

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM PERJANJIAN JUAL BELI SECARA ELEKTRONIK

Tedrick Soetedjo¹ & Andryawan²

¹Program Studi Sarjana Hukum, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: tedrick.205210156@stu.untar.ac.id

²Fakultas Hukum, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: andryawan@fh.untar.ac.id

ABSTRACT

The phenomenon of globalization has become the main cause of the rapid progress in the field of Science and Technology. The fruit of this science and technology progress can be felt, one of which is through the presence of various e-commerce applications in the society. The presence of these e-commerce applications in practice has spoiled the community, both to the sellers and buyers (consumers). Where sellers find it easy to offer their goods and/or services across nations without the need for large capital, such as business land, employee costs (for sales and cashiers), marketing costs, and other costs. On the other hand, buyers are also spoiled by being offered various choices of goods and/or services from sellers all over the world, which they can access anywhere through the grip of their hand. This advantage is a stimulus for the drastic growth of e-commerce users. Thus it is very important and essential to know the legitimacy of these e-commerce transactions and related to the legal protection available, especially for consumers, whom from the beginning are in a vulnerable position in an e-commerce transaction. In this sense, e-commerce transactions themselves are a form of agreement in the field of trade in this modern era. For these transactions, various supporting laws and regulations have been established to facilitate the continuity of e-commerce transactions with the aim of creating a healthy and adequate business transaction environment. The purpose of writing this paper is to review the available laws and regulations to provide a comprehensive knowledge to the parties involved in an e-commerce transaction. So that with this knowledge, it can create a discipline in conducting e-commerce transactions. The research method used is normative research method using secondary data.

Keywords: *e-commerce transactions, online transactions, electronic sales and purchase agreement, good faith principle, validity of e-commerce agreements*

ABSTRAK

Fenomena globalisasi telah mendorong kemajuan yang sangat pesat di bidang Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK). Buah dari kemajuan IPTEK tersebut dapat dirasakan salah satunya melalui kehadiran berbagai aplikasi *e-commerce* di tengah masyarakat. Kehadiran aplikasi *e-commerce* tersebut dalam praktiknya telah memajukan masyarakat, baik dari sisi penjual maupun pembeli (konsumen). Dimana penjual memperoleh kemudahan untuk menawarkan barang dan/atau jasa mereka melintasi batas negara, tanpa memerlukan modal yang besar, seperti lahan usaha, biaya karyawan (*sales* dan kasir), biaya *marketing*, dan biaya-biaya lainnya. Di sisi lain, pembeli pun dimanjakan dengan ditawarkannya berbagai macam pilihan terhadap suatu barang dan/atau jasa dari penjual yang berasal dari seluruh dunia, yang dapat mereka akses dimanapun melalui genggaman tangan mereka. Keunggulan tersebut merupakan stimulus dari pertumbuhan pengguna *e-commerce* yang sangat drastis. Sehingga sangatlah penting dan esensial untuk mengetahui keabsahan dari transaksi *e-commerce* tersebut dan terkait perlindungan hukum yang tersedia khususnya bagi konsumen, yang sedari awal berada pada posisi rentan dalam suatu transaksi *e-commerce*. Dalam kaitannya, transaksi *e-commerce* sendiri merupakan suatu bentuk persetujuan dalam bidang perdagangan di masa modern ini. Yang mana terhadap transaksi tersebut, telah ditetapkan berbagai peraturan perundang-undangan yang mendukung untuk memfasilitasi keberlangsungan transaksi *e-commerce* dengan tujuan untuk menciptakan lingkungan transaksi bisnis yang sehat dan memadai. Tujuan dari penulisan makalah ini adalah untuk mengkaji peraturan perundang-undangan yang tersedia guna memberikan pengetahuan yang komprehensif kepada para pihak yang terlibat dalam transaksi *e-commerce*. Sehingga dengan pengetahuan tersebut, dapat menciptakan suatu ketertiban dalam melakukan transaksi *e-commerce*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian normatif dengan menggunakan data sekunder.

Kata Kunci: *Transaksi e-commerce, transaksi online, perjanjian jual beli elektronik, asas itikad baik, keabsahan perjanjian e-commerce*

1. PENDAHULUAN

Sebagai negara dengan ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara, Indonesia merupakan merupakan rumah bagi lima 'unicorn', yang antara lain adalah Gojek, Tokopedia, Bukalapak, Traveloka, dan OVO. Perdagangan elektronik (*e-commerce*) sendiri memiliki peranan sentral dalam ekosistem ekonomi digital. Yang diartikan dengan transaksi *e-commerce* adalah peristiwa jual-beli barang dan/atau jasa dengan menggunakan jaringan komputer apa pun. Jaringan yang dimaksud bisa dalam bentuk Internet; ekstranet, yang merupakan platform pribadi yang menggunakan teknologi Internet, atau TCP/IP; dan jaringan *electronic data interchange* (EDI).

Pandemi Covid-19 ternyata membawa berkah bagi industri *e-commerce* di Indonesia. Pada tahun 2022 saja, total penjualan pasar online di Indonesia mencapai US\$77 miliar, yang mana sektor *e-commerce* menyumbang 77 persen (US\$59 miliar) dari total nilai ekonomi digital tersebut. Angka ini menunjukkan besarnya kontribusi *e-commerce* dalam revolusi digital masa kini. Peraturan pemerintah dalam mengkampanyekan *physical distancing* selama pandemi telah menyebabkan perilaku masyarakat yang berdiam di rumah. Hal tersebut menyebabkan masyarakat untuk mulai lebih sering menggunakan aplikasi *e-commerce* dalam rangka memenuhi kebutuhan kehidupan mereka sehari-hari. Peristiwa tersebut menyebabkan banyaknya usaha yang mulai berinisiatif menggunakan dan mengembangkan *platform* daring untuk menawarkan dan menjual barang dan/atau jasa mereka.

Pertumbuhan industri *e-commerce* dapat dinilai melalui *Gross Merchandise Value* (GMV). GMV merupakan suatu metrik yang menunjukkan total volume pendapatan yang dihasilkan selama periode waktu tertentu. Metrik GMV ini menunjukkan jumlah dari semua barang dagangan yang terjual selama periode waktu tertentu dan merupakan metode pengukuran yang paling sering digunakan oleh perusahaan *e-commerce*. Menurut laporan e-Conomy SEA 2022 oleh Google, Temasek, dan Bain & Company, nilai GMV *e-commerce* Indonesia telah menunjukkan pertumbuhan eksponensial dari US\$ 1,78 miliar pada 2015, US\$ 25 miliar pada 2019, dan US\$ 59 miliar pada 2022. Menurut laporan yang sama, transaksi *e-commerce* di Indonesia diproyeksikan akan meningkat hampir 50%, dengan GMV pada tahun 2025 diprediksikan menjadi senilai US\$95miliar, naik dari tahun 2022 yang senilai US\$59 miliar. Beberapa faktor yang berkontribusi terhadap pesatnya pertumbuhan industri *e-commerce* antara lain adalah meningkatnya penetrasi penggunaan ponsel dan internet serta tumbuhnya populasi muda yang melek akan teknologi. Selain itu, pertumbuhan statistik yang pesat ini juga didukung oleh banyaknya investor internasional, seperti East Venture, Alibaba, Tencent, Microsoft, SoftBank, dan Sequoia Capital yang telah masuk untuk mengembangkan industri *e-commerce* dalam negeri.

Adanya *e-commerce* telah membuka jalan untuk mengurangi formalitas yang ada berkaitan dengan perjanjian konvensional. Keberadaannya memungkinkan konsumen untuk membeli barang apa saja dalam akses genggamannya. Keberadaan dari *e-commerce* tidak hanya menguntungkan bagi konsumen, akan tetapi juga memudahkan produsen (pelaku usaha) untuk memasarkan dan menjual produknya dengan lebih efisien dan biaya yang rendah. Transaksi *e-commerce* sendiri pada dasarnya tidak berbeda dengan perjanjian konvensional. Perbedaannya hanyalah terkait dengan media/ perantara yang terlibat. Dimana perjanjian konvensional mengharuskan kedua belah pihak untuk ketemu secara nyata. Berbeda halnya dengan transaksi *e-commerce* yang tidak berada di pasar nyata, melainkan di pasar virtual.

Seperti halnya dengan perjanjian konvensional, transaksi *e-commerce* juga dikategorikan sebagai terjalannya suatu persetujuan sesuai dengan ketentuan Buku III KUH Perdata, khususnya terkait bagian umum. Rumusan norma terkait hal tersebut dapat ditemukan pada Pasal 1319 KUH Perdata yang pada pokoknya mengatur semua persetujuan, baik yang nominaat maupun inominaat terikat pada ketentuan umum sebagaimana termaktub pada Buku III KUH Perdata. Lebih konkretnya lagi, penjelmaan terhadap norma tersebut, dapat ditemukan pada Pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata yang pada pokoknya merupakan konkretisasi hukum positif mengenai asas kebebasan berkontrak

dan asas *pacta sunt servanda* (semua persetujuan berlaku mengikat bagi para pihak yang terikat di dalamnya).

Berdasarkan rumusan-rumusan norma di atas, maka merupakan sebuah keharusan bagi perjanjian *e-commerce* untuk memenuhi keseluruhan dari empat syarat sahnya suatu persetujuan, yang rumusan normanya diatur pada Pasal 1320 KUH Perdata. Lebih lanjut lagi, persetujuan di antara para pihak tersebut juga harus sesuai dengan rumusan norma yang terkandung dalam Pasal 1337 KUH Perdata dan dilaksanakan berpedoman dengan Pasal 1338 ayat (3) KUH Perdata, dengan menjunjung tinggi asas itikad baik.

Para pihak setelah mengadakan perjanjian *e-commerce*, maka berlaku pula peraturan perundang-undangan yang bertujuan untuk melindungi kedudukan para pihak dalam persetujuan tersebut. Yang mana perlindungan tersebut diatur kaidah-kaidahnya dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (untuk selanjutnya disebut sebagai “**UU Perlindungan Konsumen**”) dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (untuk selanjutnya disebut sebagai “**UU ITE**”).

Dalam praktiknya, kemudahan yang ditawarkan oleh *e-commerce* tidaklah selalu berdampak positif, akan tetapi juga telah menimbulkan beberapa permasalahan dalam praktiknya, yang berakibat munculnya sengketa di antara para pihak. Yang mana salah satu alasan utama terjadinya sengketa tersebut adalah karena kurangnya interaksi tatap muka, sehingga pada praktiknya condong terjadi perbuatan itikad buruk yang dilakukan oleh para pihak, baik pelaku usaha maupun konsumen. Dalam hal ini, pelaku usaha seringkali tidak menjelaskan ciri-ciri produknya secara lengkap dan benar, sehingga bersifat menyesatkan bagi konsumen. Selain itu, juga dapat ditemukan adanya praktik konsumen yang terkadang membatalkan pesannya secara sepihak, sehingga berpotensi merugikan pihak pelaku usaha. Dari rangkaian peristiwa tersebut dapat terlihat betapa pentingnya prinsip itikad baik sebagai fondasi dari suatu perjanjian *e-commerce* untuk mencegah terjadinya suatu permasalahan. Maka dari itu, untuk mengatasi dinamika permasalahan yang terjadi di dalam masyarakat tersebut, perlu dipedomani peraturan perundang-undangan yang berlaku demi mewujudkan ketertiban bermasyarakat.

Berdasarkan hal tersebut di atas, penulis memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian yang mengkaji permasalahan terkait dengan keabsahan perjanjian *e-commerce* serta perlindungan hukum kepada konsumen yang telah terikat kepada perjanjian *e-commerce* tersebut berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Dengan dilakukannya penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan sumbangan untuk manfaat akademis dan praktis. Dimana dari segi akademis, penulis berharap dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk mengembangkan ilmu pengetahuan hukum khususnya dalam lingkup hukum perdata berkaitan dengan hukum kontrak. Penulis juga mengharapkan dengan penelitian ini, dapat membantu peneliti-peneliti lain untuk memperoleh bahan-bahan kepustakaan yang berkaitan dengan hukum kontrak. Selain itu dari segi praktis, penulis berharap dengan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan yang komprehensif bagi para pihak yang terlibat dalam suatu perjanjian *e-commerce*, baik pelaku usaha maupun konsumen terkait dengan keabsahan perjanjian *e-commerce* dan perlindungan hukum bagi pihak yang terikat di dalam persetujuan tersebut. Selain itu, penulis juga berharap dengan penelitian ini, pemerintah bisa menyadari ada kurangnya kesadaran masyarakat terhadap peraturan perundang-undangan terkait dengan perlindungan konsumen dalam lingkup perjanjian jual beli *e-commerce*.

Berdasarkan uraian di atas dapat dirumuskan masalah, sebagai berikut: (a) bagaimana keabsahan perjanjian jual beli online (*e-commerce*) sebagai persetujuan berdasarkan Pasal 1320 KUH Perdata?; dan (b) bagaimana pengaturan perlindungan hukum bagi konsumen yang mengikatkan diri terhadap suatu perjanjian jual beli *online*?

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian hukum normatif dengan berpedoman pada data sekunder. Bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Mengenai bahan hukum primer, penulis mengkaji kaidah-kaidah hukum positif yang terkait dengan keabsahan perjanjian jual-beli secara elektronik dan yang terkait dengan perlindungan bagi konsumen yang terikat dalam suatu perjanjian jual-beli secara elektronik. Lalu mengenai bahan hukum sekunder, penulis berpedoman pada ahasil penelitian, jurnal ilmiah, dan surat kabar yang berkaitan dengan materi penelitian. Terakhir, terkait dengan bahan hukum tersier, penulis menggunakan kamus hukum dan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) untuk menjelaskan bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Lalu, penulis mengumpulkan data-data dengan melakukan studi pustaka (*library research*) terhadap bahan-bahan hukum tersebut dengan melakukan analisis isi (*content analysis*). Adapun penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan undang-undang (*statutory approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Dimana peraturan perundang-undangan digunakan sebagai dasar awal penulis dalam melakukan analisis terkait dengan masalah-masalah yang terkait. Lalu untuk memperoleh penjelasan yang lebih komprehensif, penulis juga menggunakan prinsip-prinsip hukum yang terkait dengan masalah-masalah yang terkait.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Keabsahan Perjanjian Jual Beli Online (*E-Commerce*) sebagai Persetujuan

Bertitik tolak pada Pasal 1 angka (17) jo. Pasal 1 angka (5) UU ITE, perjanjian *e-commerce*, meskipun dilakukan secara daring, tetap merupakan suatu perjanjian jual-beli yang dapat dipertanggungjawabkan dan memiliki konsekuensi hukum. Dalam hal ini, perjanjian *e-commerce* dengan segala sifatnya, tunduk terhadap prinsip jual beli mendasar sebagaimana tertuang pada Pasal 1457 KUH Perdata yang pada pokoknya mendefinisikan perjanjian jual beli sebagai persetujuan dimana para pihak melakukan suatu perikatan untuk menyerahkan suatu barang dengan imbalan pembayaran sejumlah nominal tertentu sesuai dengan persetujuan yang dilakukan.

Perlu diketahui pula bahwa perjanjian jual-beli konvensional dan perjanjian *e-commerce* didasari atas konsepsi yang sama. Perbedaan diantara keduanya hanyalah perihal media/ perantara yang terlibat dalam mengadakan persetujuan. Dimana dalam suatu perjanjian konvensional, pelaku usaha dan konsumen bertemu secara tatap muka untuk meraih konsensus tentang barang apakah yang dijual atau dibeli dan harga barang tersebut. Yang mana barang dan harga tersebut merupakan unsur essentialia dari suatu perjanjian jual-beli. Namun berbeda halnya dengan perjanjian *e-commerce* yang hanya memerlukan sistem elektronik untuk memfasilitasi terjadinya suatu perjanjian jual beli, tanpa perlunya bertemu tatap muka. Negosiasi dalam perjanjian *e-commerce* dimungkinkan dengan cara melalui sistem elektronik apapun tanpa perlu mempertemukan para pihak dalam suatu tempat guna mencapai konsensus. Yang mana kristalisasi terhadap perbedaan media pada perjanjian *e-commerce* dapat ditemukan pada rumusan norma yang terkandung dalam Pasal 1 angka (2) UU ITE yang mendefinisikan istilah transaksi elektronik sebagai suatu tindakan hukum melalui suatu media elektronik. Media elektronik tersebut dapat berupa komputer dan/atau jaringan komputer. Salah satu perwujudan transaksi elektronik dapat ditemukan pada transaksi *e-commerce*, karena merupakan suatu perbuatan hukum yang melibatkan media elektronik. Sehingga transaksi yang demikian berbeda dengan transaksi

konvensional, dengan tidak menemukan para pihaknya secara langsung atau melalui kuasanya untuk mencapai konsensus dalam suatu transaksi tertentu.

Perjanjian *e-commerce* dapat diklasifikasikan sebagai persetujuan sebagaimana didefinisikan dalam Pasal 1313 KUH Perdata. Bertitik tolak dari hal tersebut, perjanjian *e-commerce* harus memenuhi seluruh empat syarat terjadi persetujuan yang sah sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata, sehingga dapat dinyatakan sebagai suatu persetujuan. Pemenuhan syarat sahnya perjanjian *e-commerce* sebagai suatu persetujuan sesuai dengan Pasal 1320 KUH Perdata diuraikan secara rinci sebagai berikut:

a. Kesepakatan para pihak

Perwujudan dari syarat pertama ini dapat terlihat dari persetujuan yang menganut asas konsensualisme. Persetujuan terjadi ketika adanya pernyataan kesesuaian maksud dari para pihak yang mengadakan persetujuan. Para pihak dalam membuat persetujuan harus menyepakati hal-hal yang diperjanjikan. Para pihak satu ke yang lainnya dalam hal ini menyatakan niat dan keputusannya secara timbal balik. Berpedoman pada Pasal 1321 KUH Perdata, dalam rangka untuk mencapai suatu kesepakatan, maka terlebih dahulu harus memuat pernyataan maksud tanpa adanya unsur kekhilafan, paksaan, atau tipu muslihat.

Pasal 20 ayat (1) UU ITE pada pokoknya mengatur terkait kapan terjadinya suatu transaksi elektronik. Yang mana transaksi elektronik berlangsung ketika disetujuinya oleh konsumen atas penawaran suatu barang dan/atau jasa oleh pelaku usaha. Berdasarkan rumusan norma tersebut, perjanjian elektronik sama halnya dengan perjanjian konvensional yang terjadi ketika dipenuhinya dua unsur, yaitu Penawaran (*Offerte*) dan Penerimaan (*Acceptatie*). Produk pertama kali ditawarkan kepada konsumen oleh suatu toko *online*. Dengan adanya suatu produk dan spesifikasi dari produk tersebut yang ditayangkan dalam suatu aplikasi *e-commerce* tertentu, beserta dengan harga dari produk tersebut, maka telah dipenuhi unsur *Offerte*. Sebelum adanya kesepakatan, negosiasi dapat dilakukan secara elektronik. Lalu jika konsumen telah menerima informasi dan menyepakati spesifikasi produk dan harga yang sesuai, maka pada saat itu terjadi kesepakatan. Penerimaan tersebut ditandai dengan menyelesaikan transaksi *e-commerce* (*checkout* dan membayar sejumlah harga yang disepakati). Dimana konsepsi kata sepakat sendiri dapat diungkapkan secara tertulis, simbolis dan dengan diam-diam. Setelah tahap tersebut, maka perjanjian *e-commerce* dapat terpenuhi, sehingga dapat dipandang sebagai kesepakatan yang sah dan mengikat bagi pihak-pihak yang mengadakan perjanjian tersebut.

Pemenuhan syarat pertama persetujuan ini hanyalah bergantung kepada pihak-pihak dalam suatu persetujuan. Dengan demikian syarat kesepakatan dalam menjalin suatu persetujuan ini diklasifikasikan sebagai syarat subyektif. Terpenuhinya syarat kesepakatan antara pihak-pihak dalam pembuatan suatu perjanjian *e-commerce* menandakan titik dimulainya suatu perjanjian *e-commerce* tertentu dipandang sebagai persetujuan yang sah dan mengikat bagi pihak-pihak yang mengadakan persetujuan tersebut.

Apabila syarat kesepakatan berdasarkan Pasal 1321 KUH Perdata tidak terlaksana pada saat pembuatan suatu persetujuan, maka berakibat persetujuan tersebut dapat dibatalkan. Pihak yang memberikan persetujuan dengan bebas dapat memintakan pembatalan kepada hakim, sehingga persetujuan yang demikian dinyatakan dapat dibatalkan. Akan tetapi, selama persetujuan itu telah dibuat, maka persetujuan tersebut tetap bersifat mengikat bagi pihak-pihak yang telah mengadakan persetujuan, selama tidak adanya putusan hakim yang membatalkan persetujuan tersebut atas permintaan oleh salah satu pihak.

b. Kecakapan untuk Membuat Perjanjian

Konkretisasi terhadap syarat ini dapat ditemukan dalam rumusan norma yang termaktub dalam Pasal 1329 KUH Perdata. Yang dimaksud dengan istilah tidak cakap menurut undang-undang diatur dalam Pasal 1330 KUH Perdata, sebagai: (a) orang-orang yang belum mencapai umur kedewasaan. Yang mana Pasal 330 KUH Perdata mengklasifikasikan orang-orang tersebut sebagai yang belum berusia 21 tahun dan belum kawin; dan (b) orang yang dalam pengampunan.

Dipenuhi atau tidaknya persyaratan ini hanyalah bergantung kepada pihak-pihak dalam suatu persetujuan. Maka dari itu, persyaratan ini diklasifikasikan sebagai syarat subyektif. Dalam hal pihak yang mengadakan persetujuan tidak cakap secara hukum, maka salah satu pihak dapat mengajukan pembatalan persetujuan kepada hakim. Selama tidak dibatalkan oleh hakim, persetujuan itu akan mengikat para pihak yang terlibat. Persetujuan semacam itu disebut dapat dibatalkan.

Untuk mengetahui kapasitas pihak yang membuat suatu kesepakatan dalam transaksi *e-commerce* sangatlah sulit, lantaran kondisi fisik seseorang tidak dapat terlihat secara *online*. Seringkali tidak diketahui apakah orang yang mengadakan kesepakatan sudah dewasa dan tidak berada dibawah pengampunan atau tidak. Dalam hal ini, perjanjian *e-commerce* walaupun telah dibuat oleh seseorang yang tidak cakap secara hukum (melanggar syarat subjektif persetujuan), akan tetapi tidak melanggar syarat obyektif, tetap bersifat sah dan mengikat sampai dibatalkan oleh putusan hakim yang berkekuatan hukum.

Salah satu cara untuk meminimalisir dapat dibatalkannya suatu perjanjian *e-commerce* karena alasan ini adalah bagi aplikasi *e-commerce* untuk mewajibkan para pelaku usaha dan konsumen untuk memasukkan identitas lengkap mereka beserta dengan dokumen pendukung wajib berupa foto KTP, SIM, akta perusahaan atau kartu identitas lainnya. Dengan upaya yang demikian, diharapkan dapat meminimalisir kemungkinan permintaan pembatalan terhadap suatu persetujuan.

c. Suatu Hal Tertentu

Suatu hal tertentu merujuk kepada objek dari suatu persetujuan. Objek ini bisa berupa barang dan/atau jasa serta suatu prestasi. Jenis objek yang dimaksud dalam persetujuan setidaknya-tidaknya harus ditentukan. Objek tersebut juga harus dapat dinilai dengan suatu nominal harga. Dalam transaksi *e-commerce* dapat kita lihat bentuk objek persetujuan berupa informasi elektronik yang berwujud foto yang disertai dengan spesifikasi barang dan informasi terkait lainnya. Hal ini tidaklah sama dengan perjanjian jual beli konvensional, yang memungkinkan pembeli untuk melihat secara langsung bentuk objek persetujuan. Namun demikian, perbedaan tersebut tidak menjadi hambatan untuk terpenuhinya unsur objek tertentu dalam suatu transaksi *e-commerce*.

Dipenuhi atau tidaknya persyaratan ini hanyalah bergantung kepada objek persetujuan. Dapat disimpulkan bahwa syarat yang demikian ini merupakan persyaratan objektif. Sehingga berimplikasi jika tidak diatur suatu objek persetujuan tertentu, maka persetujuan yang demikian batal demi hukum. Frasa batal demi hukum memiliki arti bahwa sedari awal tidak pernah diadakan persetujuan, sehingga tidak terdapat perikatan di antara para pihak. Maka dari itu, sebetulnya tidak terdapat alasan bagi para pihak untuk saling menggugat. Karena ketika syarat objektif tersebut dilanggar, maka secara langsung dipandang sedari awal persetujuan tersebut batal demi hukum, tanpa memerlukan putusan hakim terlebih dahulu.

d. Suatu Kausa yang Halal

Konkretisasi terhadap syarat ini dapat ditemukan dalam rumusan norma yang termaktub dalam Pasal 1335 KUH Perdata. Lebih spesifiknya lagi berdasarkan Pasal 1337 KUH Perdata, dapat ditarik kesimpulan bahwa yang diartikan dengan kausa yang halal adalah kausa yang sesuai

dengan peraturan perundang-undangan, rasa kesusilaan, dan menjunjung tinggi prinsip ketertiban umum.

Kausa sebagaimana dikemukakan di atas mempunyai dua fungsi, yaitu: persetujuan harus ada kausa dan kausa itu harus diperbolehkan. Terpenuhi atau tidaknya kausa-kausanya yang dapat diterima itu hanyalah bergantung kepada objek persetujuan. Maka dari itu, syarat yang demikian diklasifikasikan sebagai syarat objektif. Apabila syarat-syarat tersebut tidak dipenuhi, berimplikasi persetujuan itu batal demi hukum.

Pengaturan Pelindungan Hukum bagi Konsumen yang Mengikatkan Diri terhadap Suatu Perjanjian Jual Beli *Online*

Pasal 1233 KUH Perdata pada intinya mengklasifikasikan suatu persetujuan sebagai salah satu sumber perikatan. Dengan dipenuhinya keseluruhan dari empat syarat sahnya suatu persetujuan dalam perjanjian *e-commerce*, maka berimplikasi lahirnya perikatan di antara pihak-pihak yang mengadakan persetujuan tersebut. Sehingga berakibat timbulnya hubungan hukum yang memuat hak dan kewajiban para pihak tersebut.

Oleh karena itu, baik itu perjanjian jual beli konvensional maupun elektronik (*e-commerce*), pelaku usaha dan konsumen akan diatur hubungan hukumnya berdasarkan UU Perlindungan Konsumen. Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen sendiri merumuskan terkait dengan hak-hak konsumen. Dimana salah satu hak konsumen adalah untuk mendapatkan keselamatan, kenyamanan, dan keamanan sebagai unsur perlindungan konsumen yang esensial. Sehingga berkaitan dengan hak konsumen tersebut, pelaku usaha dengan segala kemudahan yang diberikan oleh aplikasi *e-commerce* tidak berarti dapat menawarkan barang apapun tanpa batasan, melainkan harus menawarkan barang tersebut secara selektif dan terbuka. Dimana untuk mewujudkan kondisi tersebut, sangatlah dibutuhkan itikad baik dari para pihak. Berkaitan dengan asas itikad baik tersebut, juga diatur dalam pasal yang sama terkait dengan hak konsumen untuk memperoleh keterangan yang jelas dan benar perihal keadaan suatu barang. Dalam kaitannya dengan hak tersebut, pelaku usaha wajib menerangkan keterangan terhadap suatu barang yang ditawarkan seterang-terangnya. Hal ini sangatlah esensial demi mewujudkan iklim transaksi elektronik yang kondusif. Sehingga probabilitas praktik penipuan dapat diperkecil dengan pelaksanaan suatu perjanjian jual beli elektronik yang berlandas kepada asas itikad baik.

Ketidaksesuaian bentuk dan karakteristik barang yang dikirimkan oleh pelaku usaha dengan barang yang dijanjikan merupakan salah satu bentuk penyimpangan terhadap asas itikad baik dalam suatu persetujuan. Pelanggaran yang demikian tidak diperbolehkan secara jelas dan tegas oleh undang-undang, sesuai dengan ketentuan Pasal 8 ayat (1) huruf f UU Perlindungan Konsumen. Dimana pasal tersebut tidak memperbolehkan pelaku usaha untuk menjual barang yang tidak sesuai dengan barang yang ditawarkan, khususnya mengenai barang yang ditawarkan melalui aplikasi *e-commerce*. Ganti rugi terhadap perbuatan yang demikian juga secara konkret diatur pada Pasal 4 huruf h dan Pasal 7 huruf g UU Perlindungan Konsumen. Secara perdata sendiri, konsumen dapat menyelesaikan sengketa yang demikian dengan dalil pelanggaran terhadap asas itikad baik dengan didukung adanya pelanggaran terhadap rumusan norma yang termaktub dalam UU Perlindungan Konsumen sebagaimana telah diuraikan di atas atau dengan dalil pihak lawan telah melakukan tindakan wanprestasi (ingkar janji). Upaya hukum gugatan wanprestasi sendiri dapat diajukan, mengingat bahwa perjanjian jual beli elektronik termasuk ke dalam lingkup perjanjian berdasarkan Pasal 1313 KUH Perdata. Sehingga pelanggaran terhadap perjanjian tersebut, berlaku pula ketentuan Pasal 1243 KUH Perdata mengenai wanprestasi. Konsumen dalam kaitannya dengan hal ini, dapat menyelesaikan sengketa yang demikian melalui proses litigasi. Sebagai alternatif, konsumen juga dapat menyelesaikan sengketa yang demikian

secara musyawarah oleh para pihak sendiri (negosiasi) atau penyelesaian sengketa melalui lembaga yang berwenang yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) berdasarkan suatu persetujuan pemilihan forum penyelesaian sengketa. Selain itu, terhadap pelanggaran sebagaimana termaktub pada Pasal 8 ayat (1) huruf f UU Perlindungan Konsumen tersebut, tidak hanya dapat diproses secara perdata dengan meminta ganti rugi, akan tetapi juga dapat diklasifikasikan sebagai suatu perbuatan pidana yang telah merugikan masyarakat berdasarkan Pasal 62 UU Perlindungan Konsumen.

Kristalisasi terhadap kaidah yang mewajibkan suatu persetujuan yang dilandaskan dengan itikad baik sendiri dapat ditemukan pada Pasal 1338 ayat (3) KUH Perdata. Mengenai istilah itikad baik sendiri dapat diartikan secara dua jenis, sebagai berikut: (a) secara objektif: asas kepatutan dan kesusilaan harus menjadi dasar dibuatnya suatu persetujuan; dan (b) secara subjektif: moralitas seseorang yang menjadi dasar dibuatnya suatu persetujuan.

Dalam kaitannya dengan hal ini, keadilan bagi para pihak akan tercapai apabila isi dari persetujuan dan perilaku dari pihak-pihak yang terlibat bersesuaian dengan asas kesusilaan dan kepatutan. Dengan itikad baik, pelaksanaan terhadap suatu persetujuan juga harus didasari atas moralitas yang tinggi sehingga dapat meminimalisir probabilitas terjadinya wanprestasi berkaitan dengan perjanjian jual beli elektronik tersebut, dimana pihak-pihaknya tidak bertemu secara tatap muka.

Rumusan Pasal 1338 ayat (3) KUH Perdata yang mengatur terkait dengan prinsip itikad baik sebagai dasar dari pelaksanaan suatu persetujuan berimplikasi kepada besarnya kewenangan hakim untuk memeriksa dan mengadili permasalahan dalam lingkup hukum kontrak. Walaupun demikian, tentu terdapat batasan-batasan, dimana sepanjang dilaksanakan sesuai dengan undang-undang, maka kewajiban-kewajiban tertulis pihak-pihak yang terikat dalam suatu persetujuan tidak boleh diberhentikan begitu saja oleh hakim dengan alasan “bertentangan dengan itikad baik.”

Lebih lanjut lagi, kewajiban untuk menyajikan keterangan yang jelas, benar dan lengkap secara konkret diatur pada Pasal 9 UU ITE. Yang mana keterangan tersebut harus memuat: (a) identitas pelaku usaha; dan (b) keterangan mengenai barang yang dijual, antara lain mencakup nama dan spesifikasi barang tersebut.

Selama ini tidak sedikit pelaku usaha yang tidak menyadari akan eksistensi hukum yang mengatur kewajibannya tersebut. Di mana ditemukan masih banyaknya praktik toko online yang belum mencantumkan identitas mereka sebagai keterangan wajib menurut undang-undang kepada konsumen. Selain itu, masih banyak deskripsi yang tidak jelas tentang barang yang ditawarkan sehingga berpotensi menyesatkan konsumen. Dimana berdasarkan Pasal 9 UU ITE, deskripsi dari produk yang ditawarkan harus dijelaskan secara benar dan lengkap.

Lebih lanjut lagi, kaidah terkait konsekuensi hukum yang timbul sebagai akibat dari tindakan pelaku usaha dalam suatu perjanjian elektronik yang tidak mencantumkan keterangan benar dan lengkap sehingga berdampak kepada kerugian konsumen dapat diklasifikasikan sebagai suatu delik pidana berdasarkan ketentuan Pasal 45 ayat (2) jo. Pasal 28 ayat (1) UU ITE, yang memuat ancaman pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1 miliar.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Perjanjian jual beli secara *online*, karena secara konsepsinya diklasifikasi sebagai suatu persetujuan berdasarkan Pasal 1313 KUH Perdata, maka untuk dapat dinyatakan sebagai sah dan mengikat bagi pihak-pihak yang mengadakan perjanjian tersebut, terlebih dahulu harus memenuhi empat syarat sahnya suatu persetujuan yang diatur pada Pasal 1320 KUH Perdata. Dapat dikatakan

demikian, karena secara prinsip tidak terdapat perbedaan di antara perjanjian jual beli elektronik dengan perjanjian jual beli konvensional. Yang berbeda di antara keduanya hanyalah sarana dilakukannya suatu perjanjian, dimana perjanjian online dilakukan melalui media elektronik. Berbeda halnya, perjanjian konvensional yang dilakukan dengan cara tatap muka secara langsung.

Perlindungan hukum terhadap para pihak yang terikat dalam suatu perjanjian jual beli secara elektronik sendiri dapat ditegakkan berpedoman kepada UU Perlindungan Konsumen dan UU ITE, yang mengatur secara jelas hubungan hukum di antara pelaku usaha dan konsumen. Selain itu, juga dapat diajukan gugatan wanprestasi apabila terjadi ingkar janji, mengingat bahwa perjanjian jual beli elektronik sebagai suatu persetujuan berdasarkan Pasal 1313 KUH Perdata, berlaku pula ketentuan Pasal 1243 KUH Perdata apabila terjadi wanprestasi. Sehingga berkaitan dengan hal ini, perlindungan hukum juga diperoleh dari Buku III KUH Perdata. Penyelesaian sengketa perdata dari sengketa di bidang perjanjian tersebut sendiri dapat diselesaikan melalui proses litigasi maupun arbitrase dan alternatif penyelesaian sengketa lainnya.

Pemerintah dalam fungsinya sebagai aparat penegak hukum harus dapat lebih berperan aktif dalam mengatur hubungan hukum terkait dengan kedudukan para pihak dalam suatu perjanjian jual-beli secara elektronik. Dimana sekarang ini, seringkali terjadi peristiwa hukum jual-beli secara elektronik yang tidak didasari dengan keterangan yang cukup (identitas penjual dan deskripsi barang/jasa yang dijual). Padahal dapat kita lihat sudah adanya berbagai produk hukum yaitu UU Perlindungan Konsumen dan UU ITE yang telah memberikan perlindungan hukum terkait dengan hal tersebut. Sehingga berkaitan dengan hal tersebut, penulis mengajukan saran terhadap pemerintah agar dapat mensosialisasikan peraturan perundang-undangan tersebut kepada masyarakat secara lebih intensif, sehingga dapat mewujudkan tatanan masyarakat yang tertib hukum.

Ucapan Terima Kasih (Acknowledgement)

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan masukan dan nasihat kepada penulis, guna memperbaiki dan menyempurnakan makalah ini.

REFERENSI

- Baijal, A., Cannarsi, A., & Hoppe, F. (2020, Desember 7). *E-economy sea 2020*. Bain. <https://www.bain.com/insights/e-economy-sea-2020/>.
- Harun, R. S., Dunga, W. A., & Tome, A. H. (2019). Implementasi asas itikad baik dalam perjanjian transaksi jual beli online. *Jurnal Legalitas*, 12(2), 90-99. <https://doi.org/10.33756/jelta.v12i2.5796>.
- Hayes, A. (2022, Februari 8). *What gross merchandise value tells us*. Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/g/gross-merchandise-value.asp>.
- Knight, S. C., & Catherine L. M. (2010) *Electronic commerce*. Oxford Research Encyclopedia of International Studies. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190846626.013.85>.
- Languyu, N. (2015). Kedudukan hukum penjual dan pembeli dalam bisnis jual beli online. *Lex et Societatis*, 3(9), 94-100. <https://doi.org/10.35796/les.v3i9.10173>.
- Rokfa, A. A., Tanda, A. R. P., Anugraheni, A. D., & Kristanti, W. A. (2022). Penyelesaian sengketa sistem pembayaran cash on delivery (cod) pada media e-commerce. *Jurnal Bina Mulia Hukum*, 6(2), 161-173. <http://jurnal.fh.unpad.ac.id/index.php/jbmh/article/view/533>.
- Sakudo, M. (2021, Februari 9). The new normal: Digitalization of msme in Indonesia. *Asia Pacific Foundation of Canada*, <https://www.asiapacific.ca/publication/new-normal-digitalization-msmes-indonesia>.
- Subekti, S. (2001). *Hukum perjanjian (Cetakan ke-17)*, Intermasa.
- Subekti, S. (1996). *Pokok-pokok hukum perdata*, Intermasa.

- Susanti, A. N. (2008). *Proses penyelesaian sengketa konsumen ditinjau dari hukum acara serta kendala implementasinya*. Kencana Prenada Media Group.
- Winarni, L. N. (2015). Asas itikad baik sebagai upaya perlindungan konsumen dalam perjanjian pembiayaan. *DiH: Jurnal Ilmu Hukum*, 11(21), 1-12.
<http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/dih/article/download/442/406>.