

Tinjauan Yuridis Pembelian Barang Lewat *E-Commerce* dan Permasalahannya

Skripsi
Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Ilmu Hukum
Program Kekhususan Hukum Perdata



Diajukan Oleh :

Seila Anabella

30301609788

**PROGRAM STUDI (S.1) ILMU HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG (UNISSULA)
SEMARANG
2022**

**Tinjauan Yuridis Pembelian Barang Lewat *E-Commerce* dan
Permasalahannya**



NIDN : 06-1807-6001

Tinjauan Yuridis Pembelian Barang Lewat *E-Commerce* dan
Permasalahannya

Dipersiapkan dan disusun oleh
Seila Anabella
30301609788

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal 23 Agustus 2022
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat dan lulus

Tim Penguji
Ketua,

Dr. Arpangi., S.H., M.H
NIDN: 06-1106-6805

Anggota

Dr. Peni Rinda Listvawali., S.H. M.Hum
NIDN: 06-1807-6001

Anggota

Dr. Hj. Siti Ummu AdilJah, SH, M.Hum
NIDN: 06-0504-6702

Mengetahui,
Dekan Fakultas Hukum UNISSULA

Dr. Bambang Tri Bawono, S.H., M.H
NIDN: 06-0707-7601

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Seila Anabella

NIM : 30301609788

Fakultas : Hukum

Jurusan : Ilmu Hukum

Dengan ini saya menyatakan bahwa, karya tulis yang berjudul :

Tinjauan Yuridis Pembelian Barang Lewat E-Commerce dan Permasalahannya Adalah benar hasil karya saya dan penuh kesadaran bahwa saya tidak melakukan tindak plagiasi atau mengambil alih seluruh atau sebagian besar karya tulis orang lain tanpa menyebutkan sumbernya. Jika dikemudian hari saya terbukti melakukan tindakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Semarang,

Yang menyatakan,



Seila Anabella

NIM : 30301609788



SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Seila Anabella

NIM : 30301609788

Fakultas : Hukum

Jurusan : Ilmu Hukum

Dengan ini saya menyerahkan Karya Ilmiah berupa skripsi yang berjudul :

Tinjauan Yuridis Pembelian Barang Lewat *E-Commerce* dan Permasalahannya, Menyetujui menjadi Hak Milik Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang serta memberikan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif untuk disimpan, dialih mediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikan di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiatisme dalam Karya Ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang,

Yang menyatakan,



Seila Anabella

NIM : 30301609788

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

- I. “Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) maka kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Allah hendaknya kamu berharap”. (**Q.S Al – Insyirah 6-7**)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Bapak dan Ibu, yang tiada henti-hentinya selalu memberikan motivasi, semangat, doa dan nasihat kepada penulis.
2. Almamater Fakultas Hukum Unissula Angkatan 2016.



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr.wb

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Tinjauan Yuridis Pembelian Barang Lewat *E-Commerce* dan Permasalahannya**, Dengan maksud untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Hukum Strata Satu (S-1) di Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta motivasi dari berbagai pihak yang diberikan kepada penulis. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih untuk kedua orang tua penulis Bapak Hamas Ghanny dan Ibu Sri Miyatun yang selalu memberikan kasih sayang, nasehat serta doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terimakasih yang mendalam kepada :

1. Bapak Prof.Dr.H.Gunarto.,SH.,SE.Akt.,M.Hum selaku Rektor Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Bapak Dr.Bambang Tri Bawono.,SH.,M.H selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Ibu Dr.Hj.Widayati,S.H.,M.H selaku Dekan I dan Bapak Arpangi,S.H.,M.H selaku Dekan II Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Ibu Dr.Aryani Witasari.,S.H.,M.Hum selaku Kepala Prodi S-1 Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

5. Ibu Dr.Hj.Siti Ummu Adillah.,S.H.,M.Hum selaku Dosen Wali penulis yang selalu memberikan arahan dan motivasi.
6. Bapak dan Ibu Dosen beserta Staf Karyawan Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
7. Ibu Dr.Peni Rinda Listyawati.,S.H.,M.Hum selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, motivasi, bantuan, kritik, dan saran yang dengan sabar, ikhlas, semangat dan sepenuh hati sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Kakaku perempuan Nia nauval muthia yang selalu support dan selalu merangkul adekmu ini, serta Mas Diki, Mas Iwan, Mas Meny, Ka uwie, Mas Andika, Mas Deva dan Dek sania yg selalu ada buat saya
9. Teruntuk Adisty Prihananda yang selalu membantu, mendukung apapun keputusanku, dan menemani perjalanan penulis hingga saat ini.
10. Teruntuk Filia Neyza Adina anak cantik yang bisa membuat penulis menyelesaikan studi ini, mama bisa karena kamu.
11. Untuk sahabat saya Sabrina ridani faulika, Saffanah Setya, Salma Hafidzah dan Divaazmia yang selalu mendengarkan keluhan saya setiap saat dan selalu support saya.
12. Teman – Teman Mahasiswa Fakultas Hukum Islam Sultan Agung Semarang Angkatan 2016, yang saling memberikan informasi serta saling memberi semangat.
13. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Penulis memohon saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaannya dan semoga bermanfaat bagi kita semua.

Wassalamualaikum wr.wb

Semarang, Agustus 2022

Seila Anabella



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
ABSTRAK	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian.....	6
a Manfaat Teoritis	6
b Manfaat Praktis.....	6
E. Terminologi.....	6
F. Metode Penelitian.....	8
a Metode Pendekatan	8
b Spesifikasi Penelitian.....	8
c Sumber Data Penelitian	9
d Metode Pengumpulan Data	10
e Metode Analisis Data	10
G. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Tinjauan Umum tentang Perjanjian Jual-Beli	13
a. Pengertian Jual-Beli.....	13
b. Syarat Sahnya Perjanjian Jual-Beli	14

c. Unsur – Unsur Perjanjian Jual-Beli	17
d. Batalnya Suatu Perjanjian Jual-Beli	17
B. Tinjauan Umum tentang <i>E-Commerce</i>	19
a. Pengertian <i>E-Commerce</i>	19
b. Ruang Lingkup <i>E-Commerce</i>	20
c. Syarat Sahnya Perjanjian Jual-Beli melalui <i>E-Commerce</i>	21
d. Tujuan <i>E-Commerce</i>	22
e. Keuntungan dan Kerugian menggunakan <i>E-Commerce</i>	23
C. Tinjauan Umum tentang Perlindungan Konsumen	24
a. Pengertian Perlindungan Konsumen	24
b. Asas – Asas Perlindungan Konsumen	26
c. Hak dan Kewajiban Konsumen	27
D. Pembelian Barang melalui <i>E-Commerce</i> dalam Perspektif Islam	28
BAB III : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
A. Pelaksanaan Pembelian Barang melalui <i>E-Commerce</i> menurut Ketentuan Undang - Undang Informasi dan Transaksi Elektronik	36
B. Perlindungan Hukum bagi Konsumen yang Melakukan Transaksi <i>E-Commerce</i> yang Dirugikan	47
BAB IV : PENUTUP	57
A. Simpulan	57
B. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	60

ABSTRAK

Perkembangan internet dan teknologi pada bidang bisnis khususnya jual beli online (*e-commerce*) semakin hari semakin berkembang pesat, sehingga hal tersebut menimbulkan peningkatan minat masyarakat akan *e-commerce*. Salah satu bentuk dari perkembangan *e-commerce* yakni dengan hadirnya *marketplace*. *Marketplace* merupakan wadah untuk melakukan kegiatan jual beli online. Maraknya kasus barang tidak sesuai gambar yang terjadi di *marketplace* menunjukkan lemahnya kedudukan konsumen dalam jual beli online. Konsumen berhak untuk memperoleh informasi gambar yang jelas terkait barang yang akan dibeli. Pedagang pada *marketplace* harus mengetahui bagaimana tanggung jawab mereka dalam melakukan transaksi elektronik di *marketplace* sehingga tidak menimbulkan kerugian bagi konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan pembelian barang melalui *e-commerce* menurut ketentuan Undang - Undang Informasi dan Transaksi Elektronik serta untuk mengetahui perlindungan hukum bagi konsumen yang melakukan transaksi *e-commerce* yang dirugikan.

Metode penelitian menggunakan pendekatan yuridis normatif, spesifikasi penelitian diskriptif analitis, sumber data menggunakan data primer dan data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, sedangkan metode pengumpulan data untuk data primer dengan cara wawancara, sedangkan data sekunder dengan penelusuran data kepustakaan yaitu mengkaji dokumen, peraturan, literatur, dan sebagainya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pelaksanaan Transaksi *e-commerce* berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik belum sepenuhnya terlaksana karena masih sering terjadi wanprestasi yang dilakukan oleh salah satu pihak sehingga timbullah sengketa antara para pihak tersebut. Sedangkan, Perlindungan hukum bagi konsumen yang melakukan transaksi *e-commerce* yang dirugikan diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Pasal 49 Ayat (3) yang menjelaskan bahwa perlindungan hukum bagi para konsumen yang tidak mendapatkan barang yang sesuai dengan yang dipesan ataupun barang yang dipesan terdapat cacat tersembunyi sehingga pelaku usaha wajib memberikan perjanjian mengenai Batasan Waktu untuk konsumen mengembalikan barang tersebut.

Kata Kunci : Tinjauan Yuridis, Pembelian Barang, E-Commerce

ABSTRACT

The development of the internet and technology in the business sector, especially online buying and selling (e-commerce) is growing rapidly, so that this has led to an increase in public interest in e-commerce. One form of e-commerce development is the presence of a marketplace. Marketplace is a place to conduct online buying and selling activities. The rise of cases of goods that do not match the picture that occurs in the marketplace shows the weak position of consumers in buying and selling online. Consumers have the right to obtain clear picture information regarding the goods to be purchased. Merchants in the marketplace must know how they are responsible for conducting electronic transactions in the marketplace so as not to cause harm to consumers. This study aims to determine the implementation of purchasing goods through e-commerce according to the provisions of the Law on Information and Electronic Transactions and to find out the legal protection for consumers who make e-commerce transactions who are harmed.

The research method uses a normative juridical approach, descriptive analytical research specifications, data sources use primary data and secondary data consisting of primary legal materials and secondary legal materials, while the data collection method for primary data is by interview, while secondary data is by searching library data, namely reviewing documents, regulations, literature, and so on.

The results of the study show that the implementation of e-commerce transactions based on Law Number 19 of 2016 concerning Information and Electronic Transactions has not been fully implemented because there are still frequent defaults committed by one party so that disputes arise between the parties. And legal protection for consumers who make e-commerce transactions that are harmed is regulated in Government Regulation Number 82 of 2012 concerning the Implementation of Electronic Systems and Transactions, Article 49 Paragraph (3) which explains that legal protection for consumers who do not get goods in accordance with what is stated ordered or the ordered goods have hidden defects so that the business actor is obliged to provide an agreement regarding the Time Limit for the consumer to return the goods.

Keywords: Juridical Review, Purchase of Goods, E-Commerce.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemenuhan kebutuhan hidup di masyarakat sangatlah penting dan menjadi hal yang sangat utama. Dalam pemenuhan kebutuhan tersebut masyarakat sering menggunakan transaksi jual beli. Hal ini dapat dilihat dari trend perkembangan pembelian suatu produk yang semakin pesat. Transaksi jual beli di dalam perdagangan dapat timbul jika terjadi pertemuan antara penawaran dan permintaan terhadap barang yang dikehendaki.

Masyarakat atau konsumen mengalami ketidakadilan yang dilakukan oleh pelaku usaha, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan hukum guna melindungi hak-hak yang dimilikinya sebagai konsumen. Hal tersebut sesuai dengan penjelasan dalam Pasal 33 Undang – Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Pasal 33 Undang – Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang menjadi dasar sistem perekonomian nasional. Pasal ini berisikan landasan perekonomian serta pengelolaan sumber daya alam yang dimiliki negara Indonesia. Dalam Pasal 33 ayat (1) disebutkan jika perekonomian disusun berdasarkan asas kekeluargaan. Artinya, sistem perekonomian yang digunakan dan dikembangkan seharusnya tidak menggunakan asas persaingan dan individualistik.

Undang-undang No. 08 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang disingkat menjadi UUPK pada Pasal 1 angka (1), menyebutkan bahwa

“Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”. Dengan adanya UUPK tersebut, masyarakat memiliki payung hukum untuk melindungi haknya.

Masyarakat bisa saja merasa diuntungkan atau dapat juga merasa dirugikan. Diuntungkan apabila pemenuhan barang tersebut sesuai dengan permintaan konsumen. Konsumen merasa dirugikan apabila barang yang dibeli oleh konsumen ternyata memiliki kecacatan. Hal ini yang sering ditemui antara pelaku usaha dan konsumen.

Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen sering kali disebabkan karena tingkat pengetahuan hukum dan kesadaran konsumen akan haknya yang masih rendah, kondisi seperti ini oleh pelaku usaha dimanfaatkan untuk meraup keuntungan sebesar-besarnya dengan tidak mengindahkan kewajiban-kewajiban yang sudah seharusnya melekat pada para pelaku usaha¹. Seharusnya konsumen memiliki hak penuh untuk mendapatkan perlindungan. Namun banyak konsumen yang belum menyadari bahwa ada Undang-undang yang mengatur tentang perlindungan konsumen. Seperti halnya mengenai pembelian melalui internet secara online atau disebut juga dengan *e-commerce*.

Perkembangan internet dan teknologi pada bidang bisnis khususnya jual beli online (*e-commerce*) semakin hari semakin berkembang pesat, sehingga hal tersebut menimbulkan peningkatan minat masyarakat akan e-

¹ Lingga Ery Susanto, *Perlindungan konsumen*, www.scribd.com, diakses pada hari Senin tanggal 25 Oktober 2021, Pukul 10.35 WIB

*commerce*². Salah satu bentuk dari perkembangan *e-commerce* yakni dengan hadirnya *marketplace*.

Marketplace merupakan wadah untuk melakukan kegiatan jual beli online. *Marketplace* memerlukan media internet serta perangkat elektronik, sehingga transaksinya dapat dilakukan tanpa mengharuskan penjual maupun pembeli untuk saling bertatap muka secara langsung³. Dengan demikian *e-commerce* pada dasarnya merupakan suatu kegiatan bisnis yang tanpa menggunakan kertas (*paperless trading*)⁴.

Berdasarkan data yang dikutip dari *kompas.com* pada kuartal pertama tahun 2021 total jumlah pengunjung bulanan dari 5 *marketplace* terbesar di Indonesia yakni sebesar 480,7 juta pengunjung, dengan peringkat pertama dikuasai *marketplace* Shopee sebesar 197,8 juta pengunjung, Lazada 161,7 juta pengunjung, Tokopedia 72,4 juta pengunjung, Bukalapak 36,8 juta pengunjung, dan Tiki 22 juta pengunjung⁵. Besarnya minat masyarakat tersebut berpotensi menciptakan berbagai ide bisnis dalam jual beli online⁶.

Marketplace sendiri memiliki peraturan baku yang telah mereka tetapkan dan berlaku untuk para pihak yang terlibat di dalamnya⁷. Pada Pasal

² Julian Iqbal, 2018, "*Perlindungan Bagi Konsumen Online Marketplace Melalui Mekanisme Online Dispute Resolution (ODR)*", *Jurist-Diction* Vol. 1, No. 2.

³ Aditya Ayu Hakiki et al., 2017, "*Perlindungan Hukum Bagi Pembeli Dalam Sengketa Jual Beli Online*", *Justitia Jurnal Hukum* 119, No. 1.

⁴ Munir Fuady, 2016, *Pengantar Hukum Bisnis Menata Bisnis di Era Global*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti), hlm. 407.

⁵ Kompas, *Daftar 10 Marketplace Online Paling Ramai Pengunjung di Asia Tenggara* <https://tekno.kompas.com/read/2021/05/10/15270037/daftar-10-marketplace-online-paling-ramai-pengunjung-di-asia-tenggara?page=all>. Diakses pada tanggal 25 Oktober 2021, Pukul 10.44.

⁶ Masintosh Indriyani et al., 2017, "*Perlindungan Privasi Dan Data Pribadi Konsumen Daring Pada Online Marketplace System*", *Justitia Jurnal Hukum* Vol. 1, No.2.

⁷ Nurhafni dan Sanusi Bintang, 2018, "*Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Perjanjian Baku Elektronik*", *Kanun Jurnal Ilmu Hukum* Vol. 20, No. 3.

4 sampai Pasal 7 Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah mengatur secara jelas mengenai hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha di Indonesia. Dengan adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen diharapkan konsumen di Indonesia dapat lebih aktif dalam membela hak-hak mereka yang telah dilanggar. Kemudian payung hukum yang mengatur mengenai marketplace yakni Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Peraturan ini bertujuan untuk memberikan perlindungan hukum serta kepastian hukum terkait penyelenggaraan sistem dan transaksi secara elektronik.

Keunggulan *marketplace* yakni memiliki sistem keamanan yang lengkap serta fasilitas jual beli online yang lebih baik dibandingkan dengan transaksi di luar *marketplace*. Meskipun memiliki keamanan yang baik, *marketplace* masih berpotensi untuk merugikan konsumen karena adanya suatu kelemahan pada *marketplace*⁸. Kelemahan tersebut misalnya seperti berbagai kecurangan yang dapat dilakukan oleh para pedagang (*merchant*) di *marketplace*, salah satunya dengan menjual barang yang tidak sesuai dengan gambar yang ditampilkan di toko online (*online store*) mereka. Penjual memanfaatkan kelemahan yang ada di dalam *marketplace* sehingga mereka dapat mengelabui para pembelinya.

⁸ Amalia Desiani et al., 2018, "Implementasi Asas Itikad Baik Dalam Perlindungan Konsumen Atas Pembatalan Transaksi Yang Dilakukan Oleh Situs Belanja Elektronik", Acta Diurnal Vol. 2, No. 1.

Maraknya kasus barang tidak sesuai gambar yang terjadi di *marketplace* menunjukkan lemahnya kedudukan konsumen dalam jual beli online, meskipun demikian bukan berarti penjual bebas menjual barang mereka tanpa mematuhi regulasi yang berlaku. Konsumen berhak untuk memperoleh informasi gambar yang jelas terkait barang yang akan dibeli⁹. Pedagang pada *marketplace* harus mengetahui bagaimana tanggung jawab mereka dalam melakukan transaksi elektronik di *marketplace* sehingga tidak menimbulkan kerugian bagi konsumen.

Berdasarkan dari uraian di atas, maka penyusun tertarik untuk melakukan penelitian dan dituangkan dalam bentuk suatu karya ilmiah dengan judul **“Tinjauan Yuridis Pembelian Barang Lewat *E-Commerce* dan Permasalahannya”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut maka rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan pembelian barang melalui *e-commerce* menurut ketentuan Undang - Undang Informasi dan Transaksi Elektronik ?
2. Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen yang melakukan transaksi *e-commerce* yang dirugikan ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

⁹ Acep Rohendi, 2015, “*Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Perspektif Hukum Nasional Dan Internasional*”, *Ecodemica* Vol III, No. 2.

1. Untuk mengetahui pelaksanaan pembelian barang melalui *e-commerce* menurut ketentuan Undang - Undang Informasi dan Transaksi Elektronik.
2. Untuk mengetahui perlindungan hukum bagi konsumen yang melakukan transaksi *e-commerce* yang dirugikan.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang di harapkan dari penelitian ini antara lain :

1. Manfaat Teoritis :
 - a. Diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu pengetahuan hukum pada umumnya dan hukum perdata pada khususnya yang berkaitan dengan tinjauan yuridis pembelian barang lewat *E-Commerce*.
 - b. Diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dibidang karya ilmiah serta bahan masukan bagi penelitian yang sejenisnya.
2. Manfaat Praktis :
 - a. Diharapkan dapat meningkatkan dan mengembangkan kemampuan peneliti dalam bidang hukum maupun untuk praktisi hukum dalam memperjuangkan penegakan hukum.
 - b. Diharapkan dapat memberikan gambaran secara lengkap mengenai tinjauan yuridis pembelian barang lewat *E-Commerce*.

E. Terminologi

1. Tinjauan Yuridis

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian tinjauan adalah mempelajari dengan cermat, memeriksa (untuk memahami), pandangan,

pendapat (sesudah menyelidiki, mempelajari, dan sebagainya)¹⁰. Menurut Kamus Hukum, kata yuridis berasal dari kata *yuridisch* yang berarti menurut hukum atau dari segi hukum. Dapat disimpulkan tinjauan yuridis berarti Aturan ini bersifat baku dan mengikat semua orang di wilayah dimana hukum tersebut berlaku, sehingga jika ada orang yang melanggar hukum tersebut bisa dikenai hukuman¹¹.

2. Pembelian

Pembelian adalah serangkaian tindakan untuk mendapatkan barang dan jasa melalui penukaran, dengan maksud untuk digunakan sendiri atau dijual kembali¹².

3. Barang

Barang adalah setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, baik dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, dan dapat diperdagangkan, dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen atau Pelaku Usaha¹³.

4. E-Commerce

E-commerce adalah satu set teknologi, aplikasi-aplikasi, dan proses bisnis yang dinamis untuk menghubungkan perusahaan, konsumen, dan masyarakat melalui transaksi elektronik dan pertukaran barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik.¹⁴

¹⁰ Surayin, 2005, *Analisis Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Bandung, Yrama Widya, hlm.10.

¹¹ <http://www.pengertianartidefinisi.com/2015/10/pengertian-hukum-yuridis/> , diakses pada tgl 25 Oktober 2021, pukul 14:00 WIB

¹² Mulyadi. 2008. *Sistem Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat. hlm.316

¹³ Undang – undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan

¹⁴ David Baum, 1999, *E-commerce*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama. hlm.25

F. Metode Penelitian

Penelitian merupakan suatu sarana bagi pengembangan pengetahuan dan teknologi, maka metode penelitian yang diterapkan harus sesuai dengan ilmu pengetahuan dan obyek yang diteliti. Untuk memperoleh data yang relevan dengan pembahasan proposal ini digunakan untuk suatu metode penelitian sebagai berikut :

a. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan yuridis normatif. pendekatan yang dilakukan berdasarkan bahan hukum utama dengan cara menelaah teori-teori, konsep-konsep, asas-asas hukum serta peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan penelitian ini. Pendekatan ini dikenal pula dengan pendekatan kepustakaan, yakni dengan mempelajari buku-buku, peraturan perundang-undangan dan dokumen lain yang berhubungan dengan penelitian ini¹⁵.

b. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi Penelitian yang dipergunakan adalah deskriptif analitis.¹⁶ Dalam penelitian ini analisis dan tidak keluar dari lingkup sampel, bersifat deduktif, berdasarkan teori atau konsep atau sifat umum di aplikasikan untuk menjelaskan seperangkat data, atau menunjukkan perbandingan atau hubungan seperangkat data dengan seperangkat data lain¹⁷. Hal ini bertujuan untuk membuat suatu gambaran tentang suatu keadaan secara

¹⁵ Soerjono Soekanto & Sri Mamudji, 2001, *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*, Rajawali Pers, Jakarta, hlm. 13-14.

¹⁶*Ibid*, hlm. 16

¹⁷Wasty Soemanto, 2009, *Pedoman Teknik Penulisan Skripsi*, Bumi Aksara, Jakarta, hlm. 20

objektif dalam suatu situasi. Dalam penelitian ini akan di uraikan atau digambarkan mengenai tinjauan yuridis pembelian barang lewat *E-Commerce*.

c. Sumber Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penulisan skripsi ini menggunakan jenis data sekunder yaitu data yang diperoleh dari hasil penelaahan kepustakaan atau penelaahan terhadap berbagai literatur atau bahan pustaka yang berkaitan dengan masalah atau materi penelitian¹⁸. Namun demikian dalam penelitian ini penulis juga menggunakan data primer sebagai pendukung data sekunder.

a. Data Primer

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini sebagai pendukung data sekunder/data pustaka.

b. Data Sekunder

Data Sekunder dalam penelitian ini terdiri atas (1) Bahan Hukum Primer, dan (2) Bahan Hukum Sekunder¹⁹, yaitu:

1. Bahan Hukum Primer merupakan bahan hukum yang bersifat autoritatif artinya mempunyai otoritas.²⁰ Terdiri dari:

- a) Undang-Undang Dasar Republik Indonesia 1945.
- b) Kitab Undang Undang Hukum Perdata.
- c) Kitab Undang-Undang Hukum Acara Perdata.

¹⁸ *Ibid*, hlm. 7

¹⁹Muslam Abdurrahman, *Sosiologi Penelitian Hukum*, UMM pres, Malang, hlm. 27

²⁰Peter Mahmud Marzuki, 2010, *Penelitian Hukum*, Kencana, Jakarta, 2010, hlm. 141

d) Undang – Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

e) Undang – Undang No. 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

2. Bahan hukum Sekunder adalah bahan hukum yang terdiri atas buku-buku teks (*text books*) yang ditulis para ahli hukum yang berpengaruh (*de herseendee leer*), semua publikasi tentang hukum yang bukan merupakan dokumen-dokumen resmi, termasuk skripsi, tesis desertasi hukum dan jurnal-jurnal hukum.

d. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data untuk memperoleh suatu kebenaran dalam penelitian, maka metode pengumpulan data yang dapat digunakan oleh penulis adalah dengan mengumpulkan data – data kepustakaan, dokumen-dokumen, dan peraturan - peraturan yang berkaitan dengan penelitian ini, lalu dilakukan pengkajian dan penelaahan dari informasi-informasi yang telah dibaca, didengar, dan dipelajari penulis, sehingga metode pengumpulan data ini dinamakan penelitian studi kepustakaan dan guna memperoleh hasil penelitian yang semaksimal mungkin.

e. Metode Analisis Data

Metode Analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif, yaitu uraian data secara bermutu dalam bentuk kalimat yang teratur, runtun, logis dan tidak tumpang tindih sehingga memudahkan implementasi data dan pemahaman hasil analisis. Dalam hal ini setelah bahan dan data diperoleh,

maka selanjutnya diperiksa kembali bahan dan data yang telah diterima terutama mengenai konsistensi jawaban dari keragaman bahan dan data tersebut selanjutnya dilakukan analisis terhadap tinjauan yuridis pembelian barang lewat *E-Commerce*.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini bertujuan untuk memperjelas bagian dari penulisan skripsi tentang pelaksanaan pembelian barang melalui e-commerce menurut ketentuan Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik dan perlindungan hukum bagi konsumen yang melakukan transaksi *e-commerce* yang dirugikan, maka sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, terminologi, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini diuraikan mengenai tinjauan umum tentang perjanjian jual-beli terdiri dari pengertian jual-beli, syarat – syarat perjanjian jual-beli, unsur – unsur perjanjian jual-beli, dan batalnya suatu perjanjian; tinjauan umum tentang *e-commerce* terdiri dari pengertian *e-commerce*, tujuan *e-commerce*, ruang lingkup *e-commerce*, dan syarat sahnya perjanjian jual-beli *e-commerce*; tinjauan umum tentang perlindungan konsumen terdiri dari pengertian perlindungan konsumen, asas – asas perlindungan konsumen; dan tinjauan umum

tentang pembelian barang melalui *e-commerce* dalam perspektif Islam.

BAB III : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang pokok permasalahan yang akan dibahas berdasarkan rumusan masalah, yaitu pelaksanaan pembelian barang melalui *e-commerce* menurut ketentuan Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik dan perlindungan hukum bagi konsumen yang melakukan transaksi *e-commerce* yang dirugikan

BAB I : PENUTUP

Dalam bab ini berisikan : kesimpulan dan saran.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum tentang Perjanjian Jual-Beli

a. Pengertian Jual – Beli

Jual-beli dapat dikatakan sebagai kegiatan di dalam masyarakat antara penjual dan pembeli guna untuk melengkapi kebutuhan sehari-hari. Dalam kegiatan jual-beli harus ada kata sepakat antara kedua belah pihak yaitu pihak penjual dan pembeli. Sehingga ada peralihan hak milik dari penjual ke pembeli atas suatu barang.

Jual-beli adalah suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengikat dirinya untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Yang dijanjikan oleh pihak yang satu (pihak penjual), menyerahkan atau memindahkan hak miliknya atas barang yang ditawarkan, sedangkan yang dijanjikan oleh pihak lain, membayar harga yang telah disetujuinya. Meskipun tiada disebutkan dalam satu hal pasal undang-undang, namun sudah semestinya “harga” ini harus berupa sejumlah uang. Karena bila tidak demikian dan harga itu berupa barang maka bukan lagi jual-beli yang terjadi, tetapi tukar-menukar atau barter²¹.

Jual-beli juga merupakan perjanjian konsensual, artinya ia sudah dilahirkan sebagai suatu perjanjian yang sah pada detik tercapainya sepakat

²¹ Subekti, 1987, *Hukum Perjanjian*, PT. Intermasa, Jakarta, Cet. ke 12, hlm.79

antara penjual dan pembeli mengenai unsur-unsur yang pokok yaitu barang dan harga. Hal ini dijelaskan pada Pasal 1458 KUH Perdata.

Jual-beli adalah suatu perjanjian timbal balik dalam mana pihak yang satu (penjual) berjanji untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang, sedang pihak lainnya (pembeli) berjanji untuk membayar harga yang terdiri atas sejumlah uang sebagai imbalan dari perolehan hak milik tersebut. Barang yang menjadi objek jual beli harus cukup tertentu, setidaknya tidaknya dapat ditentukan wujud dan jumlahnya pada saat ia akan diserahkan hak miliknya kepada pembeli²².

Menurut Wirjono Prodjodikoro jual-beli adalah suatu persetujuan dimana suatu pihak mengikat diri untuk wajib menyerahkan suatu barang dan pihak lain wajib membayar harga, yang dimufakati mereka berdua²³.

Menurut Volmar sebagaimana dikutip oleh Suryodiningrat mengatakan bahwa jual-beli adalah pihak yang satu penjual (*verkopen*) mengikatkan dirinya kepada pihak lainnya pembeli (*loper*) untuk memindah tangankan suatu benda dalam eigendom dengan memperoleh pembayaran dari orang yang disebut terakhir, sejumlah tertentu, berwujud uang²⁴.

b. Syarat Sahnya Perjanjian Jual-beli

Sahnya suatu perjanjian jual-beli diperlukan 4 (empat) syarat

²² R. Subekti, 1989, *Aneka Pejanjian*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti), hlm. 1

²³ Wirjono Projodikoro, 1991, *Hukum Perdata Tentang Persetujuan-persetujuan Tertentu*, (Bandung: Sumur), hlm. 17

²⁴ R.M Suryodiningrat, 1996, *Perikatan-Perikatan Bersumber Perjanjian*, (Tarsito, Bandung: Tarsito), hlm. 14

menurut Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yaitu :

- a. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya artinya para pihak yang membuat perjanjian telah sepakat atau setuju mengenai hal-hal pokok atau materi yang diperjanjikan. Dan kesepakatan itu dianggap tidak ada apabila diberikan karena kekeliruan, kekhilafan, paksaan ataupun penipuan.
- b. Cakap untuk membuat suatu perjanjian artinya kecakapan yang dimaksud dalam hal ini adalah bahwa para pihak telah dinyatakan dewasa oleh hukum, yakni sesuai dengan ketentuan KUH Perdata, mereka yang telah berusia 21 (dua puluh satu) tahun, sudah atau pernah menikah. Cakap juga berarti orang yang sudah dewasa, sehat akal pikiran, dan tidak dilarang oleh suatu peraturan perundang-undangan untuk melakukan suatu perbuatan tertentu. Di dalam Undang-Undang No. 30 tahun 2004 tentang Jabatan Notaris juga mengatur tentang kecakapan seseorang untuk melakukan perbuatan hukum yakni paling sedikit berumur 18 (delapan belas) tahun, hal ini terdapat dalam pasal 39 UUIJN. Batas kedewasaan umur seseorang untuk bisa cakap melakukan perbuatan hukum tidak hanya diatur di dalam KUH Perdata dan Undang-undang Jabatan Notaris, dalam Undang-Undang Perlindungan Anak juga mengaturnya, hal ini tertuang dalam pasal 1 ayat 1 yakni Anak adalah seseorang yang belum berusia 18 (delapan belas) tahun, termasuk anak yang masih dalam kandungan. Jadi sudah jelas bahwa anak yang berumur 18

(delapan belas) tahun atau lebih bisa dikatakan dewasa dan cakap untuk melakukan perbuatan hukum sesuai dengan peraturan yang berlaku.

- c. Mengenai suatu hal tertentu artinya dalam membuat perjanjian, apa yang diperjanjikan harus jelas sehingga hak dan kewajiban para pihak bisa ditetapkan.
- d. Suatu sebab yang halal artinya suatu perjanjian harus berdasarkan sebab yang halal yang tidak bertentangan dengan ketentuan Pasal 1337 Kitab Undang-undang Hukum Perdata, yaitu tidak bertentangan dengan ketertiban umum, tidak bertentangan dengan kesusilaan dan tidak bertentangan dengan Undang-Undang.

Dua syarat yang pertama dinamakan syarat-syarat subyektif karena mengenai orang-orangnya atau subyeknya yang mengadakan perjanjian, sedangkan dua syarat yang terakhir dinamakan syarat-syarat obyektif karena mengenai perjanjiannya sendiri atau obyek dari perbuatan hukum yang dilakukan itu²⁵.

Akibat jika tidak terpenuhinya syarat-syarat subyektif dan obyektif dapat menyebabkan perjanjian tidak sah karena tidak terpenuhinya salah satu syarat subyektif akan mengakibatkan perjanjian itu dapat dimintakan pembatalan oleh salah satu pihak. Maksudkan dalam hal ini salah satu pihak tersebut dapat menuntut pembatalan itu kepada hakim melalui pengadilan. Sebaliknya, apabila tidak sahnya perjanjian itu disebabkan

²⁵ *Ibid*, hlm.17

karena tidak terpenuhinya syarat obyektif maka perjanjian tersebut batal demi hukum yaitu secara hukum sejak awal dianggap tidak pernah ada perjanjian.

c. Unsur – Unsur Perjanjian Jual-Beli

Suatu perjanjian jual-beli mengandung beberapa unsur sebagai berikut²⁶:

- a. Unsur *essentialia* yaitu unsur yang mutlak harus ada bagi terjadinya perjanjian. Unsur ini mutlak harus ada agar perjanjian itu sah, karena itu merupakan syarat sahnya suatu perjanjian. Syarat-syarat adanya atau sahnya perjanjian ialah adanya kata sepakat atau persesuaian kehendak, kecakapan para pihak, obyek tertentu dan kausa atau dasar yang halal
- b. Unsur *naturalia* yaitu unsur yang tanpa diperjanjikan secara khusus dalam perjanjian secara diam-diam dengan sendirinya dianggap ada dalam perjanjian karena sudah merupakan pembawaan atau melekat pada perjanjian
- c. Unsur *accidentalialia* yaitu unsur yang harus dimuat atau harus disebut secara tegas dalam perjanjian.

d. Batalnya Suatu Perjanjian Jual-Beli

Batalnya suatu perjanjian yaitu suatu perjanjian yang dibuat dengan tidak memenuhi syarat sahnya perjanjian yakni Pasal 1320 KUH Perdata,

²⁶ Dwi Rizki Meicaecaria, 2007, *Pelaksanaan Perjanjian Dana Pensiun Lembaga Keuangan PT. Bank Negara Indonesia (PERSERO) Tbk Pusat*, Jakarta, www.scribd.com, diakses pada hari Selasa tanggal 12 April 2022, Pukul 12.35 WIB

hal ini bisa berakibat kepada batalnya perjanjian. Dalam hukum perjanjian ada tiga sebab yang membuat perizinan tidak bebas, yaitu²⁷:

- a. Paksaan adalah terjadi jika seseorang memberikan persetujuannya karena ia takut pada suatu ancaman. Misalnya salah satu pihak karena diancam dan ditakut-takuti terpaksa menyetujui suatu perjanjian.
- b. Kekhilafan atau kekeliruan adalah apabila salah satu pihak khilaf tentang hal-hal yang pokok dari apa yang diperjanjikan atau tentang sifat-sifat yang penting dari barang yang menjadi obyek perjanjian, ataupun mengenai orang dengan siapa diadakan perjanjian itu. Misalnya khilaf mengenai barang, seseorang membeli sebuah lukisan yang dikiranya lukisan Basuki Abdullah tetapi kemudian hanya turunan saja. Khilaf mengenai orang, seorang Direktur Opera mengadakan suatu kontrak dengan orang yang dikiranya seorang penyanyi yang tersohor, padahal itu bukan orang yang dimaksudkan hanya nama-namanya saja yang kebetulan sama.
- c. Penipuan adalah apabila satu pihak dengan sengaja memberikan keterangan-keterangan yang palsu atau tidak benar disertai dengan tipu muslihat untuk membujuk pihak lawannya memberikan perizinannya. Misalnya mobil yang ditawarkan diganti dulu mereknya, dipalsukan nomor mesinnya.

Dengan demikian, maka ketidakcakapan seseorang dan ketidakbebasan dalam memberikan perizinan pada suatu perjanjian,

²⁷ Subekti, *Op.Cit.*, hlm.135

memberikan hak kepada pihak yang tidak cakap dan pihak yang tidak bebas dalam memberikan sepakatnya itu untuk meminta pembatalan perjanjiannya²⁸.

B. Tinjauan Umum tentang *E-Commerce*

a. Pengertian *E-Commerce*

E-commerce adalah suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan *computer* sebagai perantara transaksi bisnis²⁹. *E-commerce* juga dapat diartikan bahwa adanya transaksi jual beli antara pelaku usaha dengan konsumen yang pembelian dan pemesanan barangnya melalui media online. Di dalam pengertian lain, *e-commerce* yakni transaksi komersial yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, pelayanan dan peralihan hak³⁰.

Definisi *e-commerce* menurut David Baum (1999) adalah satu set teknologi, aplikasi-aplikasi, dan proses bisnis yang dinamis untuk menghubungkan perusahaan, konsumen, dan masyarakat melalui transaksi elektronik dan pertukaran barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik³¹.

²⁸ *Ibid*, hlm.57

²⁹ Andreas Viklund, 2009, *E-commerce: Definisi, Jenis, Tujuan, Manfaat dan Ancaman menggunakan E-commerce*, <http://jurnal-sdm.blogspot.com>, diakses pada hari Rabu tanggal 13 April 2022, Pukul 10.45 WIB

³⁰ *Aspek-aspek Hukum Tentang Pemalsuan Tanda Tangan Digital dalam E-commerce*, <http://elib.unikom.ac.id> diakses pada hari Rabu tanggal 13 April 2022, Pukul 11.00 WIB

³¹ <https://bpptik.kominfo.go.id/2014/12/19/645/e-commerce/>, 2014, diakses pada hari Rabu tanggal 13 April 2022, Pukul 10.55 WIB

Dari berbagai definisi, terdapat kesamaan. Kesamaan tersebut memperlihatkan bahwa e-commerce memiliki karakteristik sebagai berikut³²:

- a) Terjadi transaksi antara dua belah pihak;
- b) Adanya pertukaran barang, jasa atau informasi; dan
- c) Internet merupakan medium utama dalam proses atau mekanisme perdagangan tersebut.

b. Ruang Lingkup *E-Commerce*

Kegiatan *E-Commerce* mencakup banyak hal, untuk membedakannya *E-Commerce* dibedakan menjadi 3 (tiga) berdasarkan karakteristiknya, yaitu³³:

- a. *Business to Business*, karakteristiknya :
 1. *Trading partner* yang sudah saling mengetahui dan antara mereka sudah terjalin hubungan yang berlangsung cukup lama;
 2. Pertukaran yang dilakukan secara berulang-ulang dan berkala dengan format data yang telah disepakati;
 3. Salah satu pelaku tidak harus menunggu partner mereka lainnya untuk mengirimkan data;
 4. Model yang umumnya digunakan adalah *peer to peer* dimana *processing intelligence* dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis.

³² Haris Faulidi Asnawi, 2004, *Transaksi Bisnis e-commerce perspektif Islam*, Magistra Insania Press, Yogyakarta, hlm.17

³³ *Ibid*, hlm.18

b. *Business to consumer*, karakteristiknya :

1. Terbuka untuk umum, dimana informasi disebarakan secara umum;
2. *Service* yang dilakukan juga bersifat umum, sehingga mekanismenya juga dapat digunakan oleh orang banyak;
3. *Service* yang diberikan adalah berdasarkan permintaan;
4. Sering dilakukan *system* pendekatan *client server*.

c. *Consumer to consumer*, merupakan transaksi bisnis secara elektronik yang dilakukan antar konsumen untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu pula.

d. Syarat Sahnya Perjanjian Jual-Beli melalui *E-Commerce*

Dasar syarat sahnya perjanjian jual beli yakni sudah tertuang di dalam Pasal 1320 KUH Perdata, hal ini juga dapat menjadi acuan syarat sahnya suatu perjanjian jual beli melalui *e-commerce*. Karena *e-commerce* juga merupakan kegiatan jual beli yang perbedaannya dilakukan melalui media online. Hanya saja dalam jual beli melalui *e-commerce* dilakukan melalui media internet yang bisa mempercepat, mempermudah dan transaksi jual beli tersebut. Dalam UU ITE juga menambahkan beberapa persyaratan lain, misalnya:

- a. Beritikad baik (Pasal 17 ayat 2);
- b. Ketentuan mengenai waktu pengiriman dan penerimaan Informasi dan/atau Transaksi Elektronik (Pasal 8); dan

- c. Menggunakan Sistem Elektronik yang andal dan aman serta bertanggung jawab jawab (Pasal 15).

Dalam perjanjian *e-commerce*, terdapat proses penawaran dan proses persetujuan jenis barang yang dibeli maka transaksi antara penjual (*seller*) dengan pembeli (*buyer*) selesai. Penjual menerima persetujuan jenis barang yang dipilih dan pembeli menerima konfirmasi bahwa pesanan atau pilihan barang telah diketahui oleh penjual. Setelah penjual menerima konfirmasi bahwa pembeli telah membayar harga barang yang dipesan, selanjutnya penjual akan melanjutkan atau mengirimkan konfirmasi kepada perusahaan jasa pengiriman untuk mengirimkan barang yang dipesan ke alamat pembeli. Setelah semua proses terlewati, dimana ada proses penawaran, pembayaran, dan penyerahan barang maka perjanjian tersebut dikatakan selesai seluruhnya atau perjanjian tersebut berakhir.

e. Tujuan *E-Commerce*

Dampak menggunakan *e-commerce* bagi perusahaan yaitu dapat lebih efisien dan efektif dalam meningkatkan keuntungannya. Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik tertuang di dalam UU ITE Pasal 4 yang bertujuan untuk:

- a. Menerdaskan kehidupan bangsa sebagai bagian dari masyarakat informasi dunia;
- b. Mengembangkan perdagangan dan perekonomian nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat;
- c. Meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan public;

- d. Membuka kesempatan seluas-luasnya kepada setiap orang untuk memajukan pemikiran dan kemampuan di bidang penggunaan dan pemanfaatan Teknologi Informasi seoptimal mungkin dan bertanggung jawab; dan
- f. Memberikan rasa aman, keadilan dan kepastian hukum bagi pengguna dan penyelenggara teknologi informasi.

g. Keuntungan dan Kerugian menggunakan *E-Commerce*

Keuntungan transaksi jual beli menggunakan media online atau *e-commerce* :

- a. Pembeli dengan mudah mendapatkan barang tanpa pergi ke toko, dan melakukan penawaran terhadap suatu barang, karena bisa dengan langsung melakukan penawaran harga terhadap suatu barang sebelum terjadi harga yang sesuai dengan kedua belah pihak;
- b. Pembeli dapat menghemat waktu dalam mendapatkan barang;
- c. Penjual tidak perlu menyewa sebuah space toko atau gerai yang berlokasi strategis untuk memajang produk dan agar lebih laku produk kita dan memiliki banyak pelanggan; dan
- d. Penjual bisa memajang buka toko selama 7 x 24 jam, karena tidak terbatas waktu, dan bisa mendapatkan pelanggan dari mana saja.

Kerugian menggunakan *e-commerce* dalam melakukan transaksi jual beli :

- a. Kesesuaian barang biasanya membuat pelanggan kecewa dengan produk yang telah dia beli karena tidak sesuai dengan barang yang ada

- di dalam foto di website, hal ini karena pembeli tidak bisa melihat kondisi barang secara langsung;
- b. Proses pengurusan garansi yang tidak jelas, dan kadang sulit;
 - c. Kepercayaan menjadi modal utama dalam transaksi, akan tetapi saat ini terjadi krisis kepercayaan di masyarakat Indonesia sendiri; dan
 - d. Reputasi toko online yang buruk.

C. Tinjauan Umum tentang Perlindungan Konsumen

a. Pengertian Perlindungan Konsumen

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Atau dapat juga diartikan sebagai beberapa orang yang menjadi pembeli atau pelanggan yang membutuhkan barang untuk kehidupannya.

Pengertian konsumen di dalam Undang-undang No. 8 tahun 1999, yang disebut juga UUPK (Undang-undang Perlindungan Konsumen) yakni “konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan³⁴.

Konsumen di dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari perlu adanya barang ataupun jasa. Pengertian barang menurut UUPK Pasal 1 angka 4 yakni setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak

³⁴ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm. 4

maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen. Sedangkan pengertian jasa menurut UUPK Pasal 1 angka 5 adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.

Yang dimaksud pengertian konsumen di dalam UUPK adalah konsumen akhir. Konsumen akhir ialah setiap orang alami yang mendapat dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga, dan atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali. Karena konsumen akhir memperoleh barang dan/atau jasa bukan untuk dijual kembali, melainkan untuk digunakan, baik bagi kepentingan dirinya sendiri, keluarga, orang lain dan makhluk hidup lain.

Maka dapat disimpulkan bahwa syarat-syarat konsumen menurut UUPK adalah:

- a. Pemakai barang dan/atau jasa, baik memperolehnya melalui pembelian maupun secara cuma-cuma;
- b. Pemakaian barang dan/atau jasa untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain dan makhluk hidup lain; dan
- c. Tidak untuk diperdagangkan.

Perlindungan hukum terhadap konsumen menjadi sangat penting dimana hak konsumen dilanggar dan pelaku usaha tidak memenuhi

kewajibannya. Pengertian Perlindungan Konsumen itu sendiri menurut UUPK pada Pasal 1 ayat (1) adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk member perlindungan kepada konsumen.

Hukum perlindungan konsumen dimaksudkan sebagai aturan-aturan guna mensejahterahkan masyarakat, bukan saja selaku konsumen yang mendapatkan perlindungan, namun pelaku usaha juga mempunyai hak yang sama untuk mendapatkan perlindungan. Menurut pendapat Az. Nasution, hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen. Hukum konsumen diartikan sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan/atau jasa konsumen di dalam kehidupan sehari-hari³⁵.

b. Asas – Asas Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen menganut lima asas yaitu³⁶:

1. Asas-asas Manfaat, dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan;
2. Asas Keadilan, dimaksudkan untuk agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan

³⁵ Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2009, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, hlm. 13

³⁶ Ahmadi Miru dan Sutarman, *Op.Cit.*, hlm. 25

- kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil;
3. Asas Keseimbangan, dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual.
 4. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen, dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan; dan
 5. Asas Kepastian Hukum, dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen untuk menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen, serta Negara menjamin kepastian hukum.

c. Hak dan Kewajiban Konsumen

Menurut UUPK Pasal 4, Hak konsumen adalah³⁷:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;

³⁷ Ahmadi Miru dan Sutarman, *Op.Cit.*, hlm. 47

- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; dan
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Sedangkan kewajiban konsumen diatur dalam Pasal 5 UUPK, yaitu:

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

D. Pembelian Barang melalui *E-Commerce* dalam Perspektif Islam

Secara etimologi, *Al Bay'u* atau jual beli memiliki arti mengambil

dan memberikan sesuatu. Hal ini merupakan turunan dari Al Bara sebagaimana orang Arab senantiasa mengulurkan depa ketika melangsungkan akad jual beli agar saling menepukkan tangan. Hal ini sebagai tanda bahwa akad jual beli tersebut sudah terlaksana dan akhirnya mereka saling bertukar uang atau barang. Sedangkan secara terminologi, jual beli memiliki arti transaksi tukar menukar barang atau uang yang berakibat pada beralihnya hak milik barang atau uang. Prosesnya dilaksanakan dengan akad, baik secara perbuatan maupun ucapan lisan³⁸.

Berdasarkan Fiqih Sunnah, jual beli adalah tukar menukar harta (apapun bentuknya) yang dilakukan mau sama mau atau sukarela atau proses mengalihkan hak milik harta pada orang lain dengan kompensasi atau imbalan tertentu. Menurut Fiqih Sunnah, hal ini boleh dilakukan asalkan masih dalam koridor syariat. Seperti harta dan barang yang dijual belikan adalah halal, bukan benda haram, atau asalnya dari jalan yang haram.

Secara umum, Islam telah mengatur segala aspek kehidupan manusia hingga pada permasalahan ekonomi, khususnya masalah jual beli. Islam sebagai agama yang Rahmatan Lil Alamin, tentu saja mengatur hal jual beli dalam rangka memberikan kemaslahatan atau tidak terjadi kemudharatan atau dampak buruk dari transaksi yang dilakukan. Manusia adalah makhluk yang berakal yang juga memiliki hawa nafsu, akhirnya aturan harus ada dan diterapkan agar hawa nafsu manusia tidak mengakibatkan ketidakadilan³⁹.

³⁸ *Jual Beli Menurut Islam – Aturan dan Syaratnya*, <https://dalamislam.com/hukum-islam/ekonomi/jual-beli-menurut-islam>, diakses pada hari Rabu 13 April 2022, pukul 12.27 WIB

³⁹ *Ibid*

Syarat-syarat jual beli menurut islam yang perlu diperhatikan umat Islam, agar jual beli terlaksana dengan adil dan seimbang. Adapun penjelasannya sebagai berikut⁴⁰:

1. Transaksi di Lakukan dengan Ridha dan Sukarela

“Janganlah kalian saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang timbul dari kerelaan di antara kalian...” (QS. An-Nisaa: 29).

Ayat ini diperjelas bahwa kedua belah pihak harus berkompeten untuk melakukan transaksi jual beli. Mereka adalah orang-orang yang paham mengenai jual beli, mampu menghitung atau mengatur uang, dan dilakukan dengan kesadaran. Anak kecil yang tidak pandai atau belum mengetahui masalah jual beli maka lebih baik orang tuanya yang mengatur. Orang gila tentu saja tidak boleh dan dipaksa untuk membeli. Transaksi jual beli tidak boleh dilakukan secara terpaksa, namun karena kebutuhan dan sukarela antara dua belah pihak. Jika tidak maka salah satu pihak akan dirugikan;

2. Barang Bukan Milik Orang Lain

“Janganlah engkau menjual barang yang bukan milikmu.” (HR. Abu Dawud)

Dari hadist di atas dijelaskan bahwa barang yang dijual bukanlah milik orang lain. Untuk itu harus pasti, miliknya adalah milik pribadi, atau harta

⁴⁰ Muhammad Abduh Tuasikal, *Jual Beli dan Syarat-Syaratnya*, <https://muslim.or.id/222-jual-beli-dansyarat-syaratnya.html>, diakses pada hari Rabu 13 April 2022, pukul 12.30 WIB

pemberian tidak masalah asalkan berasal dari sumber yang berkah dan halal, jelas status kepemilikannya;

3. Larangan Jual Beli Hasaath

“Rasulullah shallallahu alaihi wa sallam melarang jual beli hashaath (jual beli dengan menggunakan kerikil yang dilemparkan untuk menentukan barang yang akan dijual) dan jual beli gharar.” (HR. Muslim).

Hal tersebut menjelaskan bahwa dilarang jual beli dengan kerikil yang dilempar untuk menentukan barang. Hal ini berarti mereka tidak bisa memilih, memilah barang yang sesuai keinginan dan sesuai kualitas barangnya;

4. Menjelaskan Cacat Barang

“Seorang muslim adalah saudara bagi muslim yang lain. Tidak halal bagi seorang muslim menjual barang dagangan yang memiliki cacat kepada saudaranya sesama muslim, melainkan ia harus menjelaskan cacat itu kepadanya” (HR. Ibnu Majah)

Jika terdapat cacat maka penjual harus memberikan informasi mengenai cacat barang-nya, tidak boleh ditutupi. Hal ini tentu akan mengecewakan dan menipu pembeli. Sebagaimana disampaikan oleh Rasulullah dalam hadist berikut, *“Barang siapa yang berlaku curang terhadap kami, maka ia bukan dari golongan kami. Perbuatan makar dan tipu daya tempatnya di neraka”* (HR. Ibnu Hibban).

Transaksi jual beli secara elektronik, sama halnya dengan transaksi jual beli biasa yang dilakukan di dunia nyata, dilakukan oleh para pihak yang

terkait, walaupun dalam jual beli secara elektronik ini pihak-pihaknya tidak bertemu secara langsung satu sama lain, tetapi berhubungan melalui internet. Pada dasarnya pihak-pihak dalam jual beli secara elektronik tersebut diatas, masing-masing memiliki hak dan kewajiban. Penjual atau pelaku usaha atau *merchant* merupakan pihak yang menawarkan produk melalui internet, oleh karena itu, seorang penjual wajib memberikan informasi secara benar dan jujur atas produk yang ditawarkannya kepada pembeli atau konsumen. Disamping itu, penjual juga harus menawarkan produk yang diperkenankan oleh undang-undang, maksudnya barang yang ditawarkan tersebut bukan barang yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, tidak rusak ataupun mengandung cacat tersembunyi, sehingga barang yang ditawarkan adalah barang yang layak untuk diperjualbelikan. Dengan demikian transaksi jual beli termaksud tidak menimbulkan kerugian bagi siapapun yang menjadi pembelinya.

Jual beli secara elektronik pada kegiatan *e-commerce* menciptakan sebuah sistem ekonomi baru yang di dalamnya menghubungkan antara produsen, penjual, dan konsumen melalui sebuah teknologi yang tidak pernah dilakukan sebelumnya. Transaksi antar negara yang dilakukan via internet ini telah memunculkan pertanyaan bagi sebagian besar muslim mengenai kesesuaian transaksi ini dengan hukum dan aturan yang berlaku dengan syariat Islam, terutama dengan hukum jual-beli dalam *Muamalat Maliyah*. *E-commerce* yang tidak dilakukan dengan tatap muka (*face to face*) secara

langsung antara penjual dan pembeli ini bertentangan dengan rukun dan syarat sah jual beli yang dikenal dengan literatur fiqh klasik.

Bila dilihat dari sistem operasionalnya, maka *e-commerce* menurut kacamata fikih kontemporer merupakan alat, media, metode teknis ataupun sarana (*wasilah*) yang dalam kaidah syari'ah bersifat fleksibel, dinamis, dan variable. Hal ini termasuk *unmurid dunya* (persoalan teknis keduniawian) selama dalam koridor syari'ah kepada umat islam untuk menguasai dan memanfaatkan perkembangan zaman demi kemakmuran bersama.

Menurut kaidah fikih sebagaimana dikemukakan oleh Wahbah Zuhaili bahwa prinsip dasar dalam transaksi muamalah dan persyaratannya yang terkait dengannya adalah boleh selama tidak dilarang oleh syari'ah atau bertentangan dengan dalil. Oleh karena itu, hukum transaksi dengan menggunakan media *e-commerce* adalah boleh berdasarkan prinsip masalah karena akan kebutuhan manusia dengan kemajuan teknologi ini dengan berusaha memperbaiki dan menghindari kelemahan dan penyimpangan teknik dari syari'ah.

Ada 5 (lima) tahap yang harus dilakukan untuk mengetahui validitas transaksi *e-commerce*, yaitu⁴¹:

1. Mengajukan Kontrak (*at-ta'aqud*)

Ini adalah tahap pertama yang harus dilakukan dimana kedua belah pihak mengecek adanya empat pillar yang mengikat kontrak, yaitu: *sighat* (ijab

⁴¹ Muhammad Zarkasyi, *Perdagangan Elektronik E-Commerce dalam Perspektif Hukum Islam*, <https://informasicoins.wordpress.com/2016/03/09/perdagangan-elektronik-e-commerce-dalam-perspektif-hukum-islam/>, diakses pada hari Rabu 13 April 2022, Pukul 12.37 WIB.

qabul), dua pihak yang melakukan transaksi, barang yang diperjualbelikan, dan ungkapan yang harus disepakati. Jika pemilik produk tidak bisa hadir, maka seorang agen harus memastikan bahwa perusahaan tersebut benar-benar ada. Sehubungan dengan barang yang menjadi objek transaksi, selain syarat yang berlaku pada objek pada umumnya, dalam *e-commerce*, dimana transaksi dilakukan via internet, maka barang tersebut harus tersedia di suatu tempat di pasar global.

2. Memastikan Validitas (*shih*)

Selama proses validitas, kontrak tersebut harus bebas dari elemen bunga (*riba*), ketidakpastian (*gharar*), penipuan, pemaksaan, atau salah satu dari jenis perjudian (*maisir*).

3. Implementasi/ pelaksanaan (*Nafadz*)

Dalam tahap ini, ada dua hal utama yang harus dilakukan: orang yang menawarkan produk adalah pemilik produk itu sebenarnya dan memiliki hak penuh terhadap barang tersebut. Barang tersebut terbebas dari semua hutang-piutang dan mengikat (*Ilzaam*). Dalam tahap ini, kedua pihak harus menandatangani kontrak yang mengikat. Sebelum menandatangani kontrak, pembeli harus memeriksa perusahaan (penjual) dan produk yang dijual melalui agen atau pihak lain. Hal ini dilakukan karena konsumen tidak bisa melihat secara langsung kondisi barang, dan website bisa selalu dikembangkan. Setelah menandatangani kontrak, pembeli harus menyimpan copy dari kontrak tersebut untuk menghindari manipulasi.

4. Pengiriman Tahapan

Ini adalah tahapan dimana kedua pihak harus saling menukar antara barang dan harga yang harus dibayarkan. Pada umumnya, *e-commerce* menggunakan kartu kredit, namun muslim harus menghindari pemakaian kartu kredit yang mengandung riba, dan mencari alternatif pembayaran yang lain, seperti pembayaran melalui bank. Setelah menerima produk, konsumen juga harus memeriksa dan mengkonfirmasi apakah barang yang diterima sesuai dengan kondisi dan spesifikasi yang disepakati. Dalam Islam, ada beberapa opsi yang dilakukan jika hal ini terjadi, yaitu dengan khiyar.

5. Pembayaran untuk transaksi *e-commerce*

Pembayaran *e-commerce* pada umumnya dengan kartu kredit. Dalam Islam, jika diasumsikan bahwa penggunaan kartu kredit adalah halal, maka pembeli harus membayar harga secara keseluruhan sebelum tanggal yang ditentukan. Bagaimanapun, masalah utama dalam keabsahan *e-commerce* menurut pandangan Islam adalah dimana konsumen hanya membayar 15% dari syarat minimum, sementara bank yang mengeluarkan akan menagih sebesar 2% setiap bulan dari neraca yang ada. Untuk itulah, solusi dari Islam adalah *murabahah*.

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan Pembelian Barang melalui *E-Commerce* menurut Ketentuan Undang - Undang Informasi dan Transaksi Elektronik

Perkembangan globalisasi dan perannya dalam dunia perdagangan merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dewasa ini. Kondisi tunggal yang ditawarkan globalisasi juga turut mempengaruhi perkembangan praktik dagang, yang didukung pesatnya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, melalui pengembangan perdagangan tanpa tatap muka (*faceless trading*) dengan dukungan teknologi internet atau *interconnected network* yang merupakan bagian teknologi komputer melalui sistem perdagangan bertransmisi elektronik, dan lazim dikenal dengan nama kontrak elektronik atau *electronic commerce* atau yang biasa disingkat *e-commerce*.

Keberadaan kontrak elektronik (*e-commerce*) menawarkan praktek dagang yang praktis dan cepat bagi pihak penjual dan pembeli, serta mampu mempertemukan banyak pihak yang datang dalam wilayah berbeda dalam satu wadah yang bersifat *borderless* atau tanpa batas.

Tahap – Tahap Pelaksanaan Transaksi melalui *E-Commerce*, yaitu :

1. Tahap Pra Kontraktual Dalam Pelaksanaan Transaksi *E-Commerce*

Secara umum ada lima tahapan dalam melakukan penjualan melalui media internet, yaitu sebagai berikut:

- a. Menetapkan ide untuk berbisnis;
- b. Melakukan riset pasar tentang prospek bisnis;

- c. Menyiapkan bahan penunjang untuk menjalankan bisnis;
- d. Membuat website sebagai identitas perusahaan;
- e. Melakukan promosi untuk mengundang pengunjung.

Kontrak elektronik (*e-commerce*) yang didasarkan atas transaksi bisnis secara elektronik, khususnya yang menyangkut transaksi online ordernya sebagaimana dikemukakan oleh Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyu, pada dasarnya ada lima tahap dalam proses transaksi bisnis secara elektronik (*e-commerce*), yakni sebagai berikut:

- a) *Find it*, pembeli dapat mengetahui dengan pasti dan mudah jenis barang yang dia inginkan, dengan metode, yakni search, pembeli dapat memperoleh tipe-tipe barang yang diinginkannya, dan metode browse, yang menyediakan menu yang terdiri atas jenis-jenis barang;
- b) *Explore it*, akan dijumpai keterangan lebih jelas mengenai barang yang dipilih itu, antara lain, terdiri dari informasi produk (seperti harga dan gambar barang) tersebut;
- c) *Select it*, shopping cart akan menyimpan terlebih dahulu barang yang diinginkan sampai siap untuk check out, dalam shopping cart, antara lain, dapat memproses check out dan menghapus atau menyimpan daftar belanja untuk keperluan nanti;
- d) *Buy it*, memproses check out, dilakukan dengan proses transaksi pembayaran setelah terlebih dahulu mengisi formulir yang telah disediakan oleh merchant. Pihak merchant tidak akan menarik

pembayaran pada credit card sampai kita sudah menyelesaikan proses perintah untuk pengiriman;

e) *Ship it*, pihak merchant akan mengirimkan e-mail lain yang akan memberitahukan pengiriman barang yang telah dilakukan.

2. Tahap Kontraktual dalam Pelaksanaan Transaksi Jual Beli *E-Commerce*

Kontrak elektronik lahir ketika penjual menyetujui pesanan pembeli (*buyer*) atau konsumen tersebut yang dilakukan melalui komunikasi teks yang dikirim melalui email atau melalui *Personal Chat* lainnya yang ditujukan kepada pembeli (konsumen).

Hal ini sesuai dengan ketentuan Pasal 20 ayat (1) dan ayat (2) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yaitu :

”(1) Kecuali ditentukan lain oleh para pihak, Transaksi Elektronik terjadi pada saat penawaran transaksi yang dikirim Pengirim telah diterima dan disetujui Penerima; (2) Persetujuan atas penawaran Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus dilakukan dengan pernyataan penerimaan secara elektronik.”

Dalam hal penerimaan biasanya penerimaan dapat terjadi tergantung pada penawaran yang terjadi. Apabila penawaran dilakukan melalui email address maka penerimaan dilakukan melalui email, karena penawaran hanya ditujukan pada sebuah email yang dituju sehingga hanya pemegang email tersebut yang dituju. Penawaran melalui website ditujukan untuk seluruh masyarakat yang membuka website tersebut, karena siapa saja dapat masuk ke dalam website yang berisikan penawaran atas suatu barang yang ditawarkan oleh penjual atau pelaku usaha. Setiap orang yang berminat

untuk membeli barang yang ditawarkan itu dapat membuat kesepakatan dengan penjual atau pelaku usaha yang menawarkan barang/jasa tersebut. Pada transaksi jual beli secara elektronik, khususnya melalui website, biasanya calon pembeli akan memilih barang tertentu yang ditawarkan oleh penjual atau pelaku usaha, dan jika calon pembeli atau konsumen itu tertarik untuk membeli salah satu barang yang ditawarkan, maka barang itu akan disimpan (*keep*) terlebih dahulu sampai calon pembeli atau konsumen merasa yakin akan pilihannya, selanjutnya pembeli atau konsumen akan memasuki tahap pembayaran.

3. Tahap Post Kontraktual dalam Transaksi Jual Beli *E-Commerce*

Transaksi jual beli yang terjadi melalui media internet itu sah dan mengikat para pihak apabila kontrak elektroniknya memenuhi syarat sahnya suatu perjanjian. Hal ini sesuai dengan ketentuan Pasal 1338 ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata), yang berbunyi:

“Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”.

Adapun syarat sahnya kontrak elektronik berdasarkan Pasal 1320 KUH Perdata yang merupakan syarat umum dari perjanjian adalah sebagai berikut:

- a. Supaya terjadi persetujuan yang sah, perlu dipenuhi empat syarat:
- b. Kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya;
- c. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan;
- d. Suatu pokok persoalan tertentu;
- e. Suatu sebab yang tidak terlarang.

Syarat sahnya kontrak elektronik juga disebutkan dalam Pasal 47 Peraturan Pemerintah No. 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik yaitu:

- a) Transaksi Elektronik dapat dilakukan berdasarkan Kontrak Elektronik atau bentuk kontraktual lainnya sebagai bentuk kesepakatan yang dilakukan oleh para pihak;
- b) Kontrak Elektronik dianggap sah apabila:
 - 1) Terdapat kesepakatan para pihak;
 - 2) 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.

Informasi elektronik berupa isi percakapan/komunikasi melalui media internet antara penjual dengan pembeli dapat dijadikan salah satu alat untuk membuktikan dan menerangkan perjanjian yang terjadi antar para pihak. Pasal 5 ayat (1) UU ITE menyebutkan bahwa:

“Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah.”

Jadi, suatu transaksi jual beli tidak akan disangkal keabsahannya hanya karena bukti transaksi jual belinya semata-mata dalam bentuk elektronik. Semua hal yang berkaitan dengan proses tawar-menawar atau percakapan yang terjadi melalui situs online (email, fax, sms, dan media elektronik lainnya) artinya dapat juga digunakan sebagai alat untuk

membuktikan dan menerangkan kontrak atau perjanjian yang terjadi antar para pihak dalam hal ini adalah oleh Penjual (merchant) dan pembeli (konsumen).

Dalam proses jual beli melalui layanan internet ini, sebelum lahirnya kontrak elektronik (*e-commerce*) terdapat kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang lengkap dan benar mengenai identitas pelaku usaha, syarat dan ketentuan kontrak, serta produk sebagaimana diatur dalam Pasal 9 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik:

“Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Yang dimaksud dengan “informasi yang lengkap dan benar” meliputi:

- a. Informasi mengenai identitas serta status subjek hukum dan kompetensinya, baik sebagai produsen, pemasok, penyelenggara maupun perantara;
- b. informasi lain yang menjelaskan hal tertentu yang menjadi syarat sahnya perjanjian serta menjelaskan barang dan/ atau jasa yang ditawarkan, seperti nama, alamat, dan deskripsi barang/ jasa.”

Hal tersebut di atas merupakan salah satu syarat dari sahnya suatu perjanjian dalam Pasal 1320 KUH Perdata yang termasuk dalam syarat causa yang halal, yang artinya tidak boleh bertentangan dengan undang-undang, dan jika dilanggar maka perjanjian atau kontrak tersebut dikatakan batal demi hukum.

Untuk menghindari risiko tuntutan hukum, sebaiknya penjual memberikan informasi yang lengkap dan benar sebagaimana diatur dalam Pasal 9 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan

Transaksi Elektronik dan pemberian informasi tersebut dilakukan sebelum pembeli melakukan pemesanan produk. Adapun bunyi dari pasal 9 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tersebut adalah sebagai berikut:

“Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektroik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan”.

Pelaku usaha didefinisikan dalam Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen) 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”.

Jadi dalam hal ini pihak penjual (*merchant*) harus memberikan keterangan yang lengkap berhubungan dengan penawaran ataupun promosi/iklan terhadap barang dan jasa yang mereka jajakan di situs online unntuk menghindari kemungkinan adanya tuntutan hukum dari pihak pembeli (konsumen).

Tidak semua tawaran dalam prakontrak elektronik yang didasarkan atas transaksi bisnis secara elektronik atau *e-commerce* mempunyai konsekuensi hukum. S. B. Marsh dan J. Soulsby, menjelaskan ada beberapa kriteria tawaran yang tidak termasuk dalam arti hukum, yaitu⁴²:

⁴² Muhammad Syaifuddin, 2012, *Hukum Kontrak Memahami Hukum Kontrak dalam Perspektif Filsafat, Teori, Dogmatik, dan Praktik Hukum (Seri Pengayaan Hukum Perikatan)*, Mandar Maju, Bandung, hlm. 25

1. Ajakan untuk melayani semata-mata, dalam hal ini ada suatu indikasi bahwa seseorang berkehendak untuk melakukan perundingan, akan tetapi tidak berkehendak untuk terikat dengan syarat-syarat yang disebutkan, daftar barang dagangan atau media dalam mengiklankan barang-barang untuk dijual merupakan ajakan semacam itu;
2. Isapan jempol atau bualan semata-mata, dalam hal ini tidak seorang pun yang akan memperhatikan secara serius, seperti merek yang tertera dalam paket bahwa “Merek X mencuci paling bersih” tidak akan dianggap sebagai tawaran tetap, akan tetapi dapat ditarik garis batas yang sempit antara bualan semata-mata dan janji-janji yang akan diterima serius oleh orang awam;
3. Pernyataan kehendak, yang sama juga halnya dengan tidak bermaksud untuk membentuk dasar kontrak, dan bukan suatu tawaran. Misalnya, iklan pelelangan umum.

Semata-mata memberikan informasi yang menyangkut suatu barang bahkan sampai harga dari barang tersebut, dalam hal ini tidak dapat dikatakan sebagai suatu tawaran.

Pelaksanaan hak dan kewajiban terjadi setelah para pihak dalam hal ini adalah pihak penjual (*merchant*) dan Pembeli (konsumen) telah memenuhi kontrak atau perjanjiannya, maka selanjutnya akan dilaksanakan proses pembayaran dan pengiriman barang atau jasa.

Cara pembayaran dalam situs online dilakukan atas kesepakatan antara pembeli dan penjual. Awalnya Pembeli akan menghubungi penjual melalui e-

mail atau Nomor Telp/Hp yang tertera pada produk yang diiklankan. Dari sinilah kedua belah pihak menentukan dan menyepakati transaksi bagaimana yang mereka inginkan, misalnya saja Transfer lewat Bank atau *Cash On Delivery* (COD). Selain itu jika masalahnya adalah jarak, maka biasanya setelah pembeli telah mengirimkan bukti pembayaran barang/jasa yang telah mereka pesan maka pihak penjual biasanya mengirimkan barang tersebut melalui jasa pengiriman dengan ongkos kirim yang dibebankan kepada pihak pembeli atau ditentukan lain.

Pada dasarnya transaksi jual beli secara elektronik, sama halnya dengan transaksi jual beli biasa yang dilakukan di dunia nyata, dilakukan oleh para pihak yang terkait, walaupun dalam jual beli secara elektronik ini pihak-pihaknya tidak bertemu secara langsung satu sama lain, tetapi berhubungan melalui internet. Dalam transaksi jual beli melalui media elektronik, pihak-pihak yang terkait antara lain⁴³:

1. Penjual atau merchant atau pengusaha yang menawarkan sebuah produk melalui internet sebagai pelaku usaha;
2. Pembeli atau konsumen yaitu setiap orang yang tidak dilarang oleh undang-undang, yang menerima penawaran dari penjual atau pelaku usaha dan berkeinginan untuk melakukan transaksi jual beli produk yang ditawarkan oleh penjual atau pelaku usaha atau merchant;
3. Bank sebagai penyalur dana dari pembeli atau konsumen kepada penjual atau pelaku usaha/merchant, karena pada transaksi jual beli secara

⁴³ Edmon Makarim, 2000, *Kompilasi Hukum Telematika*, Jakarta, Gravindo Persada, hlm. 65

elektronik, penjual dan pembeli tidak berhadapan langsung, sebab mereka berada pada lokasi yang berbeda sehingga pembayaran dapat dilakukan melalui perantara dalam hal ini bank;

4. Provider sebagai penyedia jasa layanan akses internet.

Seperti yang penulis jelaskan sebelumnya bahwa barang hanya akan dikirim setelah melalui proses pembayaran terlebih dahulu. Pembayaran dapat dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung, misalnya melalui fasilitas internet, namun tetap bertumpu pada sistem keuangan nasional, yang mengacu pada sistem keuangan lokal. Adapun klasifikasi pembayaran adalah sebagai berikut:

1. Transaksi model ATM, sebagai transaksi yang hanya melibatkan institusi financial dan pemegang *account* yang akan melakukan pengambilan atau mendeposit uangnya dari *account* masing-masing;
2. Pembayaran dua pihak tanpa perantara, yang dapat dilakukan langsung antara kedua pihak tanpa perantara dengan menggunakan uang nasionalnya;
3. Pembayaran dengan perantara pihak ketiga, umumnya merupakan proses pembayaran yang menyangkut debit, kredit ataupun cek masuk. Metode yang digunakan antara lain: sistem pembayaran melalui kartu kredit online serta pembayaran *check in line*.

Menurut Haris Faulidi Asnawi, ada beberapa langkah saat melakukan transaksi bisnis yang menggunakan *e-commerce* dengan kartu kredit:

- a. *Consumer* memilih barang yang akan dibeli pada website *merchant*;

- b. Setelah harga ditotal, kemudian *consumer* memasukkan informasi kartu kredit pada form slip pembelian yang telah disediakan website *merchant*;
- c. Informasi tersebut selanjutnya dikirim ke web server merchant bersama informasi pembelian lainnya;
- d. Melalui sebuah *sistem gateway*, *merchant* akan melakukan proses otorisasi;
- e. *Merchant* melakukan otorisasi ke *acquirer* untuk selanjutnya diteruskan ke *issuer* melalui jaringan kartu kredit;
- f. Setelah memeriksa validitas informasi kartu kredit, *issuer* akan mengirim hasil otorisasi ke *acquirer*;
- g. *Acquirer* selanjutnya mengirim hasil otorisasi kepada *merchant* dan diinformasikan kepada *consumer* melalui website *merchant*;
- h. Jika otorisasi berhasil, *merchant* mengesahkan transaksi tersebut dan mengirim sesuatu yang telah dibeli ke alamat yang disepakati.

Selanjutnya yang harus dilakukan adalah pengiriman. Pengiriman merupakan suatu proses yang dilakukan setelah pembayaran atas barang yang ditawarkan oleh penjual kepada pembeli, dalam hal ini pembeli berhak atas penerimaan barang termaksud. Pada kenyataannya, barang yang dijadikan sebagai objek perjanjian dikirimkan oleh penjual kepada pembeli dengan biaya pengiriman sebagaimana telah diperjanjikan antara penjual dan pembeli.

Menurut hasil penelitian bahwa yang dibebankan dalam biaya pengiriman barang biasanya adalah pihak pembeli (konsumen). Biaya pengiriman barang yang telah dipesan dan telah dibayar oleh pihak pembeli

atau konsumen dengan terlebih dahulu mengirimkan bukti pembayaran, biasanya biaya pengiriman barang tersebut dibebankan kepada pihak pembeli atau konsumen.

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian diatas maka penulis dapat memberikan analisis bahwa pelaksanaan pembelian barang melalui *E-Commerce* menurut ketentuan Undang - Undang Informasi dan Transaksi Elektronik belum sleuruhnya terlaksanau. Selain, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik peraturan tentang e-commerce juga tercantum di dalam Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Namun ternyata Indonesia masih belum mempunyai perangkat hukum yang khusus mengatur tentang *cyberspace*, *e-commerce* dan transaksi elektronik. Meskipun saat ini kita telah memiliki UU Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik, namun pengaturan transaksi elektronik hanya diatur pada Bab V Pasal 17 sampai dengan Pasal 22 yang terkesan masih sangat umum dan tidak spesifik. Ketentuan-ketentuan tersebut belum lengkap dan belum dapat menjawab berbagai persoalan yuridis mengenai pelaksanaan transaksi elektronik yang dilakukan oleh para pihak. Selain itu juga dalam Pasal 43 Ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Sistem dan Transaksi Elektronik menyatakan bahwa “Dalam gerbang nasional dan jaringan Sistem elektronik belum dapat dilaksanakan, penyelenggara Transaksi Elektronik dapat menggunakan sarana lain atau fasilitas dari luar negeri setelah memperoleh persetujuan dari Instansi pengawas dan pengatur sektor terkait”.

Hal ini membuktikan bahwa baik dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi elektronik maupun dalam Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik masih belum terdapat kejelasan mengenai pengaturan transaksi melalui media elektronik atau transaksi elektronik khususnya yang berkaitan dengan *e-commerce*, *cyberspace*, *resseller*, admin dan istilah-istilah lainnya yang sering dipakai dalam transaksi *e-commerce* ini.

B. Perlindungan Hukum bagi Konsumen yang Melakukan Transaksi *E-Commerce* yang Dirugikan

Diperlukan perlindungan hukum bagi warga Negara terhadap tindakan hukum pemerintah. Menurut Sjachran Basah, perlindungan terhadap warga Negara diberikan bila sikap tindak administrasi Negara itu menimbulkan kerugian terhadapnya, sedangkan perlindungan terhadap administrasi Negara itu sendiri dilakukan terhadap sikap tindaknya dengan baik dan benar menurut hukum baik tertulis maupun tidak tertulis⁴⁴.

Pembahasan tentang bentuk pelanggaran hak konsumen yang dialami oleh konsumen online shop dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Konsumen Tidak Menerima Barang yang Sesuai dengan yang Dipesan

Hak untuk melindungi konsumen yang tidak menerima barang sesuai dengan pesannya akibat informasi dari penjual yang tidak sesuai dengan barang yang dijualnya, hal ini berdasarkan pada Pasal 4 huruf c

⁴⁴ Sjachran Basah. 1992. *Perlindungan Hukum atas Sikap tindak Administrai Negara*. Bandung. hlm.34

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menjamin hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

Konsumen dapat menggugat pelaku usaha yang melakukan kecurangan dengan memberikan barang yang tidak sesuai dengan foto pada iklan toko online tersebut, dimana hal itu diterangkan dalam Pasal 49 ayat (3) Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik yang menjelaskan bahwa pelaku usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim apabila tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi.

b. Kondisi Barang dalam Keadaan Cacat/Rusak

Konsumen yang menerima barang dalam keadaan cacat/rusak ataupun konsumen yang menerima barang dengan baik menggambarkan bahwa keadaan barang merupakan hal penting yang menjadi perhatian bagi para konsumen. Keadaan barang yang diterima oleh konsumen menjadi hal yang penting dimana apabila konsumen menerima barang yang cacat/rusak membuat konsumen merasa dirugikan.

Hal tersebut dijelaskan, dalam Pasal 4 huruf a Undang-Undang Perlindungan Konsumen yaitu hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa. Mengenai kenyamanan, keamanan, dan keselamatan bagi konsumen yang melakukan

transaksi jual beli merasakan diberikan jaminan dengan adanya ketentuan tersebut.

c. Keterlambatan Pengiriman Oleh Pelaku Usaha

Salah satu faktor penting dalam transaksi melalui media sosial adalah pengiriman oleh pelaku usaha, dimana ketepatan pengiriman merupakan kepuasan bagi pelanggan. Jaminan yang didapatkan oleh konsumen merupakan kesepakatan yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha untuk memberikan kenyamanan bagi konsumen, dimana hal tersebut merupakan hak konsumen.

Hal tersebut dilakukan untuk menjaga komitmen pelaku usaha dalam melakukan usaha. Kewajiban baik bagi konsumen maupun pelaku usaha yaitu memenuhi jaminan atau garansi yang disepakati antara kedua pihak..Apabila pihak yang merasa dirugikan karena jaminan atau garansi tersebut tidak dipenuhi oleh salah satu pihak, maka pihak yang merasa dirugikan berhak untuk menuntut haknya kembali.

d. Kontrak Elektronik

Agar terlaksana transaksi elektronik yang baik dan benar maka kontrak elektronik akan sangat membantu. Transaksi jual beli dilakukan secara online dan berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik tetap diakui sebagai transaksi elektronik yang dapat dipertanggungjawabkan.

Persetujuan konsumen untuk membeli barang secara online dengan cara melakukan klik persetujuan atas transaksi merupakan bentuk tindakan penerimaan yang menyatakan persetujuan dalam kesepakatan pada transaksi elektronik. Tindakan penerimaan tersebut biasanya didahului pernyataan persetujuan atas syarat dan ketentuan jual beli secara online yang dapat kami katakan juga sebagai salah satu bentuk Kontrak Elektronik. Kontrak Elektronik menurut Pasal 47 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik dianggap sah apabila:

- 1) terdapat kesepakatan para pihak;
- 2) dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau yang berwenang mewakili sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- 3) terdapat hal tertentu; dan
- 4) objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, dan ketertiban umum.

Kontrak Elektronik itu sendiri menurut Pasal 48 ayat (3) Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan System dan Transaksi Elektronik setidaknya harus memuat hal-hal sebagai berikut:

- a. data identitas para pihak;
- b. objek dan spesifikasi;
- c. persyaratan Transaksi Elektronik;
- d. harga dan biaya;
- e. prosedur dalam hal terdapat pembatalan oleh para pihak;

- f. ketentuan yang memberikan hak kepada pihak yang dirugikan untuk dapat mengembalikan barang dan/atau meminta penggantian produk jika terdapat cacat tersembunyi; dan
- g. pilihan hukum penyelesaian Transaksi Elektronik.

Dengan karena itu, pada transaksi elektronik yang konsumen lakukan, dapat menggunakan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan/atau Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik sebagai dasar hukum dalam menyelesaikan permasalahan.

Menurut Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 yang berbunyi sebagaimana berikut:

- 1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan;
- 2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan yang berlaku;
- 3) Pemberian gantirugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi;

- 4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan;
- 5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Berdasarkan Pasal 20 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang menjadi pedoman dalam hal ini. Apabila pelaku usaha tersebut terbukti benar merugikan konsumen, maka tindakan administratif yang diambil oleh pemerintah dapat dijadikan alat bukti bagi konsumen yang dirugikan. Sehingga alat bukti tersebut dapat digunakan oleh konsumen dan berarti memberi kemudahan bagi konsumen dalam mengajukan gugatan perkaranya. Sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp. 200.000,- (dua ratus ribu rupiah) apabila pelaku usaha melanggar Pasal 19 ayat (2), ayat (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (sebagaimana yang telah di sebutkan diatas tentang bunyi pasalnya).

Transaksi elektronik di dalamnya terdapat subjek hukum, dalam hal ini adalah pelaku usaha dan konsumen, melakukan transaksi perdagangan melalui teknologi informasi berupa internet sehingga melahirkan perjanjian.

Dalam perjanjian ada yang disebut dengan dokumen elektronik yang dapat dijadikan sebagai alat bukti elektronik untuk menghindari adanya penyalahgunaan oleh orang yang tidak bertanggung jawab yang dapat

digolongkan sebagai kejahatan dalam transaksi elektronik. Maka dari itu dibutuhkan perlindungan hukum bagi para subjek hukum yang melakukan transaksi elektronik ini. Dalam perjanjian terdapat dokumen elektronik, yang dimana pelaku usaha membuat isi dari dokumen tersebut dan berisikan aturan dan kondisi yang harus dipenuhi oleh para konsumen. Aturan tersebut digunakan sebagai perlindungan hukum bagi kedua belah pihak. Perlindungan hukum bagi kedua belah pihak adalah:

- a. Perlindungan hukum untuk pelaku usaha ditekankan dalam hal pembayaran, dimana konsumen diharuskan membayar penuh dan melunaskan pembayaran tersebut dan kemudian melakukan konfirmasi pembayaran baru setelah itu barang akan dikirimkan.
- b. Perlindungan hukum bagi konsumen terletak pada garansi berupa pengembalian atau penukaran barang jika barang yang diterima tidak sesuai dengan apa yang dipesan.

Sebagaimana yang kita ketahui sekarang, banyak konsumen yang haknya tidak diperhatikan oleh para pelaku usaha membuat konsumen merasa dirugikan. Dalam kaitannya dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi dimana barang dan jasa dapat diperdagangkan kepada konsumen tanpa ada batasan wilayah.

Konsumen dan pelaku usaha merupakan pihak yang harus mendapatkan perlindungan hukum. Namun sering kali posisi konsumen lebih lemah dibandingkan dengan pelaku usaha. Hal ini berkaitan dengan tingkat kesadaran para konsumen terhadap haknya, kemampuan keuangan, dan kemampuan

dalam tawar menawar yang cenderung masi rendah. Tata hukum harus bisa menempatkan kedudukan kedua belah pihak di tempat yang sama sehingga mendapat keadilan yang sebenar-benarnya. Konsumen harus dilindungi oleh hukum karena salah satu sifat dan tujuan hukum adalah memberikan pengayoman pada masyarakat yang diwujudkan dalam bentuk kepastian hukum yang menjadi hak konsumen.

Membicarakan tentang hak konsumen, dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen telah disebutkan jelas apa saja hak-hak konsumen, bunyi pasal tersebut adalah:

- a. hak atas kenyamanan, keamanan dan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa;
- c. hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;

- g. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif (baik secara suku, agama, budaya, daerah, pendidikan, kaya, miskin, dan status social lainnya);
- h. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Seperti yang telah dijabarkan diatas, banyak dari pasal 4 tersebut belum diterapkan secara benar dan baik oleh para pihak terkait. Mengenai pelaksanaan hak-hak konsumen oleh pelaku usaha di account instagram harus diketahui karena transaksi elektronik telah disepakati tidak bisa diabaikan oleh penjual barang atau jasa dengan alasan apapun.

Pasal 49 ayat (3) Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik menjelaskan bahwan pelaku usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim apabila tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi. Apabila ternyata barang yang konsumen terima tidak sesuai dengan foto pada iklan toko online tersebut (sebagai bentuk penawaran), konsumen dapat menggugat Pelaku Usaha secara perdata dengan alasan terjadinya wanpretasi atas transaksi jual beli yang Anda lakukan dengan penjual.

BAB IV

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Pelaksanaan Transaksi *e-commerce* berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik belum sepenuhnya terlaksana karena masih sering terjadi wanprestasi yang dilakukan oleh salah satu pihak sehingga timbulah sengketa antara para pihak tersebut. Meskipun saat ini kita telah memiliki Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik, namun pengaturan transaksi elektronik hanya diatur pada Bab V Pasal 17 sampai dengan Pasal 22 yang terkesan masih sangat umum dan tidak spesifik. Ketentuan-ketentuan tersebut belum lengkap dan belum dapat menjawab berbagai persoalan yuridis mengenai pelaksanaan transaksi elektronik yang dilakukan oleh para pihak. Selain itu juga, hal ini dikarenakan baik dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik maupun dalam Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik ini masih belum secara lengkap membahas tentang *cyberspace*, transaksi elektronik, *e-commerce*, *resseller*, admin dan istilah-istilah lain yang berkaitan dengan transaksi *e-commerce*.

2. Perlindungan hukum bagi konsumen yang melakukan transaksi *e-commerce* yang dirugikan diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Pasal 49 Ayat (3) yang menjelaskan bahwa perlindungan hukum bagi para konsumen yang tidak mendapatkan barang yang sesuai dengan yang dipesan ataupun barang yang dipesan terdapat cacat tersembunyi sehingga pelaku usaha wajib memberikan perjanjian mengenai Batasan waktu untuk konsumen mengembalikan barang tersebut. Dengan demikian konsumen dapat menggugat pelaku usaha dengan alasan wanprestasi atas transaksi jual beli melalui media sosial secara perdata. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, sebagaimana disebutkan pada pasal 4 bahwa perlindungan hak bagi konsumen disertai dengan i'tikad baik harus dilakukan dengan baik sehingga menghindari kerugian bagi konsumen.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis dapat memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Untuk Kepolisian, Perlu dilakukan sosialisasi terhadap Undang-Undang Informasi Teknologi (UUITE) sehingga masyarakat dapat memahami dan mengetahui perihal tentang perjanjian melalui Internet tersebut. Dalam hal ini sosialisasi dimaksudkan juga agar masyarakat dapat melaksanakan transaksi *e-commerce* ini sesuai dengan aturan yang berlaku dan juga agar

terdapat persamaan persepsi, sehingga tidak terdapat kendala dalam penerapannya.

2. Untuk Pemerintah, hendaknya Pemerintah membuat atau menetapkan undang – undang yang khusus mengatur tentang jual beli *E-Commerce*, agar konsumen mendapat perlindungan hukum yang layak dan menekan terjadinya pelanggaran.
3. Untuk konsumen, hendaknya konsumen didalam penerimaan barang atau produk yang di pesan melalui *E-Commerce* supaya di cek secara cermat dan teliti tentang keaslian dan cacat produk atau barang yang diterima.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Al-Hadits

Buku

- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Amalia Desiani et al., 2018, “*Implementasi Asas Itikad Baik Dalam Perlindungan Konsumen Atas Pembatalan Transaksi Yang Dilakukan Oleh Situs Belanja Elektronik*”, *Acta Diurnal* Vol. 2, No. 1.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2009, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta : Sinar Grafika.
- David Baum, 1999, *E-commerce*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Dwi Rizki Meicaecaria, 2007, *Pelaksanaan Perjanjian Dana Pensiun Lembaga Keuangan PT. Bank Negara Indonesia (PERSERO) Tbk Pusat*, Jakarta : Gravindo Persada.
- Edmon Makarim, 2000, *Kompilasi Hukum Telematika*, Jakarta : Gravindo Persada.
- Haris Faulidi Asnawi, 2004, *Transaksi Bisnis e-commerce perspektif Islam*, Yogyakarta : Magistra Insania Press.
- Muhammad Syaifuddin, 2012, *Hukum Kontrak Memahami Hukum Kontrak dalam Perspektif Filsafat, Teori, Dogmatik, dan Praktik Hukum (Seri Pengayaan Hukum Perikatan)*, Bandung : Mandar Maju.
- Mulyadi. 2008. *Sistem Akuntansi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Munir Fuady, 2016, *Pengantar Hukum Bisnis Menata Bisnis di Era Global*, Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- R. Subekti, 1989, *Aneka Pejanjian*, Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- R.M Suryodiningrat, 1996, *Perikatan-Perikatan Bersumber Perjanjian*, Bandung : Tarsito.
- Sjachran Basah. 1992. *Perlindungan Hukum atas Sikap tindak Administrai Negara*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- Soerjono Soekanto & Sri Mamudji, 2001, *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*, Jakarta : Rajawali Pers.

Subekti, 1987, *Hukum Perjanjian*, Jakarta : PT. Intermedia.

Surayin, 2005, *Analisis Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Bandung, Yrama Widya.

Wirjono Projodikoro, 1991, *Hukum Perdata Tentang Persetujuan-persetujuan Tertentu*, Bandung: Sumur.

Aspek-aspek Hukum Tentang Pemalsuan Tanda Tangan Digital dalam E-commerce, <http://elib.unikom.ac.id>

Muslim Abdurrahman, 2011, *Sosiologi Penelitian Hukum*, Malang : UMM pres, Malang.

Peter Mahmud Marzuki, 2010, *Penelitian Hukum*, Kencana, Jakarta : Bumi Aksara.

Wasty Soemanto, 2009, *Pedoman Teknik Penulisan Skripsi*, Jakarta : Bumi Aksara

Peraturan Perundang – undangan

Undang-Undang Dasar Republik Indonesia 1945.

Kitab Undang Undang Hukum Perdata.

Kitab Undang-Undang Hukum Acara Perdata.

Undang – Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Undang – Undang No. 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Jurnal

Acep Rohendi, 2015, “*Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Perspektif Hukum Nasional Dan Internasional*”, *Ecodemica* Vol III, No. 2.

Aditya Ayu Hakiki et al., 2017, “*Perlindungan Hukum Bagi Pembeli Dalam Sengketa Jual Beli Online*”, *Justitia Jurnal Hukum* 119, No. 1.

Julian Iqbal, 2018, “*Perlindungan Bagi Konsumen Online Marketplace Melalui Mekanisme Online Dispute Resolution (ODR)*”, *Jurist-Diction* Vol. 1, No. 2.

Masintosh Indriyani et al., 2017, “*Perlindungan Privasi Dan Data Pribadi Konsumen Daring Pada Online Marketplace System*”, *Justitia Jurnal Hukum* Vol. 1, No.2.

Nurhafni dan Sanusi Bintang, 2018, “*Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Perjanjian Baku Elektronik*”, Kanun Jurnal Ilmu Hukum Vol. 20, No. 3.

Lain – lain

Andreas Viklund, 2009, *E-commerce: Definisi, Jenis, Tujuan, Manfaat dan Ancaman menggunakan E-commerce*, <http://jurnal-sdm.blogspot.com>.

<http://www.pengertianartidefinisi.com/2015/10/pengertian-hukum-yuridis/>

<https://bpptik.kominfo.go.id/2014/12/19/645/e-commerce/>

Jual Beli Menurut Islam – Aturan dan Syaratnya, <https://dalamislam.com/hukum-islam/ekonomi/jual-beli-menurut-islam>

Kompas , *Daftar 10 Marketplace Online Paling Ramai Pengunjung di Asia Tenggara* <https://tekno.kompas.com/read/2021/05/10/15270037/daftar-10-marketplace-online-paling-ramai-pengunjung-di-asia-tenggara?page=all>.

Lingga Ery Susanto, *Perlindungan konsumen*, www.scribd.com

Muhammad Abduh Tuasikal, *Jual Beli dan Syarat-Syaratnya*, <https://muslim.or.id/222-jual-beli-dansyarat-syaratnya.html>

Muhammad Zarkasyi, *Perdagangan Elektronik E-Commerce dalam Perspektif Hukum Islam*, <https://informasicoins.wordpress.com/2016/03/09/perdagangan-elektronik-e-commerce-dalam-perspektif-hukum-islam/>.

