

BAB 1

Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Dahulu perdagangan di Indonesia masih sangat tradisional, apabila masyarakat ingin melakukan transaksi jual-beli mereka harus bertemu secara langsung atau saling bertatap muka. Selain itu, ada juga beberapa unsur yang harus dipenuhi sebelum melakukan transaksi jual beli atau bisa juga disebut rukun dan syarat jual beli yaitu adanya penjual dan pembeli, adanya barang, adanya alat tukar, adanya harga, dan adanya ijab qabul. Sedangkan syarat jual beli yang harus dipenuhi antara lain berakal, mampu melakukan perbuatan hukum (tidak sedang dalam pengampuan), dan tidak adanya paksaan dalam melakukan transaksi. Jika dalam melakukan transaksi jual-beli ini ada salah satu pihak yang tidak memenuhi salah satu unsur diatas, maka dapat dikatakan transaksi jual beli dapat dibatalkan.

Namun sejalan dengan perekonomian dunia yang semakin berkembang pesat, perdagangan elektronik menyajikan model-model transaksi bisnis yang praktis, mudah, cepat, dan murah diseluruh dunia sejak akhir abad ke-20, perdagangan elektronik menciptakan tukar-menukar produk dan jasa antara para pedagang baik orang perorangan, sekelompok orang, maupun badan usaha.¹Aktivitas belanja *online* yang biasa dilakukan oleh masyarakat sekarang membutuhkan alat yang mendukung yang dapat mempermudah mereka untuk mengakses situs-situs belanja online yang ada di internet, maka dari itu banyak perusahaan *e-commerce* yang mengembangkan berbagai aplikasi khusus belanja

¹ Dian Mega Erianti Renouw, 2017, *Perlindungan Hukum E-Commerce*, Pramuka Grafika, Jakarta Timur, hlm.4.

online untuk bisa kita download di *smartphone* agar lebih mempermudah masyarakat untuk melakukan transaksi jual beli secara elektronik. Seperti halnya yang telah diatur dalam Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut UU ITE) telah menjelaskan yang dimaksud dengan transaksi elektronik yaitu suatu perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.²

Transaksi jual beli *online* sendiri lahir ketika pelaku usaha dengan konsumen saling mengikatkan dirinya dengan perjanjian *online* (elektronik) maka sudah melahirkan suatu perjanjian jual beli. Meskipun belum diadakannya undang-undang yang mengatur tentang syarat sahnya perjanjian jual beli secara *online* di Indonesia, tetapi kita mengacu pada Pasal 1320 KUHPerdata yang menyebutkan syarat sahyang harus dilakukan dalam sebuah perjanjian yaitu adanya kata sepakat, cakap hukum, suatu hal tertentu, dan kausa yang halal. Terdapat berbagai aplikasi belanja *online* yang telah dibuat oleh perusahaan *e-commerce* yang dapat diunggah melalui *smartphone* dan dapat digunakan seperti, Lazada, Shopee, Olx, Blibli, Tokopedia, dan aplikasi *online* lainnya (ini disebut *marketplace*). Di dalam situs-situs belanja *online* sendiri juga terdapat lapak yang menjual dagangannya dengan menggunakan jasa dari *market-place* ini. Prosedur dalam melakukan transaksi jual-beli *online* tidak hanya dilakukan dengan dua pihak saja (konsumen dan pelaku usaha) tetapi dilakukan dengan beberapa pihak yaitu situs

²Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

web belanja online (*marketplace*), penjual yang membuka lapak didalam situs web belanja online (*supplier*), jasa pengiriman (*drop-shipper*), dan juga konsumen.

Bila seseorang telah melakukan transaksi jual-beli maka antara pihak satu dengan pihak lainnya akan mempunyai hubungan hukum. Adanya hubungan hukum terjadi apabila antara konsumen dengan pelaku usaha telah bersama-sama mengikatkan dirinya untuk melakukan suatu perjanjian, dimana para pihak bersama-sama saling menyepakati yang telah diperjanjikan. Jika terdapat salah satu pihak yang melanggar perjanjian yang telah diperjanjikan sebelumnya atau salah satu pihak melakukan kecurangan untuk menguntungkan diri sendiri sehingga hal tersebut dapat menimbulkan kerugian bagi pihak yang lain, maka pihak yang merugikan harus memberikan ganti kerugian kepada pihak yang telah dirugikan.³

Hubungan hukum terjadi ketika transaksi jual-beli secara langsung, artinya ketika konsumen ingin membeli barang kepada pelaku usaha maka transaksi terjadi disuatu tempat atau saling bertemu, konsumen menyerahkan uang dan pelaku usaha menyerahkan barang, tetapi di jaman yang serba modern seperti sekarang aktivitas jual-beli *online* terjadi secara tidak langsung yaitu antara pelaku usaha dan konsumen sama-sama berada ditempat yang berbeda dengan adanya penghubung yaitu situs aplikasi belanja *online*.

Dalam melakukan transaksi *online* juga akan memunculkan hubungan hukum antara para pihak yang terkait. Pihak-pihak yang terkait dalam transaksi jual-beli *online* ini meliputi : *marketplace*, lapak *online* (*supplier*), jasa pengiriman

³ Eli Wulis Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2015, hlm, 28-29.

(*dropshipper*), dan konsumen, selanjutnya melahirkan hak dan kewajiban bagi para pihak yang terkait.

Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK) telah diatur hak dan kewajiban sebagai pelaku usaha. Pelaku usaha berhak untuk mendapatkan pembayaran yang telah disepakati, berhak memperoleh perlindungan hukum dari konsumen yang tidak beritikad baik, berhak untuk melakukan pembelaan diri dalam penyelesaian sengketa dengan konsumen, berhak untuk mendapatkan rehabilitasi nama baik jika terbukti kerugian konsumen tidak diakibatkan olehnya, sedangkan pelaku usaha berkewajiban mempunyai itikad baik selama melakukan kegiatan usahanya, berkewajiban untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang serta memberikan penjelasan penggunaan dan pemeliharaan, berkewajiban untuk melayani konsumen dengan benar dan jujur, menjamin mutu barang, memberikan kompensasi atau ganti rugi apabila barang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan.⁴ Pasal 9 UU ITE juga menegaskan kewajiban pelaku usaha dalam menawarkan produk yang melalui sistem elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar yang berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan pelaku usaha.

Mengenai hubungan hukum antara para pihak yang terkait transaksi jual beli *online* yaitu sebagai berikut : hubungan hukum *marketplace* dengan lapak *online* (*supplier*) terjadi karena adanya perjanjian kemitraan yang dijelaskan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan, adalah

⁴Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang *Perlindungan Konsumen*.

kerjasama antara Usaha Kecil dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar yang disertai pembinaan dan pengembangan oleh Usaha Menengah atau Besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, memperkuat, dan menguntungkan.⁵ Hubungan hukum konsumen dengan *marketplace* terjadi karena adanya perjanjian jual-beli yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan konsumen agar terlaksananya proses jual-beli, telah diatur dalam Pasal 1 ayat (11) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Hubungan hukum konsumen dengan lapak *online (supplier)* terjadi ketika pihak satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang dan pihak lain membayar harga yang sudah ditetapkan, telah diatur dalam Pasal 1457 KUHPerdara sampai dengan Pasal 1458 KUHPerdara.⁶ Hubungan hukum konsumen dengan jasa pengiriman barang (*dropshipper*) terjadi hanya sebatas menerima dan mengirimkan barang saja, Pasal 28 Undang Undang Nomor 38 Tahun 2009 tentang Pos menjelaskan tentang pengguna layanan pengiriman barang berhak mendapatkan ganti apabila terjadi kehilangan kiriman, kerusakan isi paket, keterlambatan kiriman, ketidaksesuaian antara barang yang dikirim dan yang diterima.⁷ Hubungan hukum *marketplace* dengan *dropshipper* terjadi karena adanya kerjasama antara badan usaha dengan penyelenggara jasa pengiriman, terdapat dalam Pasal 11 Ayat (1) huruf d Undang Undang Nomor 38 Tahun 2009

⁵ Retha Kurnia Wiryo dan Uswatun Hasanah, *Tanggung Jawab Akulaku Atas Kerugian Konsumen Dalam Perjanjian Pembiayaan Konsumen Online*, Prosiding Simposium Hukum Indonesia, Volume 1 No.1 Tahun 2019.

⁶ *Ibid.*

⁷ Aisyah Ayu Musyafah, Hardanti Widya Khasna, Bambang EkoTurisno, *Perlindungan Konsumen Jasa Pengiriman Barang Dalam Hal Terjadi Keterlambatan Pengiriman Barang*, Jurnal Law Reform, Volume 14 No.2, Tahun 2018.

tentang Pos.⁸ Dan hubungan hukum *supplier* dengan *dropshipper* terjadi karena adanya perjanjian kemitraan yaitu adanya kerjasama antara usaha kecil dengan usaha menengah atau usaha besar yang disertai pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah atau usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, memperkuat, dan menguntungkan, sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan.

Setiap pelaku usaha memiliki kebijakan umum masing-masing. Sebagaimana halnya dengan situs-situs belanja *online* yang sekarang ini ada, bukan hanya situs web (*market-place*) yang memiliki kebijakan umum, namun juga para penjual yang memiliki lapak *online(supplier)*, dan jasa pengiriman (*drop-shiper*) juga memiliki beberapa kebijakan. Kebijakan itu umumnya berisikan: syarat layanan, kebijakan privasi, kebijakan pengembalian dana dan barang, dan kebijakan lainnya. Kebijakan umum ini diadakan untuk membatasi adanya pelanggaran yang terjadi dalam melakukan jual-beli *online*. Namun, walaupun telah ada kebijakan, ada saja pelanggaran yang dilakukan oleh konsumen, disamping itu, tidak bisa dipungkiri pelaku usaha juga bisa melakukan terhadap pelanggaran kebijakan yang telah dibuatnya.

Ada sisi positif dan negatif dalam transaksi secara elektronik, sisi positifnya yaitu dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja, semakin banyak produk yang dapat dipilih, dapat membandingkan harga antara situs web satu dengan yang lainnya, terdapat cara pilihan untuk melakukan pembayaran, serta ada juga diskon (potongan harga). Di samping hal positif, terdapat juga pengalaman

⁸Undang Undang Nomor 38 Tahun 2009 tentang Pos.

negatif dalam transaksi jual-beli *online* ini yakni adanya risiko keamanan seperti pencurian data pribadi, dan konsumen tidak dapat melakukan pengujian pada produk, sehingga risikonya adalah memperoleh kualitas produk yang rendah.⁹ Salah satunya seperti barang yang tidak dikirim oleh pelaku usaha, padahal dari pihak konsumen telah mengirim uang (mentransfer) ke nomor rekening yang tertera di lapak pelaku usaha.

Adapun sistem kerja *e-commerce* adalah sebagai berikut : Pertama, konsumen membuka aplikasi *market-place*, kemudian memilih barang yang akan dibeli di salah satu lapak (*supplier*) yang ada di situs web, kemudian menyetujui barang yang akan dibeli, sehingga konsumen melakukan pembayaran via transfer ke nomor rekening perusahaan pengelola situs *market-place* yang telah diberitahu oleh *supplier*. Setelah konsumen mengirimkan bukti pembayaran kepada *supplier*, pihak *supplier* akan melakukan pengiriman barang melalui *drop-shiper*, sehingga *supplier* tinggal menunggu konfirmasi dari konsumen bahwa barang telah sampai. Setelah barang sampai pada pembeli, pihak *supplier* akan menerima sejumlah uang dari perusahaan *market-place*.

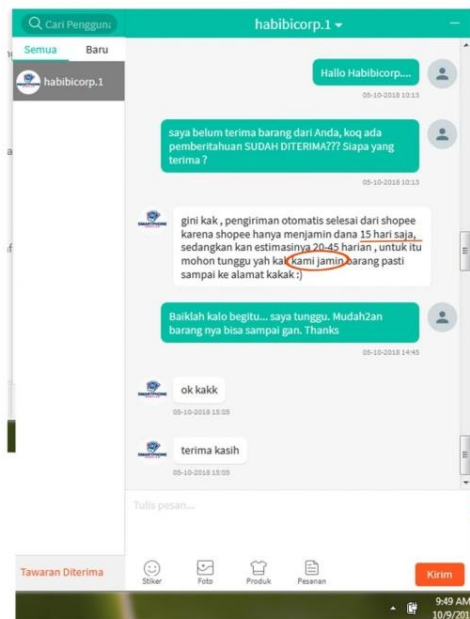
Kerugian yang diderita (konsumen) dalam transaksi *online*, diantaranya setelah konsumen mentransfer sejumlah uang sebagai pembayaran atas harga barang, namun ternyata barang tidak diterima oleh konsumen padahal batas waktu transaksi telah terlampaui. Penerimaan uang tersebut akan langsung masuk pada rekening garansi *marketplace*. Ketika konsumen menanyakan kepada lapak penjual *online* mengenai barang yang belum sampai, lapak penjual

⁹*Ibid.* hlm. 98.

online memberi pesan lewat *inbox* bahwa ia telah mengirimkan barang sesaat setelah konsumen melakukan transfer uang, akan tetapi, faktanya barang belum diterima oleh konsumen. Padahal lapak menentukan bahwa batas waktu dari pengemasan barang ke pengiriman adalah satu hari setelah konsumen melakukan pengiriman dana.

Sementara itu, ada perbedaan fakta antara jawaban yang diberikan dalam notifikasi yang menyatakan bahwa barang telah dikirim melalui jasa pengiriman disertai bukti nomor seri dengan fakta bahwa konsumen belum menerima barang. Padahal *market-place* (Shopee) telah memberikan konfirmasi ke lapak bahwa telah terjadi pembayaran harga suatu barang dan lapak juga mengkonfirmasi bahwa telah dilakukan pengiriman barang ke konsumen.

Permasalahan muncul, saat konsumen telah melakukan pembayaran kepada *market-place* dan telah pula ada konfirmasi pembayaran sehingga ditindaklanjuti oleh lapak dengan melakukan pengiriman barang melalui jasa pengiriman, namun faktanya konsumen masih belum menerima barang yang sudah dipesan padahal pembayaran telah dilakukan, dikarenakan barang yang dipesan oleh konsumen harus dikirim dari luar negeri yang membutuhkan waktu pengiriman lebih dari masa garansi pengembalian dana yaitu 13 (tiga belas) hari.



Gambar 5 : Chatting Saudi P. dengan penjual.
Sumber : mediakonsumen.com, 8 Januari 2020.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perlu dilakukan penelitian tentang bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen yang tidak menerima barang dalam transaksi elektronik yang telah melampaui masa garansi pengembalian dan disertai upaya hukum yang dapat ditempuh oleh konsumen atas tidak diterimanya barang pembelian, sehingga penelitian ini diberi judul Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Akibat Tidak Diterimanya Barang Dalam Transaksi Elektronik.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun permasalahan penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Siapakah yang dapat digugat oleh konsumen akibat tidak diterimanya barang dalam transaksi elektronik yang telah melampaui masa garansi pengembalian dana?

2. Apakah hukum yang dapat ditempuh oleh konsumen atas tidak diterimanya barang dalam transaksi elektronik?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengkaji tentang pihak yang dapat digugat oleh konsumen atas tidak diterimanya barang dalam transaksi elektronik yang telah melampaui masa garansi pengembalian dana.
2. Untuk menganalisis tentang upaya hukum yang dapat ditempuh oleh konsumen atas tidak diterimanya barang dalam transaksi elektronik.

1.4. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dapat diharapkan mempunyai kegunaan, baik kegunaan teoritis maupun kegunaan praktis.

a. Kegunaan Teoritis

1. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi tentang hukum *e-commerce*.
2. Dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan hukum perdata khususnya tentang transaksi elektronik.

b. Kegunaan Praktis

1. Diharapkan dapat memberikan solusi atas suatu masalah yang timbul dalam transaksi elektronik.
2. Dapat memberikan masukan bagi pihak-pihak dalam transaksi jual beli *online* khususnya terkait penyelesaian

permasalahan atas tidak diterimanya barang oleh konsumen.

1.5. Keaslian Penulisan

No	Nama Penulis dan Tahun	Judul Penelitian Terdahulu	Permasalahan	Pembahasan
1.	Jevi Cahya A.P Universitas Sebelas Maret Surakarta Tahun 2014	Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli <i>Online</i> Produk <i>Fashion</i> Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik	1. Bagaimana upaya penyelesaian sengketa ganti kerugian terhadap konsumen <i>onlineshop</i> sesuai dengan Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang ITE. 2. Apa faktor penghambat upaya perlindungan konsumen <i>onlineshop</i> produk <i>fashion</i> .	Penelitian ini membahas tentang upaya penyelesaian ganti kerugian terhadap konsumen <i>onlineshop</i> dikaitkan dengan UUPK dan UU ITE. Disertai dengan faktor yang dapat menghambat perlindungan konsumen.
2.	Anonym Universitas Sumatera Utara	Perlindungan Hukum Terhadap Pengembalian Dana (<i>Refund</i>) Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Media Internet (<i>Online-Shop</i>)	1. Bagaimana proses berjalannya jual beli melalui internet (<i>onlineshop</i>). 2. Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen	Penelitian ini lebih membahas pada jual beli dalam <i>onlineshop</i> , mengetahui bagaimana pengembalian dana (<i>refund</i>) pada

			dalam melakukan transaksi jual beli melalui media internet (<i>onlineshop</i>). 3. Bagaimana kewajiban perusahaan dalam melindungi konsumen saat melakukan transaksi jual beli melalui internet. 4. Bagaimana prosedur pengembalian dana (<i>Refund</i>) konsumen saat transaksi tidak terlaksana dalam jual beli media internet.	konsumen, serta perlindungan hukum bagi konsumen jual beli <i>online</i>, termasuk tindakan kewajiban perusahaan dalam melindungi konsumen jual beli <i>online</i> tersebut.
3.	Tri Mayang Damayanti Universitas Trunojoyo Madura	Wanprestasi Jual Beli Secara Elektronik	1. Bagaimana prosedur terjadinya wanprestasi dalam jual beli secara elektronik. 2. Bagaimana akibat hukum jika terjadi wanprestasi dalam jual beli secara elektronik.	Penelitian ini membahas tentang proses terjadinya wanprestasi dan juga akibat hukum jika terjadi wanprestasi dalam jual beli secara elektronik.
4.	Retha Kurnia Wiyono Universitas Trunojoyo Madura Tahun 2019	Tanggung jawab atas kerugian aplikasi Akulaku dalam pembiayaan konsumen Akulaku	1. Apakah tindakan Akulaku yang telah mewajibkan konsumen untuk membayar angsuran	Penelitian ini lebih membahas pada tindakan Akulaku yang mewajibkan konsumen untuk membayar

			meskipun barang belum diterima itu dapat dibenarkan ? 2.Siapakah yang bertanggung jawab atas belum atau tidak diterimanya produk oleh konsumen melalui aplikasi Akulaku tersebut?	angsuran meski barang belum diterima konsumen dapat dibenarkan, juga yang bertanggung jawab atas tidak diterimanya produk oleh konsumen melalui aplikasi Akulaku.
--	--	--	---	--

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian pertama, fokusnya pada upaya penyelesaian ganti kerugian terhadap konsumen transaksi jual beli *online*, penelitian kedua, lebih mengacu padaperlindungan hukum mengenai pengembalian dana (*Refund*) kepada konsumen dalam transaksi jual beli *online*, sedangkan penelitian ketiga, obyek penelitiannya adalah wanprestasi dalam jual beli secara elektronik, dan penelitian ke empat, obyeknya adalah tindakan Akulaku (sebagai aplikasi pembiayaan konsumen) yang mewajibkan konsumen untuk membayar angsuran meski barang belum diterima serta tanggung jawab atas kerugian aplikasi Akulaku dalam pembiayaan konsumen, Sedangkan obyek penelitian ini adalah pihak yang dapat digugat atas tidak diterimanya barang dalam transaksi elektronik di marketplace setelah melampaui masa garansi pengembalian dana dan upaya yang dilakukan oleh konsumen akibat tidak menerima barang dalam transaksi elektronik.

1.6. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian hukum yang dilakukan untuk memecahkan isu hukum yang sedang diteliti atau proses untuk menemukan hukum dengan mengkaji peraturan perundang-undangan yang berlaku. Kemudian masalah yang dihadapi dapat dianalisis dan dapat memberikan pemecahan atas masalah tersebut.¹⁰

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*). Pendekatan perundang-undangandilakukan dengan membahas undang-undang yang berkaitan dengan isu hukum yang sedang diteliti saat ini.¹¹ Dalam hal ini adalah peraturan perundang-undangan terkait dengan transaksi elektronik.

3. Bahan Hukum

- a. Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang bersifat *autoritatif* artinya yang mempunyai otoritas. Bahan hukum primer yaitu terdiri dari peraturan perundang-undangan, catatan resmi dalam pembuatan perundang-undangan dan putusan hakim.¹² Bahan hukum dalam penelitian terdiri dari :UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, UU Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas UU Nomor 11 Tahun 2008

¹⁰ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Jakarta , Prenadamedia Group, 2016, hlm.60.

¹¹*Ibid.* hlm,113.

¹²*Ibid.* hlm,181.

tentang ITE, UU Nomor 38 Tahun 2009 Tentang Pos, UU Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan, Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

- b. Bahan hukum sekunder yaitu berupa semua publikasi tentang hukum yang bukan dokumen resmi.¹³ Yang diperoleh dari literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan penelitian, seperti penelitian yang telah dilakukan oleh orang lain.
- c. Bahan hukum tersier adalah bahan hukum yang dapat menunjang bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder yang didapat melalui ensiklopedia, dan kamus-kamus hukum.¹⁴

4. Analisis Bahan Hukum

Setelah bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder terkumpul, kemudian bahan hukum tersebut diolah dan dianalisis secara preskriptif. Analisis preskriptif adalah analisis atas isu hukum yang diajukan dengan menggunakan ketentuan-ketentuan hukum yang sedang berlaku. Dalam hal ini, isu hukum tentang tanggung gugat *market-place* dan lapak dalam transaksi jual beli *online* dianalisis menggunakan hukum positif sehingga dapat memberikan kesimpulan tentang perlindungan hukum konsumen akibat tidak diterimanya barang dalam transaksi jual beli *online*.

¹³ *Ibid.* hlm, 181.

¹⁴ Hukumonline, *Tips Dasar Penelitian Hukum*, Senin 16 Mei 2016.

BAB II

ASPEK HUKUM PERJANJIAN JUAL BELI SECARA ELEKTRONIK

2.1. Tinjauan Umum Perjanjian Jual Beli Menurut UU ITE

2.1.1. Pengertian Transaksi Elektronik

Menurut Subekti, perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seorang yang berjanji pada orang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melakukan suatu hal. Dalam Pasal 1313 KUHPerdata, tercantum ketentuan tentang definisi perjanjian, bahwa perjanjian adalah suatu perbuatan yang mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya pada orang lain atau lebih. Sedangkan Pasal 1457 KUHPerdata mengatur tentang jual beli yaitu suatu perjanjian, dengan mana antara pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.

Sejalan dengan era globalisasi dunia, untuk melakukan sebuah perjanjian dapat dilakukan tanpa bertemu langsung antara konsumen dengan pelaku usaha. Di jaman yang serba modern seperti sekarang, kegiatan perdagangan secara elektronik sudah jamak dilakukan. Kegiatan transaksi elektronik mampu menciptakan sistem perdagangan yang tanpa batasan tempat dan waktu. Dengan sarana *e-commerce*, para pelaku usaha mampu melakukan kegiatan perdagangan sampai ke penjuru dunia. Transaksi yang dilakukan melalui *e-commerce* terjadi hanya melalui surat menyurat melalui *e-mail* dan lainnya, juga pembayaran bisa dilakukan melalui internet. Untuk melakukan transaksi jual beli secara elektronik, maka perlu adanya perjanjian untuk menawarkan produk melalui *website*. Perjanjian tersebut berupa perjanjian elektronik yang disepakati oleh para pihak,

dimana para pihak tidak saling bertemu secara langsung, namun melalui sistem elektronik.

Pengertian transaksi elektronik sendiri diatur dalam Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut UU ITE) menyatakan "Perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya". Pasal ini menjelaskan tentang pengertian transaksi elektronik dengan mudah dan dapat dimengerti, dengan pengertian tersebut sudah jelas bahwa dalam perjanjian itu terdapat satu pihak yang mengikatkan dirinya kepada pihak lain.

Dengan adanya UU ITE dapat memberikan dua hal penting yakni, yang pertama memberikan pengakuan transaksi elektronik dan dokumen elektronik dalam rangka hukum perikatan dan hukum pembuktian, sehingga kepastian hukum transaksi elektronik dapat terjamin, dan yang kedua diklasifikasikan tindakan-tindakan yang termasuk kualifikasi pelanggaran hukum terkait penyalahgunaan Teknologi Informasi (TI) disertai dengan sanksi pidananya. Dengan demikian, adanya pengakuan terhadap transaksi elektronik dan dokumen elektronik maka setidaknya kegiatan yang dilakukan *e-commerce* mempunyai dasar hukumnya.¹⁵

¹⁵Setia Putra, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui E-Commerce*, Jurnal Ilmu Hukum, Volume 4 No.2 Tahun 2014.

Menurut Cita Yustisia Serfiani, perjanjian secara elektronik dibuat melalui sistem elektronik seperti serangkaian perangkat dan prosedur elektronik yang berfungsi untuk menyiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumpulkan, mengirim, dan menyebarkan informasi elektronik.¹⁶ Perjanjian dalam transaksi elektronik lahir ketika konsumen membuka dan mengunjungi salah satu aplikasi *website onlineshop*, dan apabila konsumen telah memilih barang yang sesuai keinginan maka tahap selanjutnya konsumen akan diarahkan untuk mengisi serangkaian data *online* untuk melakukan pemesanan yang disebut kontrak elektronik. Dalam Pasal 1 Ayat (17) PP Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, yang dimaksud kontrak elektronik yaitu perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik. Seperti halnya transaksi jual beli konvensional, transaksi dalam *e-commerce* juga terdiri dari tahapan penawaran dan penerimaan, yaitu :¹⁷

a. Penawaran

Menurut Mariam Darus Badruzaman, penawaran yaitu merupakan suatu ajakan untuk masuk ke dalam suatu perjanjian yang mengikat (*invitation to enter into a binding agreement*). Dalam transaksi elektronik sendiri, biasanya penawaran dilakukan oleh *merchant*/penjual dan ditujukan ke alamat *e-mail* (surel atau surat elektronik) calon pembeli atau dapat dilakukan melalui *website* sehingga siapapun dapat melihat penawaran tersebut.

¹⁶ Suwardi, 2015, *Hukum Dagang Suatu Pengantar*, Yogyakarta, Deepublish, hlm.163.

¹⁷ *Ibid*, hlm. 176.

b. Penerimaan

Penerimaan dapat dinyatakan melalui *website* atau surel. Dalam transaksi melalui *website* biasanya terdapat beberapa tahapan yang harus diikuti oleh calon konsumen, yaitu :

1. Mencari barang akan akan dibeli dan melihat deskripsi barang sebelum membelinya.
2. Memilih barang dan menyimpannya dalam keranjang belanja yang tersedia.
3. Melakukan pembayaran setelah yakin dengan barang yang akan dibelinya.

Setelah menyelesaikan ketiga tahapan di atas, maka calon konsumen telah dianggap melakukan penerimaan, dengan demikian telah terjadi kontrak elektronik.¹⁸

Namun, ada yang membedakan antara jual beli secara konvensional dengan *e-commerce*, karena *e-commerce* memakai fasilitas internet, mulai dari lapak jualan, jenis produk, hingga proses pembayaran. Perbedaan ini dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Tempat Usaha

Dalam perdagangan secara konvensional terdapat bangunan, kantor, ruko, maupun pasar. Sedangkan perdagangan secara *e-commerce*, tidak adanya bentuk bangunan hanya saja dalam bentuk alamat situs (website), portal, blog, dan toko *online*.

¹⁸*Ibid.* hlm 176

2. Produk

Produk yang ditawarkan oleh penjual konvensional semuanya berwujud dan dapat disentuh langsung oleh konsumen. Sedangkan produk dalam *e-commerce* berwujud dan tidak berwujud hanya dapat dilihat gambarnya saja, dan tidak semua jenis produk dapat diperdagangkan dalam *e-commerce* karena terkendala pengiriman.

3. Tempat Transaksi

Perdagangan konvensional lokasinya terletak secara geografis, sedangkan perdagangan *e-commerce* letaknya virtual (tidak diketahui lokasinya).

4. Pembayaran

Untuk melakukan pembayaran dalam perdagangan konvensional bisa dilakukan dengan *caracash*, transfer bank, ataupun kartu kredit. Sedangkan untuk pembayaran *e-commerce* juga dapat dilakukan dengan kartu kredit, *online banking*, *cash on delivery* (COD) dan *electronic money*.

5. Pemasaran

Perdagangan konvensional dalam melakukan pemasaran dilakukan secara langsung, sedangkan *e-commerce* dilakukan secara *online marketing*.

6. Gudang

Untuk penyimpanan barang perdagangan konvensional diletakkan dalam bangunan, berbeda halnya dengan *e-commerce* dalam menyimpan barang tidak memerlukan bangunan gudang, hanya berbentuk virtual saja.

7. Penyerahan Barang

Saat melakukan penyerahan barang, perdagangan secara konvensional dapat diantarkan atau diambil secara langsung, namun dalam *e-commerce* diantarkan melalui jasa pengiriman barang dan juga akan dikenakan biaya tambahan untuk itu.

8. *Customer Service* / Layanan Pelanggan

Untuk melakukan pelayanan pelanggan, perdagangan konvensional melakukan kunjungan secara langsung, namun *e-commerce* melakukannya secara *offline* ataupun *online technical support*.

2.1.2. Para Pihak Dalam Transaksi Elektronik

Dalam melakukan suatu transaksi secara Elektronik, tentunya ada pihak-pihak yang ikut terlibat di dalamnya. Perusahaan *e-commerce* (*marketplace*) sebagai penyedia jasa *mall online*, dimana *merchant* (lapak *online*) yaitu merupakan pihak yang menawarkan produknya melalui jasa yang diberikan oleh perusahaan *e-commerce* (*marketplace*). Dalam pelaksanaannya, penyelenggaraan transaksi secara elektronik dilakukan baik dalam ruang lingkup publik maupun dalam ruang lingkup privat. Penyelenggara transaksi secara elektronik dalam ruang lingkup publik dilakukan oleh instansi penyelenggara Negara untuk melayani kepentingan publik.¹⁹

Marketplace (*e-commerce*) sendiri ada 5 (lima) jenis, yaitu *marketplace* horizontal, *marketplace* vertikal, *marketplace* murni, *marketplace* konsinyasi,

¹⁹Dadang Sukandar, 2017, *Panduan Membuat Kontrak Bisnis*, Cianjur, Visimedia Pustaka, hlm.203.

dan *marketplace* global. *Marketplace* horizontal sendiri di dalamnya menawarkan berbagai jenis barang, namun barang yang dijual berkaitan antara barang satu dengan yang lainnya, misalkan seperti menjual barang-barang pria, mulai dari baju, tas, sepatu, dan lainnya, seperti Maskoolin.com.



Gambar 1 : Aplikasi Maskoolin.com
Sumber : Internet, 7 Januari 2020.

Sedangkan *marketplace* vertikal lebih bersifat spesialis, yaitu *website* yang menjual produk hanya satu jenis saja. Misalnya hanya menjual mobil bekas hingga mobil yang baru, ini karena pengunjung dari *marketplace* vertikal sudah pasti mencari barang yang mereka inginkan, seperti Rajamobil.com.



Gambar 2 : Aplikasi Rajamobil.com
Sumber : Internet, 7 Januari 2020.

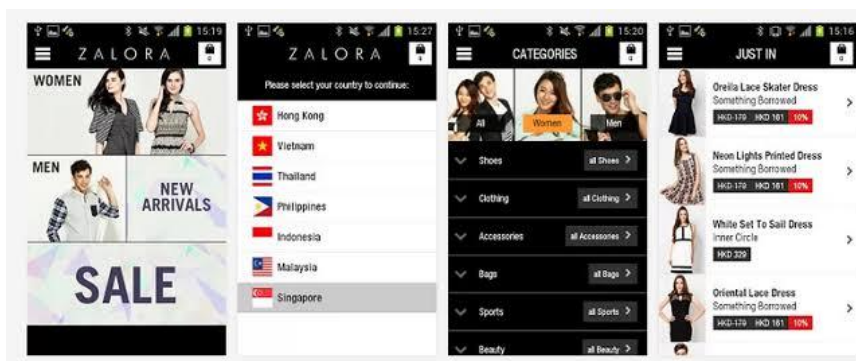
Marketplace murni hanya menyediakan lapak bagi yang ingin menjual suatu barang dan juga menyediakan fasilitas pembayaran, penjual yang melakukan kerjasama dengan *marketplace* lalu diberikan kebebasan, tetapi di sini pelaku usaha berkewajiban untuk menyediakan deskripsi produk dan foto. Konsumen juga dapat melakukan penawaran harga kepada penjual sebelum melakukan pembayaran, dapat dikatakan konsumen bisa melakukan tawar menawar dengan penjual, setelah kedua pihak sepakat atas harga maka konsumen akan mengirimkan sejumlah uang ke nomor rekening yang telah disediakan oleh *marketplace*. Seperti Blibli.com.



Gambar 3 : Aplikasi Blibli.com
Sumber : Internet, 7 Januari 2020.

Marketplace konsinyasi adalah *marketplace* dengan sistem titip barang, penjual yang bekerjasama dengan pihak *marketplace* konsinyasi hanya wajib menyediakan barang dan detail informasi mengenai barang tersebut pada pihak *marketplace*, Zalora dan Berrybenka adalah salah satu *marketplace* yang bekerja sama secara konsinyasi. Pihak *website* yang akan mengurus seluruh penjualan

mulai dari foto barang, gudang, pengiriman barang, hingga dengan fasilitas pembayarannya. Berbeda dengan *marketplace* murni, konsumen dalam *marketplace* konsinyasi tidak dapat melakukan penawaran harga karena seluruh alur transaksi ditangani oleh pengelola *website*.



Gambar 4 : Aplikasi Zalora.com.
Sumber : Internet, 7 Januari 2020.

Dan yang terakhir ada *marketplace* global, jenis ini merupakan *website* dengan berbagai produk dengan jenis yang berbeda.

Sebagai seorang pelaku usaha itu mempunyaikewajiban untukmemberikan informasi dengan benar dan juga jujur atas suatu barang yang ditawarkan kepada konsumen, hal ini sesuai dengan Pasal 9 UUIITE yang dinyatakan bahwa pelaku usaha yang menawarkan suatu barang melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan barang yang ditawarkannya. Sebagai seorang pelaku usaha juga memiliki hak untuk mendapatkan pembayaran dari konsumen atas suatu barang yang dijualnya. Sedangkan kewajiban pelaku usaha juga telah diatur

dalam Pasal 48 Peraturan Pemerintah 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, yaitu :²⁰

1. Pelaku usaha yang menawarkan produknya melalui sistem elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan.
2. Pelaku usaha wajib memberikan kejelasan informasi tentang penawaran kontrak atau iklan.
3. Pelaku usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim apabila tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi pada barang.
4. Pelaku usaha wajib menyampaikan informasi mengenai barang yang telah dikirim.
5. Pelaku usaha tidak dapat membebani konsumen mengenai kewajiban membayar barang yang dikirim tanpa dasar kontrak.

Sedangkan dalam transaksi secara elektronik tersebut, Bank sebagai perantara dalam melakukan pembayaran atau transfer yang dilakukan konsumen, yaitu sebagai penyalur dana atas pembayaran atas suatu produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha (*supplier*) yang ada di salah satu lapak dalam situs *web* yang akan dibeli oleh konsumen dengan lokasinya berjauhan, dengan melakukan transfer dari rekening konsumen kepada rekening perusahaan *e-commerce* (*marketplace*). Di samping itu, dalam transaksi jual beli secara elektronik juga ada pihak jasa pengiriman barang (*dropshipper* atau *Courier*), yaitu sebagai perantara bagi pelaku usaha (*Supplier*) untuk mengirimkan barang yang telah dibeli oleh konsumen yang telah melakukan pembayaran secara transfer.

Prinsip-prinsip yang harus diperhatikan oleh para pihak dalam melakukan transaksi secara elektronik meliputi prinsip itikad baik, prinsip kehati-hatian, dan transparansi, apabila prinsip-prinsip ini tidak dilaksanakan maka akan

²⁰Pasal 48 Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang *Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik*.