



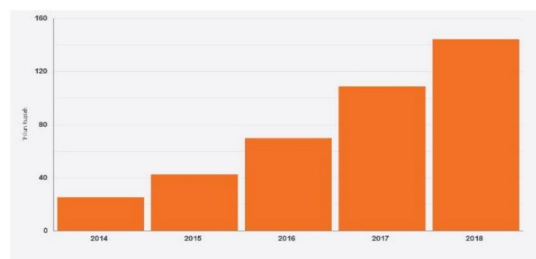
## Pendahuluan

Perkembangan dan kemajuan di bidang teknologi informasi dan komunikasi, telah membawa perubahan dalam cara sebagian masyarakat memenuhi kebutuhan hidupnya. Transaksi jual beli secara konvensional, yakni bertemunya penjual dan pembeli secara langsung kemudian bergeser dengan memanfaatkan teknologi informasi (internet), walaupun ini tidak berarti jual beli secara konvensional telah ditinggalkan. Transaksi jual beli secara *e-commerce*, telah mengubah cara konsumen dalam memperoleh produk yang diinginkannya.<sup>1</sup> Pada saat sekarang orang semakin banyak mengandalkan perdagangan elektronik atau *e-commerce* sebagai media transaksi jual beli.<sup>2</sup>

Sebagian masyarakat tidak jarang berperilaku konsumtif, sehingga tidak mengherankan apabila transaksi *e-commerce* di Indonesia diyakini

mempunyai potensi besar.<sup>3</sup> Hal ini dapat dibaca pada gambar 1 di bawah ini.

Gambar 1.1. Transaksi *E-Commerce* di Indonesia 2014-2018<sup>4</sup>



Gambar 1 tersebut di atas menunjukkan bahwa transaksi *e-commerce* yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia dari tahun ke tahun, setidaknya-tidaknya dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2018 terus mengalami peningkatan. Pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia sendiri terbilang sangat pesat.

Transaksi jual beli yang diatur di dalam KUH Perdata tentu sangat berbeda dengan transaksi jual beli barang secara *e-commerce*. Mengingat dalam transaksi jual beli barang secara *e-commerce* dilakukan tanpa bertemu muka secara langsung dan sebelumnya konsumen (pembeli) dan pelaku usaha (penjual) tidak saling mengenal, hak-hak konsumen dalam transaksi jual beli *online* ini sangat rawan terlanggar

<sup>1</sup>Roberto Ranto, "Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik", *Jurnal Ilmu Hukum Alethea* Volume 2 Nomor 2, Februari 2019, h. 145-164.

<sup>2</sup>Richardus Eko Indrajit, *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, 2001, h. 33, dalam Cindy Aulia Khotimah dan Jeumpa Crisan Chairunnisa, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli-Online (*E-Commerce*)", *Jurnal Business Law Review*: Volume One, h. 14.

<sup>3</sup>Wiwik Rachmarwi, "*E-Commerce*: Studi Tentang Belanja Online di Indonesia", *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, Vol. 6. No. 2 Mei-Agustus 2018.

<sup>4</sup>*Ibid.*

sehingga konsumen memiliki posisi tawar yang lemah.<sup>5</sup> Meskipun transaksi *e-commerce* banyak kelebihan (kemudahan), bukan berarti tanpa masalah. Permasalahan yang muncul antara lain oleh karena pihak penjual (pelaku usaha) dan pembeli (konsumen) secara fisik tidak bertemu langsung, kemungkinan timbulnya kecurangan-kecurangan atau kekeliruan perlu menjadi perhatian terutama dari pihak pembeli (konsumen).

Dampak negatif dari *e-commerce* itu sendiri cenderung merugikan konsumen. Diantaranya dalam hal yang berkaitan dengan produk yang dipesan tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan, dan hal-hal lain yang tidak sesuai dengan kesepakatan sebelumnya. Contoh kasus saat belanja barang secara *online*, tapi barang yang dibeli tidak sama dengan yang dilihat difoto pada iklan yang dipajang.<sup>6</sup> Adanya dampak negatif yang dikemukakan di atas menunjukkan bahwa transaksi jual beli *e-commerce* berisiko cukup besar, terutama dari pihak konsumen karena memiliki posisi tawar yang lemah.. I Putu Erick Sanjaya Putra, dkk., juga mengemukakan

kelemahan dalam mengadakan transaksi secara *online (e-commerce)* sebagai berikut<sup>7</sup>: Tidak bertemunya pihak yang memiliki usaha *online* (penjual) dan konsumen (pembeli) secara langsung dan pihak konsumen (pembeli) tidak dapat melihat barang yang diinginkan secara nyata, dalam arti tidak melihat wujud dan kondisi barang yang sebenarnya, hal ini dapat menimbulkan masalah yang dapat merugikan pembeli dalam melakukan transaksi *online*. Contohnya adalah tidak sesuainya barang yang diperjanjikan.

Memang telah hadir Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen<sup>8</sup> (selanjutnya disingkat UUPK), dimana Pasal 4 huruf c UUPK menyebutkan: “Konsumen berhak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa”. Pasal 7 huruf b UUPK menyebutkan: “Pelaku usaha wajib “memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan”. Mengingat lemahnya perlindungan konsumen pada umumnya

---

<sup>5</sup>Roberto Ranto, *Loc. Cit.*

<sup>6</sup>Cindy Aulia Khotimah dan Jeumpa Crisan Chairunnisa, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online (e-commerce)”, *Jurnal Business Law Review*: Volume One, h. 15.

---

<sup>7</sup>I Putu Erick Sanjaya Putra, et.al., *Loc. Cit.*

<sup>8</sup>Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 22, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821.

jika dibandingkan dengan kedudukan produsen (pelaku usaha) yang relatif lebih kuat, maka pembahasan perlindungan konsumen akan selalu terasa aktual dan selalu penting untuk dikaji.<sup>9</sup>

## **METODE**

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif, dimana bahan-bahan hukumnya dikumpulkan melalui penelitian kepustakaan atau studi dokumen<sup>10</sup>. Pendekatan isu hukum yang diteliti dilakukan dengan pendekatan undang-undang, pendekatan konsep, dan pendekatan perbandingan<sup>11</sup>. Pertimbangan menggunakan tiga pendekatan tersebut, karena yang dikaji adalah ketentuan dalam KUH Perdata, UU ITE dan UUPK, dimana unsur jual beli secara *e-commerce* dipersandingkan dengan UU ITE, sedangkan pendapat para sarjana yang termuat dalam buku-buku literatur dikaji yang relevan dengan isu hukum yang dikemukakan. Selanjutnya analisis terhadap bahan hukum dilakukan dengan cara mengutip dan menelaah pasal-pasal peraturan perundang-undangan yang relevan

---

<sup>9</sup>Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2008, h. 5.

<sup>10</sup>Roni Hanitijo Soemitro, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Cetakan Keempat, Ghalia Indonesia, 1990, h. 1.

<sup>11</sup>Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Prenada Media Group, Jakarta, 2005, h. 93.

dengan isu hukum yang dikemukakan. Pendapat para sarjana yang termuat dalam buku-buku teks (literatur) dikutip untuk dijadikan sebagai landasan teori guna menjawab pertanyaan penelitian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Unsur-unsur jual beli *e-commerce* ditinjau menurut KUH Perdata .**

#### **Jual beli menurut KUH Perdata**

Jual beli di dalam KUH Perdata diatur mulai dari Pasal 1457 sampai dengan Pasal 1540. Menurut Pasal 1457 KUH Perdata pengertian jual beli adalah: “Suatu persetujuan, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan”. Subekti dalam bukunya yang berjudul “Aneka Perjanjian” memberikan pendapat mengenai pengertian jual beli, sebagai berikut<sup>12</sup>: “Jual beli adalah suatu perjanjian bertimbal balik dalam mana pihak yang satu (si penjual) berjanji untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang, sedang pihak yang lain (si pembeli) berjanji untuk membayar harga yang terdiri atas sejumlah uang sebagai imbalan dari perolehan hak milik tersebut”. Jika memperhatikan pengertian jual beli sebagaimana

---

<sup>12</sup>R. Subekti, *Aneka Perjanjian*, Cetakan ketujuh, Alumni, Bandung, 1985, h. 1.

tercantum dalam Pasal 1457 KUH Perdata, serta pendapat Subekti tersebut, maka dapat diketahui bahwa jual beli merupakan suatu perjanjian yang bersifat timbal balik, dimana pihak yang satu (penjual) berjanji untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang dan pihak yang lainnya (pembeli) berjanji untuk membayar sejumlah uang (harga) yang telah disepakati bersama.

Oleh karena jual beli merupakan suatu perjanjian, maka ketentuan yang berhubungan dengan syarat-syarat sahnya perjanjian harus merujuk pada Pasal 1320 KUH Perdata sebagai berikut:

1. Adanya kesesuaian kehendak (kesepakatan) para pihak;
2. Kecakapan para pihak dalam mengadakan perjanjian.
3. Objeknya tertentu;
4. Adanya causa yang halal.

Syarat adanya kesesuaian kehendak para pihak dan kecakapan para pihak dalam mengadakan perjanjian adalah berkaitan dengan unsur syarat subjektif, sedangkan objek yang tertentu dan suatu causa yang halal adalah berkenaan dengan unsur syarat objektif. Tidak dipenuhinya unsur-unsur tersebut mempunyai konsekuensi hukum yang berbeda. Jika unsur pertama dan kedua dari syarat sahnya perjanjian tidak

terpenuhi, maka konsekuensinya adalah perjanjian tersebut dapat dimintakan pembatalan, maksudnya kepada pihak yang merasa dirugikan diberi kebebasan untuk menggunakan haknya untuk pembatalan perjanjian melalui pengadilan. Sedangkan syarat ketiga dan keempat, jika persyaratan tersebut tidak terpenuhi, maka konsekuensi yuridisnya adalah perjanjian tersebut adalah batal demi hukum dan perjanjian itu dinilai tidak pernah dilahirkan (tidak pernah ada).

Jadi, dapat dikatakan bahwa barang dan harga merupakan unsur pokok dari perjanjian jual beli. Jika dalam suatu perjanjian tidak menunjuk kepada dua hal tersebut (barang dan harga/ uang), maka perjanjian itu akan berubah menjadi tukar menukar, atau kalau harga itu berupa jasa, maka perjanjian akan berubah menjadi suatu perjanjian kerja, dan begitulah seterusnya.<sup>13</sup> Berpangkal tolak dari ketentuan Pasal 1457 KUH Perdata tersebut, dalam jual beli terkandung unsur subjek dan objek. Menurut R. Setiawan, suatu perjanjian timbul disebabkan oleh adanya hubungan hukum mengenai harta kekayaan antara dua pihak atau lebih.<sup>14</sup>

<sup>13</sup>*Ibid.*, h. 13.

<sup>14</sup>R. Setiawan, *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*, Cetakan Keempat, Binacipta, Bandung, 1987, h. 5.

Pendukung perjanjian sekurang-kurangnya harus ada dua orang tertentu, masing-masing orang menduduki tempat yang berbeda. Satu orang menjadi pihak kreditor dan yang lain menjadi pihak debitur. Kreditor dan debitur itulah yang menjadi subjek perjanjian. Kreditor mempunyai hak atas prestasi dan debitur wajib memenuhi pelaksanaan prestasi terhadap kreditor.<sup>15</sup>

Jika pendapat R. Setiawan tersebut dikaitkan dengan jual beli, maka para pihak tersebut masing-masing menduduki tempat yang berbeda, satu orang menjadi pihak penjual, yaitu pihak yang berhak atas milik atas barang yang harus diserahkan kepada pembeli, dan seorang lagi menjadi pihak pembeli, yaitu pihak yang wajib memenuhi prestasi berupa membayar harga barang yang telah disepakati. Adapun objek perjanjian adalah prestasi. Jika tidak ada prestasi, maka hubungan hukum yang dilakukan berdasarkan tindakan atau perbuatan hukum tersebut, tidak akan memiliki arti apapun bagi hukum perjanjian.

Pasal 1234 KUH Perdata memberikan pengaturan tentang objek perjanjian sebagai berikut:

1) Untuk memberikan sesuatu;

2) Untuk berbuat sesuatu;

3) Untuk tidak berbuat sesuatu.

Prestasi untuk “memberikan sesuatu” termasuk pemberian sejumlah uang, memberikan benda untuk dipakai (menyewa), penyerahan hak milik atas benda tetap dan/atau benda bergerak. Prestasi untuk “berbuat sesuatu”, misalnya membangun rumah, sedangkan prestasi untuk “tidak berbuat sesuatu”, misalnya: A membuat perjanjian dengan B ketika menjual apoteknya untuk tidak menjalankan usaha apotek di dalam daerah yang sama.

Menurut Gunawan Widjaja dan Kartini Muljadi, ketentuan umum mengenai perikatan untuk menyerahkan sesuatu sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1235 KUH Perdata, dan ketentuan khusus dalam jual-beli yang diatur dalam Pasal 1474 KUH Perdata, dimana penjual memiliki 3 (tiga) kewajiban pokok menurut ketentuan Pasal 1458 KUH Perdata, secara prinsip penjual memiliki kewajiban untuk:

a. Memelihara dan merawat kebendaan yang akan diserahkan kepada pembeli hingga saat penyerahannya;

b. Menyerahkan kebendaan yang dijual pada saat yang telah ditentukan, atau jika tidak telah ditentukan saatnya, atas permintaan pembeli.

---

<sup>15</sup>*Ibid.*



menggunakan internet atau jaringan komputer lainnya. *E-commerce* mengikuti prinsip-prinsip dasar yang sama dengan perdagangan tradisional yaitu, pembeli dan penjual datang bersama-sama guna saling menukarkan barang-barang untuk uang. Tetapi tidak sebagaimana melakukan bisnis dalam cara tradisional, dalam toko-toko dan gedung-gedung yang terbagi atas unit dan kelompok atau melalui katalog surat pesanan dan operator telepon, dalam *e-commerce* pembeli dan penjual melakukan transaksi bisnis melalui jaringan komputer.<sup>21</sup>

Di era digital ini, sekarang semua serba dipermudah. Apapun dapat diakses dengan menggunakan internet. Dimulai dari belanja *online*, pesan makanan *online*, hingga transportasi berbasis *online*. “*E-Commerce* atau perniagaan elektronik merupakan bentuk transaksi perdagangan barang ataupun jasa yang menggunakan media perantara internet”.<sup>22</sup> Dalam sebuah sistem *e-commerce* setidaknya terdapat 4 (empat)

komponen yang diperlukan dalam transaksi *online*<sup>23</sup> :

1. *Store/Marketplace*.
2. Penjual dan Pembeli.
3. *Payment Gateway*.
4. Jasa Pengiriman

Untuk mendapatkan pemahaman terkait 4 (empat) komponen dalam transaksi jual beli secara *online* (*e-commerce*) dapat dilihat pada gambar yang terpampang di bawah ini.



Gambar 2. Komponen dalam Transaksi Online

Berdasarkan gambar tersebut di atas, maka perlu penjelasan terkait dengan komponen-komponen dalam transaksi *online* (*e-commerce*) sebagai berikut:

- 1) *Pertama* adalah adanya *store/marketplace*.

<sup>21</sup>Lia Catur Muliastuti, *Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Jual Beli Melalui Media Internet*, Tesis, Program Studi Magister Kenotariatan, Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro, Semarang, 2010, h. 45.

<sup>22</sup><https://aptika.kominfo.go.id/2017/06/sistem-e-commerce-dan-perlindungan-konsumen/>. Diakses pada 25 Juni 2023.

<sup>23</sup>*Ibid.*





*Packing*/Pengemasan barang, jenis dan kekuatan *packing* sangat berpengaruh terhadap barang yang akan dikirim, apakah barang tersebut bisa selamat tanpa kerusakan yang berarti ataukah tidak. Pada hakikatnya dalam transaksi *e-commerce* tidak dapat berdiri sendiri, karena secara teoretis dinyatakan bahwa paling tidak terdapat 4 (empat) komponen dalam sistem *e-commerce*:

- (a) pihak penyedia *store/marketplace*,
- (b) penjual dan pembeli, yang memiliki fungsi dan tugas berbeda,
- (c) *Payment Gateway*, sistem pembayaran, dan
- (d) Jasa Pengiriman, pihak yang bertanggungjawab untuk pendistribusian barang.<sup>24</sup>

Di Indonesia terdapat beberapa jenis transaksi jual beli secara *online* atau *e-commerce* yang biasanya dilakukan oleh konsumen yang dapat dijelaskan sebagai berikut<sup>25</sup>:

- 1) Transfer Antar Bank.

---

<sup>24</sup><https://www.aprika.kominfo.go.id/2017/06/sistem-e-commerce-dan-perlindungan-konsumen/>. Sistem *e-commerce* dan Perlindungan Konsumen, diakses pada 15 Juni 2023.

<sup>25</sup><https://www.maxmanroe.com/2014/01/3-jenis-transaksi-jual-beli-online-terpopuler-di-Indonesia.html>. Maxmanroe, "5 Jenis Transaksi Jual Beli Online Terpopuler di Indonesia", Blog Maxmanroe, diakses pada 20 Juni 2018.

Transaksi dengan cara transfer antar bank ini merupakan jenis transaksi yang paling umum digunakan oleh para pelaku usaha (penjual *online*). Mekanismenya, konsumen mengirim dana yang telah disepakati kemudian setelah dana masuk (penjual), maka penjual akan mengirimkan barang yang diperjanjikan.

- 2) *Cash On Delivery* (COD)

Jenis transaksi secara *Cash On Delivery* (COD) yaitu, cara pembayaran tunai pada saat barang sudah diterima pembeli.<sup>26</sup> Alasan konsumen memilih jenis transaksi ini karena lebih mudah dilakukan, yaitu ketika barang sudah sampai di tempat konsumen, baru dibayarkan.

- 3) Kartu Kredit.

Kartu kredit merupakan alat pembayaran yang sudah banyak dikenal oleh masyarakat. Di samping memberi kemudahan dana proses verifikasi, pembeli (konsumen) juga tidak perlu melakukan semua tahapan transaksi. Namun karena tidak semua pembeli (konsumen) mempunyai kartu kredit,

---

<sup>26</sup> Cita Yustisia Serfiani, dkk., *Buku Pintar BISNIS Online dan Transaksi Elektronik*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2013, h.289. dalam Ghifara Ayudia Ramadhanty dan Surahmad, "Peralihan Hak Milik atas Barang melalui Jual Beli Online dengan Sistem Cash On Delivery", *Jurnal Ilmu Hukum*, Fakultas Hukum Universitas Riau: Vol. 10, No. 2, Agustus (2021), 361-380.



*secara elektronik*. dua pihak yang bertransaksi haruslah melakukan aktifitas perjanjian tertentu sehingga proses pembelian dapat dilakukan dengan sah, benar, dan aman. Pembelian antara dua entitas bisnis biasanya dilakukan melalui jaringan tertentu, seperti EDI (*Electronic Data Interchange*) atau ekstranet.<sup>29</sup>

Setelah transaksi usai dilakukan dan produk telah didistribusikan ke tangan konsumen, barulah proses terakhir, yaitu aktifitas *purna jual*, dijalankan. pada tahapan ini penjual dan pembeli melakukan berbagai aktivitas atau komunikasi, seperti:

- a). keluhan terhadap kualitas produk;
- b). pertanyaan atau permintaan informasi mengenai produk-produk lain;
- c). pemberitahuan akan produk-produk baru yang ditawarkan;
- d). diskusi mengenai cara menggunakan produk dengan baik target dari interaksi ini adalah agar dikemudian hari terjadi kembali transaksi bisnis antara kedua pihak yang didasari pada kepuasan pelanggan<sup>30</sup>.

Selanjutnya *pasca pembelian*, yaitu pelayanan purna jual. Proses ini dapat

dilakukan melalui jalur konvensional, seperti telepon, atau jalur internet, seperti *e-mail, teleconference, chatting* dan lain-lain. Dari interaksi tersebut diharapkan *customers* dapat datang kembali dan melakukan pembelian produk atau jasa di kemudian hari.<sup>31</sup>

Transaksi *e-commerce* ini jika ditinjau menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 (UU ITE) digunakan istilah transaksi elektronik, sebagaimana disebutkan dalam Pasal 1 angka 2 UU ITE yang menyebutkan bahwa “Transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer dan/atau media elektronik lainnya”. Pengertian perbuatan hukum merupakan perbuatan-perbuatan dari subjek hukum yang dimaksudkan untuk menimbulkan suatu akibat hukum.<sup>32</sup> Perbuatan hukum tersebut dibedakan menjadi dua, yaitu perbuatan hukum bersegi satu, dimana perbuatan hukum ini untuk terjadinya cukup dengan pernyataan kehendak dari seorang saja. Misalnya, pembuatan testamen (surat wasiat). Kemudian perbuatan hukum bersegi dua, yaitu suatu perbuatan yang untuk terjadinya disyaratkan adanya kata sepakat antara

---

<sup>29</sup>Sugeng Santoso, *Loc. Cit.*

<sup>30</sup>*Ibid.*, h. 26.

---

<sup>31</sup>Sugeng Santoso, *Op. Cit.*, h. 227.

<sup>32</sup>R. Setiawan, *Op. Cit.*, h. 12.

dua orang atau lebih.<sup>33</sup> Misalnya, jual beli.

Menurut Pasal 46 Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik disebutkan bahwa:

1. Transaksi Elektronik dapat dilakukan berdasarkan Kontrak Elektronik atau bentuk kontraktual lainnya sebagai bentuk kesepakatan yang dilakukan oleh para pihak;
2. Kontrak Elektronik dianggap sah apabila:
  - a. terdapat kesepakatan para pihak;
  - b. dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau yang berwenang mewakili sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
  - c. terdapat hal tertentu; dan
  - d. objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, dan ketertiban umum.”

Sementara itu dalam Pasal 18 ayat (1) UU ITE menyatakan bahwa “Transaksi Elektronik yang dituangkan ke dalam Kontrak Elektronik mengikat para pihak.”. Berdasarkan ketentuan regulasi tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa transaksi elektronik atau kontrak elektronik merupakan salah

<sup>33</sup>*Ibid.*

satu bentuk perjanjian yang sah sebab terdapat subjek dan objek perjanjian, dengan syarat objek perjanjian dalam transaksi elektronik tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan dan ketertiban umum.

### **Kajian unsur jual beli *e-commerce* menurut KUH Perdata**

Transaksi *online* (*e-commerce*) merupakan hubungan hukum keperdataan didasarkan atas perjanjian. Dalam dunia bisnis perjanjian memiliki arti penting karena akan menjadi pegangan, pedoman, alat bukti bagi para pihak. Dalam doktrin ilmu hukum secara umum perjanjian didefinisikan sebagai kesepakatan para pihak tentang sesuatu hal yang melahirkan perikatan/hubungan hukum, menimbulkan hak dan kewajiban. “Perjanjian melahirkan perikatan yang menimbulkan akibat hukum bagi para pihak yaitu berupa hak dan kewajiban secara timbal balik antara para pihak”.<sup>34</sup>

KUH Perdata merupakan sumber hukum perjanjian. Pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata yang berbunyi: “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”, sehingga

<sup>34</sup>J. Satrio, *Hukum Perikatan, Perikatan yang Lahir dari Perjanjian*, Buku 1. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1995, h. 23. (Selanjutnya disebut J. Satrio II)

para pihak dapat menjadikan perjanjian sebagai jaminan kepastian hukum. Para pihak diharapkan dapat menjalankan kesepakatan yang telah diatur dalam substansi perjanjian tersebut.<sup>35</sup> Dalam konsep KUH Perdata, jual beli adalah “Suatu persetujuan, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan” (Pasal 1457). Sedangkan transaksi jual beli *e-commerce* merupakan suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer atau internet sebagai perantara dalam transaksi bisnis.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat persamaan dan perbedaan yang mendasar antara perjanjian jual beli biasa (konvensional) dengan jual beli online (*e-commerce*). Persamaan yang nampak antara jual beli menurut konsep KUH Perdata dengan transaksi *e-commerce* adalah ada penjual, pembeli, barang dan harga. Adanya penggunaan media

teknologi komunikasi seperti internet merupakan hal yang menjadi pembeda antara konsep KUH Perdata dengan praktik transaksi *e-commerce*.

Terkait dengan para pihak dalam transaksi jual beli. Pada transaksi melalui internet (jual beli online atau *e-commerce*) sebenarnya sama saja dengan kegiatan jual beli yang dilakukan secara konvensional (KUH Perdata), yaitu pihak penjual dan pembeli. Hanya saja yang menjadi pembeda adalah dalam transaksi jual beli online atau *e-commerce* para pihak tidak perlu bertemu secara langsung melainkan berkomunikasi melalui media elektronik atau internet. Para pihak dalam transaksi *e-commerce* lebih dikenal sebagai merchant yang melakukan penjualan dan buyer yang berperan sebagai pembeli. Selain pelaku usaha dan konsumen, dalam transaksi perdagangan melalui media internet juga melibatkan provider sebagai penyedia jasa layanan jaringan internet dan bank sebagai sarana pembayaran. Berdasarkan pembahasan dan uraian tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa unsur-unsur dalam transaksi jual beli *e-commerce* pada intinya memenuhi unsur-unsur jual beli menurut KUH Perdata yaitu ada penjual (merchant), pembeli (buyer), serta barang dan harga.

---

<sup>35</sup> Niru Anita Sinaga, “Implementasi Hak Dan Kewajiban Para Pihak Dalam Hukum Perjanjian”, *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara*, Fakultas Hukum Universitas Suryadharma. 2019, 10 (1), ISSN. 26564041, h.3 dalam I Wayan Gde Wiryawan, “Urgensi Perlindungan Kurir Dalam Transaksi ECommerce Dengan Sistem COD (*Cash On Delivery*)”, *Jurnal Analisis Hukum (JAH)*, Vol. 4 No. 2, September 2021, h. 193.



konsumen merupakan pembeli dari barang dan/atau jasa tersebut.<sup>40</sup> Terkait dengan definisi Pasal 1 angka 2 UUPK ini, Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo memberikan pendapatnya sebagai berikut<sup>41</sup>: Penggunaan 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 tersedia dalam masyarakat,” apabila dihubungkan dengan anak kalimat yang menyatakan, “bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain,” tampak ada kerancuan di dalamnya.

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

<sup>40</sup>Abdul Halim Barkatullah, *Hak-hak Konsumen*, Nusa Media, Jakarta, 2010, h. 30.

<sup>41</sup>Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Edisi Revisi, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2015, h. 4-5.

maupun untuk orang lain. Sedangkan Istilah pelaku usaha merupakan pengertian yuridis dari istilah produsen.<sup>42</sup> Produsen sering diartikan sebagai pengusaha yang menghasilkan barang dan jasa. Dalam pengertian ini termasuk diantaranya pembuat, grosir, leveransir, dan pengecer professional, yaitu setiap orang/badan yang ikut serta dalam penyediaan barang atau jasa hingga sampai ke tangan konsumen.<sup>43</sup>

Menurut Pasal 1 angka 3 UUPK, yang dimaksud dengan pelaku usaha adalah sebagai berikut:

Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan 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, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Dalam Penjelasan Pasal 1 angka 3 UUPK disebutkan bahwa pelaku usaha yang termasuk dalam pengertian ini adalah perusahaan, korporasi, BUMN,

<sup>42</sup> N.H.T Siahaan, *Hukum Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, Cet.1, Grafika Mardi Yuana, Bogor, 2005, h. 24.

<sup>43</sup>A.P.A.S, Ecclesia Sulistyowati dan Tri Wisudawati, *Hukum Perlindungan Konsumen (Suatu Pendekatan Praktis dan Aplikatif)*, Pustaka Baru Press, Yogyakarta, 2022, h. 4.





Sedangkan kewajiban konsumen tercantum dalam Pasal 5 UUPK yang menyebutkan bahwa kewajiban konsumen, yaitu:

- a) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan;
- b) Beriktikad 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 secara patut.
- e) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan;
- f) Beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- g) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- h) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

#### **Hak dan kewajiban pelaku usaha**

Sebagai salah satu subjek dalam hukum perlindungan konsumen, pelaku usaha pun mempunyai hak dan

kewajiban. Pada prinsipnya hak utama pelaku usaha adalah menerima pembayaran sesuai dengan kondisi dan nilai tukar barang atau jasa yang diperdagangkan. Pasal 6 UUPK mengatur mengenai hak-hak pelaku usaha sebagai berikut:

- 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 yang beriktikad 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.

Sedangkan kewajiban pelaku usaha tertuang dalam Pasal 7 UUPK sebagai berikut:

- a) Beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;

- b) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi 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 atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e) Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan atau garansi atas barang yang dibuat atau diperdagangkan;
- f) Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g) Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan perjanjian.

### **Bentuk perlindungan hukum kepada konsumen menurut UUPK**

Dalam melakukan transaksi *e-commerce*, tidak tertutup kemungkinan bahwa barang yang telah dipesan oleh

konsumen tidak sesuai dengan yang diperjanjikan, sehingga konsumen merasa dirugikan yang melahirkan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha. Itulah sebabnya perlu adanya perlindungan kepada konsumen. Menurut Zulhan sebagaimana dikutip oleh Monika Sasmitha Sekar Kirana dan Dona Budi Kharisma, mengemukakan bahwa lingkup perlindungan konsumen dapat dibedakan dalam 2 (dua) aspek, yaitu:<sup>45</sup>

1. Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati;
2. Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.

Konsep bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen menurut UUPK tercantum dalam Pasal 45 ayat (1), (2), dan ayat (4), sebagai berikut:

Ayat (1) Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau

---

<sup>45</sup>Monika Sasmitha Sekar Kirana dan Dona Budi Kharisma, "Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli *Online*", *Sovereignty : Jurnal Demokrasi dan Ketahanan Nasional*, Volume 1, Nomor 3, Year 2022, h. 414.

melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.

Ayat (2) Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan dan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.

Ayat (4) Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau para pihak yang bersengketa.

Sementara itu dalam Pasal 1 angka 8 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) disebutkan: "Sengketa konsumen adalah sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen yang menuntut ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau yang menderita kerugian akibat mengkonsumsi barang dan/atau memanfaatkan jasa". Pada umumnya, penyelesaian sengketa terdiri atas 2 (dua) bentuk, yakni penyelesaian

sengketa secara litigasi dan nonlitigasi.<sup>46</sup>

Pasal 23 UUPK menyebutkan: "Pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (1), ayat (2), ayat (3), dan ayat (4), dapat digugat melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen". Ketentuan Pasal 23 UUPK memberi petunjuk kepada konsumen bahwa jika pelaku usaha menolak tuntutan konsumen untuk memberikan kompensasi atau ganti rugi yang dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, maka konsumen dapat menggugat pelaku usaha melalui BPSK. BPSK sebagai lembaga yang dibentuk dan diatur dalam undang-undang yang tugas utamanya adalah menyelesaikan sengketa atau perselisihan antara konsumen dan pelaku usaha. Penyelesaian sengketa konsumen yang dilakukan di BPSK

---

<sup>46</sup>Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003, h. 308 - 309.



barang dan harga masih ada pihak-pihak terkait yang terlibat, yaitu *Acquirer* (perantara penagihan), *Issuer* (perusahaan yang menerbitkan kartu kredit yang dapat digunakan oleh nasabah/konsumen), dan *Certification Authorities* (pihak ketiga yang netral pemegang hak untuk mengeluarkan sertifikasi) serta ekspedisi (jasa pengiriman). Dalam transaksi jual beli secara *online (e-commerce)* tidak tertutup kemungkinan bahwa barang yang dijadikan objek perjanjian tersebut tidak sesuai dengan yang diperjanjikan atau ditunjukkan dalam iklan/gambar yang terlihat pada layar HP atau laptop atau komputer, sehingga membawa kerugian pihak konsumen, akhirnya menimbulkan sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha. Untuk memberikan perlindungan terhadap hak-hak konsumen yang merasa dirugikan, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) memberi alternatif bentuk perlindungan kepada konsumen. Berdasarkan ketentuan Pasal 45 ayat (2) UUPK, konsumen dapat memilih apakah harus ditempuh melalui jalur pengadilan (litigasi) atau diluar pengadilan (non litigasi) atas dasar pilihan sukarela para pihak yang bersengketa. Jika memilih menyelesaikan melalui jalur litigasi,

konsumen dapat menggugat pelaku usaha atas dasar bahwa pelaku usaha telah melakukan wanprestasi, karena pelaku usaha telah mengirimkan barang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan. Jika konsumen memilih jalur non litigasi, maka konsumen dapat mengajukan sengketa tersebut kepada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Penyelesaian melalui BPSK ini dapat dilakukan secara mediasi, konsiliasi, atau dengan cara arbitrase, dan hasil penyelesaian oleh BPSK adalah berupa kesepakatan yang bersifat *win-win solution*, serta dijamin kerahasiaan sengketa tersebut. Meskipun putusan BPSK bersifat final, jika ada salah satu pihak yang keberatan terhadap putusan BPSK, ia dapat menggugat putusan BPSK tersebut ke pengadilan negeri atau ke Mahkamah Agung (MA) asal sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

##### **Buku:**

Barkatullah, Abdul Halim, *Hak-hak Konsumen*, Nusa Media, Jakarta, 2010.

Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Cetakan Keempat, Balai Pustaka, Jakarta, 2005  
Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Cetakan Keempat, Balai Pustaka, Jakarta, 2005.

Indrajit, Richardus Eko, *E-Commerce; Kiat dan Strategi Bisnis di Diunia*



- Khotimah, Cindy Aulia dan Jeumpa Crisan Chairunnisa, *"Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online (e-commerce)"*, Jurnal Business Law Review: Volume One.
- Muliastuti, Lia Catur Lia Catur, *Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Jual Beli Melalui Media Internet*, Tesis, Program Studi Magister Kenotariatan, Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro, Semarang, 2010.
- Perdana, Arya Putra, Azhar Muttaqin, Sofyan Arief, *"Perlindungan Hukum Konsumen dalam Jual Beli Online dengan Jasa Escrow"*, Notary Law Journal Vol. 1 Issue 2 April 2022.
- Pradana, Mahir, *"Klasifikasi Bisnis E-Commerce di Indonesia"*, Jurnal Modus Vol.27 (2): 163-174, 2015.
- Rachmarwi, Wiwik, *"E-Commerce: Studi Tentang Belanja Online di Indonesia"*, Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana, Vol. 6. No. 2 Mei-Agustus 2018.
- Ranto, Roberto, *"Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik"*, Jurnal Ilmu Hukum Alethea Volume 2 Nomor 2, Februari 2019.
- Santoso, Sugeng, *"Sistem Transaksi E-Commerce Dalam Perspektif KUH Perdata dan Hukum Islam"*, Jurnal AHKAM, Volume 4, Nomor 2, November 2016.
- Serfiani, Cita Yustisia, dkk., *Buku Pintar Bisnis Online dan Transaksi Elektronik*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2013, dalam Ghifara Ayudia Ramadhanty dan Surahmad, *"Peralihan Hak Milik atas Barang melalui Jual Beli Online dengan Sistem Cash On Delivery"*, Jurnal Ilmu Hukum, Fakultas Hukum Universitas Riau: Vol. 10, No. 2, Agustus (2021), 361-380.
- Sinaga, Niru Anita, *"Implementasi Hak Dan Kewajiban Para Pihak Dalam Hukum Perjanjian"*, Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara, Fakultas Hukum Universitas Suryadharma. 2019, 10 (1), h.3 dalam I Wayan Gde Wiryawan, *"Urgensi Perlindungan Kurir Dalam Transaksi ECommerce Dengan Sistem COD (Cash On Delivery)"*, Jurnal Analisis Hukum (JAH), Vol. 4 No. 2, September 2021.
- Umardani, Mohamad Kharis, *"Jual Beli Berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Dan Hukum Islam (Al Qur'an-Hadits) Secara Tidak Tunai"*, Journal of Islamic Law Studies (JILS) Volume 4 No. 1 (2020).
- Wariati, Ambar, *"E-Commerce Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen"*, PRO-BANK, Jurnal Ekonomi & Bisnis, Edisi Nopember 2014. Vol. 1. No. 2.
- Peraturan Perundang-Undangan:  
Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.  
Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata).  
Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dengan segala perubahannya.  
Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.  
Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dengan segala perubahannya.  
Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.  
Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.  
Peraturan Mahkamah Agung Nomor 01 Tahun 2006 tentang Tata Cara Pengajuan Keberatan Terhadap Putusan Arbitrase Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.



Peraturan Menteri Perdagangan Nomor  
72 Tahun 2020 tentang Badan  
Penyelesaian Sengketa Konsumen.

Keputusan Menteri Perindustrian dan  
Perdagangan Nomor  
350/MPP/Kep/12/2001 tentang  
Pelaksanaan Tugas dan Wewenang  
Badan Penyelesaian Sengketa  
Konsumen.