E-Commerce</i> Pada Lazada Tinjauan Hukum Ekonomi Islam dan Hukum Positif	<p>a. Bagaimana upaya-upaya lazada dalam perlindungan konsumen?</p> <p>b. Bagaimana perlindungan yang diberikan lazada menurut hukum ekonomi islam dan hukum positif?</p>	Yuridis Normatif	<p>a. Upaya pelindungan konsumen oleh lazada terdapat kontrak baku beserta syarat dan ketentuan (<i>Termes Of Use</i>) penggunaan maupun penjualan lazada.</p> <p>b. Perlindungan konsumen lazada menurut hukum ekonomi islam telah sesuai, seperti terdapat konsep <i>khiyar</i> sedangkan hukum positif memberikan kejelasan informasi bagi konsumen.</p>

3	Nurpazila (Universitas Muhammadiyah Mataram) 2020	Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam perjanjian jual beli <i>online e-commerce</i>	<p>a. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam perjanjian jual beli <i>online e-commerce</i> di Indonesia?</p> <p>b. Upaya hukum apa saja yang bisa ditempuh konsumen jika hak-haknya dirugikan</p>	Yuridis Normatif	<p>a. Perlindungan hukum bagi konsumen dalam perjanjian transaksi elektronik ini dapat diakomodasikan dengan baik oleh pemerintah, dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi Transaksi elektronik yang telah diubah Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 (UU ITE), undang-undang tersebut telah mampu memberikan perlindungan yang memadai bagi konsumen dalam melakukan transaksi jual beli barang melalui <i>e-commerce</i></p> <p>b. Dalam perjanjian jual beli <i>online</i> terdapat perjanjian antara satu orang atau lebih berdasarkan perjanjian yang khusus dibuat oleh para pihak yang terkait, wujudnya dalam bentuk substansi atau isi perjanjian antara konsumen dan pelaku usaha seperti ganti rugi, jangka waktu pengajuan klaim, penyelesaian sengketa dan sebagainya.</p>
---	--	--	---	------------------	---

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Perlindungan konsumen yang terdapat dalam Pasal 1 Angka (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut Undang-Undang Perlindungan Konsumen/UUPK) tersebut cukup memadai. Kalimat yang menyatakan “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum”, diharapkan sebagai benteng untuk meniadakan tindak sewenang-wenangnya yang merugikan pelaku usaha hanya demi untuk kepentingan perlindungan konsumen.

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.⁹

Pengguna istilah “pemakai” dalam rumusan Pasal 1 Angka (2) UUPK tersebut sesungguhnya kurang tepat. Ketentuan yang menyatakan “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain”,

⁹ Az. Nasution. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014, hal. 37

tampak ada kerancuan didalamnya. Sebagai pemakai dengan sendirinya untuk kepentingan diri sendiri, dan bukan untuk keluarga, *bijstander*, atau makhluk hidup lainnya. Demikian pula penggunaan istilah “pemakai” menimbulkan kesan barang tersebut bukan milik sendiri, walaupun sebelumnya telah terjadi transaksi jual beli. Jika seandainya istilah yang digunakan “setiap orang yang memperoleh” maka secara hukum akan memberikan makna yang lebih tepat, karena apa yang diperoleh dapat digunakan untuk kepentingan sendiri maupun untuk orang lain.¹⁰

Hal lain yang juga perlu dikritis bahwa cakupan konsumen dalam UUPK adalah sempit. Bahwa yang dapat dikualifikasi sebagai konsumen sesungguhnya tidak hanya terbatas pada subjek hukum yang disebut “orang” akan tetapi masih ada subjek hukum lain juga sebagai konsumen akhir yaitu “badan hukum” yang mengonsumsi barang dan/atau jasa serta tidak untuk diperdagangkan. Oleh karena itu, lebih tepat bila dalam pasal ini menentukan “setiap pihak yang memperoleh barang dan/atau jasa”

Hal yang perlu dikemukakan dalam pengertian konsumen ini adalah syarat “tidak untuk diperdagangkan” yang menunjukkan sebagai “konsumen akhir” dan sekaligus membedakan dengan konsumen antara (*derived/ intermediate consumer*). Dalam kedudukan sebagai *derived/ intermediate consumer*, yang bersangkutan tidak dapat menuntut pelaku usaha berdasarkan undang-undang ini.

Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang

¹⁰ Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Op. Cit*, hal. 4-5

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.¹¹

Dalam pengertian pelaku usaha tersebut, tidaklah mencakup eksportir atau pelaku usaha di luar negeri, karena UUPK membatasi orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia.

2. Asas dan Tujuan Konsumen

Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. Berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional yaitu:¹²

- a. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- b. Asas keadilan yang dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
- c. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk member keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materil dan spiritual.
- d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.

¹¹ Zulham, *Op. Cit.* hal 22

¹²Janus Sidabolok. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2010, hal. 31

- e. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen, serta Negara menjamin kepastian hukum.

Memerhatikan substansi Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen demikian pula penjelasannya, tampak bahwa perumusannya mengacu pada filosofi pembangunan nasional yaitu pembangunan manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah Negara Republik Indonesia.

Tujuan perlindungan konsumen berdasarkan UUPK Pasal 3 Nomor 8 Tahun 1999 sebagai berikut:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. Mengakui harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan 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, keamanan, dan keselamatan konsumen.

3. Hak dan Kewajiban Konsumen

Hak konsumen di Indonesia sebagaimana terdapat dalam Pasal 4 UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut:¹³

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;

¹³ Elsi Kartika Sari, *Hukum Dalam Ekonomi*, Jakarta: PT. Grasindo, 2008, hal. 159

- b. Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa 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/atau 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;
- 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 pengganti, 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”.

Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif berdasarkan suku, agama, budaya, daerah, pendidikan, kaya, miskin, dan status social lainnya”.

Kewajiban konsumen tertuang dalam Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 sebagai berikut:¹⁴

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan;
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen.

Adanya kewajiban konsumen membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan, merupakan hal penting mendapat penganturan.

¹⁴ *Ibid*, hlm.161

Adapun pentingnya kewajiban ini karena sering pelaku usaha telah menyampaikan peringatan secara jelas pada label suatu produk, namun konsumen tidak membaca peringatan yang telah disampaikan kepadanya. Dengan pengaturan kewajiban ini, memberikan konsekuensi pelaku usaha tidak bertanggung jawab, jika konsumen yang bersangkutan menderita kerugian akibat mengabaikan kewajiban tersebut.

Menyangkut kewajiban konsumen beritikad baik hanya tertuju pada transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Hal ini tentu saja disebabkan karena bagi konsumen, kemungkinan untuk dapat merugikan produsen mulai pada saat melakukan transaksi dengan produsen. Berbeda dengan pelaku usaha kemungkinan terjadi kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang dirancang/diproduksi oleh produsen (pelaku usaha).

4. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Adapun hak pelaku usaha tertuang pada Pasal 6 UU Nomor 8 Tahun 1999 sebagai berikut:¹⁵

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen beritikad tidak baik;
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya”.

Hak pelaku usaha untuk menerima pembayaran sesuai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan, menunjukkan bahwa

¹⁵ Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Op. Cit*, hal 37

pelaku usaha tidak dapat menuntut lebih banyak jika kondisi barang dan/atau jasa yang diberikannya kepada konsumen tidak atau kurang memadai menurut harga yang berlaku pada umumnya atas barang dan/atau jasa yang sama. Dalam praktik yang biasa terjadi, suatu barang dan/atau jasa yang kualitasnya lebih rendah dari pada barang yang serupa, maka para pihak menyepakati harga yang lebih murah. Dengan demikian, yang dipentingkan dalam hal ini adalah harga yang wajar.

Adapun kewajiban pelaku usaha tertuang pada Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 sebagai berikut:¹⁶

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan keturunan standar mutu barang dan/atau jasa garansi atas barang yang dibuat dan/atau diperdagangkan;
- e. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan perjanjian”.

Kewajiban pelaku usaha beritikad baik dalam melakukan kegiatan usaha merupakan salah satu asas yang dikenal dalam hukum perjanjian. Ketentuan tentang itikad baik ini diatur dalam Pasal 1338 Ayat 3 BW. Bahwa perjanjian tersebut harus dilaksanakan dengan itikad baik.

Pelaku usaha dilarang membedakan konsumen dalam memberikan pelayanan. Pelaku usaha dilarang membedakan mutu pelayanan kepada konsumen.

¹⁶ Wibowo T. Tunardy <https://www.jurnalhukum.com/pengertian-pelaku-usaha/> di akses pada 1 November 2019, Pukul 15.25 Wita.

B. Perjanjian

1. Pengertian Perjanjian

Pasal 1313 KUHPdata mengatur bahwa suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lainnya. Pasal ini menerangkan secara sederhana tentang pengertian perjanjian yang menggambarkan tentang adanya dua pihak yang saling mengikatkan diri. Pengertian ini sebenarnya tidak begitu lengkap, tetapi dengan pengertian ini sudah jelas bahwa dalam perjanjian itu terdapat satu pihak mengikatkan dirinya kepada pihak lain.¹⁷

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) bahwa perjanjian adalah persetujuan (tertulis atau dengan lisan) yang dibuat oleh dua pihak atau lebih, masing-masing bersepakat akan menaati apa yang tersebut dalam persetujuan itu.¹⁸

Menurut Subekti, perjanjian adalah suatu peristiwa dimana ada seorang berjanji kepada seorang lain atau dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal. Dari peristiwa ini, timbullah suatu hubungan antara dua orang tersebut yang dinamakan perikatan. Perjanjian itu menerbitkan suatu perikatan antara dua orang yang membuatnya. Dalam bentuknya, perjanjian berupa suatu rangkaian perkataan yang mengandung janji-janji atau kesanggupan yang diucapkan atau ditulis.¹⁹

¹⁷ Ahmadi Miru dan Sakka Pati, *Hukum Perikatan (Penjelasan Makna Pasal 1233 Sampai 1456 BW)*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2011, hal. 63

¹⁸ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).

¹⁹ Subekti, *Hukum Perjanjian*, cetakan 19, Intermasa, Jakarta, 2001, hal. 1.

Berdasarkan pendapat-pendapat di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa perjanjian adalah hubungan hukum antara dua pihak atau lebih berdasarkan kata sepakat untuk menimbulkan hak dan kewajiban.

2. Syarat Sah Perjanjian

Syarat sahnya perjanjian diatur di dalam Pasal 1320 KUHPerduta, antara lain:

a. Kata sepakat

Supaya perjanjian menjadi sah maka paruh pihak harus sepakat terhadap segala hal yang terdapat di dalam perjanjian. Pada dasarnya kata sepakat adalah pertemuan atau persesuaian kehendak antara para pihak di dalam perjanjian.²⁰

b. Kecakapan

Syarat sahnya perjanjian yang kedua menurut Pasal 1320 KUHPerduta adalah kecakapan untuk membuat perikatan. menurut hukum setiap orang adalah cakap untuk membuat perjanjian kecuali orang-orang yang menurut undang-undang dinyatakan tidak cakap.

Orang-orang yang tidak cakap untuk membuat perjanjian adalah sebagai berikut :²¹

- 1) Orang yang belum dewasa (*minderjarigen*);
- 2) Mereka yang ditaruh dibawah pengampuan
- 3) Perempuan yang telah kawin dalam hal-hal yang ditentukan undang-undang, dan pada umumnya semua orang yang oleh undang-undang yang dilarang untuk membuat perjanjian tertentu.

²⁰ Ridwan Khairandy, *Hukum Kontrak Indonesia*, cetakan 1, Yogyakarta, 2013, hal. 168.

²¹ Rio Karlos Evan Giri, https://www.kompasiana.com/riocarlos/memahami-orang-yang-tidak-cakap-membuat-suatu-perjanjian_57a4f75e1093736b3a0fa6ea , diakses pada 12 November 2019, Pukul 15.25 Wita.

- c. Suatu hal tertentu berkaitan dengan objek perjanjian (Pasal 1332 sampai dengan Pasal 1334 KUHPerdara).

Objek perjanjian yang dapat dikategorikan dalam Pasal 1332 sampai dengan Pasal 1334 adalah :²²

- 1) Objek yang akan ada, asalkan dapat ditentukan jenis dan dapat dihitung.
- 2) Objek yang dapat diperdagangkan (barang-barang yang dipergunakan untuk kepentingan umum tidak dapat menjadi objek perjanjian).

- d. Suatu sebab yang halal

Syarat keempat untuk suatu perjanjian yang sah adalah adanya suatu sebab yang halal. Undang-undang tidak memberikan pengertian tentang sebab (bahasa Belanda *oorzaak*, bahasa Latin *causa*). Pengertian *causa* bukan sebab yang mendorong para pihak mengadakan perjanjian, karena apa yang menjadi motif dari seseorang untuk mengadakan perjanjian itu tidak menjadi perhatian hukum. Menurut yurisprudensi yang ditafsirkan dengan *causa* adalah isi atau maksud dari perjanjian. Melalui syarat *causa*, didalam praktek maka ia merupakan upaya untuk menempatkan perjanjian dibawah pengawasan Hakim.

3. Unsur-unsur Perjanjian

Suatu perjanjian lahir jika disepakati tentang hal yang pokok atau unsur esensial dalam suatu perjanjian. Penekanan tentang unsur yang esensial tersebut karena selain unsur yang esensial masih dikenal unsur

²² Mariam Darus Badruzaman, *KUHPerdara Buku III*, Alumni, Bandung, 2006, hal. 104

lain dalam suatu perjanjian. Dalam suatu perjanjian dikenal tiga unsur, yaitu :²³

- a. Unsur *Esensialia*, yaitu unsur yang harus ada dalam suatu kontrak karena tanpa adanya kesepakatan tentang unsur esensialia ini maka tidak ada kontrak. Sebagai contoh, dalam kontrak jual beli harus ada kesepakatan mengenai barang dan harga karena tanpa kesepakatan mengenai barang dan harga dalam kontrak jual beli, kontrak tersebut batal demi hukum karena tidak ada hal yang diperjanjikan.
- b. Unsur *Naturalia*, yaitu unsur yang telah diatur dalam undang-undang sehingga apabila tidak diatur oleh para pihak dalam perjanjian, undang-undang yang mengaturnya. Dengan demikian, unsur naturalia ini merupakan unsur yang selalu dianggap ada dalam kontrak. Sebagai contoh, jika dalam kontrak tidak diperjanjikan tentang cacat tersembunyi, secara
- c. Unsur *Aksidentalialia*, yaitu unsur yang nanti ada atau mengikat para pihak jika para pihak memperjanjikannya. Sebagai contoh, dalam jual beli dengan angsuran diperjanjikan bahwa apabila pihak debitur lalai membayar utangnya, dikenakan denda dua persen perbulan keterlambatan, dan apabila debitur lalai membayar selama tiga bulan berturut-turut, barang yang sudah dibeli dapat ditarik kembali kreditor tanpa melalui pengadilan. Demikian pula klausul-klausul lainnya yang sering ditentukan dalam suatu kontrak, yang bukan merupakan unsur yang esensialia dalam kontrak tersebut.

4. Asas-asas perjanjian

- a. Asas Kebebasan Berkontrak

Asas kebebasan berkontrak adalah tiang system hukum perdata khususnya hukum perikatan yang diatur Buku III KUHPerdata.

Ruang lingkup asas kebebasan berkontrak sebagai berikut:²⁴

- 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 dibuat;
- 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.

²³ Ahmad Miru dan Sakka Pati, *Op. Cit*, hal. 31-33

²⁴ Ridwan Khairandy, *Op. Cit*. hal. 55

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

b. Asas Konsensualisme

Kontrak atau perjanjian harus didasarkan pada consensus atau kesepakatan dari pihak-pihak yang membuat perjanjian. Dengan asas konsensualisme, perjanjian dikatakan telah lahir jika ada kata sepakat atau persesuaian kehendak diantara para pihak yang membuat perjanjian tersebut.

Berdasarkan asas konsensualisme itu, dianut paham bahwa sumber kewajiban kontraktual adalah bertemunya kehendak (*convergence of wills*) atau consensus para pihak yang membuat kontrak.

c. Asas Kekuatan Mengikatnya Kontrak

Dasar teoretik mengikat kontrak bagi para pihak yang umumnya dianut di negara-negara *civil law* dipengaruhi oleh hukum Kanonik. Hukum Kanonik juga mengajarkan dan mengakui setiap perjanjian itu mengikat. Dikaitkan dengan perjanjian para pihak yang membuat perjanjian harus melaksanakan atau perjanjian yang mereka buat. Menurut asas ini kesepakatan para pihak itu mengikat sebagaimana layaknya undang-undang bagi para pihak yang membuatnya.²⁵

²⁵ *Ibid*, hal., 91

d. Asas Iktikad Baik

Ketentuan tentang 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 pada periode praperjanjian, yaitu dengan memperhatikan kepentingan-kepentingan yang wajar dari pihak lain. Walaupun itikad baik para pihak dalam perjanjian sangat ditekankan pada tahap praperjanjian, secara umum itikad baik harus selalu ada pada setiap tahap perjanjian sehingga kepentingan pihak yang satu selalu dapat diperhatikan oleh pihak lainnya.

e. Asas Personalitas

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

5. Lahirnya Perjanjian

Berdasarkan Pasal 1320 jo 1338 Ayat 1 BW/KUHPerdara dikenal adanya asas konsensual, yang dimaksud adalah bahwa perjanjian/kontrak lahir pada saat terjadinya konsensus/sepakat dari 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 dikehendaki oleh pihak yang satu, adalah juga yang dikehendaki oleh pihak yang lain, meskipun tidak sejurusan tetapi secara timbal balik. Kedua kehendak itu bertemu satu sama lain.²⁶

Ada beberapa teori yang dapat digunakan untuk menentukan saat lahirnya kontrak, yang diantaranya:²⁷

a. Teori Pernyataan (*Uitings Theorie*)

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

b. Teori Pengiriman (*Verzending Theorie*)

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

c. Teori Pengetahuan (*Vernemingsteheori*)

Menurut teori ini saat lahirnya kontrak adalah pada saat jawaban akseptasi diketahui isinya oleh pihak yang menawarkan. mengajarkan bahwa pihak yang menawarkan seharusnya sudah mengetahui bahwa tawarannya diterima (walaupun penerimaan itu belum diterimanya dan tidak diketahui secara langsung).

²⁶ Subekti, *Op. Cit*, hal.26

²⁷ Salim HS, *Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat di Indonesia*, Sinar Grafika, 2003, Jakarta, hal. 30-31

Kelemahannya, bagaimana ia bisa mengetahui isi penerimaan itu apabila ia belum menerimanya.

d. Teori penerimaan (*Ontvangtheorie*).

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.

C. Perjanjian Jual Beli *Online* (*E-Commerce*)

1. Pengertian *E-Commerce*

E-commerce adalah suatu transaksi elektronik yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, pelayanan, atau peralihan hak.²⁸

Adapun unsur-unsur dari perjanjian jual beli *online* (*E-Commerce*) adalah sebagai berikut:²⁹

- a. Ada kontrak dagang
- b. Kontrak itu dilaksanakan dengan media elektronik
- c. Kehadiran fisik dari para pihak tidak diperlukan
- d. Kontrak itu terjadi dalam jaringan publik
- e. Sistemnya terbuka, yaitu dengan internet
- f. Kontrak itu terlepas dari batas, yuridiksi nasional.

²⁸ Berkatullah, Abdul Halim dan Prasetyo, *E-commerce Studi sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2005, hal. 58

²⁹ *Ibid*

2. Jenis-Jenis Transaksi Perjanjian Jual Beli *Online (E-Commerce)*

Jenis-jenis hubungan hukum yang terjadi dalam transaksi jual beli secara elektronik tidak hanya terjadi antara pengusaha dengan konsumen saja, tetapi juga terjadi pada pihak-pihak dibawah ini.³⁰

a. *Business to business*

Transaksi yang terjadi antarperusahaan dalam hal ini, baik pembeli maupun penjual adalah sebuah perusahaan dan bukan perorangan. Biasanya transaksi ini dilakukan karena mereka telah saling mengetahui satu sama lain dan transaksi jual beli tersebut dilakukan untuk menjalin kerja sama antara perusahaan itu.

b. *Business to customer*

Transaksi antara perusahaan dengan konsumen/individu. Pada jenis ini transaksi disebarakan secara umum, dan konsumen yang berinisiatif melakukan transaksi. Produsen harus siap menerima respon dari konsumen tersebut. Biasanya sistem yang digunakan adalah sistem web karena sistem ini yang sudah umum dipakai dikalangan masyarakat.

c. *Customer to customer*

Transaksi yang menggunakan cara-cara inovatif untuk memungkinkan pelanggan untuk berinteraksi dengan satu sama lain. Konsep konvensional yang sudah lama hadir adalah pasar-pasar tradisional memerlukan usaha untuk interaksi pelanggan secara

³⁰Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004, hal. 227.

langsung, dimana pelanggan masuk ke bisnis langsung dalam rangka untuk membeli produk atau layanan.

d. *Customer to business*

Transaksi yang memungkinkan individu menjual barang pada perusahaan dimana konsumen (individu) menciptakan nilai bisnis, konsumen memberikan ide-ide yang berguna untuk perkembangan produk.

e. *Customer to government*

Transaksi jual beli yang dilakukan antar individu dengan pemerintah, seperti dalam pembayaran pajak.

Dengan demikian, pihak-pihak yang dapat terlibat dalam satu transaksi jual beli secara elektronik, tidak hanya antara individu dengan individu tetapi juga dengan sebuah perusahaan, perusahaan dengan perusahaan atau bahkan antara individu dengan pemerintah. Syaratnya para pihak termasuk secara perdata telah memenuhi persyaratan untuk dapat melakukan suatu perbuatan hukum dalam hal ini hubungan hukum jual beli.

3. Pihak-Pihak dalam Perjanjian Jual Beli *Online (E-Commerce)*

Menurut Budhiyanto sebagaimana dikutip oleh Didik M. Arief Mansur dan Elisatris Gultom mengidentifikasi pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli *online (E-Commerce)* terdiri dari:³¹

- a. Penjual (*merchant*), yaitu perusahaan/produsen yang menawarkan produknya melalui internet. Untuk menjadi *merchant*, maka seseorang harus mendaftarkan diri sebagai *merchant account* pada sebuah bank,

³¹Didik M. Arief Mansur & Elisatris Gultom, *Op. Cit.* hal. 152-154.

tentunya ini dimaksudkan agar *merchant* dapat menerima pembayaran dari *customer* dalam bentuk *credit card*.

- b. *Konsumen/card holder*, yaitu orang-orang yang ingin memperoleh produk (barang/jasa) melalui pembelian secara *online*. Konsumen yang akan berbelanja di internet dapat berstatus perorangan atau perusahaan. Apabila konsumen merupakan perorangan, maka yang perlu diperhatikan dalam transaksi *E-Commerce* adalah bagaimana sistem pembayaran yang digunakan, apakah pembayaran dilakukan dengan menggunakan *credit card* (kartu kredit) atau dimungkinkan pembayaran dilakukan secara *manual/cash*.
- c. *Acquirer*, yaitu pihak perantara penagihan (antara penjual dan penerbit) dan perantara pembayaran (antara pemegang dan penerbit). Perantara penagihan adalah pihak yang meneruskan penagihan kepada penerbit berdasarkan tagihan yang masuk kepadanya yang diberikan oleh penjual barang/jasa. Pihak perantara pembayaran (antara pemegang dan penerbit) adalah bank dimana pembayaran kartu kredit dilakukan oleh pemilik kartu kredit/*card holder*, selanjutnya bank yang menerima pembayaran ini akan mengirimkan uang pembayaran tersebut kepada penerbit kartu kredit (*issuer*).
- d. *Issuer*, yaitu perusahaan *credit card* yang menerbitkan kartu. Di Indonesia ada beberapa lembaga yang diijinkan untuk menerbitkan kartu kredit.

Certification Authorities yaitu pihak ketiga yang netral yang memegang hak untuk mengeluarkan sertifikasi kepada merchant, kepada issuer dan dalam beberapa hal diberikan kepada *card holder*.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian hukum normative (*doctrinal*) dan penelitian hukum empiris (*non doctrinal*). Pada penelitian hukum normatif, hukum dikonsepsikan sebagai apa yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan atau hukum dikonsepsikan sebagai kaidah atau norma yang merupakan patokan berperilaku manusia yang dianggap pantas.³²

Sedangkan penelitian hukum empiris adalah suatu metode penelitian hukum yang menggunakan fakta-fakta empiris yang diambil dari pelaku manusia, baik secara verbal yang didapat dari wawancara maupun perilaku nyata yang dilakukan melalui pengamatan langsung. Penelitian empiris juga digunakan untuk mengamati hasil dari perilaku manusia yang berupa peninggalan fisik maupun arsip.³³

B. Metode Pendekatan

Untuk menjawab masalah-masalah dalam penelitian ini, digunakan pendekatan sebagai berikut:

1. Pendekatan Perundang-undang (*Statute Approach*)

Pendekatan undang-undang yaitu pendekatan dengan menggunakan legislasi dan regulasi, dengan kata lain pendekatan yang mengkaji aturan hukum dan menjadi fokus sekaligus tema sentral suatu penelitian. Undang-

³² Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, cet. 2, Jakarta: PT Raja Grafindo, 2004, hal. 118

³³ Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris* Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010, hal. 280

Undang Nomor (8) Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor (11) Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE).

2. Pendekatan Empiris yaitu pendekatan yang dilakukan untuk memahami bagaimana aturan hukum dilaksanakan dalam praktek dimasyarakat.

C. Jenis Dan Sumber Bahan Hukum

Adapun jenis dan sumber bahan hukum dalam penelitian ini antara lain:

a. Bahan Hukum Primer

Yaitu bahan hukum yang mengikat atau yang membuat orang taat pada hukum seperti peraturan per-undang-undangan, putusan-putusan hakim, dll. Bahan hukum primer yang penulis gunakan dalam penulisan ini yakni: Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggara Sistem dan Transaksi Elektronik.

b. Bahan Hukum Sekunder

Yaitu bahan hukum yang tidak hanya mengikat pada peraturan Perundang-Undangan saja, akan tetapi juga menjelaskan mengenai bahan hukum primer yang merupakan hasil olahan pendapat para pakar atau para ahli yang mempelajari suatu bidang tertentu secara khusus yang akan memberikan petunjuk kemana peneliti akan mengarah. Yang penulis maksud dalam bahan sekunder disini adalah doktrin-doktrin yang ada di dalam buku, jurnal hukum dan internet.

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier adalah bahan hukum yang mendukung bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder dengan memberikan pemahaman dan pengertian atas bahan hukum lainnya. Bahan hukum yang penulis gunakan adalah Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dan Kamus Hukum.³⁴

D. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum dan Data

1. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Studi kepustakaan merupakan metode pengumpulan bahan hukum yang diarahkan kepada pencarian data informasi melalui dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, karya ilmiah jurnal, peraturan-peraturan Undang-Undang, buku-buku yang mengatur tentang apa yang dibahas pada penelitian ini

2. Teknik Pengumpulan Data

Wawancara, yaitu penulis memperoleh data lapangan melalui wawancara secara langsung dengan para narasumber yang terkait dengan permasalahan yang diteliti. Dimana dalam wawancara ini dibutuhkan yaitu Responden yaitu Masyarakat

E. Analisa Bahan Hukum

Analisa bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu analisa dengan cara menggambarkan dan mengkaji kepustakaan dalam bentuk pernyataan atau kata-kata dengan teliti dan

³⁴ Soekanto, Soetjono, *Pengantar Penelitian Hukum*, Universitas Indonesia, Jakarta, hal. 53.

sistematis, setelah itu melahirkan metode deduktif, dimana dengan cara ini akan dibahas masalah-masalah yang sifatnya umum menuju pada hal-hal yang bersifat khusus.

