

**REKONSTRUKSI HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM MEMBELI  
PRODUK BARANG MELALUI SHOP ONLINE BERBASIS NILAI KEADILAN**

**DISERTASI**

**Untuk memperoleh gelar Doktor dalam Bidang Ilmu Hukum  
Pada Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA)  
Semarang**



**Oleh :  
Roshafizah Binti Halim  
NIM : PDIH.**

**PROGRAM DOKTOR ILMU HUKUM  
FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG  
SEMARANG  
2023**

**LEMBAR PENGESAHAN UJIAN TERBUKA**  
**REKONSTRUKSI HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM MEMBELI**  
**PRODUK BARANG MELALUI SIHOP ONLINE BERBASIS NILAI KEADILAN**

OLEH:

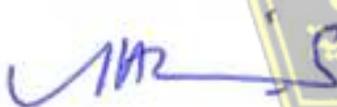
**Roshafizah Binti Halim**

**NIM : PDIB.**

**DISERTASI**

Untuk memperoleh gelar Doktor dalam Bidang Ilmu Hukum  
Pada Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang  
Telah disetujui oleh Promotor dan Co-Promotor pada tanggal  
Seperti tertera di bawah ini  
Semarang, .... Maret 2023

PROMOTOR



Prof. Dr. Hj. Anis Mashdurohatun, S.H., M.Hum  
NIDN : 06-2105-7002

CO-PROMOTOR



Prof. Dr. Sri Endah Wahyuningsih, S.H., M.Hum.  
NIDN: 06-2804-6401

Mengetahui,

Ketua Program Doktor Ilmu Hukum  
Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung



Prof. Dr. Hj. Anis Mashdurohatun, S.H., M.Hum  
NIDN : 06-2105-7002

## PERNYATAAN ORIGINALITAS PENELITIAN

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, disertasi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Doktor baik Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang (UNISSULA) maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain selain Tim Promotor dan masukan dari Tim Penelaah.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku pada perguruan tinggi ini.

UNISSULA

جامعة سلطان ابيونج الإسلامية

Semarang, Februari 2023

Yang Membuat Pernyataan



Roshafizah Binti Halim  
10301700150

## ABSTRAK

Globalisasi telah mengusung perkembangan ilmu dan teknologi, di antaranya teknologi informasi ke Indonesia, sehingga Indonesia juga menjadi bagian dari jaringan global perdagangan di dunia siber (*cyber world/virtual world*). Aktivitas bisnis melalui internet atau yang lazim disebut transaksi bisnis atau perdagangan elektronik. Tujuan Penelitian untuk menganalisis dan menemukan ) Rekonstruksi Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online Berbasis Nilai Keadilan. Hasil penelitian menemukan bahwa (1) Regulasi Perlindungan Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online Belum Berbasis Nilai Keadilan yaitu Adanya fakta masih terabaikannya hak-hak dasar warga negara baik hak ekonomi, sosial, maupun budaya dan adanya kekosongan per-undang-undangan yang mengatur tentang E Commerce. Penerapan pengaturan mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* menurut perundang-undangan di Indonesia. Undang-Undang (UU) yang terkait adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 pasal 7 huruf b, dan Pasal 9 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Kedua UU tersebut kurang mampu memberikan hukum yang memadai bagi konsumen dalam *e-commerce*. Kedua UU tersebut telah mengatur mengenai transaksi perdagangan yang berkaitan dengan informasi dan sertifikasi konsumen e commerce, namun UU tersebut lahir sebelum adanya perkembangan bidang *e-commerce*. Jadi, pengaturan UU tersebut masih belum sempurna. (2) Kelemahan-Kelemahan Regulasi Perlindungan Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online yakni adanya kelemahan secara substansi hukum, struktur hukum dan kultur hukum. (3) Rekonstruksi Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online Berbasis Nilai Keadilan. Rekonstruksi nilai perlindungan konsumen dalam Regulasi Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online berkaitan dengan informasi syarat kontrak sudah berbasis nilai keadilan dengan adanya perubahan terhadap rumusan Pasal 7 huruf b UU Perlindungan Konsumen dan Pasal 9 UU ITE. Dengan rekonstruksi tersebut menghadirkan Teori Perlindungan Konsumen yang Berkeseimbangan. Makna Perlindungan Hukum yang Berkeseimbangan dalam konteks perlindungan konsumen perdagangan secara elektronik, yaitu posisi lemah konsumen dalam perdagangan secara elektronik, niscaya diseimbangkan dengan posisi kuat pelaku usaha melalui aturan-aturan informasi syarat kontrak baik dalam UU ITE maupun UU Perlindungan Konsumen. Keseimbangan posisi itu diatur berdasarkan pendekatan perbandingan hukum yang mencampur (*mixing*) antara Hukum Barat, Hukum Islam dan Hukum Nasional. Percampuran itu dilakukan dengan Konsep Harmonisasi Hukum. Teori perlindungan konsumen yang berkeseimbangan itu mengandung konsep integratif.

**Kata Kunci: Rekontruksi; Shop online; perlindungan; Konsumen; Keadilan;**

## RINGKASAN

### A. Latar Belakang Masalah

Globalisasi telah mengusung perkembangan ilmu dan teknologi, di antaranya teknologi informasi ke Indonesia, sehingga Indonesia juga menjadi bagian dari jaringan global perdagangan di dunia siber (*cyber world/virtual world*). Aktivitas bisnis melalui internet atau yang lazim disebut transaksi bisnis atau perdagangan elektronik (*electronic commerce* disingkat *E-Commerce*, disebut juga *cyber-commerce* atau disingkat *c-commerce*), telah menjadi kecenderungan global atau internasional. Indonesia tentu tidak dapat mengisolasi diri dari penggunaan internet oleh bangsa Indonesia dan menutup akses perdagangan elektronik itu.

Apalagi dalam hukum Islam, hingga detik ini *E-Commerce* tidak menjadi polemik dikalangan para ulama. Hal ini dikarenakan banyaknya keuntungan-keuntungan, selain dari bentuk kejelasan yang dapat dipahami bersama, dan dikuatkan oleh beberapa fatwa yang melindungi dalam “bentuk berbeda” dalam transaksi ini. Kaidah yang dapat diterapkan berkaitan dengan *al-‘ādat* dan *‘urf*. Sebut saja dalam hal ini misalnya “*al-‘ādatu muhkamātun*.” (Kebiasaan yang biasa dilakukan masyarakat, dapat menjadikan tradisi hukum).

Ruang tidak terbatas dan dapat diakses oleh semua orang dalam transaksi elektronik tersebut potensial memunculkan penyalahgunaan oleh pihak-pihak yang terlibat di dalamnya karena sifatnya yang tidak langsung sebagaimana transaksi konvensional, meskipun menggunakan perangkat untuk komunikasi

cepat (*quick communication*). Penyalahgunaan dalam perdagangan elektronik ini lebih kompleks dibanding perdagangan konvensional. Muncul berbagai penyalahgunaan, seperti penipuan melalui iklan (*deceptive advertisements*) atas barang-barang yang diperdagangkan sampai tidak adanya tanggung jawab yang menjamin barang sampai di tangan pembeli, dan berbagai praktik perdagangan lain tidak jujur (*unfair trading practices*). Praktik-praktik tidak jujur ini menandai kebutuhan perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi perdagangan elektronik. Penggunaan internet sebagai ruang perdagangan sesungguhnya menambah jenis kejahatan atau penyalahgunaan teknologi informasi. Artinya, saat ini kejahatan di ruang siber tidak hanya sebatas komputer sebagai ruang atau tempat penyimpanan informasi yang dapat dibobol, namun instrumentasinya itu sendiri dalam perdagangan potensial menciptakan jenis kejahatan baru atau perbuatan melanggar hukum dari aspek hukum perdata maupun wanprestasi yang tidak mudah diselesaikan sebagaimana dalam dunia nyata (*real world*).

Di Indonesia sesungguhnya di samping terdapat Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UU PK) juga Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang diubah oleh Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut UU ITE). UU PK dibentuk tidak dalam konteks perkembangan perdagangan elektronik, sehingga tidak secara sengaja dimaksudkan pula atau khusus untuk melindungi konsumen dalam perdagangan elektronik. Di samping itu, UU PK hanya mengatur sebatas

hubungan antara pelaku usaha dan konsumen. Dalam perdagangan elektronik, hubungan pelaku usaha dan konsumen dapat diperantarai oleh pihak ketiga yang justru menentukan hubungan antara pelaku usaha dan konsumen dapat berlangsung atau tidak, bukan pelaku usaha dan konsumen itu sendiri yang menentukan. Hal-hal itu bergantung pada pemenuhan syarat kontrak (*terms of contract*), baik oleh pelaku usaha maupun konsumen.

Berbeda halnya dengan UU ITE dibentuk dalam konteks pertumbuhan dan perkembangan perdagangan elektronik. Meskipun demikian, UU ITE tidak hanya berhubungan dengan perdagangan elektronik, namun mengatur ihwal lebih luas, yang disebut dengan istilah “informasi elektronik”<sup>1</sup> di samping “transaksi elektronik”<sup>2</sup>. Dikatakan mengatur ihwal lebih luas dari sekadar perdagangan elektronik disebabkan transaksi elektronik meliputi semua bentuk perbuatan hukum termasuk transaksi di luar perdagangan.

Pasal 33 ayat (4) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (selanjutnya disebut UUD NRI Tahun 1945) menegaskan bahwa perekonomian disusun berdasarkan asas kekeluargaan di samping kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional. Asas-asas perekonomian nasional itu tentu menjadi *ratio legis*<sup>3</sup> berbagai

---

<sup>1</sup> “Informasi Elektronik” adalah satu atau sekumpulan data elektronik, termasuk, tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto, *electronic data interchange* (EDI), surat elektronik (*electronic mail*), telegram, teleks, *teletype* atau sejenisnya, huruf, tanda, angka, Kode Akses, simbol, atau perforasi yang telah diolah yang memiliki arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya. (Pasal 1 angka 1 UU ITE).

<sup>2</sup> “Transaksi Elektronik” adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya. (Pasal 1 angka 2 UU ITE).

<sup>3</sup> *Ratio legis* adalah alasan bagi lahirnya peraturan hukum. Asas hukum sebagai *ratio legis* dari peraturan hukum, artinya sebagai suatu sarana yang membuat hukum itu hidup, tumbuh dan berkembang, sekaligus menunjukkan bahwa hukum itu bukan sekadar kumpulan dari

peraturan perundang-undangan di bidang perekonomian, termasuk di bidang bisnis atau perdagangan, khususnya perdagangan secara elektronik. Aktivitas-aktivitas bisnis, termasuk hubungan antara pelaku usaha dan konsumen di Indonesia di samping dilingkupi oleh berbagai peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen (UUPK) dan transaksi elektronik (UU ITE), juga tidak dapat dilepaskan dari asas-asas tersebut.

Salah satu aspek penting dalam perdagangan secara elektronik yang dapat menjadi indikator perlindungan konsumen dan kejujuran pelaku usaha adalah kontrak elektronik. Kontrak elektronik diartikan sebagai perjanjian para pihak yang dibuat melalui Sistem Elektronik.<sup>4</sup> Ketentuan tersebut mengatur mengenai syarat kontrak yang lengkap dan benar. Permasalahan muncul tentu berkaitan dengan standar informasi yang lengkap dan benar mengenai syarat kontrak (*terms of contract*). Penjelasan Pasal 9 UU ITE menentukan bahwa :

Yang dimaksud dengan “informasi yang lengkap dan benar” meliputi :

- a. informasi yang memuat 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/j

Pasal tersebut sejalan dengan ketentuan Pasal 7 huruf b UU Perlindungan Konsumen yang menentukan bahwa “kewajiban pelaku usaha

---

peraturan-peraturan. Hal itu disebabkan asas mengandung nilai-nilai dan tuntutan-tuntutan etis. (Satjipto Rahardjo, 2000, *Ilmu Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung, Hal.45.)

<sup>4</sup> \_\_\_\_\_, Pasal 1 angka 17 UU ITE.

memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.”

Ketentuan Pasal 9 UU ITE maupun Pasal 7 huruf b UU PK membutuhkan konsekuensi hukum apabila tidak dipatuhi oleh pelaku usaha, sehingga kerugian konsumen dapat dicegah atau diganti. Hal itu tidak diatur dalam UU ITE, kecuali upaya prevensi dengan adanya “sertifikasi keandalan” yang akan diberikan oleh Lembaga Sertifikasi Keandalan<sup>5</sup>. Dalam Penjelasan Pasal 10 UU ITE diterangkan bahwa :

Sertifikasi keandalan dimaksudkan sebagai bukti bahwa pelaku usaha yang melakukan perdagangan secara elektronik layak berusaha setelah melalui penilaian dan audit dari badan yang berwenang. Bukti telah dilakukan Sertifikasi Keandalan ditunjukkan dengan adanya logo sertifikasi berupa *trust mark* pada laman (*home page*) pelaku usaha tersebut.

Berdasarkan beberapa kasus penipuan dalam situs jual beli secara elektronik tidak pandang siapa korban bahkan sekelas Menteri Pemuda dan Olah Raga pada saat itu, Roy Suryo bisa tertipu yang berniat membeli sepeda fixie yang diiklankan pelaku di situs OLX.co.id, Roy Suryo tertarik dan sudah mengirimkan uang sejumlah satu juta seperti yang diminta pelaku, namun setelah dikirim, pelaku tidak juga mengirimkan barang yang dipesan, maka urgen untuk diteliti variasi syarat kontrak yang dipergunakan oleh para pelaku usaha dalam perdagangan secara elektronik berdasarkan kategori sebagaimana

---

<sup>5</sup> \_\_\_\_\_, Pasal 10 UU ITE.

diatur Pasal 9 UU ITE maupun Pasal 7 huruf b UU PK serta bobot keadilan. Variasi syarat kontrak maupun kontrak elektronik menjelaskan polanya dalam perdagangan secara elektronik, baik terhadap usaha (bisnis) secara elektronik yang telah maupun belum memperoleh sertifikasi keandalan.

Dari uraian yang dangkal tersebut di atas maka penulis memberi judul disertasi “Rekonstruksi Perlindungan Konsumen Dalam Perdagangan Secara Elektronik Berkaitan dengan Informasi Syarat Kontrak Berbasis Nilai Keadilan”.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini dilakukan sehubungan dengan permasalahan sebagai berikut :

1. Mengapa regulasi Perlindungan hukum Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online Berbasis Nilai Keadilan belum berbasis nilai keadilan?
2. Apa saja kelemahan-kelemahan regulasi Perlindungan hukum Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online saat ini?
3. Bagaimana Rekonstruksi hukum Perlindungan hukum Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online Berbasis Nilai Keadilan berbasis nilai keadilan ?

### **C. TUJUAN PENELITIAN**

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk menganalisis dan menemukan regulasi Perlindungan Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online belum berbasis nilai keadilan.
2. Untuk menganalisis dan menemukan kelemahan-kelemahan regulasi Perlindungan Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online saat ini.
3. Untuk menemukan rekonstruksi hukum Perlindungan Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online Berbasis Nilai Keadilan.

### **D. MANFAAT PENELITIAN**

#### **1. Secara Teoritis**

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan memberi manfaat membangun pengertian-pengertian, konsep, dan teori mengenai perlindungan konsumen, terutama mengenai informasi terkait syarat kontrak dalam perdagangan secara elektronik.

#### **2. Secara Praktis**

Secara praktis, penelitian ini memberi kegunaan bagi penentuan standar informasi terkait syarat kontrak dalam perdagangan secara elektronik dan memberi rekomendasi bagi pemerintah legislatif dan yudikatif serta masyarakat yang membutuhkan.

## E. KERANGKA KONSEPTUAL

Penelitian ini diarahkan untuk meneliti variasi syarat kontrak/kontrak elektronik yang digunakan oleh para pelaku usaha dalam perdagangan elektronik yang berkaitan dengan informasi syarat kontrak, karena informasi syarat kontrak dalam perdagangan elektronik masih menempatkan posisi yang lemah. Maka dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam rangka merekonstruksi Pasal 9 Undang - undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Tahun 2008. Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan syarat kontrak, produsen dan produk yang ditawarkan.

Kata rekonstruksi di dalam *Black's Law Dictionary*, rekonstruksi (reconstruction) di antaranya diartikan dengan “The act or process of rebuilding, re-creating or reorganizing something” (tindakan atau proses pembangunan kembali atau pembentukan ulang atau mengorganisasi ulang sesuatu). Oleh karena itu, kata “rekonstruksi” yang dimaksudkan disini adalah “membangun kembali” atau “membentuk ulang” atau “mengorganisasi ulang”. Adapun yang ingin dibangun kembali atau disusun kembali, yaitu UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen berkaitan dengan Informasi Syarat Kontrak yang dipergunakan oleh para pelaku usaha dalam perdagangan secara elektronik berdasarkan kategori sebagaimana diatur Pasal 9 UU ITE.

Perlindungan konsumen (Pasal 1 Ayat 1 UUPK) adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan pada

konsumen. Perlindungan konsumen sesungguhnya iddentik dengan perlindungan yang diberikan terhadap hak-hak konsumen yaitu Hak Atas Kenyamanan, Keamanan, dan Keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau Jasa, Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan, hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur, hak untuk didengar, hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, hak untuk dapat pembinaan dan pendidikan konsumen, hak untuk diperlakukan adil, hak untuk mendapatkan kompensasi dan hak-hak yang diatur dalam perundang-undangan yang lain.

Barang dan/atau jasa tidak untuk diperdagangkan dalam UUPK dipertegas yakni hanya konsumen akhir. Pelaku usaha adalah setiap 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. transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.

## F. KERANGKA TEORI

### 1. Teori Utama (*Grand Theory*), Teori Keadilan Pancasila Yudi Latif

Ketidakadilan adalah ketimpangan yang tidak menguntungkan semua orang. Tentu, konsepsi ini sangat kabur dan membutuhkan penafsiran.

Mustahil secara Teoretis, dengan memberikan kebebasan secara fundamental, mereka secara memadai dikompensasi capaian-capaian ekonomi dan sosialnya. Konsepsi keadilan umum tidak menerapkan batasan pada jenis ketimpangan apa yang diperbolehkan, hanya mengharuskan agar posisi semua orang bisa diperbaiki. Tidak perlu mengandaikan sesuatu yang sangat praktis seperti persetujuan pada perbudakan. Bayangkan bahwa orang-orang justru menanggalkan hak-hak politik tertentu manakala keuntungan ekonomi signifikan dan kemampuan mereka untuk memengaruhi arus kebijaksanaan melalui penerapan hak-hak tersebut pada semua kasus akan terpinggir. Pertukaran jenis ini yang akan diungkapkan dua jenis prinsip tersebut, setelah diuraikan secara serial mereka tidak mengijinkan pertukaran antara kebebasan dasar dan pencapaian-pencapaian sosial dan ekonomi. Urutan secara serial atas prinsip-prinsip tersebut mengekspresikan pilihan dasar diantara nilai-nilai sosial primer. Ketika pilihan ini rasional, begitu pula pilihan prinsip-prinsip tersebut dalam urutan ini.

“Teori Keadilan” ini merupakan *Grand Theory* yang akan penulis gunakan sebagai dasar analisis bagi penyusunan dan pendeskripsikan bahan dan faktor-faktor hukum yang ditentukan dalam menjawab

permasalahan pertama, khususnya untuk menentukan bahwa bentuk-bentuk informasi berkaitan dengan syarat kontrak dalam praktik perdagangan secara elektronik belum berbasis nilai keadilan. Sekaligus teori ini akan digunakan sebagai bahan dasar bagi analisa terhadap bahan dan fakta-fakta hukum yang ditujukan menjawab permasalahan ketiga yaitu akan digunakan sebagai dasar dalam membangun konsep baru berupa rekonstruksi perlindungan konsumen berkaitan dengan informasi, syarat kontrak dalam perdagangan elektronik berbasis nilai keadilan.

Di dalam Pancasila kata adil terdapat pada sila kedua dan sila kelima. Nilai kemanusiaan yang adil dan keadilan sosial mengandung suatu makna bahwa hakikat manusia sebagai makhluk yang berbudaya dan berkodrat harus berkodrat adil, yaitu adil dalam hubungannya dengan diri sendiri, adil terhadap manusia lain, adil terhadap masyarakat bangsa dan negara, adil terhadap lingkungannya serta adil terhadap Tuhan Yang Maha Esa. Konsekuensi nilai-nilai keadilan yang harus diwujudkan meliputi:<sup>6</sup>

Konsep keadilan dalam pancasila perspektif Yudi Latif, Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia adalah bunyi dari sila kelima Pancasila yang dianut oleh bangsa Indonesia sebagai salah satu falsafah dalam bermasyarakat dan bernegara. Banyak harapan dan mimpi-mimpi tentang keadilan yang merata bagi seluruh rakyat Indonesia dalam butir sila kelima ini. Yang perlu digaris bawahi adalah kata bagi seluruh rakyat Indonesia, bukan bagi segelintir rakyat Indonesia. Jadi keadilan sosial di sini adalah tidak memandang siapa, tapi seluruh orang yang mempunyai identitas sebagai rakyat Indonesia mempunyai hak dan

---

<sup>6</sup> Ibid, hlm 40

jaminan untuk mendapatkan keadilan sosial. Juga tidak memandang bahwa orang tersebut berada di kota atau desa dan pelosok, semuanya berhak mendapatkan perlakuan yang sama tentang sikap adil ini.

## 2. Teori Menengah (*Middle theory*) : Teori Sistem Hukum

Penulis dalam hal teori menengah (*middle theory*) menggunakan teori sistem hukum dari Lawrence M. Friedman, yang mengemukakan bahwa sistem hukum itu terdiri dari komponen struktur, substansi, dan kultur.

- a. Komponen struktur
- b. Komponen substansi
- c. Komponen kultural

## 3. Teori Terapan (Applied Theory) Hukum Progresif

Tokoh yang melahirkan teori hukum progresif ini adalah Satjipto Rahardjo, teori ini berawal dari keprihatinan beliau terhadap keterpurukan hukum di Indonesia, beberapa kritiknya yang sering dilontarkan baik berupa wacana lisan maupun tulisan antara lain dikatakan bahwa “Hukum itu sudah cacat sejak dilahirkan, hal ini sejatinya adalah sebuah tragedi hukum. Masyarakat diatur hukum yang penuh cacat karena ketidakmampuannya untuk merumuskan secara tepat hal-hal yang ada dalam masyarakat. Akibat masyarakat diatur oleh hukum yang sudah cacat sejak lahir.”

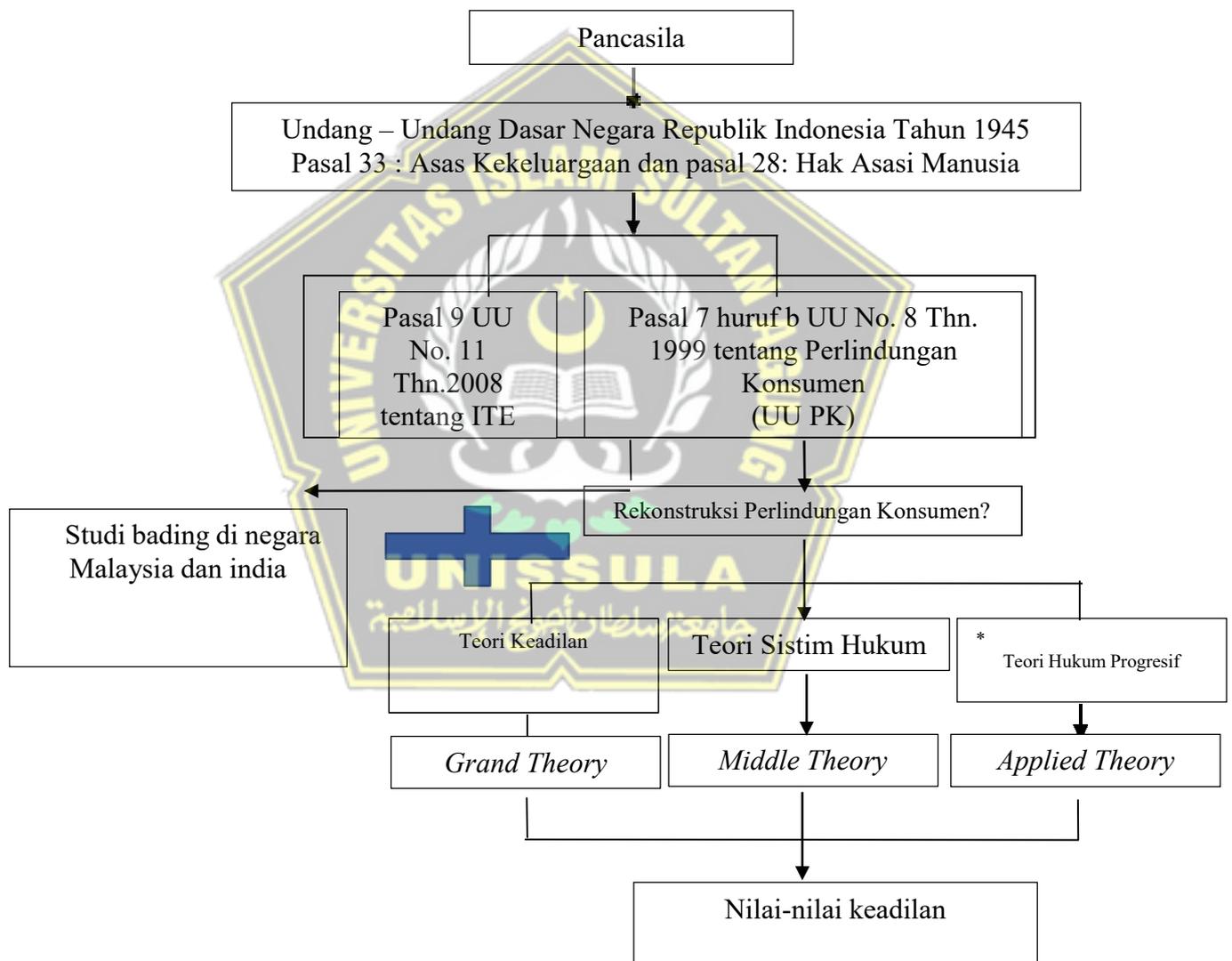
Progresif berasal dari kata progress yang berarti kemajuan. Hukum hendaknya mampu mengikuti perkembangan jaman, mampu menjawab problematika yang berkembang dalam masyarakat serta mampu melayani masyarakat dengan menyandarkan pada aspek moralitas dari sumber daya aparat penegak hukum sendiri.

Dalam kaitannya antara peranan peraturan perundang-undangan dengan pelaksanaannya yang akan dilaksanakan oleh para penegak hukum, Satjipto Rahardjo mengemukakan bahwa : “Dalam nada yang mungkin agak ekstrim dapat dikatakan bahwa keberhasilan atau kegagalan para penegak hukum dalam melaksanakan tugasnya sebetulnya sudah dimulai sejak peraturan hukum yang harus dijalankan tersebut dibuat. Misalnya, badan legislatif membuat peraturan yang sulit dilaksanakan dalam masyarakat, maka sejak saat itu sebetulnya badan tersebut telah menjadi arsitek bagi kegagalan para penegak hukum. Hukum dalam menerapkan peraturan tersebut. Hal ini, misalnya dapat terjadi karena peraturan tersebut memerintahkan dilakukannya sesuatu yang tidak didukung oleh sarana yang mencukupi. Akibatnya tentu saja peraturan tersebut gagal dijalankan oleh penegak hukum.”

Teori hukum progresif ini termasuk dalam *Applied Theory*, dimana konsep-konsep hukum yang ada di dalam teori hukum progresif tersebut dapat dijadikan dasar analisis terhadap bahan dan fakta hukum agar cara berpikir dalam pembentukan peraturan untuk kepentingan masyarakat (kesejahteraan), sehingga peraturan baru yang dibuat betul-betul untuk kepentingan masyarakat. Sehingga teori progresif digunakan untuk

mendeskripsikan jawaban atas permasalahan pertama dan kedua serta yang lebih penting lagi untuk menjawab permasalahan yang ketiga, yaitu mengenai bentuk rekonstruksi perlindungan konsumen berkaitan dengan informasi syarat kontrak dalam perdagangan elektronik.

### G. KERANGKA PEMIKIRAN



## H. METODE PENELITIAN

### 1. Paradigma Penelitian

Konstruktivisme memandang realitas sebagai suatu yang relatif realitas dapat dipahami dalam berbagai bentuk tergantung dari konstruksi mental, sosial, dan pemaknaan individu yang membentuk konstruksi tersebut.<sup>7</sup> Oleh karena itu suatu realitas yang diamati oleh seorang peneliti tidak dapat digeneralisasikan kepada semua orang. Bertolak dari pemahaman tersebut maka aspek ontologi yang dikaji dalam disertasi ini adalah realitas tentang perlindungan konsumen dalam perdagangan secara elektronik berkaitan dengan informasi syarat kontrak berbasis nilai keadilan sebagai dimaknakan oleh undang-undang.

Secara epistemologi<sup>8</sup> konstruktivisme memandang hubungan antara peneliti dan responden sebagai sesuatu yang transaksional dan subyektif. Peneliti dan responden berdialog secara interaktif<sup>9</sup>, peneliti dan obyek merupakan satu kesatuan subyektif, dan interaksi diantara keduanya. Bertolak dari pemahaman tersebut maka interaksi ini dimaksudkan untuk memahami makna realitas dibalik peraturan perundang-undangan, pandangan para pelaku usaha, konsumen dan pandangan peneliti tentang perlindungan konsumen dalam perdagangan secara elektronik berkaitan dengan informasi syarat kontrak berbasis

---

<sup>7</sup> Dontfeethewolves.blogspot.com/2012/04/bermakalah-2-konstruktivisme-sebuaHal.html. diakses tanggal 26 November 2014.

<sup>8</sup> Epistimologi mengajukan pertanyaan bagaimana kita mengetahui dunia? Hubungan apa yang muncul antara peneliti dengan yang diteliti. Norman dan Yvonna S. Lincoln. Loc.Cit. Hal. 123.

<sup>9</sup> Dontfeethewolves.blogspot.com/2012/04/bermakalah-2-konstruktivisme-sebuaHal.html. diakses tanggal 26 November 2014

nilai keadilan. Hasil penelusuran ini kemudian secara epistemologi dibandingkan dan diinterpretasi untuk menemukan suatu konstruksi.

Pada dimensi metodologi<sup>10</sup> pendekatan yang digunakan adalah metode *hermeneutik* dan dialektikal guna mencapai kebenaran. *Hermeneutik* berarti makna atau *meaning* merupakan sesuatu yang tersembunyi dalam pemikiran dan harus diekstraksi ke permukaan melalui refleksi yang mendalam. Kegiatan refleksi ini distimulasi oleh dialog (pendekatan dialektikal) antara peneliti dengan responden<sup>11</sup> Hasil akhir adalah suatu kebenaran dari perpaduan pendapat yang bersifat relatif, subjektif dan spesifik.<sup>12</sup>

Pilihan paradigma konstruktivisme ini didasarkan pada asumsi bahwa hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pembaharuan perlindungan konsumen dalam perdagangan secara elektronik berkaitan dengan informasi syarat kontrak berbasis nilai keadilan.

## 2. Jenis Penelitian

Penelitian mengenai konstruksi perlindungan konsumen dalam perdagangan secara elektronik berkaitan dengan informasi syarat kontrak berbasis nilai keadilan merupakan penelitian hukum non

---

<sup>10</sup> Metodologi memfokuskan diri pada cara kita meraih pengetahuan tentang dunia. Norman dan Yvonna S. Lincoln. *Op.Cit* Hal. 123 sedangkan Agus Salim menyatakan bahwa dalam dimensi metodologis seorang ilmuwan harus menjawab pertanyaan : bagaimanakah cara yang dipakai seseorang dalam menemukan kebenaran suatu ilmu pengetahuan. Agus Salim. *Op.Cit* Hal. 35

<sup>11</sup> [Dontfeethewolves.blogspot.com/2012/04/bermakalah-2-konstruktivisme-sebuaHal.html](http://Dontfeethewolves.blogspot.com/2012/04/bermakalah-2-konstruktivisme-sebuaHal.html). diakses tanggal 26 November 2014

<sup>12</sup> Z. Mubarak, 2006, *Sosiologi Agama*. UIN Malang Press, Malang. Hal. 86

doktrinal, penelitian non doktrinal yaitu penelitian studi-studi empiris untuk menemukan teori-teori mengenai proses terjadinya dan mengenai proses bekerjanya hukum di dalam masyarakat. Tipe penelitian ini sering disebut *socio legal research*.

### 3. Metode Pendekatan

Penelitian mengenai perlindungan konsumen dalam perdagangan elektronik berkaitan dengan informasi syarat kontrak berbasis nilai keadilan ini menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statue approach*), pendekatan filosofis dan pendekatan *socio legal research*.

Pendekatan perundang-undangan dimaksudkan bahwa penggunaan peraturan perundang-undangan dalam hal ini Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen sebagai dasar awal melakukan analisis. Hal ini harus dilakukan karena peraturan perundang-undangan merupakan titik fokus dari penelitian ini. Pendekatan perundang-undangan (*statue approach*) dan konseptual atau Teoretis (*conceptual approach*) dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isi hukum yang sedang ditangani. Bagi peneliti untuk kegiatan akademis peneliti mencari ratio legis dasar ontologis lahirnya undang-undang tersebut (Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen).

Pendekatan historis dilakukan dengan menelaah latar belakang apa yang dipelajari dan perkembangan pengaturan mengenai isu yang

dihadapi. Telaah demikian diperlukan untuk mengungkap filosofis dan pola pikir yang melahirkan sesuatu yang sedang dipelajari.<sup>13</sup> (Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen). Penelaahan ini dilakukan guna mengungkap materi (pengungkapan filosofis dan pola pikir) yang dipelajari pada masa lalu mempunyai relevansi dengan masa sekarang, lebih-lebih mempunyai relevansi dalam mengungkap atau menjawab permasalahan yang diajukan.

Sedangkan pendekatan *socio legal research* digunakan karena objek kajian penelitian adalah mengenai fakta-fakta empiris (*reality*) dari interaksi antara hukum dan masyarakat yaitu dengan menggunakan metode observasional guna memperoleh deskripsi mengenai pola syarat kontrak dalam perdagangan elektronik di Indonesia. Peneliti juga akan menggunakan observasi partisipatif artinya peneliti terlibat atau mengambil bagian sebagai konsumen dalam transaksi elektronik.

Pendekatan *socio legal research* ini berbasis pada ilmu hukum normatif (peraturan perundangan) tetapi bukan mengkaji mengenai sistem dalam peraturan perundangan namun mengamati bagaimana reaksi dan interaksi yang terjadi ketika norma itu bekerja dalam masyarakat. Pendekatan ini sering disebut sebagai penelitian bekerjanya hukum (*law in action*).

#### 4. Sifat Penelitian

---

<sup>13</sup> *Ibid.* Hal. 94

Penelitian ini bersifat deskriptif analitis, yang mengungkap peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan teori-teori hukum yang menjadi objek penelitian dalam hal ini perlindungan hukum dalam perdagangan secara elektronik berkaitan dengan informasi syarat kontrak.

## 5. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan :

- a. Data Primer, data yang langsung dari masyarakat, berupa perilaku pelaku usaha atau perantara perdagangan elektronik, dalam membuat syarat kontrak.
- b. Data sekunder
  - (1) Bahan Hukum Primer : peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan perdagangan elektronik dan bentuk syarat kontrak dalam perdagangan elektronik, peraturan perundang-undangan yang terdiri dari norma atau kaidah dasar yaitu Pancasila, Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Peraturan Perundang-undangan yang terkait dengan materi penelitian.
  - (2) Bahan Hukum Sekunder : meliputi buku-buku ilmiah, jurnal-jurnal dan literatur, disertasi, tesis, buku teks bidang hukum,

dokumen-dokumen, makalah-makalah seminar yang semuanya terkait dengan materi penelitian.

- (3) Bahan Hukum Tersier : meliputi kamus hukum, kamus bahasa Inggris-Indonesia, Kamus Besar Bahasa Indonesia, surat kabar, majalah, tabloid dan Kamus Bahasa Arab.

## 6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data melalui :

- a. Metode Pengumpulan Data Sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier ini dilakukan dengan penelitian kepustakaan (*library research*).
- b. Metode pengumpulan data Primer melalui Observasi, yaitu mengamati dari pelaku usaha dan perantara dalam membuat syarat kontrak pada perdagangan secara elektronik berkaitan dengan informasi syarat kontrak.
- c. Wawancara dan Quesioner  
Wawancara merupakan proses interaksi dan komunikasi antara peneliti dan pihak yang diteliti (dalam hal ini konsumen) dan bertujuan untuk mengetahui pola syarat kontrak dan perilaku dari konsumen dan pelaku usaha.

## 7. Metode Analisis Data.

Data yang terkumpul akan dianalisis secara deskriptif kualitatif. Metode yang dipakai untuk menggambarkan suatu kondisi yang sedang

berlangsung dengan tujuan agar dapat mendapatkan data seteliti mungkin tentang materi penelitian.

## **I. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **1. Regulasi Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online Berbasis Nilai Keadilan Belum Berbasis Nilai Keadilan**

UU ITE sebenarnya tidak mengatur secara lengkap mengenai kontrak elektronik (*electronic contract*). Istilah “kontrak elektronik” hanya dipergunakan dalam dua Pasal, yaitu Pasal 1 angka 17 UU ITE – mengenai pengertian – dan Pasal 18 ayat (1) UU ITE – mengenai sifatnya yang mengikat para pihak dalam transaksi elektronik.

Pasal 1 angka 17 UU ITE:

Kontrak elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui Sistem Elektronik.

Pasal 18 UU ITE:

- (1) Transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam Kontrak Elektronik mengikat para pihak.

Berdasarkan ketentuan tersebut dapat dikatakan UU ITE tidak mengatur apapun mengenai kontrak elektronik, terlebih perjanjian transaksi elektronik yang adil. UU ITE justru lebih banyak mengatur “hal-hal yang berhubungan dengan kontrak elektronik”. Hal ini dapat saja dipahami bahwa kontrak elektronik menyandarkan pada asas dan norma-norma yang terkandung dalam ketentuan-ketentuan mengenai perjanjian

transaksi konvensional sebagaimana diatur dalam KUHPerdara. Hal tersebut menjadi ironis sebab kontrak elektronik dari segi formasi (pembentukan)-nya masih sangat problematis, sebagaimana diungkapkan oleh Chris Reed dan John Angel:

*The question of contract formation across electronic networks is problematic to say the least. This is due not only to the interjurisdictional issues that arise as a natural result of the borderless nature of the networks, but also to the issues that arise when considering the terms of any contract that might be formed. Such issues arise because of the need to consider any overriding legislation which may affect the freedom to contract in the jurisdiction in which the contract was formed or under the law chosen in the contract.*<sup>14</sup>

Selanjutnya dikatakan bahwa tidak semua transaksi elektronik yang ditempuh melalui komunikasi elektronik menghasilkan pembentukan kontrak. Meskipun sejumlah usaha dibuat untuk melakukan klasifikasi pesan elektronik berdasarkan perbedaan masalah hukum yang muncul, Chris Reed dan John Angel secara luas membedakan tiga kategori hasil komunikasi elektronik, yaitu:

- a. Transmisi semata-mata informasi (*transmission of mere information*)

Secara umum, pengirim tidak berkamsud pesannya memiliki konsekuensi hukum. Masalah hukum hanya muncul dari tipe pesan ini

---

<sup>14</sup> Chris Reed and John Angel, Ed., 2003, *Computer Law*, Oxford New York: Oxford University Press, Hal. 333.

adalah potensi tanggung jawab ketika pengirim memiliki kewajiban pada penerima pesan untuk memberi jaminan bahwa informasinya benar, dan akibat ketidakpeduliannya, penerima pesan menderita kerugian.

b. Transmisi pemberitahuan sepihak (*transmission of unilateral notices*)

Tipe komunikasi ini dimaksudkan memiliki akibat hukum dan sebagian besar yang dilakukan merupakan performa dari kontrak yang ada. Sebagai contoh, yaitu invoice, yang sering kali menjadi prasyarat untuk pembayaran.

c. Pesan yang membentuk kontrak (*contract-formation messages*)

Sebagai contoh, barang-barang dipesan menggunakan pesan elektronik, akibat yang diharapkan, yaitu terbentuk kontrak. Dalam banyak kejadian, pesan merupakan bagian dari serangkaian, yang meliputi: negosiasi, pemesanan, dan penerimaan.<sup>15</sup>

Pembedaan tersebut menunjukkan bahwa definisi sebagaimana diatur dalam Pasal 1 angka 17 UU ITE masih membutuhkan interpretasi ketika dihadapkan pada fakta-fakta komunikasi elektronik. Demikian pula asas maupun normanya membutuhkan pengembangan yang meliputi hal-hal spesifik dalam perjanjian transaksi elektronik. Hal ini penting karena berdasarkan data dari hasil survai menunjukkan bahwa para konsumen perdagangan secara elektronik untuk B2C, alih-alih mengetahui valid atau tidak dari kontrak yang dibuatnya dengan toko *online*, **lebih dari 90 %**

---

<sup>15</sup> *Ibid.*, Hal.334-335.

**tidak mengetahui adanya perjanjian elektronik** yang harus mereka sepakati ketika mereka melakukan transaksi.

Sebagaimana juga dikatakan oleh Abdulhadi M. Alghamdi, bahwa:  
*Parties entering into electronic contracts may be left to seek guidance from traditional paper contracting. Although these traditional rules are important and developed over hundreds of years, they may be inadequate to address some unique issues that arise in the field of electronic contracting. It is obvious that fax, telephone, and telex can be used to create a contract, while it requires careful analysis and analogy to reach the same conclusion in the case of contracting over the Internet. When concluding transactions over the Internet, the concern is to ensure that the contract is valid, binding, and enforceable.*<sup>16</sup>

Tanpa memperhatikan hal-hal spesifik dan isu-isu unik dalam transaksi elektronik, maka potensial melahirkan ketidakadilan dalam kontrak elektronik dan hal-hal yang berhubungan dengan kontrak elektronik. Secara konvensional sah (*valid*), namun kemungkinan secara elektronik tidak sah, sehingga tidak mengikat, dan tidak dapat dilaksanakan atau ditegakkan. Dalam konteks itu, penilaian keadilan menemukan signifikansinya. Seperti dikatakan Abdulhadi M. Alghamdi dalam perspektif *common law* bahwa:

---

<sup>16</sup> Abdulhadi M. Alghamdi, 2011, *The Law of E-Commerce, E-Contract, E-Business*, Bloomington: AuthorHouse, Hal.225.

*The formation of contract under common law relies on the basic elements of an offer, unequivocal acceptance, consideration, and an intention to create legal relations. In electronic transactions, it may not always be clear which party is making an offer in the contract sense and which one is accepting. Traditionally, the law considers that an agreement is formed when a party makes an offer and the other party accepts that offer. This requires the matching of the two communications of offer and acceptance.*<sup>17</sup>

Sebelum membahas keadilan dalam konteks perlindungan konsumen, hal penting dalam perdagangan secara elektronik, yaitu di antaranya berkaitan dengan validitas kontrak elektronik. The ICC (*International Chamber of Commerce*) menunjuk “kontrak elektronik” (*electronic contracting*) sebagai “proses otomatis untuk masuk ke dalam kontrak melalui komputer para pihak, baik pesan jaringan kerja atau melalui pesan elektronik” (“*electronic contracting*” as the automated process of entering into contracts via the parties’ computers, whether networked or through electronic messaging).<sup>18</sup> Definisi ini merupakan gabungan dari 2 (dua) penjelasan berbeda, satu terkandung dalam *United Nations Convention on the Use of Electronic Communications in International Contract 2005* mengenai pengertian “*electronic communication*” (komunikasi elektronik) dan satu lagi diambil dari *the United States Uniform Electronic Transactions Act (UETA) 1999* dan *the*

---

<sup>17</sup> *Ibid.*, Hal.71.

<sup>18</sup> Faye Fangfei Wang, Op. Cit., Hal.35.

*Unite States Uniform Computer Information Transactions Act (UCITA) 1999*, khususnya mengenai “*automated transactions*” (transaksi otomatis).<sup>19</sup> UU ITE mendefinisikan kontrak elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik. (Pasal 1 angka 17). Secara praktik, ketentuan tersebut harus dipahami bahwa kontrak elektronik itu tidak lagi menyandarkan pada komunikasi berdasar kertas (*paper-based communication*), namun bergeser pada komunikasi elektronik (*electronic communication*).

Secara umum, terdapat 2 (dua) cara utama kontrak dagang (*commercial contracts*) dapat dibuat secara elektronik. **Pertama**, metode paling umum dan populer, yakni melalui pertukaran surat elektronik (*e-mail*). *E-mail* dapat digunakan untuk membuat suatu penawaran (*an offer*) dan mengomunikasikan penerimaan (*an acceptance*) atas penawaran itu. *E-mail* yang mengandung penawaran atau penerimaan dapat dikirim melalui kotak-pengiriman (*outbox*) orang yang melakukan penawaran (*offeror*) atau orang yang menerima penawaran (*offeree*); digital setara dengan kotak pos, untuk *server*, pemberi layanan internet (*Internet Service Provider/ISP*) dan kemudian diteruskan ke kotak-masuk/kotak surat (*inbox/mailbox*) orang yang diberi penawaran. **Kedua**, menggunakan jaringan internet yang dikenal sebagai perjanjian *webwrap* atau *clickwrap* (*webwrap or clickwrap agreement*).<sup>20</sup> Secara normal, *vendor*

---

<sup>19</sup> *Ibid.*

<sup>20</sup> “*Webwrap agreement*” adalah perjanjian untuk mematuhi ketentuan perjanjian lisensi, ditandai dengan mengunduh (*download*) perangkat lunak (*software*) data, atau isi yang diberlakukan perjanjian lisensi itu. (IT Law Wiki, “Web-wrap agreement”, [http://itlaw.wikia.com/wiki/Web-wrap\\_agreement](http://itlaw.wikia.com/wiki/Web-wrap_agreement), diunduh pada tanggal 12 Mei 2020, pkl.00.00 wib.) Adapun “*A clickwrap*

(penjaja/pelapak/orang yang menawarkan sesuatu untuk dijual) memberi tampilan produk pada situs (*website*) dan menunjukkan harga produk-produk tersebut. Seorang konsumen dapat melakukan *scroll* (“mendaftar”) dengan jalan melihat situs (*website previewing*) produk-produk atau barang-barang pada penawaran, melakukan klik pada barang untuk informasi lebih jauh, dan apabila tertarik untuk membeli, dapat melakukan pemesanan dengan mengisi formulir pemesanan dan meng-klik “Kirim” (“*Submit*”), “Saya menerima” (“*I Accept*”) atau sesuatu yang mirip. Membentuk perjanjian *webwrap* seperti mengambil barang di kasir sebuah toko, kecuali kasir sebagai agen elektronik, menggantikan seseorang. Kontrak atau perjanjian ditampilkan pada situs yang mensyaratkan pengguna melakukan klik pada tombol untuk menunjukkan penerimaan yang pada umumnya tidak dapat dinegosiasikan. Dalam teori, mereka harus menawarkan kepada pembeli kesempatan untuk membaca, melihat, dan mengunduh secara keseluruhan sebelum diterima.<sup>21</sup>

Kondisi ini dapat melahirkan isu mengenai cara menampilkan syarat dan ketentuan (*terms and conditions*) yang dapat menyatakan suatu “*informed consent*” pada pembeli dan apakah benar-benar merupakan persetujuan timbal-balik (*mutual assent*) oleh para pihak pada hal-hal yang diperjanjikan. Dalam praktik, sebagian besar penjaja *online* (*online*

---

*agreement*” (juga dikenal dengan “*clickthrough*” *agreement*, atau “*clickwrap license*”) merupakan suatu tipe umum perjanjian yang sering digunakan dalam hubungan dengan lisensi perangkat lunak (*software licenses*). Bentuk perjanjian ini kebanyakan ditemukan pada internet, sebagai bagian dari proses instalasi berbagai paket perangkat lunak, atau dalam keadaan lain dimana perjanjian dibentuk dengan menggunakan media elektronik. (Wikipedia, “Click wrap”, [https://en.m.wikipedia.org/wiki/Click\\_wrap](https://en.m.wikipedia.org/wiki/Click_wrap), diunduh pada tanggal 12 Mei 2020, pk1.01:02 wib.)

<sup>21</sup> Faye Fangfei Wang, Op. Cit., Hal.36-37.

*retailers*), seperti Amazon, memiliki prosedur yang mengombinasikan pemberitahuan *e-mail* (*e-mail notification*) setelah tindakan *clickwarp* untuk meningkatkan validitas (keabsahan) perjanjian *clickwarp*.<sup>22</sup>

Pemberitahuan *e-mail* menunjukkan perlindungan pada kepentingan pelaku usaha maupun konsumen, penjual maupun pembeli, bahkan kepentingan toko *online* yang fasilitasi transaksi perdagangan. Ketentuan mengenai pemberitahuan *e-mail* menjadi penting bagi semua pihak yang terlibat dalam perdagangan secara elektronik, sekaligus menjelaskan distribusi keadilan yang seimbang sebagaimana pandangan John Rawls karena mengurangi risiko semua pihak, termasuk konsumen atau pembeli.

Di Indonesia, tampaknya belum ada standar mengenai syarat kontrak, kecuali Pasal 9 UU ITE, sehingga masing-masing toko *online* membuat syarat yang berbeda-beda. Pasal 9 UU ITE menegaskan bahwa “Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan.” Penjelasan Pasal 9 UU ITE menegaskan bahwa:

Yang dimaksud dengan “informasi yang lengkap dan benar” meliputi:

- a. informasi yang memuat identitas serta status subjek hukum dan kompetensinya, baik sebagai produsen, pemasok, penyelenggara maupun perantara;

---

<sup>22</sup> *Ibid.*, Hal.27.

- 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.

UU ITE melalui Pasal 9 tersebut hanya menjelaskan mengenai **“informasi yang lengkap dan benar”** di antaranya mengenai syarat kontrak, namun syarat kontrak itu sendiri tidak diatur. Padahal bobot keadilan bukan hanya pada membagi informasinya, namun substansi dari ihwal yang diinformasikan itu, seperti syarat perjanjian kontrak dan perjanjian kontrak itu sendiri.

Minimnya pengaturan mengenai syarat kontrak dan kontrak elektronik tersebut sebenarnya dapat dipahami sehubungan dengan asas kebebasan berkontrak. Meskipun demikian, dari sisi konsumen, hal itu memiliki arti penting. Kepentingannya terletak pada perlindungan hak konsumen (*consumer rights*) dalam kontrak perdagangan secara elektronik. Persoalannya, Pasal 9 UU ITE tersebut tidak meliputi keseluruhan kondisi perdagangan secara elektronik, yaitu syarat kontrak tidak selalu dibuat oleh pelaku usaha, dalam arti penjual. Dalam format atau jenis toko *online* tertentu pelaku usaha sekadar pengguna sistem elektronik perdagangan, sama halnya dengan pembeli. Syarat kontrak sudah ditentukan oleh toko *online* – yang tidak selalu menjadi penjual, tetapi hanya fasilitasi. UU ITE menyebut toko *online* seperti itu sebagai

“penyelenggara agen elektronik<sup>23</sup>” sebagaimana diatur Pasal 21 UU ITE. Oleh karena itu, keadilan dalam hubungan dengan kontrak sangat bergantung pada syarat kontrak yang ditentukan oleh pengelola toko *online*, yang bisa hanya fasilitasi (karena sebagai penyelenggara sistem elektronik belaka) atau bisa juga menjadi penjual di samping melakukan fasilitasi itu.

Seperti disinggung di atas, Pasal 9 UU ITE hanya mewajibkan informasi syarat kontrak itu “lengkap dan benar”, **belum mewajibkan “adil” untuk syarat kontrak konsumen dan kontrak itu sendiri.** Setidak-tidaknya adil berdasarkan pengertian menurut John Rawls. Dapat terjadi informasi syarat kontrak itu lengkap dan benar, namun syarat kontrak dan kontraknya secara substansial tidak adil, sehingga potensial menguntungkan salah satu pihak dan merugikan lainnya dalam transaksi elektronik. Lebih dari itu, potensi ketidakadilan itu semakin besar mengingat kontrak elektronik **bersifat “baku” atau “standard” (*standardized egreement*)** lazimnya dibuat oleh pihak yang memiliki posisi tawar superior, sehingga kontrak yang ditawarkan itu bersandar pada “*take-it-or-leave-it basis*” (dasar “menerima atau meninggalkan”). Hal ini berkaitan dengan transaksi elektronik menggunakan cara-cara di antaranya “*clickwrap*”. Meskipun seperti dikatakan oleh Sutan Remy Sjahdeini bahwa keabsahan perjanjian baku tidak perlu dipersoalkan lagi oleh karena perjanjian baku eksistensinya sudah merupakan kenyataan

---

<sup>23</sup> [Penyelenggara] agen elektronik adalah orang yang menyelenggarakan/mengelola perangkat dari suatu Sistem Elektronik yang dibuat untuk melakukan suatu tindakan terhadap suatu Informasi Elektronik tertentu secara otomatis. (Pasal 1 angka 8 UU ITE)

karena dibutuhkan dan diterima masyarakat<sup>24</sup>, namun karakter awalnya menampakkan kebutuhan perlindungan terhadap konsumen sejak informasi syarat kontrak.

Kenyataan mengenai praktik kontrak baku dalam perdagangan secara elektronik membenarkan teori *The Privity of Contract* sebagaimana diuraikan pada Bab II, berdasarkan kenyataan bahwa pembeli lebih banyak di-“dekte” oleh pelaku usaha atau toko *online* dalam penutupan kontrak. Upaya untuk menuntut pelaku usaha melindungi konsumen merupakan kenyataan yang tidak sepenuhnya dapat dipertahankan, kecuali peraturan perundang-undangan memberi batasan yang restriktif.

Informasi syarat kontrak itu di samping menentukan validitas kontrak elektronik itu sendiri, juga menentukan pengetahuan para pihak atas syarat kontrak, dan pada gilirannya dapat menentukan validitas kontrak, baik dalam konteks *business to business* (B2B) maupun *business to consumer* (B2C). Validitas atau keabsahan kontrak elektronik mensyaratkan pertimbangan, baik mengenai isi dari *website* atau surat elektronik yang menyatakan suatu penawaran (*offer*) atau ajakan untuk melakukan perdagangan, maupun tempat dan saat kontrak ditutup. Sebagaimana dikatakan oleh Abdulhadi M. Alghamdi, bahwa:

*Examining the validity of an Internet contract requires consideration as to whether the content of a website or electronic mail constitutes an offer or an invitation to treat. Also, establishing whether a website*

---

<sup>24</sup> Sutan Remy Sjahdeini, *Op.Cit.*, Hal. 70-71

*or e-mail soliciting a transaction constitute an offer is an important element that affects the issues of where and when an electronic contract has been concluded.*<sup>25</sup>

Perbedaan syarat kontrak tersebut tidak hanya berhubungan secara teknis dengan pelaksanaan perdagangan secara elektronik, namun juga substansial dari segi hukum, seperti perbedaan perlakuan antara pelaku usaha atau penjual dan konsumen di satu pihak, serta toko *online* itu sendiri di pihak lain. Perbedaan syarat kontrak dalam perdagangan secara elektronik ini, secara umum menandai ketiadaan standar yang berkaitan dengan bobot keadilan dari syarat-syarat yang ditetapkan oleh masing-masing toko *online*. Hal tersebut juga berarti, antara toko *online* satu dan lainnya bobot keadilan yang didistribusikan pada pengguna (penjual/produsen atau pembeli/konsumen) setidak-tidaknya potensial berbeda-beda, yang dipengaruhi berbagai faktor. Setidak-tidaknya syarat-syarat kontrak itu penentuannya menjadi sangat subjektif.

UU ITE tidak mengatur secara khusus mengenai isi situs/*website* perdagangan secara elektronik yang menentukan validitas (keabsahan)-nya atau ketidakabsahan kontrak. Pengaturan dalam hal ini, berhubungan dengan penyelenggara transaksi elektronik (toko *online*) maupun para pihak yang bertransaksi. Terdapat beberapa ketentuan yang dapat dikaitkan dengan isi situs/*website*, yaitu Pasal 15 – Pasal 16 UU ITE, yang

---

<sup>25</sup> *Ibid.*, Hal.74.

mengatur mengenai “Penyelenggaraan Sistem Elektronik” dan Pasal 17 – Pasal 22 UU ITE., yang mengatur mengenai “Transaksi Elektronik”.

Lebih dari itu, **untuk menjamin keadilan maupun kemaslahatan**, UU ITE perlu mengatur secara khusus mengenai validitas kontrak elektronik. Secara substansial dapat diatur mengenai syarat pengiriman barang (*carriage of goods*), keamanan *online* (*online security*) – meliputi tanda tangan elektronik dan perlindungan data pribadi (*data privacy protection*), para pihak yang berkontrak (*online contracting parties*), saat kontrak elektronik dibuat (*the time of contract formation*), dan penyelesaian sengketa (*dispute resolution*), hak dan kewajiban para pihak dalam kontrak (*the parties' rights and liabilities in contract*), kesalahan dalam komunikasi elektronik (*error in electronic communications*).

UU ITE mengatur hal tersebut secara sangat sederhana, sehingga perlu penambahan pengaturan yang lebih menjamin transaksi elektronik secara aman bagi kepentingan semua pihak yang terlibat. Sebagaimana Pasal 20 ayat (1) UU ITE yang telah mengatur saat kontrak elektronik terjadi, yaitu “saat penawaran transaksi yang dikirim Pengirim telah diterima dan disetujui Penerima”. Ketentuan Pasal tersebut masih sumir karena tidak mengatur saat dilakukannya penawaran dan saat penerimaan dan persetujuan. Meskipun demikian, dalam kenyataannya, para pihak, terutama (calon) pembeli tidak terlalu memedulikan informasi syarat kontrak ada atau tidak ada, detail atau tidak detail mengenai hal-hal yang berhubungan dengan jaminan atas hak-hak dan perlindungan hukum.

Seperti dikatakan oleh salah seorang pembeli<sup>26</sup> atau pengguna di beberapa toko *online*, ketika pertama kali “*submit*” sebagai pengguna sering kali melakukan “*skipped (a page)*” atau “melewati tanpa membaca sampai selesai” informasi syarat kontrak. Oleh karena itu, pengguna sesungguhnya tidak selalu dapat dijamin pengetahuannya mengenai kontrak perjanjian dalam pembelian yang ditutup itu valid atau tidak. Meskipun demikian, perlindungan yang adil atas kepentingan semua pihak yang terlibat dalam transaksi elektronik merupakan keniscayaan.

Ketentuan Pasal 20 ayat (1) UU ITE tidak sepenuhnya efektif karena dalam praktik, penawaran dan penerimaan dapat batal karena salah satu pihak, khususnya pelaku usaha tidak memenuhi kesepakatan, namun dianggap lazim atau bukan wanprestasi, seperti barang ternyata sudah terjual atau pengiriman barang ditunda (*delivery date pending*) tanpa alasan yang jelas. Seperti dialami salah seorang konsumen, hanya memperoleh informasi bahwa “*delivery date pending: you’ll get an email as soon as we can provide you with a dlivery estimate*” dan di bagian lain dikemukakan “*we’ll email you when available*”.<sup>27</sup>

Kebanyakan informasi yang diberikan oleh *toko online* ataupun penyelenggaran sistem elektronik yang memfasilitasi transaksi elektronik, tidak meminta persetujuan pada para pihak atas syarat kontrak. Syarat kontrak diinformasikan dalam bentuk file dokumen yang dapat dibuka

---

<sup>26</sup> Wawancara dengan Dede pada tanggal 16 Juni 2020, pukul 12:59 wib.

<sup>27</sup> Wawancara pada tanggal 7 Desember 2020, untuk pembelian buku pada Amazon.com. Pembelian dilakukan sejak tanggal 9 Pebruari 2020, namun sampai tanggal 7 Desember 2020 belum dikirim

setiap saat, tetapi tidak disyaratkan dibuka setiap transaksi (baru) dilakukan. Dalam hal toko *online* merupakan penjual sekaligus penyelenggara sistem elektronik, dapat mencerminkan ketidakdilan karena pembeli “dipaksa” menerima syarat kontrak berdasarkan informasi yang tidak membutuhkan persetujuan. “Paksaan” dimaksud disebabkan informasi mengenai syarat kontrak, dan syarat kontrak itu sendiri, maupun kontrak untuk setiap transaksi bersifat “baku” dan harus mengisi data sesuai dengan formulir yang ada, tidak ada mekanisme tawar-menawar sebagaimana transaksi konvensional. Ketika Pasal 18 UU ITE menentukan bahwa “para pihak memiliki kewenangan untuk memilih hukum yang berlaku bagi transaksi elektronik internasional yang dibuatnya”, hal tersebut tidak dapat terpenuhi dalam praktik.

## **2. Kelemahan-Kelemahan Regulasi Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online Saat Ini**

Terjadi pada kekosongan hukum dari perlindungan konsumen E-commerce. Saat ini, BPKN bekerja menjalankan Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Akan tetapi, Undang-Undang yang telah berumur 20 tahun ini dinilai sudah tidak mampu mengakomodir perkembangan pesat saat ini, terutama perkembangan teknologi khususnya perkembangan *e-commerce*, terkait pada perlindungan konsumen *e-commerce*.

Terjadi karena Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi tak kunjung segera diundangkan menjadi peraturan. Di saat yang bersamaan,

data-data pribadi konsumen digunakan dalam sejumlah aplikasi-aplikasi digital.

Terjadi karena banyaknya saluran pengaduan bagi masyarakat khususnya konsumen *e-commerce*. Sebagai contoh, BPKN hanya bertindak sebagai lembaga penerima pengaduan. Untuk proses penyelesaian, lembaga yang berwenang adalah Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

*E-commerce* memiliki **kelemahan** yaitu metode transaksi elektronik yang tidak mempertemukan pelaku usaha dengan konsumen secara langsung, serta tidak adanya kesempatan bagi konsumen melihat secara langsung barang yang dipesan berpotensi menimbulkan permasalahan yang merugikan konsumen, antara lain ketidaksesuaian jenis dan kualitas barang yang dijanjikan, ketidaktepatan waktu pengiriman barang, ketidakamanan transaksi mulai dari pembayaran menggunakan kartu kredit milik orang lain (pembajakan), akses ilegal ke sistem informasi (*hacking*) perusahaan websitesampai dengan pencurian data.

Lebih jauh lagi pembayaran melalui pengisian nomor kartu kredit di dalam suatu jaringan publik internet juga mengandung resiko yang tidak kecil, karena membuka peluang terjadinya kecurangan atau pembobolan.

Permasalahan transaksi melalui *e-commerce* mempunyai resiko yang cukup besar. Khusus mengenai pembayaran mengandung resiko kerugian pada pihak konsumen, karena konsumen biasanya diwajibkan untuk melakukan pembayaran terlebih dahulu, sementara ia tidak bisa

melihat kualitas barang yang dipesan dan tidak adanya jaminan kepastian bahwa barang yang dipesan akan dikirim sesuai kesepakatan.

**Dari sisi hukum permasalahannya antara lain terkait dengan kepastian hukum. Permasalahan tersebut misalnya mengenai keabsahan transaksi bisnis dari aspek hukum perdata (sebagai contoh apabila dilakukan oleh orang yang belum cakap/dewasa), masalah tanda tangan digital atau tanda tangan elektronik dan data mesage. Selain itu permasalahan lain yang timbul misalnya berkenaan dengan jaminan keaslian data, kerahasiaan dokumen , kewajiban sehubungan dengan pajak, hukum yang ditunjuk jika terjadi pelanggaran perjanjian atau kontrak, masalah yurisdiksi hukum dan juga masalah hukum mana yang harus diterapkan bila terjadi sengketa.**

Jaminan keamanan transaksi e-commerce sangat diperlukan untuk melindungi konsumen dan semakin menumbuhkan kepercayaan konsumen, dan pada akhirnya diharapkan terjadi peningkatan volume transaksi melalui e-commerce.

Sebagaimana telah diuraikan pada Bab sebelumnya, perdagangan secara elektronik merupakan bentuk hubungan timbal balik yang bersifat transaksional antara pelaku usaha dan pelaku usaha (B2B) atau pelaku usaha dan konsumen (B2C), baik dalam konteks pemenuhan kebutuhan barang atau jasa, yang dilakukan melalui media internet atau dunia maya (*virtual world*). Seperti halnya hubungan perdagangan dalam dunia nyata (*real world*), perdagangan secara elektronik atau perdagangan dalam dunia

maya ini juga tidak steril dari perilaku yang potensial merugikan salah satu atau beberapa pihak yang saling mengadakan transaksi. Bahkan media internet lebih mudah menjadi sarana untuk melakukan kejahatan atau setidaknya merugikan konsumen dalam perdagangan secara elektronik, terutama ketika konsumen merupakan pihak yang tidak paham betul mengenai dunia virtual dan sifat-sifat perdagangan yang ada di dalamnya. Terkadang keinginan konsumen untuk memperoleh barang yang menarik mengalahkan risiko pembelian lewat situs-situs yang lemah jaminan perlindungannya terhadap konsumen. Hal ini terutama terjadi dalam perdagangan secara elektronik yang toko *online*-nya hanya fasilitasi iklan, dan antara penjual dan pembeli berhubungan di luar toko *online* itu, seperti toko *online* OLX, meskipun toko *online* tersebut telah mengingatkan pembeli untuk mengambil langkah-langkah jual-beli dengan aman. Perdagangan dalam model toko *online* seperti ini sesungguhnya bukan perdagangan secara elektronik karena toko *online* hanya membantu mengiklankan.

Permasalahan utama berhubungan dengan informasi syarat kontrak, yaitu mengenai kesadaran konsumen. Kesadaran dalam hal ini secara umum diartikan dengan keadaan mengerti atau keinsafan atau hal yang dirasakan atau dialami oleh seseorang.<sup>28</sup> Kesadaran ini berbanding lurus dengan kepercayaan konsumen (*consumer confidence, consumer trust*) maupun risiko konsumen dalam perdagangan secara elektronik. Kepercayaan

---

<sup>28</sup> [www.artikata.com](http://www.artikata.com), atau <https://www.kamusbesar.com/kesadaran>, diunduh pada Jumat, 16 Desember 2020, Pukul 20:57 WIB.

diartikan sebagai “angapan atau keyakinan bahwa sesuatu yang dipercaya itu benar atau nyata”.<sup>29</sup> Kepercayaan (*trust*) memainkan peran penting dalam banyak interaksi sosial dan ekonomi yang melibatkan ketidakpastian dan ketergantungan. Semenjak ketidakpastian itu ada dalam transaksi melalui internet, banyak peneliti menyatakan bahwa kepercayaan merupakan faktor kritis yang memengaruhi proliferasi (perkembangan) perdagangan secara elektronik. Konsep kepercayaan itu krusial disebabkan pengaruhnya pada sejumlah faktor esensial pada transaksi *online*, termasuk keamanan dan privasi. Lebih dari itu, meskipun perdagangan secara elektronik membawa kemanfaatan atau keuntungan, baik pada *vendor* (penjaja) maupun konsumen, namun juga pembatasan, seperti separasi fisik antara pembeli dan penjual, serta antara pembeli dan barang yang diperdagangkan. Untuk mereduksi rintangan (*barriers*), penjaja harus membangun hubungan kepercayaan (*trustworthy relationship*) untuk mempertahankan loyalitas/kesetiaan (*customer loyalty*) pelanggan.<sup>30</sup> Kepercayaan pelanggan tentu memengaruhi atau memiliki konsekuensi pada perilaku dan keinginan untuk membeli dan persepsi risiko dalam situasi pembelian. Dari 100 (seratus) orang koresponden konsumen e-commerce yang mengisi questioner diwawan sebagian orang di antaranya membeli pada toko *online* tertentu karena sudah percaya, meskipun sebenarnya hanya karena kebiasaan. Sementara sebagian orang lainnya

---

<sup>29</sup> *Ibid.*

<sup>30</sup> Thompson S.HAL. Teo, Jing Liu, 2007, “Consumer trust in e-commerce in the United States, Singapore and China”, dalam Omega, The International Journal of Management Science, Hal.22 (22-38), [www.elsevier.com/locate/omega](http://www.elsevier.com/locate/omega) atau [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com), diakses pada tanggal 29/11/2020, Pukul 21:08 WIB.

karena pilih-pilih, sehingga pada dasarnya memiliki kekhawatiran terjadinya kerugian dalam perdagangan secara elektronik yang dilakukannya atau tidak sepenuhnya percaya.

Terlepas dari pengetahuan konsumen terhadap ketentuan UU ITE, sebenarnya dalam UU ITE tersebut terdapat beberapa ketentuan yang secara tidak langsung memberikan perlindungan bagi konsumen. Ketentuan dimaksud di antaranya mengenai : informasi elektronik sebagai alat bukti hukum yang sah (Pasal 5), sertifikat digital (*digital certificate*), yang dalam Pasal 13 dan 14 UU ITE disebut “sertifikat elektronik”, kewajiban menelenggarakan sistem elektronik secara andal dan aman serta bertanggung jawab (Pasal 15 dan 16 UU ITE). Kenyataannya hal tersebut sulit ditegakkan, sehingga terbuka kemungkinan muncul penyelenggara sistem elektronik yang belum tersertifikasi.

Tingkat keintiman dan ketergantungan diantara pelaku usaha lebih tinggi dibandingkan antara pelaku usaha dengan konsumen. Selama ini pelaku usaha di Indonesia lebih banyak menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip dalam logika yang tumbuh dan berkembang di dalam sistem ekonomi kapitalis-liberal, sehingga tidaklah mudah untuk mengharapkan munculnya kesadaran dari pelaku usaha untuk memberikan perhatian secara proposional terhadap kepentingan-kepentingan konsumen. Upaya untuk melindungi konsumen melalui pengaturan perilaku pelaku usaha, memperlihatkan sebuah logika, bahwa keadaan dari pihak yang lemah dapat ditolong oleh pihak yang secara ekonomis kuat. Dengan

demikian undang-undang ini sepertinya hendak membangun sebuah model interkasi antara pelaku usaha dan konsumen yang mendasarkan pada moralitas dan etika “belas kasihan”.

### **3. Rekonstruksi Hukum Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online Berbasis Nilai Keadilan Berbasis Nilai Keadilan**

Pengaturan dengan perlindungan yang adil bagi konsumen dalam konteks perdagangan secara elektronik merupakan aspek ideal dari hukum perdagangan secara elektronik dan hukum perlindungan konsumen. Asas maupun norma-normanya tentu berbeda antara yang bermuara pada hukum Barat dan Islam.

Rekonstruksi yang dimaksud dalam Disertasi ini tentu mempertimbangkan asas hukum Islam, setidak-tidaknya mempertimbangkan dilakukannya pencampuran (*mixing*) antara hukum Islam dan Barat, sepanjang dimungkinkan berdasarkan ajaran Islam. Dalam pencampuran itu, secara Teoretis dimungkinkan melibatkan hukum adat. Pencampuran dalam kondisi tertentu sulit dihindari sehubungan dengan globalisasi hukum yang menyebabkan terjadinya perpindahan hukum atau transplantasi hukum (*legal transplants*)<sup>31</sup>, sehingga

---

<sup>31</sup> Legal transplants merupakan istilah yang ditemukan pada tahun 1970 oleh Alan Watson, yang menunjukkan perpindahan suatu aturan atau sistem hukum dari satu negara ke negara lainnya atau dari satu bangsa ke bangsa lain – yang telah lazim sejak sejarah paling awal merekamnya. (Alan Watson, 1993, *Legal Transplants an Approach to Comparative Law*, Athens and London: The University of Georgia Press, Hal.21)

menimbulkan pertemuan di antara sistem-sistem hukum, seperti pertemuan hukum Barat dan Islam. Konsep transplantasi hukum ini menganggap bahwa “ide hukum sebagai produk dari kondisi kehidupan suatu bangsa adalah sangat tua” (*The idea that law is a product of the living conditions of a people is very old*)<sup>32</sup>. Sebagaimana diungkapkan bahwa “*Legal theorists later recognized that public law resorted to imitation, whereby the institutions of one legal system were copied by other.*”<sup>33</sup> (Para Teoretisi hukum belakangan mengakui bahwa hukum publik mengambil jalan meniru, yaitu institusi-institusi dari satu sistem hukum ditiru oleh sistem hukum lainnya) Pencampuran antara hukum Islam dan Barat yang dilakukan melalui harmonisasi, telah dijelaskan oleh Christopher Stuart, dalam 3 (tiga) pengertian.

#### **Tabel**

Rekonstruksi Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online Berbasis Nilai Keadilan Berbasis Nilai Keadilan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan dan Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik

---

<sup>32</sup> Michele Graziadei, “The functionalist heritage”, dalam Pierre Legrand dan Roderick Munday, 2003, *Comparative Legal Studies: Traditions and Transitions*, Cambridge: Cambridge University Press, Hal.118.

<sup>33</sup> Sabino Cassese, 2005, “The Globalization of Law”, the opening lecturer of the doctoral program at the Italian Institute for Human Sciences, given on March 11, 2005 at the Federico II University of Naples, and the lecture given on March 23, 2005 at the University of Rome “La Sapienza” to inaugurate the 2004-2005 academic year, Hal.9 (1-24), [www.globusetlcs.org](http://www.globusetlcs.org) , diunduh pada tanggal 02 Maret 2017, pukul 22:05.

No	Sebelum Rekonstruksi	Kelemahan- kelemahan	Rekonstruksi Hukum
1.	<p>Pasal 7 Huruf b UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi “Kewajiban pelaku usaha memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.”.</p>	<p>Pelaku usaha Belum mempunyai itikad baik menyediakan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai syarat kontrak sehingga merugikan konsumen.</p>	<p>Pasal 7 Huruf b UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi “Kewajiban pelaku usaha memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur <b>dengan mendasarkan prinsip itikad baik</b> meliputi:</p> <p>(1) Identitas penjual, deskripsi produk <b>barang/dan jasa secara lengkap</b>, total harga termasuk pajak, metode pembayaran, biaya pengiriman, dan tambahan biaya, cara pembayaran;</p> <p>(2) Informasi membatalkan penawaran atau penerimaan serta <b>mengembalikan produk barang/dan Jasa</b>, kebijakan penanganan keluhan, validitas kontrak sampai soal periode hubungan kontraktual berkaitan</p>

			dengan suplai produk secara permanen”.
2.	<p>Pasal 9 UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Traksaksi dan Elektronik yang berbunyi “Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui system elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen dan produk yang ditawarkan”.</p>	<p>Belum menyediakan informasi yang lengkap dan detail mengenai syarat kontrak sehingga merugikan konsumen.</p>	<p>Pasal 9 UU Nomor 11 Tahun 2008 yang berbunyi “Pelaku usaha yang menawarkan produk <b>produk barang/dan Jasa</b> melalui elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap, <b>Jelas</b> dan benar <b>dengan mendasarkan prinsip itikad baik yang</b> berkaitan dengan syarat kontrak meliputi:</p> <p>(1) Identitas penjual, deskripsi barang, total harga termasuk pajak, metode pembayaran, biaya pengiriman, dan tambahan biaya, cara pembayaran;</p> <p>(1) Informasi membatalkan penawaran atau penerimaan serta mengembalikan barang, kebijakan penanganan keluhan, validitas kontrak sampai soal periode hubungan kontraktual berkaitan dengan suplai produk secara permanen”.</p>

## J. SIMPULAN

1. Regulasi Perlindungan Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online Belum Berbasis Nilai Keadilan yaitu Adanya fakta masih terabaikannya hak-hak dasar warga negara baik hak ekonomi, sosial, maupun budaya dan adanya kekosongan per-undang-undangan yang mengatur tentang E Commerce. Penerapan pengaturan mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* menurut perundang-undangan di Indonesia. Undang-Undang (UU) yang terkait adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 pasal 7 huruf b, dan Pasal 9 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Kedua UU tersebut kurang mampu memberikan hukum yang memadai bagi konsumen dalam *e-commerce*. Kedua UU tersebut telah mengatur mengenai transaksi perdagangan yang berkaitan dengan informasi dan sertifikasi konsumen *e-commerce*, namun UU tersebut lahir sebelum adanya perkembangan bidang *e-commerce*. Jadi, pengaturan UU tersebut masih belum sempurna.
2. Kelemahan-Kelemahan Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online yakni adanya kelemahan secara substansi hukum, struktur hukum dan kultur hukum.
3. Rekonstruksi Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online Berbasis Nilai Keadilan. Rekonstruksi nilai perlindungan konsumen dalam Regulasi Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online berkaitan dengan

informasi syarat kontrak sudah berbasis nilai keadilan dengan adanya perubahan terhadap rumusan Pasal 7 huruf b UU Perlindungan Konsumen dan Pasal 9 UU ITE. Dengan rekonstruksi tersebut menghadirkan Teori Perlindungan Konsumen yang Berkeseimbangan. Makna Perlindungan Hukum yang Berkeseimbangan dalam konteks perlindungan konsumen perdagangan secara elektronik, yaitu posisi lemah konsumen dalam perdagangan secara elektronik, niscaya diseimbangkan dengan posisi kuat pelaku usaha melalui aturan-aturan informasi syarat kontrak baik dalam UU ITE maupun UU Perlindungan Konsumen. Keseimbangan posisi itu diatur berdasarkan pendekatan perbandingan hukum yang mencampur (*mixing*) antara Hukum Barat, Hukum Islam dan Hukum Nasional. Percampuran itu dilakukan dengan Konsep Harmonisasi Hukum. Teori perlindungan konsumen yang berkeseimbangan itu mengandung konsep integratif. Dengan demikian sebelum di rekonstruksi Pasal 7 Huruf b UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi “Kewajiban pelaku usaha memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.”. menjadi Pasal 7 Huruf b UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi “Kewajiban pelaku usaha memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur **dengan mendasarkan prinsip itikad baik** meliputi: (1) Identitas penjual, deskripsi produk **barang/dan jasa secara lengkap**, total harga termasuk pajak, metode pembayaran, biaya pengiriman, dan tambahan biaya, cara pembayaran; (2) Informasi membatalkan penawaran

atau penerimaan serta mengembalikan **produk barang/dan Jasa**, kebijakan penanganan keluhan, validitas kontrak sampai soal periode hubungan kontraktual berkaitan dengan suplai produk secara permanen”. Sebelum direkonstruksi Pasal 9 UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Traksaksi dan Elektronik yang berbunyi “Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui system elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen dan produk yang ditawarkan”. Setelah direkonstruksi menjadi Pasal 9 UU Nomor 11 Tahun 2008 yang berbunyi “Pelaku usaha yang menawarkan produk **produk barang/dan Jasa** melalui elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap, **Jelas** dan benar **dengan mendasarkan prinsip itikad baik** yang berkaitan dengan syarat kontrak meliputi: (1) Identitas penjual, deskripsi barang, total harga termasuk pajak, metode pembayaran, biaya pengiriman, dan tambahan biaya, cara pembayaran; (2) Informasi membatalkan penawaran atau penerimaan serta mengembalikan barang, kebijakan penanganan keluhan, validitas kontrak sampai soal periode hubungan kontraktual berkaitan dengan suplai produk secara permanen”.

## **K. SARAN**

1. Seyogyanya Pemerintah dan DPR perlu segera membuat dan menerbitkan Undang-Undang baru tentang Perlindungan Hukum bagi Konsumen *E-Commerce* berbasis nilai keadilan. Penguatan regulasi mengenai administrasi hukum perlindungan hukum bagi konsumen *e-commerce*,

perlu ditertibkan diantaranya: Logistik, Sumber Daya Manusia (SDM) terdidik tentang ITE *e-commerce* yang handal untuk menyelesaikan ITE *e-commerce*., Infrastruktur lengkap di seluruh Indonesia, Pengaturan yang jelas tentang perlindungan konsumen *e-commerce*, Perlindungan konsumen *e-commerce* terjamin dengan Undang-Undang yang ada, Dibuat lembaga khusus menangani perlindungan konsumen *e-commerce* sampai tingkat Kecamatan.

2. Pemerintah segera mengeluarkan Peraturan Pemerintah tentang Pembentukan Pegawai terhadap Lembaga Perlindungan Konsumen *E-Commerce* oleh Menteri Perdagangan agar konsumen terlindungi.
3. Meningkatkan kesadaran hukum masyarakat perlu Komponen kultur hukum ini dibedakan antara budaya hukum internal, yaitu budaya hukum para lawyer dan hakim, dan budaya hukum eksternal, yaitu budaya hukum masyarakat luas.

#### L. IMPLIKASI TEORITIS

1. Secara teoritis, Keadilan dalam perdagangan secara elektronik yang didominasi nilai dan norma hukum Barat harus diberi pengertian ulang melalui harmonisasi dengan nilai-nilai Pancasila yang mengandung kearifan lokal, di samping Islam, sehingga keadilan tidak semata-mata dibuktikan adanya kesepakatan antara informasi syarat kontrak antara *business to consumer*. Informasi syarat kontrak itu sendiri dengan demikian tidak sepenuhnya mencerminkan kebebasan berkontrak yang semata-mata sebagai perwujudan filsafat individualistik yang menonjolkan

perlindungan hak individu (*protection of individual rights*), namun juga kepentingan sosial maupun ke-Tuhan-an. Teori perlindungan konsumen dengan demikian tidak hanya berhubungan dengan konsumen dalam perdagangan secara konvensional, namun harus meliputi perdagangan secara elektronik yang dapat melibatkan konsumen dengan jarak yang jauh dari pelaku usaha. Hal ini dalam hubungan dengan informasi syarat kontrak pada situs toko *online*, konsep perlindungan konsumen membutuhkan pemaknaan ulang, sekaligus merekonsiliasi dengan kearifan lokal, termasuk teori hukum Islam.

## 2. Implikasi Praktis

Secara Praktis, Informasi syarat kontrak dalam perdagangan elektronik, secara substansial harus benar, jelas, jujur, lengkap dan adil atau seimbang, di samping tidak semata-mata mempromosikan hak-hak individu dalam berkontrak. Pemerintah mewujudkan lembaga sertifikasi keandalan dalam perdagangan secara elektronik berkaitan dengan informasi syarat kontrak berbasis keadilan yang mengandung kearifan lokal. Informasi Syarat Kontrak yang lengkap dan detail akan melindungi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara seimbang.

## SUMMARY

### A. BACKGROUND OF THE PROBLEM

Globalization has brought the development of science and technology, including information technology to Indonesia, so that Indonesia is also part of the global network of trade in the cyber world ( *cyber world/virtual world* ). Business activities via the internet or what is commonly called business transactions or electronic commerce ( *electronic commerce* , abbreviated as *E-Commerce* , also called *cyber-commerce* or abbreviated as *c-commerce* ), have become a global or international trend. Indonesia certainly cannot isolate itself from the use of the internet by the Indonesian people and close access to electronic commerce.

Especially in Islamic law, until now *E-Commerce* has not become a polemic among scholars. This is due to the many advantages, apart from the form of clarity that can be understood together, and is corroborated by several fatwas that protect in "different forms" in this transaction. Rules that can be applied with regard to *al-'ādat* and *'urf* . Call it in this case for example "*al-'ādatu muhkamātun*." (A habit that is usually carried out by the community, can become a legal tradition).

Space is not limited and can be accessed by everyone in electronic transactions that have the potential to cause abuse by the parties involved in it because of its indirect nature as conventional transactions, even though it uses a device for fast *communication* . Abuse in electronic trading is more complex than conventional trading. Various abuses emerged, such as fraud through

advertisements ( *deceptive advertisements* ) for traded goods until there was no responsibility to guarantee that the goods arrived in the hands of the buyer, and various other unfair trading practices (unfair *trading practices* ). These dishonest practices indicate the need for consumer protection in electronic commerce transactions. The use of the internet as a trading space actually adds to the types of crime or misuse of information technology. This means that currently crimes in cyberspace are not only limited to computers as spaces or places for storing information that can be broken into, but the instrumentation itself in trading has the potential to create new types of crimes or unlawful acts from the aspect of civil law or default which are not as easy to resolve as in the world real ( *real-world* ).

In Indonesia, in fact, in addition to Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection (hereinafter referred to as the PK Law) there is also Law Number 11 of 2008 concerning Information and Electronic Transactions, which was amended by Law Number 19 of 2016 concerning Amendments to the Law -Law Number 11 of 2016 concerning Information and Electronic Transactions (hereinafter referred to as the ITE Law). The PK Law was not formed in the context of the development of electronic commerce, so it was not intentionally intended or specifically to protect consumers in electronic commerce. In addition, the PK Law only regulates the relationship between business actors and consumers. In electronic commerce, the relationship between business actors and consumers can be mediated by a third party which actually determines whether the relationship between business actors and consumers can take place or not, it is not the business actors and consumers themselves who decide. These

things depend on the fulfillment of the terms *of the contract* , both by business actors and consumers.

Unlike the case with the ITE Law formed in the context of the growth and development of electronic commerce. Nonetheless, the ITE Law does not only relate to electronic commerce, but regulates broader matters, which are referred to as "electronic information" <sup>1</sup>in addition to "electronic transactions" <sup>2</sup>. It is said to regulate broader matters than just electronic commerce because electronic transactions cover all forms of legal actions including non-trade transactions.

Article 33 paragraph (4) of the 1945 Constitution of the Republic of Indonesia (hereinafter referred to as the 1945 Constitution of the Republic of Indonesia) emphasizes that the economy is structured based on the principle of kinship in addition to togetherness, efficiency with justice, sustainability, environmental insight, independence, and by maintaining a balance between progress and national economic unit. The principles of the national economy are of course the legal *ratio of*<sup>3</sup>various laws and regulations in the economic sector, including in the field of business or trade, especially electronic trading. Apart from being covered by various laws and regulations in the field of consumer

---

<sup>1</sup> "Electronic Information" is one or a set of electronic data, including, but not limited to writing, voice, images, maps, designs, photographs, *electronic data interchange* (EDI), electronic mail (*electronic mail* ), telegrams, telex, *teletype* or the like, letters, signs, numbers, Access Codes, symbols, or processed perforations that have meaning or can be understood by people who are able to understand them. (Article 1 point 1 UU ITE).

<sup>2</sup> "Electronic Transactions" are legal actions carried out using computers, computer networks, and/or other electronic media. (Article 1 point 2 UU ITE).

<sup>3</sup> *Ratio legis* is the reason for the birth of legal regulations. The principle of law as *a ratio legis* of the rule of law, meaning as a means that makes the law live, grow and develop, at the same time shows that the law is not just a collection of regulations. This is because the principle contains values and ethical demands. (Satjipto Rahardjo, 2000, *Law Studies* , Citra Aditya Bakti, Bandung, p.45.)

protection (UUPK) and electronic transactions (UU ITE), business activities, including relations between business actors and consumers in Indonesia, cannot be separated from these principles.

One of the important aspects of electronic trading which can be an indicator of consumer protection and the honesty of business actors is electronic contracts. An electronic contract is defined as an agreement between the parties made through an Electronic System. <sup>4</sup>These provisions regulate the complete and correct terms of the contract. Problems arise of course related to complete and correct information standards regarding contract terms (*terms of contract*). The elucidation of Article 9 of the ITE Law determines that:

What is meant by "complete and correct information" includes:

- a. information containing the identity and status of legal subjects and their competence, both as producers, suppliers, organizers and intermediaries;
- b. other information that explains certain things that are a legal requirement for the agreement and explains the goods and/or services offered, such as name, address and description of the goods/j

This article is in line with the provisions of Article 7 letter b of the Consumer Protection Law which stipulates that "the obligation of business actors to provide correct, clear and honest information regarding the conditions and guarantees of goods and/or services and provide explanations for use, repair and maintenance."

The provisions of Article 9 of the ITE Law and Article 7 letter b of the PK Law require legal consequences if business actors do not comply, so that

---

<sup>4</sup> \_\_\_\_\_, Article 1 point 17 UU ITE.

consumer losses can be prevented or replaced. This is not regulated in the ITE Law, except for prevention efforts by having a "reliability certification" that will be given by the Reliability Certification Agency<sup>5</sup>. In the Elucidation of Article 10 of the ITE Law it is explained that:

Reliability certification is intended as proof that business actors conducting electronic trading are worthy of doing business after going through an assessment and audit from an authorized agency. Evidence that Reliability Certification has been carried out is shown by the existence of a certification logo in the form of *a trust mark* on the *home page* of the said business actor.

Based on several cases of fraud on electronic buying and selling sites, regardless of who the victim was, even in the same class as the Minister of Youth and Sports at the time, Roy Suryo could be tricked into buying a fixie bike advertised by the perpetrator on the OLX.co.id website. Roy Suryo was interested and had sending money in the amount of one million as requested by the perpetrator, but after being sent, the perpetrator did not also send the goods ordered, it is urgent to examine the variations in contract terms used by business actors in electronic trading based on the categories as regulated in Article 9 of the ITE Law and Article 7 letter b of the PK Law and the weight of justice. Variations in terms of contracts and electronic contracts explain patterns in electronic trading, both for electronic businesses that have or have not obtained reliability certification.

---

<sup>5</sup> \_\_\_\_\_, Article 10 UU ITE.

From the shallow description above, the author gave the dissertation title "Reconstruction of Consumer Protection in Electronic Trading Relating to Information on Contract Terms Based on the Value of Equity".

## **B. FORMULATION OF THE PROBLEM**

Based on the background above, this research was conducted in connection with the following problems:

1. Why is the regulation on consumer legal protection in buying goods through an online shop based on the value of justice not based on the value of justice?
2. What are the weaknesses in the Consumer Protection law regulation in buying goods through the current online shop ?
3. How is the legal reconstruction of consumer legal protection in buying goods through online shops based on the value of justice based on the value of justice?

## **C. RESEARCH PURPOSES**

This research aims to :

1. To analyze and find consumer protection regulations in buying goods through online shops, it is not based on the value of justice.
2. To analyze and find weaknesses in consumer protection regulations in buying goods through the current online shop.
3. To find a legal reconstruction of consumer protection in buying goods through an online shop based on the value of justice.

## **D. BENEFITS OF RESEARCH**

### **1. Theoretically**

Theoretically, this research is expected to provide benefits in building understandings, concepts and theories regarding consumer protection, especially regarding information related to contract terms in electronic commerce.

### **2. Practically**

Practically, this research is useful for determining information standards related to contract terms in electronic trading and providing recommendations for legislative and judicial governments and people in need.

## **E. CONCEPTUAL FRAMEWORK**

This research is aimed at examining the variations of electronic contract/contract terms used by business actors in electronic commerce related to information on contract terms, because information on contract terms in electronic commerce still places a weak position. So the results of this study are expected to contribute to the reconstruction of Article 9 of the 2008

Electronic Information and Transaction Law. Business actors offering products through electronic systems must provide complete and correct information regarding contract terms, manufacturers and the products offered.

The word reconstruction in *the Black's Law Dictionary* , reconstruction (reconstruction), among others, is defined as "The act or process of rebuilding, re-creating or reorganizing something" (the act or

process of rebuilding or reforming or reorganizing something). Therefore, the word "reconstruction" that is meant here is "rebuilding" or "reshaping" or "reorganizing". As for those who want to be rebuilt or rearranged, namely Law no. 8 of 1999 concerning Consumer Protection relating to Information on Contract Terms used by business actors in electronic trading based on categories as regulated in Article 9 of the ITE Law.

Consumer protection (Article 1 Paragraph 1 UUPK) is all efforts that guarantee legal certainty to provide protection to consumers. Consumer protection is identical with the protection given to consumer rights, namely the right to comfort, security and safety in consuming goods and/or services, the right to choose goods and/or services and to receive goods and/or services according to the exchange rate and the promised conditions and guarantees, the right to correct, clear and honest information, the right to be heard, the right to get advocacy, protection, the right to get consumer guidance and education, the right to be treated fairly, the right to receive compensation and other rights regulated in other laws.

Goods and/or services are not to be traded in UUPK emphasized that only end consumers. Business actor is any individual or business entity, both in the form of a legal entity and not a legal entity that is established and domiciled or carries out activities within the jurisdiction of the Republic of Indonesia, either individually or jointly through agreements to carry out business activities in various fields. economy. Electronic transactions are legal actions carried out using computers , computer networks , and/or other electronic media.

## F. THEORETICAL FRAMEWORK

### 1. Main Theory ( *Grand Theory* ), Theory of Justice Pancasila \_ Yudi Latif

Injustice is inequality that does not benefit everyone. Of course, this conception is very vague and requires interpretation.

It is theoretically impossible, by giving them fundamental freedoms, they are adequately compensated for their economic and social gains. The general conception of justice places no restrictions on what kinds of inequality are permissible, only requires that everyone's position be corrected. There is no need to presuppose something as practical as consent to slavery. Imagine that people renounce certain political rights where the economic advantage is significant and their ability to influence the flow of policy through the exercise of those rights will in all cases be marginalized. This type of trade-off will be expressed by the two types of principles, after having outlined in a series they do not allow for a trade-off between basic liberties and social and economic gains. The serial sequence of these principles expresses a basic choice among primary social values. When this choice is rational, so is the choice of principles in this order.

This "Theory of Justice" is a *Grand Theory* that the author will use as a basis for analysis for the preparation and description of the materials and legal factors determined in answering the first problem, in particular to determine that forms of information related to contract terms in electronic trading practices have not yet been completed . based on the value of justice. At the same time, this theory will be used as a basis for

an analysis of materials and legal facts aimed at answering the third problem, namely it will be used as a basis for building a new concept in the form of reconstruction of consumer protection related to information, contract terms in e-commerce based on the value of justice.

In Pancasila, the word fair is found in the second and fifth precepts. Fair human values and social justice contain a meaning that human nature as a cultured and natural creature must be fair in nature, that is fair in relation to oneself, fair to other human beings, fair to society, nation and state, fair to their environment and fair to God. Almighty. The consequences of the values of justice that must be realized include:<sup>6</sup>

Draft justice in pancasila perspective Yudi Latif , Justice social for whole people Indonesia is sound from please the fifth Pancasila which is adhered to by the Indonesian nation as one of the philosophies in socialize And patriotic. Lots hope And dreams about equal justice for all Indonesian people in the points of precepts fifth This. Which need striped bottom is say for whole people Indonesia, not for a handful of Indonesian people. So social justice here is not looking at anyone, but all people who have an identity as people Indonesia have right And guarantee For getsocial justice. Nor does it consider that the person is in town or villages and remote areas, all of them are entitled to equal treatment about attitude fair This.

---

<sup>6</sup>Ibid., p. 40

## 2. Intermediate Theory ( *Middle theory* ): Theory of the Legal System

The author in terms of middle theory *uses* legal system theory from Lawrence M. Friedman, who argues that the legal system consists of components of structure, substance, and culture.

- a. Structural components
- b. Substance components
- c. Cultural component

## 3. Applied Theory of Progressive Law

The figure who gave birth to this progressive legal theory is Satjipto Rahardjo, this theory originated from his concern for the deterioration of law in Indonesia, some of his frequent criticisms in the form of oral and written discourse include saying that "The law is flawed from birth, this is actually a legal tragedy. Society is governed by laws that are full of defects because of its inability to formulate precisely the things that exist in society. As a result society is governed by laws that have been crippled from birth."

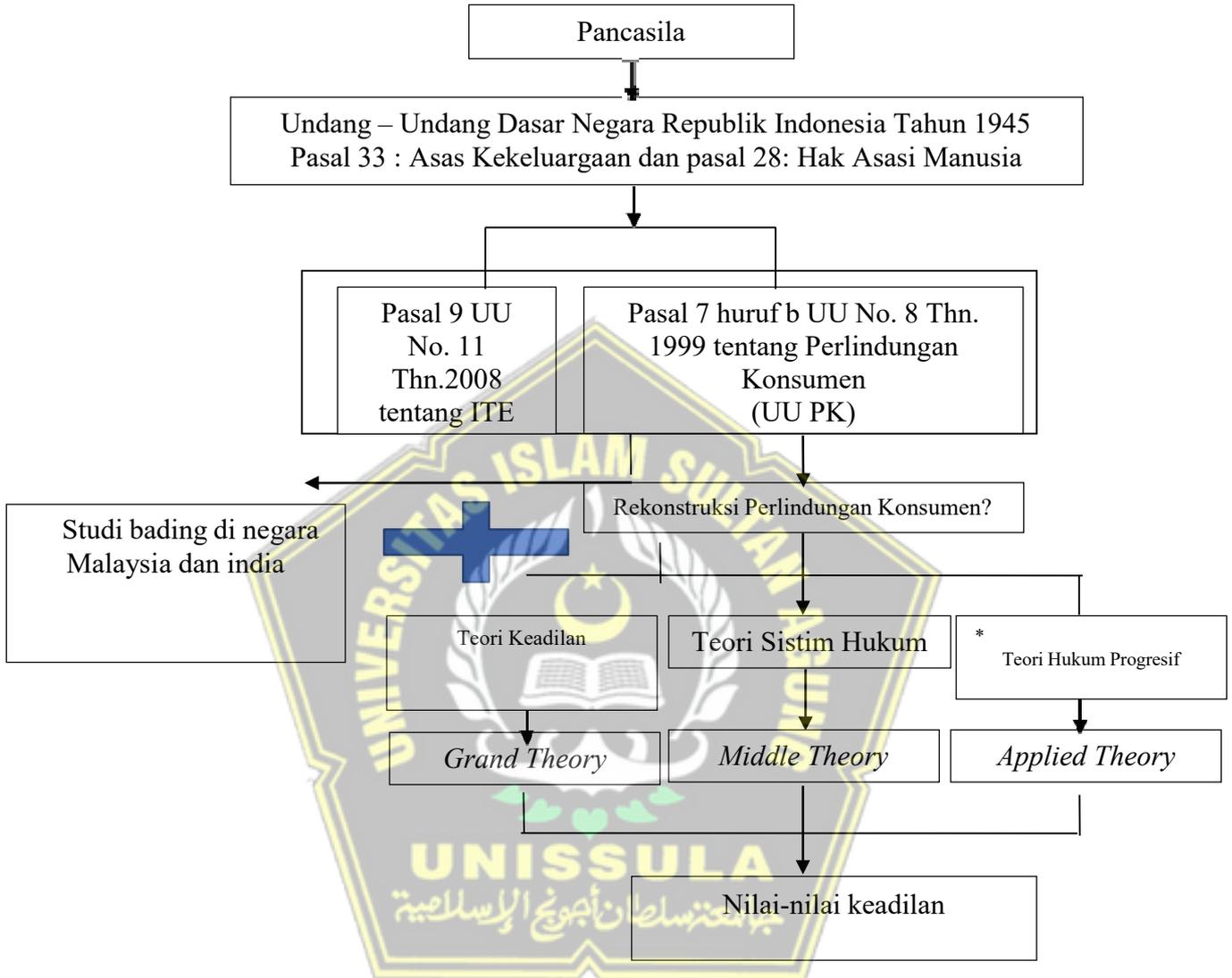
Progressive comes from the word progress which means progress. The law should be able to keep up with the times, be able to answer the problems that develop in society and be able to serve the community by relying on aspects of morality from the resources of law enforcement officials themselves.

In relation to the role of statutory regulations and their implementation to be carried out by law enforcers, Satjipto Rahardjo

stated that: "In a somewhat extreme tone, it can be said that the success or failure of law enforcers in carrying out their duties has actually started since the legal regulations that must be implemented were made. For example, the legislature makes regulations that are difficult to implement in society, so since then this body has actually become the architect for the failure of law enforcers. The law in implementing these regulations. This, for example, can occur because the regulation orders something to be done that is not supported by adequate means. As a result, of course, the regulation failed to be implemented by law enforcers."

This progressive legal theory is included in the *Applied Theory*, in which the legal concepts contained in the progressive legal theory can be used as a basis for an analysis of legal materials and facts so that the way of thinking in forming regulations is for the benefit of society (welfare), so that new regulations are made correctly. - really for the benefit of society. So that progressive theory is used to describe the answers to the first and second problems and more importantly to answer the third problem, namely regarding the form of consumer protection reconstruction related to information on contract terms in electronic commerce.

## G. FRAMEWORK



## H. RESEARCH METHODS

### 1. Research paradigm

Constructivism views reality as a relative reality that can be understood in various forms depending on the mental, social, and individual constructions of meaning that make up the construction.<sup>7</sup>Therefore a reality observed by a researcher cannot be generalized to everyone. Starting from this understanding, the ontological aspect studied in this dissertation is the reality of consumer protection in electronic commerce related to information on contract terms based on the value of justice as defined by law.

Epistemologically,<sup>8</sup>constructivism views the relationship between researchers and respondents as something that is transactional and subjective. Researchers and respondents dialogue interactively<sup>9</sup>, researchers and objects are a subjective unit, and the interaction between the two. Based on this understanding, this interaction is intended to understand the meaning of reality behind laws and regulations, the views of business actors, consumers and researchers' views on consumer protection in electronic commerce related to information on contract terms based on the value of justice . The results of this search are then epistemologically compared and interpreted to find a construct.

---

<sup>7</sup> Dontfeethewolves.blogspot.com/2012/04/bermakalah-2-konstruktivisme-sebua Hal.html. accessed on 26 November 2014.

<sup>8</sup> Epistemology asks the question how do we know the world? What relationship arises between the researcher and those being studied. Norman and Yvonna S. Lincoln. Loc. Cit. Matter. 123.

<sup>9</sup> Dontfeethewolves.blogspot.com/2012/04/bermakalah-2-konstruktivisme-sebua Hal.html. accessed on 26 November 2014

In the methodological dimension, <sup>10</sup>the approach used is a *hermeneutic* and dialectical method to reach the truth. *Hermeneutics* means that meaning *is* something hidden in thought and must be extracted to the surface through deep reflection. This reflection activity is stimulated by dialogue (dialectical approach) between the researcher and the respondent. <sup>11</sup>The final result is a truth from a combination of opinions that are relative, subjective and specific.<sup>12</sup>

The choice of this constructivism paradigm is based on the assumption that the results of this study are expected to contribute to the renewal of consumer protection in electronic commerce related to information on contract terms based on the value of fairness.

## 2. Types of research

Research on the construction of consumer protection in electronic commerce related to information on contract terms based on the value of justice is non- doctrinal legal research, non-doctrinal research is research on empirical studies to find theories regarding the process of occurrence and regarding the working process of law in society. This type of research is often called *socio legal research*.

---

<sup>10</sup> Methodology focuses on how we gain knowledge about the world. Norman and Yvonna S. Lincoln. *Op. Cit* Hal. 123 while Agus Salim stated that in the methodological dimension a scientist must answer the question: what is the method used by someone to find the truth of a science. Agus Salim. *Op. Cit* Hal. 35

<sup>11</sup> [Dontfeetthewolves.blogspot.com/2012/04/bermakalah-2-konstruktivisme-sebua](http://Dontfeetthewolves.blogspot.com/2012/04/bermakalah-2-konstruktivisme-sebua) Hal.html. accessed on 26 November 2014

<sup>12</sup> Z. Mubarak, 2006, *Sociology of Religion*. UIN Malang Press, Malang. *Matter*. 86

### 3. Approach Method

Research on consumer protection in electronic commerce related to information on contract terms based on the value of justice uses a statutory approach ( *statue approach* ), a philosophical approach and a *socio legal research approach*.

The statutory approach means that the use of statutory regulations in this case the Electronic Information and Transaction Law and the Consumer Protection Act are the initial basis for conducting analysis. This must be done because laws and regulations are the focal point of this research. The statutory approach ( *statue approach* ) and the conceptual or theoretical approach ( *conceptual approach* ) are carried out by examining all laws and regulations that are related to the content of the law being handled. For researchers for academic activities researchers are looking for a legal ontological basis for the birth of these laws (the Electronic Information and Transaction Law and the Consumer Protection Law.

The historical approach is carried out by examining the background of what was learned and the development of arrangements regarding the issues at hand. Such a study is needed to reveal the philosophical and mindset that gave birth to something being studied.<sup>13</sup>(Electronic Information and Transaction Law and Consumer Protection Act). This study is carried out in order to reveal material (philosophical expressions and mindsets) studied in the past that has

---

<sup>13</sup> *Ibid* . Matter. 94

relevance to the present, moreover has relevance in uncovering or answering the problems posed.

While the *socio legal research approach* is used because the object of research study is about empirical facts ( *reality* ) from the interaction between law and society, namely by using an observational method to obtain a description of the pattern of contract terms in electronic commerce in Indonesia. Researchers will also use participatory observation, meaning that researchers are involved or take part as consumers in electronic transactions.

*socio legal research* approach is based on normative law (statutory regulations) but does not examine the system in laws and regulations but observes how reactions and interactions occur when these norms work in society. This approach is often referred to as *law in action research* .

#### **4. Nature of Research**

This research is analytical descriptive in nature, which reveals laws and regulations related to legal theories which are the object of research in this case legal protection in electronic commerce related to information on contract terms.

#### **5. Data Type**

This research uses:

- a. Primary Data, data directly from the public, in the form of the behavior of business actors or electronic trading intermediaries, in making contract terms.

b. Secondary data

(1) Primary Legal Materials: laws and regulations related to electronic commerce and forms of contractual terms in electronic commerce, laws and regulations consisting of basic norms or principles, namely Pancasila, the 1945 Constitution of the Republic of Indonesia, Law no. 8 of 1999 concerning Consumer Protection, Law no. 11 of 2008 concerning Information and Electronic Transactions and Legislation related to research material.

(2) Secondary Law Materials: includes scientific books, journals and literature, dissertations, theses, law textbooks, documents, seminar papers which are all related to research material .

(3) Tertiary Legal Materials: includes legal dictionaries, English-Indonesian dictionaries, Big Indonesian Dictionary, newspapers, magazines, tabloids and Arabic dictionaries.

**6. Method of collecting data**

Methods of data collection through:

- a. The secondary data collection method which consists of primary legal materials, secondary legal materials and tertiary legal materials is carried out by library *research* .
- b. The primary data collection method is through observation, namely observing from business actors and intermediaries in making

contract terms in electronic trading related to information on contract terms.

c. Interview and Questionnaire

The interview is a process of interaction and communication between the researcher and the party being studied (in this case the consumer) and aims to find out the pattern of contract terms and behavior of consumers and business actors.

**7. Data analysis method.**

The collected data will be analyzed descriptively qualitatively. The method used to describe an ongoing condition with the aim of being able to obtain data as accurately as possible about the research material

**I. RESULTS AND DISCUSSION**

**1. Regulations in Buying Goods Products Through Online Shops Based on the Value of Justice Not Based on the Value of Justice**

The ITE Law actually does not completely regulate electronic *contracts* . The term "electronic contract" is only used in two articles, namely Article 1 number 17 of the ITE Law - concerning the meaning - and Article 18 paragraph (1) of the ITE Law - regarding its binding nature of the parties in electronic transactions.

Article 1 point 17 UU ITE:

An electronic contract is an agreement between parties made through an electronic system.

Article 18 UU ITE:

(2) Electronic transactions that are poured into Electronic Contracts bind the parties.

Based on these provisions, it can be said that the ITE Law does not regulate anything regarding electronic contracts, especially fair electronic transaction agreements. The ITE Law actually regulates more "matters related to electronic contracts". It can be understood that electronic contracts rely on the principles and norms contained in the provisions regarding conventional transaction agreements as regulated in the Civil Code. This is ironic because the formation of electronic contracts is still very problematic, as expressed by Chris Reed and John Angel:

*The question of contract formation across electronic networks is problematic to say the least. This is due not only to the interjurisdictional issues that arise as a natural result of the borderless nature of the networks, but also to the issues that arise when considering the terms of any contract that might be formed. Such issues arise because of the need to consider any overriding legislation which may affect the freedom to contract in the jurisdiction in which the contract was formed or under the law chosen in the contract .<sup>14</sup>*

Furthermore, it is said that not all electronic transactions carried out through electronic communication result in the formation of contracts.

---

<sup>14</sup> Chris Reed and John Angel, Ed., 2003, *Computer Law*, Oxford New York: Oxford University Press, p. 333.

Although a number of attempts have been made to classify electronic messages based on the different legal issues that arise, Chris Reed and John Angel broadly distinguish three categories of electronic communication results, namely:

a. Transmission solely of information (*transmission of mere information*)

In general, the sender does not intend the message to have any legal consequences. The only legal issue that arises from this type of message is potential liability when the sender has an obligation on the recipient of the message to provide assurance that the information is correct, and as a result of their indifference, the recipient of the message suffers losses.

b. Transmission of *unilateral* notices

This type of communication is intended to have legal repercussions and most of what is done is the performance of an existing contract. For example, namely invoices, which are often a prerequisite for payment.

c. Contract *-formation* messages

For example, goods ordered using electronic messages, the expected result, that is, a contract is formed. In most cases, messages are part of a series, which include: negotiation, ordering, and receiving.<sup>15</sup>

This distinction shows that the definition as stipulated in Article 1 number 17 of the ITE Law still requires interpretation when faced with the facts of electronic communication. Likewise, the principles and norms

---

<sup>15</sup> *Ibid* ., p.334-335.

require development which includes specific matters in electronic transaction agreements. This is important because based on data from survey results showing that consumers trading electronically for B2C, instead of knowing whether the contracts they make with *online stores are valid or not* , **more than 90% are not aware of any electronic agreements** that they must agree to when they make transactions. transaction.

As also said by Abdulhadi M. Alghamdi, that:

*Parties entering into electronic contracts may be left to seek guidance from traditional paper contracts. Although these traditional rules are important and developed over hundreds of years, they may be inadequate to address some unique issues that arise in the field of electronic contracting. It is obvious that fax, telephone and telex can be used to create a contract, while it requires careful analysis and analogy to reach the same conclusion in the case of contracting over the Internet. When concluding transactions over the Internet, the concern is to ensure that the contract is valid, binding, and enforceable*

.<sup>16</sup>

Without paying attention to specific matters and unique issues in electronic transactions, it has the potential to generate injustice in electronic contracts and matters related to electronic contracts. Conventionally valid ( *valid* ), but possibly invalid electronically, so it is

---

<sup>16</sup> Abdulhadi M. Alghamdi, 2011, *The Law of E-Commerce, E-Contract, E-Business* , Bloomington: AuthorHouse, Hal.225.

not binding, and cannot be implemented or enforced. In that context, judgments of fairness find their significance. As Abdulhadi M. Alghamdi said in a *common law perspective* that:

*The formation of contracts under common law depends on the basic elements of an offer, unequivocal acceptance, consideration, and an intention to create legal relations. In electronic transactions, it may not always be clear which party is making an offer in the sense of a contract and which one is accepting. Traditionally, the law considers that an agreement is formed when a party makes an offer and the other party accepts that offer. This requires the matching of the two communications of offer and acceptance .<sup>17</sup>*

Before discussing justice in the context of consumer protection, an important matter in electronic commerce, one of which relates to the validity of electronic contracts. The ICC (*International Chamber of Commerce*) designates "electronic contracts" (*electronic contracting*) as "an automated process for entering into contracts via the parties' computers, either via network messages or via electronic messages" ("*electronic contracting*" as the automated process of entering into contracts via the parties' computers, whether networked or through *electronic messaging* ).<sup>18</sup>This definition is a combination of 2 (two) different explanations, one contained in the 2005 *United Nations Convention on the Use of Electronic Communications in International*

---

<sup>17</sup> *Ibid.*, p.71.

<sup>18</sup> Faye Fangfei Wang, *Op. Cit.*, p.35.

*Contract* regarding the meaning of " *electronic communication* " (electronic communication) and the other taken from *the United States Uniform Electronic Transactions Act (UETA) 1999* and *the United States Uniform Computer Information Transactions Act (UCITA) 1999* , specifically regarding " *automated transactions* " (automatic transactions).

<sup>19</sup>The ITE Law defines an electronic contract as an agreement between parties made through an electronic system. (Article 1 number 17). In practice, these provisions must be understood that electronic contracts no longer rely on paper - *based communication* , but shift to *electronic communication* .

In general, there are 2 (two) main ways that commercial contracts *can* be made electronically. **First** , the most common and popular method, namely through the exchange of electronic mail ( *e-mail* ). *E-mail* can be used to make an offer *and* communicate *an acceptance* of the offer. *E-mail* containing an offer or acceptance can be sent via the outbox *of* the person making the offer (*offeror*) or the person receiving the offer (*offeree*); digital equivalent to a post box, for *servers* , internet service providers (*Internet Service Provider / ISP* ) and then forwarded to the inbox / mailbox ( *inbox / mailbox* ) of people who are offered. **Second** , using an internet network known as a *webwrap* or *clickwrap agreement* (*webwrap* or *clickwrap agreement*). <sup>20</sup>Normally, *vendors* (peddlers/pelapak/people who offer

---

<sup>19</sup> *Ibid* .

<sup>20</sup> " *Webwrap agreement* " is an agreement to comply with the terms of a license agreement, marked by downloading *software* data , or content that the license agreement applies to. (IT Law Wiki, "Web-wrap agreement", [http://itlaw.wikia.com/wiki/Web-wrap\\_agreement](http://itlaw.wikia.com/wiki/Web-wrap_agreement) , downloaded on May 12, 2020, at 00.00 WIB.) As for " *A clickwrap agreement* " (also known as with a " *clickthrough* "

something for sale) provide product views on the website ( *website* ) and show the prices of these products. A consumer can *scroll* ("register") by viewing the website ( *website previewing* ) of the products or items on offer, clicking on an item for further information, and if interested in buying, can place an order by filling out the order form. and clicking "Send" ( " *Submit* " ), "I accept" ( " *I Accept* " ) or something similar. Forming a *webwrap agreement* is like picking up goods at a store's checkout, except the cashier acts as an electronic agent, substituting someone. The contract or agreement displayed on the site requires the user to click on a button to indicate acceptance which is generally non-negotiable. In theory, they should offer buyers the opportunity to read, view, and download the entire thing before being accepted.<sup>21</sup>

This condition can give rise to issues regarding how to display terms and conditions *that* can state an " *informed consent* " to the buyer and whether it is really a mutual agreement *by* the parties to the things agreed upon. In practice, most *online retailers* , such as Amazon, have procedures that combine e-mail notifications *after clickwrap actions* to *increase* the validity of *clickwrap agreements* .<sup>22</sup>E-mail notifications show protection for the interests of business actors and consumers, sellers and buyers, even the interests of *online shops* that facilitate trade transactions. Provisions

---

" *agreement* , or " *clickwrap license* " ) is a common type of agreement often used in connection with software *licenses* . This form of agreement is mostly found on the internet, as part of the installation process of various software packages, or in other situations where the agreement is formed using electronic media. (Wikipedia, "Click wrap", [https://en.m.wikipedia.org/wiki/Click\\_wrap](https://en.m.wikipedia.org/wiki/Click_wrap) , downloaded on 12 May 2020, at 01:02 WIB.)

<sup>21</sup> Faye Fangfei Wang, Op. Cit., p.36-37.

<sup>22</sup> *Ibid* ., p.27.

regarding *e-mail* notifications are important for all parties involved in electronic commerce, as well as explaining the balanced distribution of justice as John Rawls views it because it reduces the risk of all parties, including consumers or buyers.

In Indonesia, it seems that there are no standards regarding contract terms, except for Article 9 of the ITE Law, so that each *online shop* makes different terms. Article 9 of the ITE Law confirms that "Business actors offering products through Electronic Systems must provide complete and correct information regarding contract terms, manufacturers, and the products offered." The elucidation of Article 9 of the ITE Law confirms that:

What is meant by "complete and correct information" includes:

- a. information containing the identity and status of legal subjects and their competence, both as producers, suppliers, organizers and intermediaries;
- b. other information that explains certain things that are a legal requirement for the agreement and describes the goods and/or services offered, such as names, addresses, and descriptions of the goods/services.

The ITE Law through Article 9 only explains "**complete and correct information**" including regarding contract terms, but the **contract terms themselves are not regulated** . Even though the weight of justice is not only in sharing the information, but the substance of the

matters that are informed, such as the terms of the contract agreement and the contract agreement itself.

The lack of regulation regarding contract terms and electronic contracts can actually be understood in connection with the principle of freedom of contract. Nevertheless, from the consumer's point of view, it has important meaning. Its interest lies in the protection of consumer rights *in* electronic trading contracts. The problem is, Article 9 of the ITE Law does not cover all conditions of electronic trading, namely the terms of the contract are not always made by the business actor, in the sense of the seller. In certain formats or types of *online shops*, business actors are simply users of electronic trading systems, the same is true of buyers. The terms of the contract have been determined by the *online shop* – which is not always the seller, but only facilitating. The ITE Law refers to such <sup>23</sup>*online* stores as "electronic agent operators" as stipulated in Article 21 of the ITE Law. Therefore, fairness in relation to contracts really depends on the contract terms determined by the *online store manager*, who can only facilitate (because he is a mere electronic system operator) or can also be a seller in addition to facilitating it.

As mentioned above, Article 9 of the ITE Law only requires information on the terms of the contract to be "complete and correct", **not requiring "fairness" for the terms of the consumer contract and the contract itself**. At least fair in the sense according to John Rawls. It may

---

<sup>23</sup> [Operator] electronic agent is a person who organizes/manages the device of an Electronic System that is made to perform an action on a certain Electronic Information automatically. (Article 1 point 8 UU ITE)

happen that the information on the terms of the contract is complete and correct, but the terms of the contract and the contract are substantially unfair, so that it has the potential to benefit one party and harm the other in electronic transactions. Moreover, the potential for injustice is even greater considering that electronic contracts are "**standard**" ( *standardized agreement* ) usually made by parties who have a superior bargaining position, so that the contracts offered rely on " *take-it-or-leave-it basis* " ("take or leave" basis). This relates to electronic transactions using methods including " *clickwrap* ". Even though as stated by Sutan Remy Sjahdeini that the validity of the standard agreement is not need questioned Again by Because agreement raw existence Already is reality because it is needed and accepted by society <sup>24</sup>, but its initial character reveals the need for consumer protection from information on contract terms.

The fact regarding standard contract practices in electronic trading justifies the theory of *The Privity of Contract* as described in Chapter II, based on the fact that buyers are more "dated" by business actors or *online shops* in closing contracts. Efforts to demand business actors protect consumers is a reality that cannot be fully defended, unless laws and regulations provide restrictive limits.

Information on the terms of the contract, apart from determining the validity of the electronic contract itself, also determines the parties' knowledge of the terms of the contract, and in turn can determine the

---

<sup>24</sup> Sutan Remy Sjahdeini, *Op.Cit*, Hal. 70-71

validity of the contract, both in the context of *business to business* (B2B) and *business to consumer* (B2C). The validity or validity of electronic contracts requires consideration, both regarding the contents of *the website* or electronic mail stating an offer or solicitation to trade, as well as the place and when the contract is closed. As Abdulhadi M. Alghamdi said, that:

*Examining the validity of an Internet contract requires consideration as to whether the content of a website or electronic mail constitutes an offer or an invitation to treat. Also, establishing whether a website or e-mail soliciting a transaction constitutes an offer is an important element that affects the issues of where and when an electronic contract has been concluded .<sup>25</sup>*

The difference in terms of the contract is not only related technically to the implementation of electronic commerce, but is also substantial from a legal perspective, such as the difference in treatment between business actors or sellers and consumers on the one hand, and the online store itself on the *other* . The difference in contract terms in electronic trading, in general, marks the absence of standards relating to the fairness of the terms set by each *online store* . This also means that between one *online shop* and another, the weight of justice distributed to users (seller/manufacturer or buyer/consumer) is at least potentially different, which is influenced by various factors. At least the terms of the contract are very subjective.

---

<sup>25</sup> *Ibid* ., p.74.

The ITE Law does not specifically regulate the contents of electronic trading sites/ *websites that determine the validity (validity) or invalidity of contracts*. Arrangements in this case relate to the organizers of electronic transactions ( *online shops* ) as well as the transacting parties. There are several provisions that can be related to the contents of the site/ *website* , namely Article 15 - Article 16 of the ITE Law, which regulates "Organization of Electronic Systems" and Articles 17 - Article 22 of the ITE Law, which regulate "Electronic Transactions".

More than that, **to guarantee justice and benefit** , the ITE Law needs to specifically regulate the validity of electronic contracts. Substantially can be regulated regarding the carriage of goods , *online security* - including electronic signatures and data *privacy protection* , the contracting parties ( *online contracting parties* ), when an electronic contract is made ( *the time of contract formation* ), and dispute resolution ( *dispute resolution* ), the rights and obligations of the parties to the contract ( *the parties' rights and liabilities in contract* ), errors in electronic communications ( *errors in electronic communications* ).

The ITE Law regulates this in a very simple way, so it is necessary to add regulations that guarantee more secure electronic transactions for the interests of all parties involved. As Article 20 paragraph (1) of the ITE Law regulates when an electronic contract occurs, namely "when the transaction offer sent by the Sender has been received and approved by the Recipient". The provisions of this article are still vague because they do not regulate when the offer is made and when it is accepted and approved.

However, in reality, the parties, especially (prospective) buyers, do not really care about information on whether or not there are contract terms, details or not details regarding matters relating to guarantees of rights and legal protection. As said by a buyer or user in several <sup>26</sup>online stores , when you first " submit " as a user, you often " skipped ( a page )" or "skip without reading until it's finished" the information on the terms of the contract. Therefore, real users cannot always be guaranteed that their knowledge of a closed purchase agreement contract is valid or not. Nonetheless, fair protection of the interests of all parties involved in electronic transactions is a necessity.

The provisions of Article 20 paragraph (1) of the ITE Law are not fully effective because in practice, the offer and acceptance can be canceled because one of the parties, especially the business actor does not fulfill the agreement, but is considered normal or not a default, for example the goods have been sold or the delivery of the goods has been delayed ( delivery date pending) for no apparent reason. As experienced by one consumer, they only received information that “ *delivery date is pending: you'll get an email as soon as we can provide you with a delivery estimate* ” and in another part stated “ *we'll email you when available* ”.<sup>27</sup>

Most of the information provided by *online stores* or the operation of electronic systems that facilitate electronic transactions, does not ask for the agreement of the parties on the terms of the contract. The terms of the

---

<sup>26</sup> Interview with Dede on 16 June 2020 , at 12:59 WIB.

<sup>27</sup> Interview on December 7 20 20, for purchasing the book on Amazon.com. Purchases were made from 9 February 2020, but until 7 December 2020 they had not been shipped

contract are informed in the form of a document file that can be opened at any time, but it is not required to open every (new) transaction. In the case of an *online* shop that is both a seller and an operator of an electronic system, it can reflect injustice because buyers are "forced" to accept contract terms based on information that does not require approval. "Coercion" is meant because information regarding the terms of the contract, and the terms of the contract itself, as well as the contract for each transaction is "standard" and must fill in data according to the existing form, there is no bargaining mechanism as in conventional transactions. When Article 18 of the ITE Law stipulates that "the parties have the authority to choose the law that applies to the international electronic transactions they make", this cannot be fulfilled in practice.

## **2. Weaknesses in Consumer Legal Protection Regulations in Buying Products Through the Current Online Shop**

Occurs in the legal vacuum of consumer protection E commerce. Currently, BPKN is working to implement Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection. However, this 20-year-old law is considered to be unable to accommodate today's rapid developments, especially technological developments, especially *e-commerce developments*, related to *e-commerce consumer protection*.

This happened because the Personal Data Protection Law was never immediately enacted into regulations. At the same time, consumer personal data is used in a number of digital applications.

*e-commerce* consumers . For example, BPKN only acts as a complaint receiving agency. For the settlement process, the authorized institution is the Consumer Dispute Settlement Agency (BPSK).

*E-commerce* has **weaknesses** , namely electronic transaction methods that do not directly meet business actors with consumers, and there is no opportunity for consumers to see directly the goods ordered have the potential to cause problems that are detrimental to consumers, including incompatibility of the type and quality of promised goods, inaccuracies delivery time, transaction insecurity ranging from payments using someone else's credit card (piracy), illegal access to information systems ( *hacking* ), website destruction to data theft.

Furthermore, payments by filling in credit card numbers in a public internet network also carry risks that are not small, because they open up opportunities for fraud or burglary.

The problem of transactions through *e-commerce* has a considerable risk. Specifically regarding payment, there is a risk of loss on the part of the consumer, because the consumer is usually required to make a payment in advance, while he cannot see the quality of the goods ordered and there is no guarantee that the goods ordered will be delivered according to the agreement.

**From a legal standpoint, the problem is related to legal certainty. These problems, for example, regarding the legitimacy of business transactions from the aspect of civil law (for example if it is carried out by people who are not yet competent/adult), issues of**

**digital signatures or electronic signatures and message data. In addition, other problems that arise, for example with respect to data authenticity guarantees, document confidentiality, tax-related obligations, the law appointed in the event of a breach of agreement or contract, legal jurisdiction issues and also which legal issues must be applied in the event of a dispute.**

Security guarantees for e-commerce transactions are needed to protect consumers and further foster consumer confidence, and in the end it is hoped that there will be an increase in the volume of transactions through e-commerce.

As described in the previous chapter, electronic trading is a form of transactional reciprocity between business actors and business actors (B2B) or business actors and consumers (B2C), both in the context of fulfilling the need for goods or services, which is carried out via the internet media. or virtual *world*. As is the case with trade relations in the real world, electronic trading or trading in cyberspace is also not sterile from behavior that has the potential to harm one or several parties making transactions with each other. In fact, internet media is easier to become a means of committing crimes or at least harming consumers in electronic commerce, especially when consumers are parties who do not really understand the virtual world and the nature of commerce in it. Sometimes the consumer's desire to obtain attractive goods outweighs the risk of purchasing through sites with weak consumer protection guarantees. This is especially the case in e-commerce

where the *online store* only facilitates advertising, and between sellers and buyers dealing outside the *online store* , such as the OLX *online store*, even though the *online store* has reminded buyers to take steps to buy and sell by safe. Trading in an *online store model* like this is actually not electronic trading because *online stores* only help advertise.

The main problem relates to information on contract terms, namely regarding consumer awareness. Awareness in this case is generally interpreted as a state of understanding or awareness or something that is felt or experienced by someone.<sup>28</sup> This awareness is directly proportional to consumer confidence ( *consumer confidence, consumer trust* ) and consumer risk in electronic trading. Trust is defined as "an assumption or belief that something that is believed is true or real".<sup>29</sup> Trust plays an important role in many social and economic interactions involving uncertainty and dependency. Since uncertainty exists in transactions via the internet, many researchers state that trust is a critical factor influencing the proliferation (development) of electronic commerce. The concept of trust is crucial because of its influence on a number of factors essential to *online transactions* , including security and privacy. More than that, even though electronic trading brings benefits or advantages, both to *vendors* (seller) and consumers, there are also restrictions, such as physical separation between buyers and sellers, as well as between buyers and the goods being traded.

---

<sup>28</sup> [www.artikata.com](http://www.artikata.com) , or <https://www.kamusbesar.com/kesadar> , downloaded on Friday, 16 December 2020, at 20:57 WIB.

<sup>29</sup> *Ibid* .

To reduce barriers , vendors must build a trustworthy relationship *to* maintain *customer loyalty* .<sup>30</sup>Customer trust certainly influences or has consequences on behavior and intentions to buy and perceived risk in buying situations. Of the 100 (one hundred) e-commerce consumer correspondents who filled out the questionnaire, some of them bought at certain *online stores* because they trusted them, even though it was actually just out of habit. While some other people are picky, so basically they have concerns about losses in electronic trading that they do or don't fully trust them.

Regardless of consumers' knowledge of the provisions of the ITE Law, actually in the ITE Law there are several provisions that indirectly provide protection for consumers. The provisions referred to include: electronic information as valid legal evidence (Article 5), digital certificates , which in Articles 13 and 14 of the ITE Law are called "electronic certificates", the obligation to operate electronic systems reliably and safely and responsibly. answer (Articles 15 and 16 of the ITE Law). In fact, this is difficult to enforce, so it opens the possibility for electronic system operators who have not been certified.

The level of intimacy and dependency among business actors is higher than that between business actors and consumers. So far, business actors in

---

<sup>30</sup> Thompson S. HAL. Teo, Jing Liu, 2007, "Consumer trust in e-commerce in the United States, Singapore and China", in Omega, The International Journal of Management Science, p.22 (22-38), [www.elsevier.com/locate/omega](http://www.elsevier.com/locate/omega) or [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com) , accessed on 29/11/2020, at 21:08 WIB.

Indonesia have mostly carried out their business activities based on principles in the logic that grow and develop in the capitalist-liberal economic system, so it is not easy to expect awareness from business actors to pay proportional attention to consumer interests. Efforts to protect consumers through regulating the behavior of business actors, show a logic, that the situation of a weak party can be helped by an economically strong party. Thus this law seems to want to build a model of interaction between business actors and consumers that is based on "mercy" morality and ethics.

### **3. Re- construction of Consumer Legal Protection Law in Buying Goods Products through Online Shops Based on Value-Based Justice Value-Based Justice**

Arrangements with fair protection for consumers in the context of e-commerce is an ideal aspect of e-commerce law and consumer protection law. The principles and norms are of course different between those that lead to Western and Islamic law.

The reconstruction referred to in this dissertation certainly takes into account the principles of Islamic law, at least considering mixing *between* Islamic and Western law, as long as it is possible based on Islamic teachings. In this mixing, it is theoretically possible to involve customary law. Mixing under certain conditions is difficult to avoid in connection with the globalization of law which causes legal transfers or legal

transplants , giving <sup>31</sup>rise to meetings between legal systems, such as meetings of Western and Islamic law. The concept of legal transplantation assumes that "the idea of law as a product of the living conditions of a nation is very old" ( *The idea that law is a product of the living conditions of a people is very old* ) <sup>32</sup>. As stated that " *Legal theorists later recognized that public law resorted to imitation, whereby the institutions of one legal system were copied by another .*" <sup>33</sup>(Later legal theorists admit that public law takes the path of imitation, namely the institutions of one legal system are copied by another legal system) Mixing between Islamic and Western law which is carried out through harmonization, has been explained by Christopher Stuart, in 3 (three) senses .

#### Table

Reconstruction of Consumer Protection Laws in Buying Goods Products through Online Shops Based on Values of Justice Based on Values of Justice Law Number 8 of 1999 concerning Protection and Law no. 19 of 2016 concerning Amendments to Law Number 11 of 2008 concerning Information and Electronic Transactions

---

<sup>31</sup> Legal transplants is a term invented in 1970 by Alan Watson, which indicates the transfer of a rule or legal system from one country to another or from one nation to another – which has been common since the earliest recorded history. (Alan Watson, 1993, *Legal Transplants an Approach to Comparative Law*, Athens and London: The University of Georgia Press, p.21)

<sup>32</sup> Michele Graziadei, "The functionalist heritage", in Pierre Legrand and Roderick Munday, 2003, *Comparative Legal Studies: Traditions and Transitions*, Cambridge: Cambridge University Press, p.118.

<sup>33</sup> Sabino Cassese, 2005, "The Globalization of Law", the opening lecturer of the doctoral program at the Italian Institute for Human Sciences, given on March 11, 2005 at the Federico II University of Naples, and the lecture given on March 23, 2005 at the University of Rome "La Sapienza" to inaugurate the 2004-2005 academic year, p.9 (1-24), [www.globusetlucus.org](http://www.globusetlucus.org) , downloaded on 02 March 2017, at 22:05.

No	Before Reconstruction	Weakness-weakness	Reconstruction Law
1.	<p>Article 7 Letter b Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection which reads " The obligation of business actors to provide correct, clear and honest information regarding the conditions and guarantees of goods and/or services and provide explanations for use, repair and maintenance . ”.</p>	<p>Business actors do not have good faith in providing correct, clear and honest information regarding contract terms to the detriment of consumers.</p>	<p>Article 7 Letter b Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection which reads "The obligation of business actors to provide correct, clear and honest information <b>based on the principle of good faith</b> includes:</p> <p>(3) Seller identity, <b>complete description of goods/services</b> , total price including tax, method of payment, shipping costs and additional fees, method of payment;</p> <p>(4) Information on canceling offers or acceptance and returning <b>goods/services</b> , complaint handling policies, contract validity to the matter of the period of contractual relations related to the supply of products permanently.</p>

2.	<p>Article 9 of Law Number 11 of 2008 concerning Information and Transactions and Electronics which reads "Businesses offering products through the electronic system must provide complete and correct information relating to contract terms, manufacturers and products offered".</p>	<p>Has not provided complete and detailed information regarding contract terms to the detriment of consumers.</p>	<p>Article 9 of Law Number 11 of 2008 which reads "Business actors who offer goods /services via electronics must provide complete, <b>clear</b> and correct information <b>based on the principle of good faith relating to</b> contract terms including:</p> <p>(1) Seller identity, description of goods, total price including tax, method of payment, shipping costs and additional fees, method of payment;</p> <p>(2) Information on canceling offers or acceptance and returning goods, complaint handling policies, contract validity to the matter of the period of contractual relations related to the permanent supply of products".</p>
----	--	---	---

## J. SIMPULAN

1. Consumer Protection Regulations in Buying Goods Products Through Online Shops Not Based on the Value of Justice, namely There is a fact

that the basic rights of citizens, both economic, social and cultural rights, are still being neglected and there is a vacuum in the legislation governing E-Commerce. Implementation of regulations regarding consumer protection in e-commerce transactions *according* to Indonesian legislation. Related laws (UU) are Law Number 8 of 1999 article 7 letter b, and Article 9 of Law Number 19 of 2016 concerning Amendments to Law Number 11 of 2008 concerning Information and Electronic Transactions. Both of these laws are less able to provide adequate law for consumers in *e-commerce*. Both of these laws have regulated trade transactions related to e-commerce consumer information and certification, but these laws were born before the development of the *e-commerce sector*. So, the regulation of the law is still not perfect.

2. Weaknesses in Consumer Protection Laws in Buying Goods Products Through Online Shops namely the existence of weaknesses in legal substance, legal structure and legal culture.
3. Reconstruction of Consumer Protection Laws in Buying Goods Products through Online Shops Based on the Value of Justice. Reconstruction of the value of consumer protection in Consumer Legal Protection Regulations in Buying Products Through Online Shops related to information on contract terms that are based on the value of justice with changes to the formulation of Article 7 letter b of the Consumer Protection Law and Article 9 of the ITE Law. This reconstruction presents the Theory of Balanced Consumer Protection. The meaning of balanced legal protection in the context of electronic trading consumer protection, namely the weak position of

consumers in electronic trading , is undoubtedly balanced with the strong position of business actors through information rules regarding contract requirements in both the ITE Law and the Consumer Protection Law. The balance of these positions is regulated based on a comparative legal approach that mixes *Western* Law, Islamic Law and National Law. This mixing is carried out with the concept of legal harmonization. The theory of balanced consumer protection contains an integrative concept. Thus, prior to the reconstruction, Article 7 letter b of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection which reads "The obligation of business actors to provide correct, clear and honest information regarding the conditions and guarantees of goods and/or services and provide an explanation of the use, repair and maintenance .". became Article 7 Letter b Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection which reads "The obligation of business actors to provide correct, clear and honest information **based on the principle of good faith** includes: (1) Seller identity, **complete description of goods/services** , total price including tax, method of payment, delivery fee, and additional fees, method of payment; (2) Information on canceling offers or acceptance and returning **goods/services** , policy on handling complaints, validity of contracts up to the issue of the period of contractual relations relating to the supply of products permanently. Prior to the reconstruction of Article 9 of Law Number 11 of 2008 concerning Information and Transactions and Electronics which reads "Businesses offering products through an electronic system must provide complete and correct information relating

to contract terms, manufacturers and products offered". After being reconstructed, it becomes Article 9 of Law Number 11 of 2008 which reads "Business actors who offer goods /**services** through electronics must provide complete, **clear** and correct information **based on the principle of good faith relating** to contract terms including: (1) Identity seller, description of goods, total price including tax, method of payment, shipping costs and additional fees, method of payment; (2) Information on canceling the offer or acceptance as well as returning the goods, complaint handling policies, contract validity to the matter of the period of contractual relations relating to the permanent supply of products".

#### M. SUGGESTION

1. The Government and the DPR should immediately make and issue a new Law on Legal Protection for *E-Commerce Consumers* based on the value of justice . Strengthening regulations regarding legal administration of legal protection for *e-commerce consumers*, needs to be put in order including: Logistics, Human Resources (HR) educated on ITE *e-commerce* who are reliable to complete ITE *e-commerce* . , Complete infrastructure throughout Indonesia, Clear arrangements regarding *e-commerce consumer protection*, *E-commerce* consumer protection is guaranteed by existing laws, Created a special institution to handle *e-commerce consumer protection* down to the District level.
2. The government will immediately issue a Government Regulation concerning the Formation of Oversight of the *E-Commerce Consumer*

*Protection Agency* by the Minister of Trade so that consumers are protected.

3. Increasing public legal awareness is necessary. This component of legal culture is distinguished between the internal legal culture, namely the legal culture of lawyers and judges, and the external legal culture, namely the legal culture of the wider community.

## **N. THEORETICAL IMPLICATIONS**

1. Theoretically, justice in electronic commerce which is dominated by Western legal values and norms must be re-understood through harmonization with Pancasila values which contain local wisdom, in addition to Islam, so that justice is not merely evidenced by an agreement between information on contract terms between businesses . *to consumers* . Information on the terms of the contract itself thus does not fully reflect freedom of contract which is solely a manifestation of an individualistic philosophy that emphasizes the protection *of individual* rights , but also social and divine interests. The theory of consumer protection thus does not only relate to consumers in conventional trading, but must include electronic trading which can involve consumers at a distance from business actors. This is in connection with the information on contract terms on the *online store site* , the concept of consumer protection requires reinterpretation, as well as reconciliation with local wisdom, including Islamic legal theory.

2. Practical Implications

Practically speaking, information on contract terms in electronic trading must substantially be correct, clear, honest, complete and fair or balanced, in addition to not merely promoting individual rights in contracting. The government establishes a reliability certification agency in electronic trading with regard to information on fairness-based contract terms containing local wisdom. Complete and detailed information on contract terms will protect the interests of consumers and business actors equally.

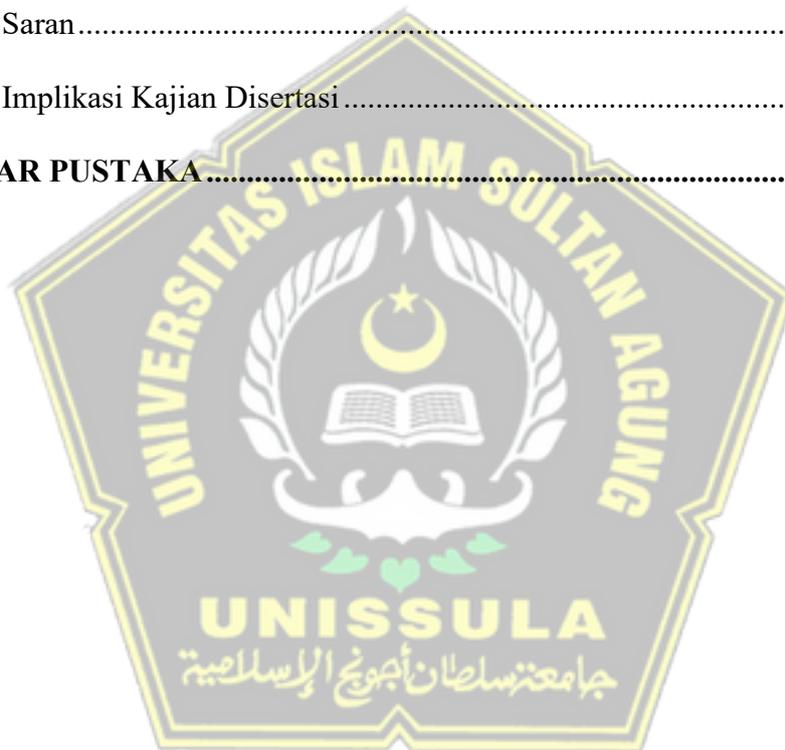


## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK .....	iii
RINGKASAN .....	vi
SUMMARY .....	liii
DAFTAR ISI.....	xcviii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	8
C. TUJUAN PENELITIAN.....	8
D. MANFAAT PENELITIAN.....	9
1. Secara Teoretis .....	9
2. Secara Praktis .....	9
E. KERANGKA KONSEPTUAL .....	9
F. KERANGKA TEORI.....	12
1. Teori Utama ( <i>GrandTheory</i> ).....	12
2. Teori Menengah ( <i>MiddleTheory</i> ).....	20

3. Teori Terapan ( <i>Applied Theory</i> ).....	21
G. KERANGKA PEMIKIRAN .....	26
H. METODE PENELITIAN .....	27
1. Paradigma Penelitian.....	48
2. Jenis Penelitian.....	29
3. Metode Penelitian.....	30
4. Sifat Penelitian .....	32
5. Jenis Data .....	32
6. Metode Pengumpulan Data.....	33
7. Metode Analisa Data.....	34
I. Sistematika Penulisan.....	35
J. Orisinalitas/Keaslian .....	36
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>50</b>
<b>BAB III REGULASI PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM</b>	
<b>MEMBELI PRODUK BARANG MELALUI SHOP ONLINE</b>	
<b>BERBASIS NILAI KEADILAN BELUM BERBASIS NILAI</b>	
<b>KEADILAN .....</b>	<b>85</b>
<b>BAB IV KELEMAHAN-KELEMAHAN REGULASI PERLINDUNGAN</b>	
<b>KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK BARANG MELALUI SHOP</b>	

<b>ONLINE SAAT INI.....</b>	<b>128</b>
<b>BAB V REKONSTRUKSI HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN</b>	
<b>DALAM MEMBELI PRODUK BARANG MELALUI SHOP ONLINE</b>	
<b>BERBASIS NILAI KEADILAN BERBASIS NILAI KEADILAN .....</b>	<b>178</b>
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>207</b>
A. Simpulan.....	207
B. Saran.....	209
C. Implikasi Kajian Disertasi.....	210
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>212</b>



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG MASALAH

Globalisasi telah mengusung perkembangan ilmu dan teknologi, di antaranya teknologi informasi ke Indonesia, sehingga Indonesia juga menjadi bagian dari jaringan global perdagangan di dunia siber (*cyber world/virtual world*). Aktivitas bisnis melalui internet atau yang lazim disebut transaksi bisnis atau perdagangan elektronik (*electronic commerce* disingkat *E-Commerce*, disebut juga *cyber-commerce* atau disingkat *c-commerce*), telah menjadi kecenderungan global atau internasional. Indonesia tentu tidak dapat mengisolasi diri dari penggunaan internet oleh bangsa Indonesia dan menutup akses perdagangan elektronik itu. Perusahaan terkemuka pun mulai dari toko buku (*book store*) besar di Amerika sampai penjualan mobil mewah telah turut menawarkan produk-produknya, baik barang maupun jasa menggunakan jaringan internet dan dapat diakses oleh bangsa Indonesia untuk memenuhi kebutuhannya.

Apalagi dalam hukum Islam, hingga detik ini *E-Commerce* tidak menjadi polemik dikalangan para ulama. Hal ini dikarenakan banyaknya keuntungan-keuntungan, selain dari bentuk kejelasan yang dapat dipahami bersama, dan dikuatkan oleh beberapa fatwa yang melindungi dalam “bentuk berbeda” dalam transaksi ini. Kaidah yang dapat diterapkan berkaitan dengan *al-‘ādat* dan *‘urf*. Sebut saja dalam hal ini misalnya “*al-‘ādatu*

*muhkamātun.*” (Kebiasaan yang biasa dilakukan masyarakat, dapat menjadikan tradisi hukum).

Terkait dengan obyek transaksi, terdapat sistem pembayaran (harga). Hal-hal yang menyangkut alat tukar (*rasmāl as-salam*), juga harus diketahui bersama. Selain itu, titik tekan pada obyek transaksi juga harus diketahui tempat yang disepakati untuk menyerahkan barang.<sup>1</sup>

Hal tersebut menjelaskan bahwa saat ini dunia berada dalam kerangka paradigma baru perdagangan. Perdagangan yang memanfaatkan teknologi informasi ini memunculkan peningkatan keberagaman aktivitas perdagangan, terutama aktivitas perdagangan berbasis jaringan tidak terbatas (*unlimited net-based commerce activities*) sebagai akibat dari ruang komunikasi tidak terbatas (*unlimited communication*). Ketidakterbatasan ruang perdagangan ini justru menjadi batas hukum Nasional mengatur karena hukum Nasional kemampuan bekerjanya sebatas negara bangsa (*nation state*). Bahkan, hukum Nasional di negara mana pun selalu terkait dan terikat dengan kedaulatan negara itu.

Ruang tidak terbatas dan dapat diakses oleh semua orang dalam transaksi elektronik tersebut potensial memunculkan penyalahgunaan oleh pihak-pihak yang terlibat di dalamnya karena sifatnya yang tidak langsung sebagaimana transaksi konvensional, meskipun menggunakan perangkat untuk komunikasi cepat (*quick communication*). Penyalahgunaan dalam perdagangan elektronik ini lebih kompleks dibanding perdagangan konvensional. Muncul berbagai penyalahgunaan, seperti penipuan melalui iklan (*deceptive advertisements*) atas barang-barang yang

---

<sup>1</sup> *Ibid.*, Hal. 45-47.

diperdagangkan sampai tidak adanya tanggung jawab yang menjamin barang sampai di tangan pembeli, dan berbagai praktik perdagangan lain tidak jujur (*unfair trading practices*). Praktik-praktik tidak jujur ini menandai kebutuhan perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi perdagangan elektronik. Penggunaan internet sebagai ruang perdagangan sesungguhnya menambah jenis kejahatan atau penyalahgunaan teknologi informasi. Artinya, saat ini kejahatan di ruang siber tidak hanya sebatas komputer sebagai ruang atau tempat penyimpanan informasi yang dapat dibobol, namun instrumentasinya itu sendiri dalam perdagangan potensial menciptakan jenis kejahatan baru atau perbuatan melanggar hukum dari aspek hukum perdata maupun wanprestasi yang tidak mudah diselesaikan sebagaimana dalam dunia nyata (*real world*).

Di Indonesia sesungguhnya di samping terdapat Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UU PK) juga Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang diubah oleh Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut UU ITE). UU PK dibentuk tidak dalam konteks perkembangan perdagangan elektronik, sehingga tidak secara sengaja dimaksudkan pula atau khusus untuk melindungi konsumen dalam perdagangan elektronik. Di samping itu, UU PK hanya mengatur sebatas hubungan antara pelaku usaha dan konsumen. Dalam perdagangan elektronik, hubungan pelaku usaha dan konsumen dapat diperantarai oleh pihak ketiga yang justru menentukan hubungan antara pelaku usaha dan konsumen dapat berlangsung atau tidak, bukan pelaku

usaha dan konsumen itu sendiri yang menentukan. Hal-hal itu bergantung pada pemenuhan syarat kontrak (*terms of contract*), baik oleh pelaku usaha maupun konsumen.

Berbeda halnya dengan UU ITE dibentuk dalam konteks pertumbuhan dan perkembangan perdagangan elektronik. Meskipun demikian, UU ITE tidak hanya berhubungan dengan perdagangan elektronik, namun mengatur ihwal lebih luas, yang disebut dengan istilah “informasi elektronik”<sup>2</sup> di samping “transaksi elektronik”<sup>3</sup>. Dikatakan mengatur ihwal lebih luas dari sekadar perdagangan elektronik disebabkan transaksi elektronik meliputi semua bentuk perbuatan hukum termasuk transaksi di luar perdagangan.

Pasal 33 ayat (4) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (selanjutnya disebut UUD NRI Tahun 1945) menegaskan bahwa perekonomian disusun berdasarkan asas kekeluargaan di samping kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional. Asas-asas perekonomian nasional itu tentu menjadi *ratio legis*<sup>4</sup> berbagai peraturan perundang-undangan di bidang perekonomian, termasuk di bidang bisnis atau

---

<sup>2</sup> “Informasi Elektronik” adalah satu atau sekumpulan data elektronik, termasuk, tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto, *electronic data interchange* (EDI), surat elektronik (*electronic mail*), telegram, teleks, *telecop*y atau sejenisnya, huruf, tanda, angka, Kode Akses, simbol, atau perforasi yang telah diolah yang memiliki arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya. (Pasal 1 angka 1 UU ITE).

<sup>3</sup> “Transaksi Elektronik” adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya. (Pasal 1 angka 2 UU ITE).

<sup>4</sup> *Ratio legis* adalah alasan bagi lahirnya peraturan hukum. Asas hukum sebagai *ratio legis* dari peraturan hukum, artinya sebagai suatu sarana yang membuat hukum itu hidup, tumbuh dan berkembang, sekaligus menunjukkan bahwa hukum itu bukan sekadar kumpulan dari peraturan-peraturan. Hal itu disebabkan asas mengandung nilai-nilai dan tuntutan-tuntutan etis. (Satjipto Rahardjo, 2000, *Ilmu Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung, Hal.45.)

perdagangan, khususnya perdagangan secara elektronik. Aktivitas-aktivitas bisnis, termasuk hubungan antara pelaku usaha dan konsumen di Indonesia di samping dilindungi oleh berbagai peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen (UUPK) dan transaksi elektronik (UU ITE), juga tidak dapat dilepaskan dari asas-asas tersebut.

Salah satu aspek penting dalam perdagangan secara elektronik yang dapat menjadi indikator perlindungan konsumen dan kejujuran pelaku usaha adalah kontrak elektronik. Kontrak elektronik diartikan sebagai perjanjian para pihak yang dibuat melalui Sistem Elektronik.<sup>5</sup> Arti penting kontrak elektronik bagi perdagangan secara elektronik tampak dari ketentuan UU ITE yang menegaskan bahwa “Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan.”<sup>6</sup> Ketentuan tersebut mengatur mengenai syarat kontrak yang lengkap dan benar. Permasalahan muncul tentu berkaitan dengan standar informasi yang lengkap dan benar mengenai syarat kontrak (*terms of contract*). Penjelasan Pasal 9 UU ITE menentukan bahwa :

Yang dimaksud dengan “informasi yang lengkap dan benar” meliputi :

- c. informasi yang memuat identitas serta status subjek hukum dan kompetensinya, baik sebagai produsen, pemasok, penyelenggara maupun perantara;

---

<sup>5</sup> \_\_\_\_\_, Pasal 1 angka 17 UU ITE.

<sup>6</sup> \_\_\_\_\_, Pasal 9 UU ITE.

- d. 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.

Pasal tersebut sejalan dengan ketentuan Pasal 7 huruf b UU Perlindungan Konsumen yang menentukan bahwa “kewajiban pelaku usaha memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.”

Permasalahan syarat kontrak sebenarnya lebih dari sekadar informasi yang lengkap dan benar, namun keseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen. Hal ini dapat digantikan dengan ukuran keadilan antara pelaku usaha dan konsumen.

Ketentuan Pasal 9 UU ITE maupun Pasal 7 huruf b UU PK membutuhkan konsekuensi hukum apabila tidak dipatuhi oleh pelaku usaha, sehingga kerugian konsumen dapat dicegah atau diganti. Hal itu tidak diatur dalam UU ITE, kecuali upaya prevensi dengan adanya “sertifikasi keandalan” yang akan diberikan oleh Lembaga Sertifikasi Keandalan<sup>7</sup>. Dalam Penjelasan Pasal 10 UU ITE diterangkan bahwa :

Sertifikasi keandalan dimaksudkan sebagai bukti bahwa pelaku usaha yang melakukan perdagangan secara elektronik layak berusaha setelah melalui penilaian dan audit dari badan yang berwenang. Bukti telah dilakukan Sertifikasi Keandalan ditunjukkan dengan adanya logo sertifikasi berupa *trust mark* pada laman (*home page*) pelaku usaha tersebut.

---

<sup>7</sup> \_\_\_\_\_, Pasal 10 UU ITE.

Sertifikasi keandalan memang menjadi tanda dapat dipercayanya pelaku usaha perdagangan secara elektronik tersebut, namun sama sekali tidak menafikan (menghilangkan) praktik perdagangan secara elektronik tanpa memiliki sertifikasi keandalan. Artinya, informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak di bawah standar *trust mark* (merek terpercaya) mewarnai perdagangan secara elektronik. Hal ini tetap potensial menjadi sumber perilaku pelaku usaha perdagangan secara elektronik yang merugikan konsumen.

Berdasarkan beberapa kasus penipuan dalam situs jual beli secara elektronik tidak pandang siapa korban bahkan sekelas Menteri Pemuda dan Olah Raga pada saat itu, Roy Suryo bisa tertipu yang berniat membeli sepeda fixie yang diiklankan pelaku di situs OLX.co.id, Roy Suryo tertarik dan sudah mengirimkan uang sejumlah satu juta seperti yang diminta pelaku, namun setelah dikirim, pelaku tidak juga mengirimkan barang yang dipesan, maka urgen untuk diteliti variasi syarat kontrak yang dipergunakan oleh para pelaku usaha dalam perdagangan secara elektronik berdasarkan kategori sebagaimana diatur Pasal 9 UU ITE maupun Pasal 7 huruf b UU PK serta bobot keadilan. Variasi syarat kontrak maupun kontrak elektronik menjelaskan polanya dalam perdagangan secara elektronik, baik terhadap usaha (bisnis) secara elektronik yang telah maupun belum memperoleh sertifikasi keandalan.

Dari uraian yang dangkal tersebut di atas maka penulis memberi judul disertasi “Rekonstruksi Perlindungan Konsumen Dalam Perdagangan Secara Elektronik Berkaitan dengan Informasi Syarat Kontrak Berbasis Nilai Keadilan”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini dilakukan sehubungan dengan permasalahan sebagai berikut :

1. Mengapa regulasi Perlindungan hukum Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online Berbasis Nilai Keadilan belum berbasis nilai keadilan?
2. Apa saja kelemahan-kelemahan regulasi Perlindungan hukum Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online saat ini?
3. Bagaimana Rekonstruksi hukum Perlindungan hukum Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online Berbasis Nilai Keadilan berbasis nilai keadilan ?

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk menganalisis dan menemukan regulasi Perlindungan Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online belum berbasis nilai keadilan.
2. Untuk menganalisis dan menemukan kelemahan-kelemahan regulasi Perlindungan Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online saat ini.
3. Untuk menemukan rekonstruksi hukum Perlindungan Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online Berbasis Nilai Keadilan.

## **D. MANFAAT PENELITIAN**

### **1. Secara Teoretis**

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan memberi manfaat membangun pengertian-pengertian, konsep, dan teori mengenai perlindungan konsumen, terutama mengenai informasi terkait syarat kontrak dalam perdagangan secara elektronik.

### **2. Secara Praktis**

Secara praktis, penelitian ini memberi kegunaan bagi penentuan standar informasi terkait syarat kontrak dalam perdagangan secara elektronik dan memberi rekomendasi bagi pemerintah legislatif dan yudikatif serta masyarakat yang membutuhkan.

## **E. KERANGKA KONSEPTUAL**

Penelitian ini diarahkan untuk meneliti variasi syarat kontrak/kontrak elektronik yang digunakan oleh para pelaku usaha dalam perdagangan elektronik yang berkaitan dengan informasi syarat kontrak, karena informasi syarat kontrak dalam perdagangan elektronik masih menempatkan posisi yang lemah. Maka dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam rangka merekonstruksi Pasal 9 Undang - undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Tahun 2008. Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan syarat kontrak, produsen dan produk yang ditawarkan.

Kata rekonstruksi di dalam *Black's Law Dictionary*, rekonstruksi (reconstruction) di antaranya diartikan dengan “The act or process of rebuilding, re-creating or reorganizing something” (tindakan atau proses pembangunan kembali atau pembentukan ulang atau mengorganisasi ulang sesuatu). Oleh karena itu, kata “rekonstruksi” yang dimaksudkan disini adalah “membangun kembali” atau “membentuk ulang” atau “mengorganisasi ulang”. Adapun yang ingin dibangun kembali atau disusun kembali, yaitu UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen berkaitan dengan Informasi Syarat Kontrak yang dipergunakan oleh para pelaku usaha dalam perdagangan secara elektronik berdasarkan kategori sebagaimana diatur Pasal 9 UU ITE.

Perlindungan konsumen (Pasal 1 Ayat 1 UUPK) adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan pada konsumen. Perlindungan konsumen sesungguhnya identik dengan perlindungan yang diberikan terhadap hak-hak konsumen yaitu Hak Atas Kenyamanan, Keamanan, dan Keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau Jasa, Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan, hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur, hak untuk didengar, hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, hak untuk dapat pembinaan dan pendidikan konsumen, hak untuk diperlakukan adil, hak untuk mendapatkan kompensasi dan hak-hak yang diatur dalam perundang-undangan yang lain.

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.

Sedangkan setiap orang adalah subjek yang disebut sebagai konsumen, berarti setiap orang yang bersetatus sebagai pemakai barang dan/atau jasa. Istilah “Orang” tidak membatasi pengertian konsumen itu sebatas pada orang perseorangan. Namun konsumen harus mencakup juga Badan Usaha dengan makna lebih luas daripada Badan Hukum.

Kata pemakai dalam menekankan konsumen sebagai konsumen akhir. Jadi menunjukkan bahwa barang dan/atau jasa yang dipakai tidak serta merta hasil dari transaksi jual beli. Artinya konsumen tidak selalu harus memberikan prestasi dengan cara membayar uang untuk memperoleh barang dan/atau jasa tersebut atau dasar hubungan hukum antara konsumen dengan pelaku usaha tidak harus kontraktual. Jadi konsumen memang tidak sekadar pembeli, tetapi semua orang baik perorangan atau Badan Usaha yang mengkonsumsi barang dan/atau jasa dan yang paling penting terjadinya suatu transaksi konsumen berupa peralihan barang dan/atau jasa, termasuk peralihan kenikmatan dalam menggunakannya.

Barang dan/atau jasa adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, baik dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen. Sementara itu jasa diartikan

sebagai setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.

Barang dan/atau jasa tidak untuk diperdagangkan dalam UUPK dipertegas yakni hanya konsumen akhir.

Pelaku usaha adalah setiap 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. transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.

## F. KERANGKA TEORI

### 1. Teori Utama (*Grand Theory*), Teori Keadilan Pancasila Yudi Latif

Ketidakadilan adalah ketimpangan yang tidak menguntungkan semua orang. Tentu, konsepsi ini sangat kabur dan membutuhkan penafsiran.

Sebagai langkah pertama, anggaplah bahwa struktur dasar masyarakat mendistribusikan sejumlah nilai-nilai primer, yakni segala sesuatu yang diinginkan semua orang yang berakal. Nilai-nilai ini biasanya punya kegunaan apapun rencana hidup seseorang. Sederhananya, anggaplah nilai-nilai primer utama pada disposisi masyarakat adalah hak dan kebebasan, kekuasaan dan kesempatan, pendapatan dan kekayaan. Hal-hal tersebut merupakan nilai-nilai

sosial primer. Nilai-nilai primer lain seperti kesehatan dan kekuatan, kecerdasan dan imajinasi, hal-hal natural, kendati kepemilikan mereka dipengaruhi oleh struktur dasar namun tidak langsung berada di bawah kontrolnya. Bayangkan tatanan hipotesis awal dimana semua nilai primer didistribusikan secara sama, semua orang punya hak dan kewajiban yang sama, pendapatan dan kekayaan dibagi sama rata. Kondisi ini memberikan standar untuk menilai perbaikan. Jika ketimpangan kekayaan dan kekuasaan organisasional akan membuat semua orang menjadi lebih baik daripada situasi asal hipotesis ini, maka mereka sejalan dengan konsepsi umum.

Mustahil secara Teoretis, dengan memberikan kebebasan secara fundamental, mereka secara memadai dikompensasi capaian-capaian ekonomi dan sosialnya. Konsepsi keadilan umum tidak menerapkan batasan pada jenis ketimpangan apa yang diperbolehkan, hanya mengharuskan agar posisi semua orang bisa diperbaiki. Tidak perlu mengandaikan sesuatu yang sangat praktis seperti persetujuan pada perbudakan. Bayangkan bahwa orang-orang justru menanggalkan hak-hak politik tertentu manakala keuntungan ekonomi signifikan dan kemampuan mereka untuk memengaruhi arus kebijaksanaan melalui penerapan hak-hak tersebut pada semua kasus akan terpinggir. Pertukaran jenis ini yang akan diungkapkan dua jenis prinsip tersebut, setelah diuraikan secara serial mereka tidak mengijinkan pertukaran antara kebebasan dasar

dan pencapaian-pencapaian sosial dan ekonomi. Urutan secara serial atas prinsip-prinsip tersebut mengekspresikan pilihan dasar diantara nilai-nilai sosial primer. Ketika pilihan ini rasional, begitu pula pilihan prinsip-prinsip tersebut dalam urutan ini.

Dalam mengembangkan keadilan sebagai fairness, dalam banyak hal akan mengabaikan konsepsi umum tentang keadilan dan justru mengulas kasus khusus dua prinsip dalam urutan. Keuntungan dari prosedur ini, bahwa sejak awal persoalan prioritas diakui, kemudian diciptakan upaya untuk menemukan prinsip-prinsip untuk mengatasainya. Orang digiring untuk memperhatikan seluruh kondisi dimana pengetahuan tentang yang absolut memberi penekanan pada kebebasan dengan mengharagai keuntungan sosial dan ekonomi, sebagaimana didefinisikan oleh leksikal order dua prinsip tadi, akan jadi masuk akal. Urutan ini tempat ekstrim dan terlampau spesial untuk menjadi hal yang sangat menarik, namun ada yang lebih banyak justifikasi daripada yang akan terlihat pada pandangan pertama. Atau setidaknya seperti yang akan disebutkan. Selain itu perbedaan antara hak-hak dan kebebasan fundamental dengan keuntungan sosial dan ekonomi menandai perbedaan diantara nilai sosial primer yang seharusnya dimanfaatkan. Perbedaan yang ada dan urutan yang diajukan hanya bersandar pada perkiraan. Namun penting untuk menunjukkan kalimat utama

dari konsepsi keadilan yang masuk akal, dan dalam kondisi, dua prinsip dalam tata urutan serial tersebut bisa cukup berguna.

Kenyataan bahwa dua prinsip tersebut bisa diterapkan pada berbagai lembaga punya konsekuensi tertentu, berbagai hal menggambarkan hal itu, pertama hak-hak dan kebebasan yang diacu oleh prinsip-prinsip ini adalah hak dan kebebasan yang didefinisikan oleh aturan publik dari struktur dasar. Kebebasan orang ditentukan oleh hak dan kewajiban yang dibentuk lembaga-lembaga utama masyarakat. Kebebasan merupakan pola yang pasti dari bentuk-bentuk sosial. Prinsip pertama menyatakan bahwa seperangkat aturan tertentu, aturan-aturan yang mendefinisikan kebebasan dasar, diterapkan pada semua orang secara sama dan membiarkan kebebasan ekstensif yang sesuai dengan kebebasan bagi semua. Satu alasan untuk membatasi hak-hak yang menentukan kebebasan dan mengurangi kebebasan bahwa hak-hak setara sebagaimana didefinisikan secara institusional tersebut saling mencampuri.

Hal lain yang harus diingat bahwa prinsip-prinsip menyebutkan person atau menyatakan bahwa semua orang memperoleh sesuatu dari ketidak setaraan, acuannya person yang memegang berbagai posisi sosial, atau jabatan atau apapun yang dikukuhkan oleh struktur dasar. Dalam menerapkan prinsip kedua diasumsikan bahwa dimungkinkan untuk memberi harapan akan kesejahteraan pada individu-individu yang memegang posisi-posisi

tersebut. Harapan ini menunjukkan masa depan hidup mereka sebagaimana terlihat dari status sosial mereka. Secara umum, harapan orang-orang representative bergantung pada distribusi hak dan kewajiban diseluruh struktur dasar. Ketika hal ini berubah harapan berubah. Dapat diasumsikan bahwa harapan-harapan tersebut terhubung dengan menaikkan masa depan orang yang representative pada satu posisi berarti kita meningkatkan atau menurunkan orang-orang representative di posisi-posisi lain. Hal ini dapat diterapkan pada bentuk-bentuk institusional, prinsip kedua (atau bagian pertamanya) mengacu pada harapan pada harapan akan individu-individu representative. Kedua prinsip tersebut tidak bisa diterapkan pada distribusi nilai-nilai tertentu pada individu-individu tertentu yang bisa diidentifikasi oleh nama-nama pas mereka. Situasi dimana seseorang mempertimbangkan bagaimana mengalokasikan komoditas-komoditas tertentu pada orang-orang yang membutuhkan yang diketahui tidak berada pada cakupan prinsip tersebut. Mereka bermaksud mengatur tata institusional dasar, dan tidak boleh mengabsabsikan bahwa terdapat banyak kesamaan dalam sudut pandang keadilan antara porsi administratif berbagai nilai pada person-person spesifik dengan desain yang layak tentang masyarakat. Institusi common sense mengenai porsi administratif mungkin merupakan paduan yang buruk bagi desain tata masyarakat.

Sekarang prinsip kedua menuntut agar setiap orang mendapat keuntungan dari ketimpangan dalam struktur dasar berarti pasti masuk akal bagi setiap orang representative yang didefinisikan oleh struktur ini, ketika ia memandangnya sebagai sebuah titik perhatian, untuk memilih masa depannya dengan ketimpangan daripada masa depannya tanpa ketimpangan. Orang tidak boleh menjustifikasi perbedaan pendapat atau kekuatan organisasional karena orang-orang lemah lebih diuntungkan oleh lebih banyaknya keuntungan orang lain. Lebih sedikit penghapusan kebebasan yang dapat diseimbangkan dengan cara ini. Dengan diterapkan pada struktur dasar, prinsip utilitas akan memaksimalkan jumlah harapan orang-orang representative (ditekankan oleh sejumlah orang yang mereka wakili, dalam pandangan klasik). Dan hal ini akan membuat kita mengganti sejumlah kerugian dengan pencapaian halal. Dua prinsip tersebut menyatakan bahwa semua orang mendapat keuntungan dari ketimpangan sosial dan ekonomi. Namun jelas bahwa ada banyak cara yang membuat semua orang bisa diuntungkan ketika penataan awal akan kesetaraan dianggap sebagai standar.

“Teori Keadilan” ini merupakan *Grand Theory* yang akan penulis gunakan sebagai dasar analisis bagi penyusunan dan pendeskripsikan bahan dan faktor-faktor hukum yang ditentukan dalam menjawab permasalahan pertama, khususnya untuk

menentukan bahwa bentuk-bentuk informasi berkaitan dengan syarat kontrak dalam praktik perdagangan secara elektronik belum berbasis nilai keadilan. Sekaligus teori ini akan digunakan sebagai bahan dasar bagi analisa terhadap bahan dan fakta-fakta hukum yang ditujukan menjawab permasalahan ketiga yaitu akan digunakan sebagai dasar dalam membangun konsep baru berupa rekonstruksi perlindungan konsumen berkaitan dengan informasi, syarat kontrak dalam perdagangan elektronik berbasis nilai keadilan.

Di dalam Pancasila kata adil terdapat pada sila kedua dan sila kelima. Nilai kemanusiaan yang adil dan keadilan sosial mengandung suatu makna bahwa hakikat manusia sebagai makhluk yang berbudaya dan berkodrat harus berkodrat adil, yaitu adil dalam hubungannya dengan diri sendiri, adil terhadap manusia lain, adil terhadap masyarakat bangsa dan negara, adil terhadap lingkungannya serta adil terhadap Tuhan Yang Maha Esa. Konsekuensi nilai-nilai keadilan yang harus diwujudkan meliputi:<sup>8</sup>

Konsep keadilan dalam pancasila perspektif Yudi Latif, Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia adalah bunyi dari sila kelima Pancasila yang dianut oleh bangsa Indonesia sebagai salah satu falsafah dalam bermasyarakat dan bernegara. Banyak harapan dan mimpi-mimpi tentang keadilan yang merata bagi seluruh rakyat Indonesia dalam butir sila kelima ini. Yang perlu digaris bawahi adalah kata bagi seluruh rakyat Indonesia, bukan bagi segelintir rakyat Indonesia. Jadi keadilan sosial di sini adalah tidak memandang siapa, tapi seluruh orang yang mempunyai identitas sebagai rakyat Indonesia mempunyai hak dan jaminan untuk

---

<sup>8</sup> Ibid, hlm 40

mendapatkan keadilan sosial. Juga tidak memandang bahwa orang tersebut berada di kota atau desa dan pelosok, semuanya berhak mendapatkan perlakuan yang sama tentang sikap adil ini.

Sila kelima ini dipandang tidak dapat dipisahkan dengan sila keempat karena salah satu di antara keduanya memang tidak dapat berdiri sendiri. Bahkan dari hasil rumusan asli Panitia 9 dalam alinea keempat pembukaan UUD 1945, kedua sila dibubungkan dengan kata sambung (“serta”), yaitu, “Kerakyatan yang dipimpin oleh hikmah-kebijaksanaan dalam permusyawaratan perwakilan serta dengan mewujudkan suatu keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia.”<sup>9</sup>

Hal tersebut berdasar atas refleksi atas kondisi dan situasi yang terjadi pada saat itu, yaitu sebagai bangsa yang bertahun-tahun hidup dalam tekanan feodalisme dan penjajahan yang tidak sudah-sudah. Sehingga para pendiri bangsa sampai kepada kesadaran bahwa untuk sampai kepada kebangkitan bangsa Indonesia haruslah melalui dan merumuskan dua revolusi, yaitu revolusi politik (nasional) dan revolusi sosial.

Revolusi politik (nasional) adalah untuk mengenyahkan kolonialisme dan imperialisme serta untuk mencapai satu Negara Republik Indonesia. Sedangkan revolusi sosial adalah untuk mengoreksi struktur sosial-ekonomi yang ada dalam rangka mewujudkan suatu masyarakat adil dan makmur.

Dalam hal keadilan di sini, Yudi Latif mengutip pandangan Prof. Nicolaus Driyarkara, bahwa keadilan sosial merupakan perwujudan khusus dari nilai-nilai perikemanusiaan yang terkait dengan semangat welas asih antarsesama dalam usaha manusia memenuhi kebutuhan jasmaniah. Sedangkan menurut Yudi Latif

---

<sup>9</sup> Latif Y. Negara Paripurna: Historisitas, Rasionalitas, Dan Aktualitas Pancasila. PT Gramedia; 2011

sendiri, adil dalam pengertiannya adalah berasal dari kata *al-'adl* (adil), yang secara harfiah berarti 'lurus', 'seimbang'. Keadilan berarti memperlakukan setiap orang dengan prinsip kesetaraan (*prinsip of equal liberty*), tanpa diskriminasi berdasarkan perasaan subjektif perbedaan keturunan, keagamaan, dan status sosial. Adanya kesenjangan yang nyata dalam kehidupan kebangsaan – sebagai warisan dari ketidakadilan pemerintahan pra Indonesia – hendak dikembalikan ke titik keseimbangan yang berjalan lurus, dengan mengembangkan perlakuan yang berbeda (*the principle of difference*) sesuai dengan perbedaan kondisi kehidupan setiap orang (kelompok) dalam masyarakat serta dengan cara menyelaraskan antara pemenuhan hak individual dengan penunaian kewajiban sosial.

## 2. Teori Menengah (*Middle theory*) : Teori Sistem Hukum

Penulis dalam hal teori menengah (*middle theory*) menggunakan teori sistem hukum dari Lawrence M. Friedman, yang mengemukakan bahwa sistem hukum itu terdiri dari komponen struktur, substansi, dan kultur.

a. Komponen struktur, yaitu kelembagaan yang diciptakan oleh sistem hukum itu dengan berbagai macam fungsi dalam rangka mendukung bekerjanya sistem tersebut. Komponen ini dimungkinkan untuk melihat bagaimana sistem hukum ini memberikan pelayanan terhadap penggarapan bahan-bahan hukum secara teratur.

b. Komponen substansi, yaitu sebagai output dari sistem hukum, berupa peraturan-peraturan, keputusan-keputusan yang digunakan baik oleh pihak yang mengatur maupun yang diatur.

c. Komponen kultural yaitu terdiri dari nilai-nilai dan sikap-sikap yang mempengaruhi bekerjanya hukum, atau oleh Lawrence M. Friedman disebut sebagai kultur hukum. Kultur hukum inilah yang berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan antara peraturan hukum dan tingkah laku hukum seluruh masyarakat.

Komponen kultur hukum ini dibedakan antara budaya hukum internal, yaitu budaya hukum para lawyer dan hakim, dan budaya hukum eksternal, yaitu budaya hukum masyarakat luas.

### 3. Teori Terapan (*Applied Theory*) Hukum Progresif

Tokoh yang melahirkan teori hukum progresif ini adalah Satjipto Rahardjo, teori ini berawal dari keprihatinan beliau terhadap keterpurukan hukum di Indonesia, beberapa kritiknya yang sering dilontarkan baik berupa wacana lisan maupun tulisan antara lain dikatakan bahwa “Hukum itu sudah cacat sejak dilahirkan, hal ini sejatinya adalah sebuah tragedi hukum. Masyarakat diatur hukum yang penuh cacat karena ketidakmampuannya untuk merumuskan secara tepat hal-hal yang ada dalam masyarakat. Akibat masyarakat diatur oleh hukum yang sudah cacat sejak lahir.”

Progresif berasal dari kata progress yang berarti kemajuan. Hukum hendaknya mampu mengikuti perkembangan jaman, mampu menjawab problematika yang berkembang dalam masyarakat serta mampu melayani masyarakat dengan menyandarkan pada aspek moralitas dari sumber daya aparat penegak hukum sendiri.

Gagasan hukum progresif bertolak dari pandangannya bahwa hukum harus dilihat sebagai suatu ilmu, oleh karenanya hukum tidak hanya dianggap selesai setelah tersusun sebagai peraturan perundang-undangan dengan kalimat yang telah tertata rapi dan sistematis, akan tetapi hukum selalu mengalami proses pemaknaan sebagai sebuah pendewasaan atau pematangan, sehingga dengan proses itulah hukum dapat menunjukkan jati dirinya sebagai sebuah ilmu yaitu selalu berproses untuk mencari kebenaran.

Hukum harus dilihat secara utuh menyeluruh yang menekankan pada sifat substantif dan transedental dengan mendasarkan pada fakta sosial yang tidak lepas dari nilai-nilai agama, etik, moral, dan tidak hanya dalam wujud norma-norma yang tertulis saja.

Hukum progresif adalah bagian dari proses pencarian kebenaran yang tidak pernah berhenti, yang bertolak dari realitas empirik tentang bekerjanya hukum di masyarakat, berupa ketidakpuasan dan keprihatinan terhadap kinerja dan kualitas penegak hukum dalam seting Indonesia akhir abad ke 20. Dalam proses pencarian ini Satjipto Rahardjo berkesimpulan bahwa salah satu penyebab menurunnya kinerja dan kualitas penegak hukum di Indonesia adalah dominasi paradigma positivisme dengan sifat formalitasnya yang melekat.

Dalam kaitannya dengan sistem peradilan pidana, kegagalan dalam penegak hukum dan pemberdayaan hukum dikategorikan oleh sikap submissive terhadap kelengkapan hukum yang ada, seperti prosedur, doktrin dan asas hukum Indonesia selain itu juga disebabkan ketidakmampuan sistem peradilan pidana (criminal justice system) dalam mengemban tugasnya. Sehingga muncul pertanyaan tentang sejauh mana efisiensi lembaga peradilan sebagai institusi tempat mencari keadilan serta lembaga penegak hukum lainnya yang berakibat pada ketidakpuasan terhadap eksistensi lembaga-lembaga peradilan itu sendiri.

Di sisi lain penegak hukum adalah suatu proses untuk mewujudkan keinginan-keinginan hukum menjadi kenyataan. Keinginan-keinginan hukum adalah pikiran-pikiran badan pembuat undang-undang yang dirumuskan dalam peraturan-peraturan hukum. Perumusan pikiran pembuat hukum yang dituangkan dalam peraturan hukum akan turut menentukan bagaimana penegakan hukum itu dijalankan dimana proses penegakan hukum itu akan berpuncak pada pelaksanaannya oleh para pejabat penegak hukum.

Dalam kaitannya antara peranan peraturan perundang-undangan dengan pelaksanaannya yang akan dilaksanakan oleh para penegak hukum, Satjipto Rahardjo mengemukakan bahwa : “Dalam nada yang mungkin agak ekstrim dapat dikatakan bahwa keberhasilan atau kegagalan para penegak hukum dalam

melaksanakan tugasnya sebetulnya sudah dimulai sejak peraturan hukum yang harus dijalankan tersebut dibuat. Misalnya, badan legislatif membuat peraturan yang sulit dilaksanakan dalam masyarakat, maka sejak saat itu sebetulnya badan tersebut telah menjadi arsitek bagi kegagalan para penegak hukum. Hukum dalam menerapkan peraturan tersebut. Hal ini, misalnya dapat terjadi karena peraturan tersebut memerintahkan dilakukannya sesuatu yang tidak didukung oleh sarana yang mencukupi. Akibatnya tentu saja peraturan tersebut gagal dijalankan oleh penegak hukum.”

Pada bagian lain, dalam kaitannya dengan fungsi hukum dan lembaga hukum dalam masyarakat, Satjipto Rahardjo mengemukakan bahwa :

“Pengkajian terhadap hukum dari sudut studi hukum dan masyarakat selalu ingin menegaskan fungsi apa yang sesungguhnya dijalankan oleh hukum atau lembaga hukum itu dalam masyarakat. Penegasan mengenai fungsi ini tidak saja dilihat dari sudut ketentuan hukum yang mengaturnya, melainkan juga dari apa yang ditentukan oleh masyarakat sendiri mengenainya.

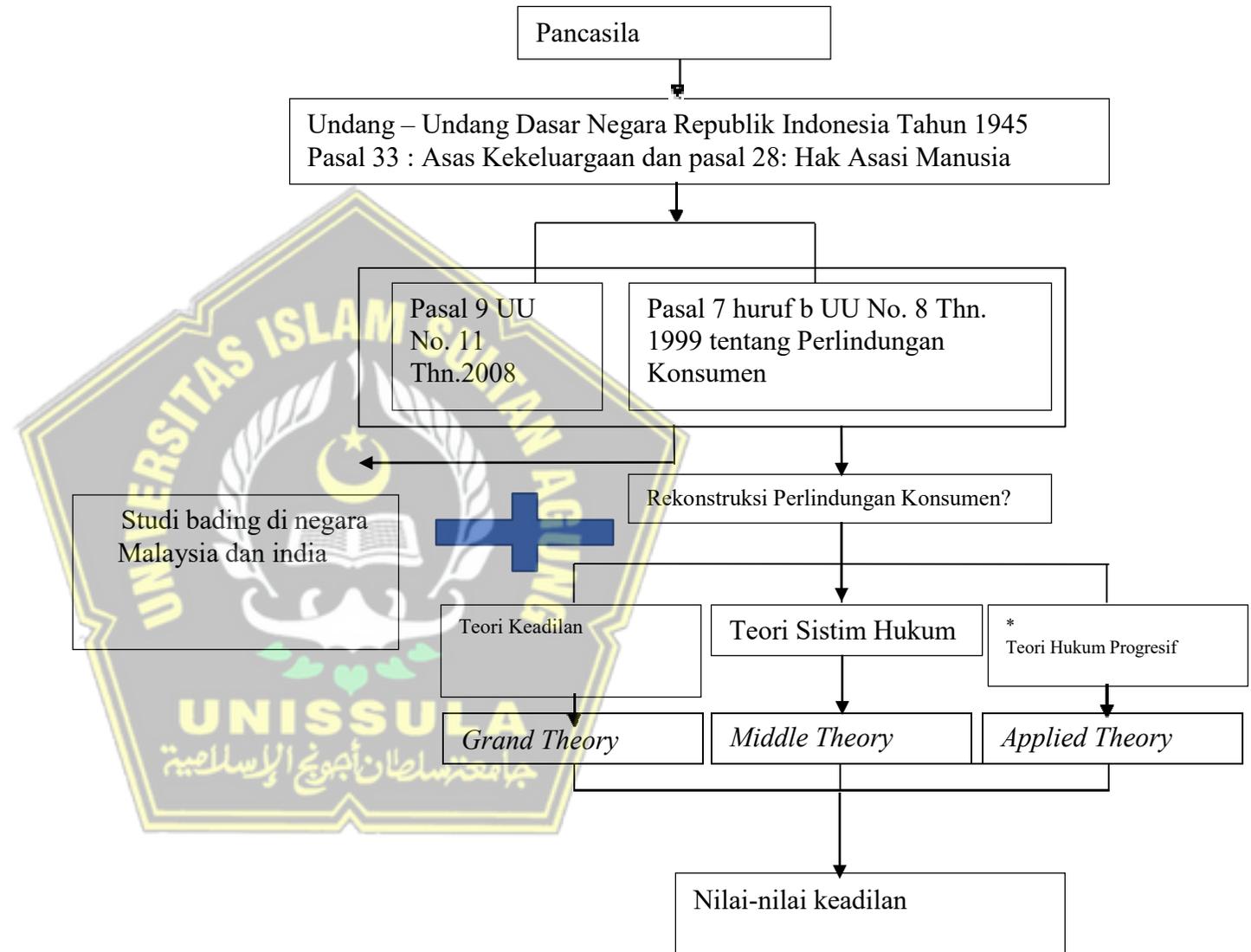
Hukum merupakan mekanisme yang mengintegrasikan kekuatan-kekuatan dan proses-proses dalam masyarakat dengan demikian maka pengadilan pastilah merupakan lembaga yang menjadi pendukung utama dari mekanisme itu, karena dalam lembaga inilah nantinya sengketa-sengketa yang terdapat dalam

masyarakat tersebut akan diselesaikan, agar tidak berkembang menjadi pertentangan yang membahayakan keamanan dan ketertiban masyarakat.

Sejalan dengan pendapat Satjipto Rahardjo, Lawrence M. Friedman menyatakan bahwa, sistim hukum akan bekerja jika terdapat kekuatan-kekuatan sosial (*social forces*) yang menggerakkan hukum. Kekuatan-kekuatan sosial tersebut terdiri dari elemen nilai dan sikap sosial yang dinamakan budaya hukum (*legal culture*). Menurut Friedman, istilah *social force* merupakan sebuah abstraksi yang tidak secara langsung menggerakkan sistem hukum, tetapi perlu diubah menjadi tuntutan-tuntutan formal untuk menggerakkan bekerjanya sistim hukum di pengadilan.

Teori hukum progresif ini termasuk dalam *Applied Theory*, dimana konsep-konsep hukum yang ada di dalam teori hukum progresif tersebut dapat dijadikan dasar analisis terhadap bahan dan fakta hukum agar cara berpikir dalam pembentukan peraturan untuk kepentingan masyarakat (kesejahteraan), sehingga peraturan baru yang dibuat betul-betul untuk kepentingan masyarakat. Sehingga teori progresif digunakan untuk mendeskripsikan jawaban atas permasalahan pertama dan kedua serta yang lebih penting lagi untuk menjawab permasalahan yang ketiga, yaitu mengenai bentuk rekonstruksi perlindungan konsumen berkaitan dengan informasi syarat kontrak dalam perdagangan elektronik.

## G. KERANGKA PEMIKIRAN



## H. METODE PENELITIAN

### 1. Paradigma Penelitian

Paradigma<sup>76</sup> yang mendasari penulisan disertasi ini adalah paradigma konstruktivisme<sup>77</sup>, karena penelitian ini dimaksudkan untuk menghasilkan suatu rekonstruksi pemikiran atau gagasan mengenai perlindungan konsumen dalam perdagangan secara elektronik berkaitan dengan informasi syarat kontrak berbasis nilai keadilan. Hal ini dilakukan untuk menyempurnakan pemikiran serta konsep yang sudah ada sebelumnya.

Konstruktivisme dimaknai sebagai konstruksi realitas dalam pemikiran individu pemaknaan realitas sangat dipengaruhi oleh pengetahuan dan pengalaman, sehingga sifatnya subyektif dan dapat berubah seiring proses pengetahuan. Paradigma konstruksionis memandang realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural tetapi terbentuk dari hasil konstruksi. Konsentrasi analisis pada paradigma konstruksionis adalah menemukan bagaimana peristiwa atau realitas tersebut

---

<sup>76</sup> Paradigma diartikan sebagai suatu kerangka referensi atau cara pandang yang menjadi satu dasar keyakinan atau pijakan suatu teori. Paradigma merupakan tempat berpijak dalam melihat suatu realitas, bagaimana cara kita melihat sesuatu, apa yang dianggap masalah, apa metode untuk penyelesaian. Thomas Kuhn, *The Structures of Scientific Revolution*, dalam Widodo Dwi Putro, 2011. *Kritik Terhadap Paradigma Positivisme Hukum*, Genta Publishing, Jogjakarta, Hal. 2. Sementara Guba mendefinisikan bahwa paradigma adalah sistem dasar yang menyangkut keyakinan yang mendasar terhadap dunia obyek yang diteliti (*Worldwiew*) yang merupakan panduan bagi peneliti. Guba dan Lincoln, 1944, *Computing Paradigms in Qualitative Research, Handbook of Qualitative Research*, London, Sage Publication, Hal. 105. Paradigma membantu merumuskan tentang apa yang harus dipelajari, persoalan-persoalan apa yang mesti dijawab, bagaimana seharusnya menjawabnya, serta aturan-aturan apa yang harus diikuti dalam menginterpretasikan informasi yang dikumpulkan dalam rangka menjawab persoalan-persoalan tersebut. George Ritzer, *Sociologi : A multiple paradigma science*, diterjemahkan oleh Ali Mandan, *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*, Rajawali Pers, Jakarta, 2011. Hal 7. Paradigma merupakan seperangkat kepercayaan atau keyakinan dasar yang menuntun seseorang dalam bertindak pada kehidupan sehari-hari maupun dalam penelitian ilmiah. Agus Salim, 2011, *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial (Dari Densin Guba dan Penerapannya)*, PT. Tiara Wacana, Jogjakarta. Hal. 33, lihat juga Liek Winarjo, yang menyatakan bahwa paradigma adalah “*ondering belief frame work*”, yang artinya asumsi-asumsi dasar yang diyakini ilmuwan dan menentukan cara dia memandang gejala yang ditelaahnya. Ia dapat meliputi kode etik, maupun pandangan dunia yang mempengaruhi jalan pikiran dan perilaku ilmuwan dalam berolah ilmu. Liek Wilarjo, *Loc.Cit.*

<sup>77</sup> Egon G. Guba dan Yvona S, Lincoln, 1994, *Handbook of Qualitative Research*, London & New Delhi : Sage Publications International Education and Professional Publisser, Hal. 100

dikonstruksi, dengan cara apa konstruksi itu dibentuk.<sup>78</sup> Bertolak dari paradigma tersebut, secara ontologi<sup>79</sup> konstruktivisme memandang realitas sebagai suatu yang relatif realitas dapat dipahami dalam berbagai bentuk tergantung dari konstruksi mental, sosial, dan pemaknaan individu yang membentuk konstruksi tersebut.<sup>80</sup> Oleh karena itu suatu realitas yang diamati oleh seorang peneliti tidak dapat digeneralisasikan kepada semua orang. Bertolak dari pemahaman tersebut maka aspek ontologi yang dikaji dalam disertasi ini adalah realitas tentang perlindungan konsumen dalam perdagangan secara elektronik berkaitan dengan informasi syarat kontrak berbasis nilai keadilan sebagai dimaknakan oleh undang-undang.

Secara epistemologi<sup>81</sup> konstruktivisme memandang hubungan antara peneliti dan responden sebagai sesuatu yang transaksional dan subyektif. Peneliti dan responden berdialog secara interaktif<sup>82</sup>, peneliti dan obyek merupakan satu kesatuan subyektif, dan interaksi diantara keduanya. Bertolak dari pemahaman tersebut maka interaksi ini dimaksudkan untuk memahami makna realitas dibalik peraturan perundang-undangan, pandangan para pelaku usaha, konsumen dan pandangan peneliti tentang perlindungan konsumen dalam perdagangan secara elektronik berkaitan dengan informasi syarat kontrak berbasis nilai keadilan. Hasil penelusuran

---

<sup>78</sup> Terinspirasi komunikasi.blogspot.com.2012/12/12/paradigma-positivisme-konstruktivisme.html diakses 26 November 2014.

<sup>79</sup> Ontologi memunculkan pertanyaan-pertanyaan dasar tentang hakikat realitas. Lihat Norman. K. Denzin dan Yvonna, S.L, 2009, *Handbook of Qualitative Research, diterjemahkan oleh Dariyatno dkk, Pustaka Pelajar. Jakarta. Hal. 123.*

<sup>80</sup> Dontfeetthewolves.blogspot.com/2012/04/bermakalah-2-konstruktivisme-sebuahal.html. diakses tanggal 26 November 2014.

<sup>81</sup> Epistemologi mengajukan pertanyaan bagaimana kita mengetahui dunia? Hubungan apa yang muncul antara peneliti dengan yang diteliti. Norman dan Yvonna S. Lincoln. Loc.Cit. Hal. 123.

<sup>82</sup> Dontfeetthewolves.blogspot.com/2012/04/bermakalah-2-konstruktivisme-sebuahal.html. diakses tanggal 26 November 2014

ini kemudian secara epistemologi dibandingkan dan diinterpretasi untuk menemukan suatu konstruksi.

Pada dimensi metodologi<sup>83</sup> pendekatan yang digunakan adalah metode *hermeneutik* dan dialektikal guna mencapai kebenaran. *Hermeneutik* berarti makna atau *meaning* merupakan sesuatu yang tersembunyi dalam pemikiran dan harus diekstraksi ke permukaan melalui refleksi yang mendalam. Kegiatan refleksi ini distimulasi oleh dialog (pendekatan dialektikal) antara peneliti dengan responden<sup>84</sup> Hasil akhir adalah suatu kebenaran dari perpaduan pendapat yang bersifat relatif, subjektif dan spesifik.<sup>85</sup>

Pilihan paradigma konstruktivisme ini didasarkan pada asumsi bahwa hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pembaharuan perlindungan konsumen dalam perdagangan secara elektronik berkaitan dengan informasi syarat kontrak berbasis nilai keadilan.

## 2. Jenis Penelitian

Penelitian mengenai konstruksi perlindungan konsumen dalam perdagangan secara elektronik berkaitan dengan informasi syarat kontrak berbasis nilai keadilan merupakan penelitian hukum non doktrinal, penelitian non doktrinal yaitu penelitian studi-studi empiris untuk menemukan teori-teori mengenai proses terjadinya dan

---

<sup>83</sup> Metodologi memfokuskan diri pada cara kita meraih pengetahuan tentang dunia. Norman dan Yvonna S. Lincoln. *Op.Cit* Hal. 123 sedangkan Agus Salim menyatakan bahwa dalam dimensi metodologis seorang ilmuwan harus menjawab pertanyaan : bagaimanakah cara yang dipakai seseorang dalam menemukan kebenaran suatu ilmu pengetahuan. Agus Salim. *Op.Cit* Hal. 35

<sup>84</sup> [Dontfeethewolves.blogspot.com/2012/04/bermakalah-2-konstruktivisme-sebuaHal.html](http://Dontfeethewolves.blogspot.com/2012/04/bermakalah-2-konstruktivisme-sebuaHal.html). diakses tanggal 26 November 2014

<sup>85</sup> Z. Mubarak, 2006, *Sosiologi Agama*. UIN Malang Press, Malang. Hal. 86

mengenai proses bekerjanya hukum di dalam masyarakat. Tipe penelitian ini sering disebut *socio legal research*.

### 3. Metode Pendekatan

Penelitian mengenai perlindungan konsumen dalam perdagangan elektronik berkaitan dengan informasi syarat kontrak berbasis nilai keadilan ini menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statue approach*), pendekatan filosofis dan pendekatan *socio legal research*.

Pendekatan perundang-undangan dimaksudkan bahwa penggunaan peraturan perundang-undangan dalam hal ini Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen sebagai dasar awal melakukan analisis. Hal ini harus dilakukan karena peraturan perundang-undangan merupakan titik fokus dari penelitian ini. Pendekatan perundang-undangan (*statue approach*) dan konseptual atau Teoretis (*conceptual approach*) dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isi hukum yang sedang ditangani. Bagi peneliti untuk kegiatan akademis peneliti mencari ratio legis dasar ontologis lahirnya undang-undang tersebut (Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen).

Dengan mempelajari ratio legis dan dasar ontologis suatu undang-undang peneliti sebenarnya mampu menangkap kandungan filosofis yang ada di belakang undang-undang tersebut.<sup>86</sup> Untuk melihat kecenderungan internasional dalam hal syarat kontrak maka penelitian ini juga mempergunakan pendekatan perbandingan hukum (*comparative approach*) di tiga negara.

---

<sup>86</sup> Peter Mahmud Marzuki, 2005. *Penelitian Hukum*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta. Hal. 93-94

Pendekatan historis dilakukan dengan menelaah latar belakang apa yang dipelajari dan perkembangan pengaturan mengenai isu yang dihadapi. Telaah demikian diperlukan untuk mengungkap filosofis dan pola pikir yang melahirkan sesuatu yang sedang dipelajari.<sup>87</sup> (Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen). Penelaahan ini dilakukan guna mengungkap materi (pengungkapan filosofis dan pola pikir) yang dipelajari pada masa lalu mempunyai relevansi dengan masa sekarang, lebih-lebih mempunyai relevansi dalam mengungkap atau menjawab permasalahan yang diajukan.

Sedangkan pendekatan *socio legal research* digunakan karena objek kajian penelitian adalah mengenai fakta-fakta empiris (*reality*) dari interaksi antara hukum dan masyarakat yaitu dengan menggunakan metode observasional guna memperoleh deskripsi mengenai pola syarat kontrak dalam perdagangan elektronik di Indonesia. Peneliti juga akan menggunakan observasi partisipatif artinya peneliti terlibat atau mengambil bagian sebagai konsumen dalam transaksi elektronik. Hal ini untuk memperoleh data yang terdiri dari perincian mengenai kegiatan perdagangan elektronik terutama syarat kontrak. Melalui pendekatan *socio legal research* ini penelitian dilakukan dengan mendeskripsikan substansi norma-norma hukum dan realitas sosial serta keterkaitan di antara kedua objek kajian tersebut.<sup>88</sup>

Pendekatan *socio legal research* ini berbasis pada ilmu hukum normatif (peraturan perundangan) tetapi bukan mengkaji mengenai sistem dalam peraturan perundangan namun mengamati bagaimana reaksi dan interaksi yang terjadi ketika

---

<sup>87</sup> *Ibid.* Hal. 94

<sup>88</sup> Sulistyowati Irianto, 2009. *Memperkenalkan Studi Sosio Legal dan Implikasi Metodologisnya, Dalam Metode Penelitian Hukum, Konstelasi dan Refleksi*. Editor Sulistyowati dan Sidharta, Yayasan Obor Indonesia, Jakarta, Hal. 177

norma itu bekerja dalam masyarakat. Pendekatan ini sering disebut sebagai penelitian bekerjanya hukum (*law in action*).

#### 4. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif analitis, yang mengungkap peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan teori-teori hukum yang menjadi objek penelitian dalam hal ini perlindungan hukum dalam perdagangan secara elektronik berkaitan dengan informasi syarat kontrak. Demikian juga hukum dalam pelaksanaannya dalam masyarakat yang berkenaan dengan perlindungan hukum dalam perdagangan secara elektronik berkaitan dengan informasi syarat kontrak.

#### 5. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan :

- c. Data Primer, data yang langsung dari masyarakat, berupa perilaku pelaku usaha atau perantara perdagangan elektronik, dalam membuat syarat kontrak.
- d. Data sekunder
  - (1) Bahan Hukum Primer : peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan perdagangan elektronik dan bentuk syarat kontrak dalam perdagangan elektronik, peraturan perundang-undangan yang terdiri dari norma atau kaidah dasar yaitu Pancasila, Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Peraturan Perundang-undangan yang terkait dengan materi penelitian

- (2) Bahan Hukum Sekunder : meliputi buku-buku ilmiah, jurnal-jurnal dan literatur, disertasi, tesis, buku teks bidang hukum, dokumen-dokumen, makalah-makalah seminar yang semuanya terkait dengan materi penelitian
- (3) Bahan Hukum Tersier : meliputi kamus hukum, kamus bahasa Inggris-Indonesia, Kamus Besar Bahasa Indonesia, surat kabar, majalah, tabloid dan Kamus Bahasa Arab.

## 6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data melalui :

- a. Metode Pengumpulan Data Sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier ini dilakukan dengan penelitian kepustakaan (*library research*). Studi ini dilakukan dengan jalan meneliti dokumen-dokumen yang berkaitan dengan materi penelitian, yaitu dengan mengumpulkan data dan informasi baik yang berupa buku-buku, karangan ilmiah, peraturan perundang-undangan dan bahan hukum tertulis lainnya yang terkait dengan materi penelitian ini yaitu dengan jalan mencari, mempelajari dan mencatat serta menginterpretasikan hal-hal yang berkaitan dengan materi penelitian.<sup>89</sup> Pengumpulan data sekunder ini dilakukan secara konvensional yaitu mencari, mempelajari dan mencatat maupun menggunakan teknologi informasi (internet) yaitu dengan jalan mengakses data yang terkait dengan materi penelitian.
- b. Metode pengumpulan data Primer melalui Observasi, yaitu mengamati dari pelaku usaha dan perantara dalam membuat syarat kontrak pada perdagangan secara elektronik berkaitan dengan informasi syarat kontrak.

---

<sup>89</sup> Zainuddin Ali, *Op.Cit* Hal. 255

c. Wawancara dan Questioner

Wawancara merupakan proses interaksi dan komunikasi antara peneliti dan pihak yang diteliti (dalam hal ini konsumen) dan bertujuan untuk mengetahui pola syarat kontrak dan perilaku dari konsumen dan pelaku usaha. Wawancara ini dapat dilakukan dengan panduan daftar pertanyaan (*questioner*) atau tanya jawab langsung secara bebas terpimpin, terbuka, pedoman wawancara telah tersedia yaitu secara *purposive sampling* (pengambilan sampel yang jumlahnya tidak ditentukan) itu jadi caranya dengan *snowball sampling* sehingga berhenti wawancara setelah peneliti memiliki keyakinan. *Purposive Sampling* ini sampel/sampling dipilih didasarkan pada tujuan tertentu yang hendak dicapai, bukan berdasar *random*. Contoh responden dipilih orang-orang yang pernah melakukan transaksi *E-Commerce* dan berdasar kriteria lain yang sesuai dengan permasalahan. Di samping sesuai dengan tujuan juga merepresentasikan populasi (konsumen *E-Commerce*) itu sendiri. *Snowball sampell/sampling* di sini penentuan *sample/sampling* yang dimulai dalam jumlah kecil dan kemudian semakin banyak. Sebagai contoh *sample* dimulai dari dua orang konsumen *E-Commerce*, tetapi karena informasinya kurang maka ditambah beberapa konsumen lagi sampai data dianggap cukup. Jadi seperti bola salju, semakin menggelinding semakin besar bola.

## 7. Metode Analisis Data.

Data yang terkumpul akan dianalisis secara deskriptif kualitatif. Metode yang dipakai untuk menggambarkan suatu kondisi yang sedang berlangsung dengan tujuan agar dapat mendapatkan data seteliti mungkin tentang materi penelitian sehingga mampu menggali yang sifatnya ideal dan kemudian dipaparkan dan dijelaskan secara

mendalam dalam bentuk uraian kalimat yang disusun secara ilmiah, guna mengungkap masalah perlindungan konsumen dalam perdagangan secara elektronik berkaitan dengan informasi syarat kontrak.

## I. SISTEMATIKA PENULISAN

Hasil penelitian ini akan disusun dalam bentuk Disertasi, yang terdiri atas 6 Bab, yaitu sebagai berikut :

- Bab I : Merupakan bab Pendahuluan yang di dalamnya akan memuat : Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kerangka Konseptual, Kerangka Teori, Kerangka Pemikiran, Metode Penelitian, Sistematika Penulisan Dan Orisinalitas/Keaslian.
- BAB II : Berisi tinjauan pustaka yang meliputi : Perlindungan Konsumen Menurut Undang – Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Para Pihak Yang Bertransaksi Dalam Perdagangan Secara Elektronik (*E-Commerce*), Perjanjian Yang Dipakai Dalam Perdagangan Secara Elektronik (*E-Commerce*), Perjanjian Pada Umumnya Dan Transaksi *E-Commerce*, dan Informasi Syarat Kontrak.
- Bab III : Merupakan Bab Yang Akan Membahas Perlindungan Konsumen Berkaitan Dengan Informasi Syarat Kontrak Dalam Perdagangan Secara Elektronik Belum Berbasis Nilai Keadilan.
- BAB IV : Kelemahan Informasi Berkaitan Dengan Syarat Kontrak Dalam Perdagangan Secara Elektronik.

Bab V : Merupakan Bab Yang Akan Membahas Rekonstruksi Perlindungan Konsumen Dalam Perdagangan Elektronik Berbasis Nilai Keadilan.

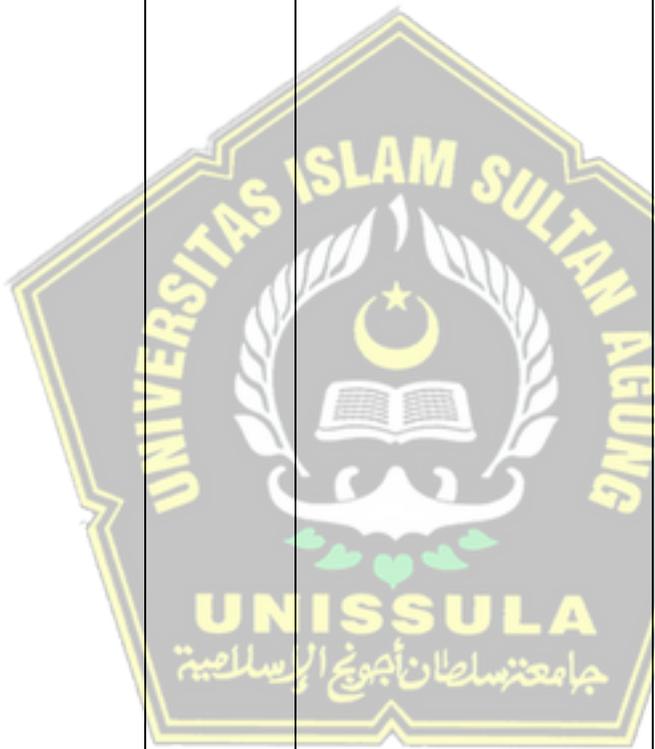
BAB VI : Adalah Bab Penutup yang akan memuat Simpulan hasil studi dan implikasi hasil penelitian dan Saran-saran.

## J. ORISINALITAS/KEASLIAN

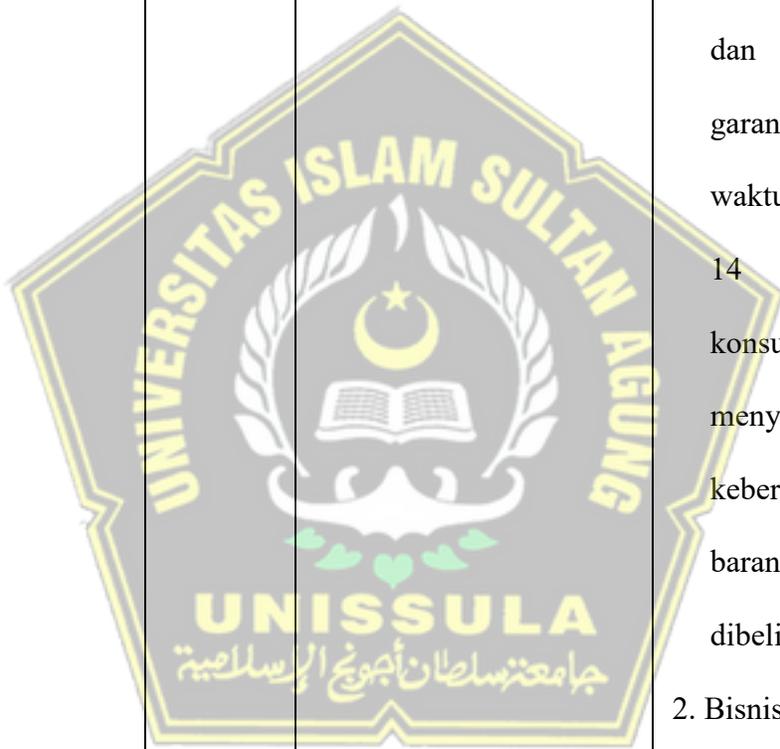
Beberapa penelitian yang telah dilakukan berkenaan dengan perlindungan konsumen dan bisnis E Commerce.

No	Judul	Peneliti/ Tahun	Permasalahan	Hasil Penelitian
1	Bisnis <i>E-Commerce</i> <a href="http://www.sanur.co.id">www.sanur.co.id</a> Studi Pembatasan Jaminan Syarat-Syarat	Abdul Halim Barkatullah/2003	1. Bagaimana pelaksanaan perjanjian oleh <a href="http://www.sanur.co.id">www.sanur.co.id</a> dalam hal jaminan, syarat-syarat dan Perjanjian kondisi produksi dan barang 2. Apakah bisnis <i>E-Commerce</i> <a href="http://www.sanur.co.id">www.sanur.co.id</a> telah memenuhi standarisasi hukum	1. Pelaksanaan perjanjian oleh <a href="http://www.sanur.co.id">www.sanur.co.id</a> dalam hal jaminan, diberikan berupa penukaran barang bila ternyata barang yang dibeli mengalami kerusakan dalam pengiriman atau barang yang dibeli cacat produksi, dan

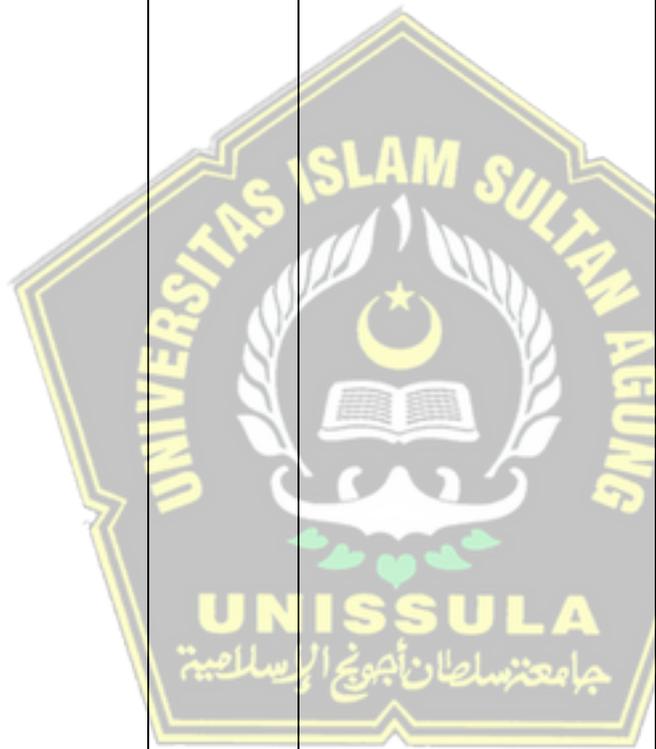
			<p>perjanjian di Indonesia</p>	<p>pembeli bisa melakukan pembatalan syarat- syarat dalam perjanjian yang dilaksanakan memenuhi syarat sahnya suatu perjanjian, yaitu kesepakatan telah tercapai pada saat konsumen mengklik suatu ilustrasi yang bertuliskan “setuju”, pengisian data diri oleh konsumen sehingga dapat diketahui kecakupannya, obyek ditawarkan tertentu, perjanjian dapat dibaca sehingga dapat</p>
--	--	--	------------------------------------	--



				<p>diketahui isi dari perjanjian itu sebagai suatu sebab yang halal. Dalam perjanjian kondisi produk yang dijual dijamin kualitasnya dan diberikan garansi/jaminan waktu selambatnya 14 hari kepada konsumen untuk menyatakan keberatan terhadap barang yang telah dibeli.</p> <p>2. Bisnis <i>E-Commerce</i></p> <p><a href="http://www.sanur.co.id">www.sanur.co.id</a></p> <p>telah memenuhi standarisasi perjanjian dalam hukum di Indonesia dengan telah</p>
--	--	--	--	---



				<p>memenuhi syarat sahnya perjanjian dan keamanan dalam bertransaksi yang berdasarkan itikad baik. Dalam online storenya membeikan informasi yang jelas mengenai barang/produk yang dijual, baik mengenai kondisi, harga, jaminan/garansi, cara pembayaran maupun hak dan kewajiban sanur dan pelaga yang melancarkan transaksi. Hal ini menggambarkan adanya itikad baik yang dilakukan</p>
--	--	--	--	--



				<p>sanur untuk melindungi hak-hak konsumen, dengan menjaga privacy, property, accessibility konsumen.</p> <p>1. Diberlakukannya UUPK sebagai upaya untuk melindungi konsumen dari tindakan pelaku usaha yang merugikan konsumen. Kasus Ajinomoto yang merugikan konsumen muslim merupakan realisasi dari penerapan UUPK. Upaya</p>
2.	<p>Perlindungan Hukum dan Akibat Hukum Dalam Penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Ajinomoto)</p>	<p>Robertus Bellarminus Henry Budiono</p>	<p>1. Bagaimana akibat hukum bagi pelaku usaha atas pelanggaran Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam Kasus Ajinomoto? 2. Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen atas Pelanggaran Undang-Undang Perlindungan Konsumen oleh</p>	<p>1. Diberlakukannya UUPK sebagai upaya untuk melindungi konsumen dari tindakan pelaku usaha yang merugikan konsumen. Kasus Ajinomoto yang merugikan konsumen muslim merupakan realisasi dari penerapan UUPK. Upaya</p>

			<p>pelaku usaha dalam kasus Ajinomoto?</p> <p>3. Bagaimana kewenangan pemerintah dan Majelis Ulama Indonesia dalam menentukan kehalalan bumbu masak Ajinomoto?</p>	<p>perlindungan konsumen tampak pada dilakukannya gugatan perdata oleh konsumen di kotamadya Bandung dan dilakukan pengaduan secara pidana oleh YLKI ke Kepolisian Daerah Metro Jaya terhadap PT Ajinomoto Indonesia.</p> <p>Walaupun hasil dari gugatan perdata maupun pengaduan secara pidana belum memihak kepada konsumen tetapi paling tidak upaya untuk melindungi konsumen sudah dilakukan.</p>
--	--	--	--	--



				<p>2. Akibat hukum yang diterima oleh PT. Ajinomoto Indonesia yang merugikan konsumen muslim telah dilakukan sesuai dengan UUPK. Hal ini tampak pada ditariknya sejumlah produk PT. Ajinomoto Indonesia yang diproses menggunakan bactosoytone. Sebagai tindak lanjut pengaduan secara pidana oleh YLKI kepada Kepolisian Daerah Metro Jaya, beberapa pimpinan</p>
--	--	--	--	--



				<p>PT. Ajinomoto Indonesia telah dilakukan tindakan hukum.</p> <p>Dikeluarkannya SP3 dikarenakan tidak ada bukti yang mendukung bahwa produk Ajinomoto adalah haram menunjukkan bahwa dasar hukum MUI mengeluarkan fatwa akan kehalalan produk menggunakan hukum Islam (fikih) yang berbeda dengan penerapan aparat penegak hukum yang menggunakan hukum positif (UUPK.</p>
--	--	--	--	---

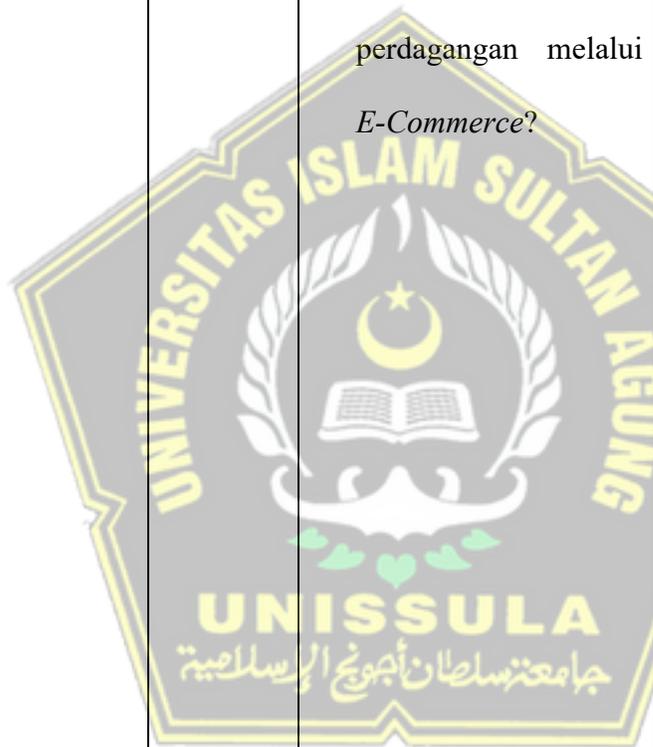


				<p>3. Kasus Ajinomoto menunjukkan kehalalan suatu produk merupakan hal yang penting dalam perlindungan konsumen. Produsen dan label untuk memperoleh sertifikat halal dilakukan melalui tim gabungan yaitu kerjasama antara Departemen Kesehatan yang saat ini dilaksanakan oleh Badan POM, Majelis Ulama Indonesia dan Departemen Agama. Proses ini didahului dengan pemeriksaan, perjanjian dan evaluasi oleh Tim</p>
--	--	--	--	---



				<p>Gabungan sebelum akhirnya MUI mengeluarkan fatwa halal. Kemudian Badan POM akan memberikan ijin kepada pelaku usaha untuk mencantumkan label halal pada produknya.</p>
3	<p>Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Perdagangan secara Elektronik (<i>E-Commerce</i>)</p>	<p>Ahmad Syafiq/2003</p>	<p>1. Bagaimanakah struktur dan sifat hubungan hukum antara produsen dan konsumen dalam perdagangan melalui <i>E-Commerce</i>?</p> <p>2. Perlindungan hukum apa saja yang dibutuhkan oleh konsumen dalam</p>	<p>1. Struktur hubungan hukum merupakan pola hubungan hukum yang terbentuk dalam transaksi perdagangan secara elektronik. Struktur hubungan hukum ini terdiri dari beberapa pihak yakni pihak penjual, pembeli,</p>

			<p>perdagangan melalui <i>E-Commerce</i>?</p> <p>3. Bagaimanakah penyelesaian sengketa yang terjadi antara produsen dan konsumen dalam perdagangan melalui <i>E-Commerce</i>?</p>	<p>bank, dan perusahaan pengiriman serta media yang digunakan untuk bertransaksi. Dalam transaksi perdagangan secara elektronik (<i>E-Commerce</i>) dengan sistem <i>Business to Consumer</i>, hubungan hukum yang terjadi antara merchant yang menawarkan barangnya melalui media internet dengan customer (pembeli) adalah hubungan hukum perdata yang sifatnya khusus.</p>
--	--	--	---	---



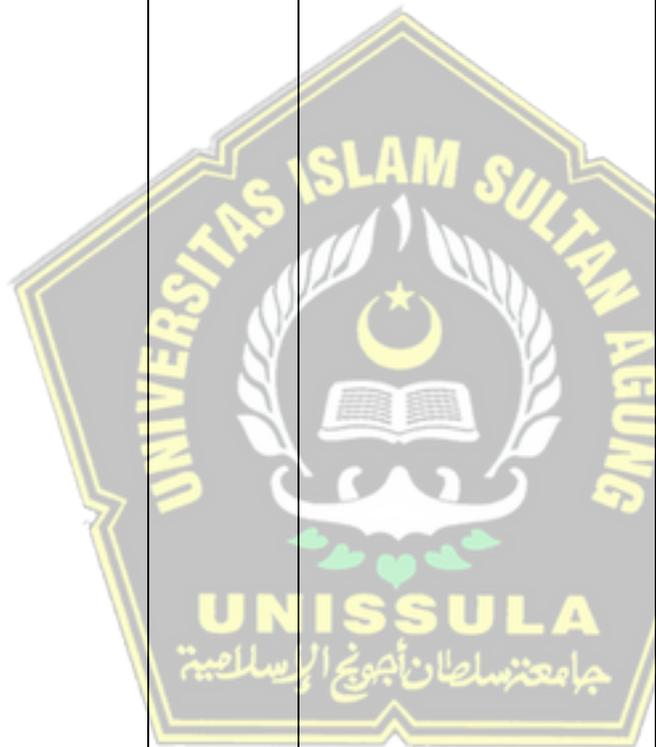
				<p>Sifat khusus ini karena dalam perdagangan secara elektronik transaksinya menggunakan media elektronik, dan transaksi tersebut dilakukan di dunia maya (tidak nyata).</p> <p>2. Perlindungan hukum yang dibutuhkan oleh konsumen dalam transaksi perdagangan secara elektronik antara lain adalah perlunya perlindungan hukum terhadap data pribadi (<i>right privacy</i>) konsumen dalam melakukan transaksi</p>
--	--	--	--	---



				<p>perdagangan secara elektronik (<i>E-Commerce</i>) dan perlindungan hukum terhadap penggunaan tanda tangan elektronik (<i>digital signature</i>) dalam transaksi perdagangan secara elektronik sebagai alat bukti. Dalam melakukan transaksi perdagangan melalui media elektronik, konsumen belum mendapatkan perlindungan hukum yang maksimal.</p> <p>3. Penyelesaian sengketa konsumen yang terjadi antara konsumen dan</p>
--	--	--	--	---



				<p>produsen dalam perdagangan secara elektronik dapat diselesaikan dengan menggunakan mekanisme penyelesaian sengketa, yakni : melalui perdamaian; penyelesaian sengketa melalui badan atau lembaga yang berwenang dalam hal ini adalah badan penyelesaian sengketa konsumen (BPSK) dan pengadilan; penyelesaian sengketa di luar pengadilan (non litigasi) dengan arbitrase.</p>
--	--	--	--	---



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Hukum Perlindungan Konsumen

##### 1. Pengertian Konsumen

Menurut Pasal 1 Ayat 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia di masyarakat baik bagi kebutuhan diri sendiri, keluarga, orang lain, atau makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Dengan kata lain, sebagian konsumen adalah pengguna akhir dari suatu barang dan/atau jasa. Apabila pembelian barang bertujuan untuk dijual kembali maka pembeli tersebut adalah konsumen antara yang dikenal dengan distributor atau pengecer.

Kata “konsumen” berasal dari Bahasa Inggris yaitu “*consumer*” yang artinya adalah setiap orang yang menggunakan atau mengonsumsi suatu produk (barang/jasa).

Menurut Aziz Nasutin, arti konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa yang digunakan untuk tujuan tertentu. Menurut Philip Kotler dalam bukunya yang berjudul “*Principles of Marketing*”, konsumen adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi secara pribadi.

Perlindungan hukum merupakan cara untuk melindungi konsumen yang diberikan oleh hukum atau Undang-Undang untuk mencegah adanya pelanggaran atau hal-hal yang dapat merugikan kepentingan konsumen. Dalam penelitian ini, konsumen penggunaan transaksi *E-Commerce* mendapatkan perlindungan hukum berdasarkan Peraturan

Perundang-Undangan yang berlaku yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 atas perubahan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).<sup>90</sup> Dengan demikian, berikut ini akan diuraikan perlindungan hukum kepada konsumen berdasarkan peraturan perundang-undangan tersebut di atas.

## 2. Jenis-Jenis Konsumen

Jenis konsumen perorangan secara umum konsumen dapat dikenali dengan mudah, yaitu para pengguna suatu barang atau jasa. Mengacu pada pengertian di atas, jenis konsumen berupa:

a. Konsumen Perorangan (*Personal Consumer*)

Konsumen perorangan adalah konsumen yang membeli/memakai suatu produk (barang/jasa) untuk keperluan diri sendiri. Konsumen perorangan juga sering disebut dengan istilah *end user*. Contoh: Individu, Keluarga.

b. Konsumen Organisasi (*Organizational Consumer*)

Konsumen organisasi adalah konsumen yang membeli/memakai suatu produk (barang/jasa) untuk keperluan operasional organisasi tersebut. Misalnya perusahaan yang membeli bahan baku atau keperluan lain agar perusahaan dapat beroperasi. Contoh konsumen organisasi: Distributor, Agen, Pengecer.

---

<sup>90</sup> Dianne Eka Rusmawati, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi E-Commerce", *Fiat Justisia Jurnal Hukum*, Vol. 7 No. 2, Mei-Agustus 2013, Hal. 194

### 3. Peraturan Perlindungan Konsumen Di Indonesia Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

#### a. Hukum Konsumen Dalam Hukum Perdata

Hukum konsumen dalam hukum perdata dimaksudkan hukum perdata dalam arti luas dimana termasuk hukum perdata, hukum dagang serta kaidah-kaidah keperdataan yang termuat dalam berbagai peraturan perundang-undangan lainnya. Baik hukum perdata tertulis dan tidak tertulis. Kaidah-kaidah hukum perdata umumnya termuat dalam KUH Perdata.

Pada tahun 1963 Mahkamah Agung “menganggap” KUHPerdara (BW) tidak sebagai Undang-undang tetapi sebagai dokumen yang hanya menggambarkan suatu kelompok hukum tidak tertulis.<sup>91</sup> Dan selanjutnya menganggap tidak berlaku beberapa Pasaldari KUH Perdata, tetapi untuk selebihnya dalam pengalaman di sepanjang kemerdekaan sampai saat ini, KUH Perdata tampak seperti lebih dominan berlakunya dibandingkan dengan kaidah-kaidah hukum tidak tertulis, terutama buku kedua, buku ketiga dan buku keempat memuat berbagai kaidah hukum yang berkaitan dengan hubungan hukum dan masalah-masalah antara pelaku usaha penyedia barang dan jasa dengan konsumen.

#### b. Hukum Konsumen Dalam Hukum Publik

Hukum konsumen dalam hukum publik dimaksudkan hukum yang mengatur hubungan antara negara dengan alat-alat perlengkapannya atau hubungan negara dengan perorangan. Termasuk hukum publik terutama dalam kerangka hukum

---

<sup>91</sup> SEMA RI Tanggal 5 September 1963 Tentang Gagasan Menganggap BW tidak sebagai Undang – undang dalam Az.Nasution,1999,Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar, Daya, Jakarta

konsumen dan perlindungan konsumen adalah hukum pidana, hukum acara perdata, hukum acara pidana dan hukum Internasional khususnya hukum perdata internasional.

Hukum administrasi negara pada pokoknya mengatur kesemua pengaturan oleh pemerintah untuk menyusun dan mengendalikan organisasinya dalam kehidupan masyarakat. Oleh karena itu pemerintah menerbitkan surat ijin dengan persyaratan-persyaratan dan pengaturannya. Di samping itu mengatur mengenai masalah pembinaan dan pengawasan mutu barang.

Dari beberapa aspek hukum tersebut diatas, bahwa dengan diundangkannya Undang-undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tetap memberlakukan ketentuan perundang-undangan tersebut. Az Nasution menyatakan bahwa Undang-undang perlindungan konsumen ini memiliki ketentuan yang menyatakan bahwa kesemua undang-undang yang ada dan berkaitan dengan perlindungan konsumen tetap berlaku sepanjang tidak bertentangan atau telah diatur khusus oleh undang-undang.<sup>92</sup>

- c. Konsep Perlindungan Konsumen berdasarkan UUPK
- 1) Pengertian Perlindungan Konsumen

Produk-produk yang ditawarkan internet banyak ragamnya dari mulai obat tradisional sampai mobil mewah, mulai dari informasi penjualan kosmetik, sepatu, tas, jam tangan, busana laki-laki, busana perempuan, perlengkapan rumah tangga, furnitur, alat elektronik, aksesoris HP, kendaraan bermotor, rumah serta barang-barang mewah yang bermerek. Semua tersaji menarik dalam

---

<sup>92</sup> *Ibid*, Hal. 30

internet yang dapat membuat konsumen terkesan serta tertarik untuk membelinya. Kondisi ini merupakan salah satu alasan konsumen lebih menyukai berbelanja melalui media internet.

Akan tetapi kondisi ini tidak dibarengi dengan perangkat hukum yang mengatur konsumen dalam melakukan transaksi melalui media internet sehingga perlindungan hukum terhadap konsumen dalam melakukan transaksi ini sangatlah lemah.

Perlindungan konsumen itu sendiri menurut Pasal 1 ayat (1) UUPK menyebutkan “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.

Az. Nasution menyebutkan pengertian hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang/jasa) konsumen antara penyedia dan penggunanya, dalam kehidupan bermasyarakat.

Pasal 2 UUPK menyebutkan “perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, serta keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum”. Di dalam penjelasan Pasal 2 UUPK menyebutkan perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu:

- a) Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberi manfaat

sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

- b) Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
- c) Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antar kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil maupun spirituil.
- d) Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keasmanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
- e) Asas kepastian hukum dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Menurut Pasal 3 UUPK, perlindungan konsumen bertujuan:

- a) Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang atau jasa;

- c) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d) Menciptakan perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.
- f) Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Menurut Johanes Gunawan, perlindungan hukum terhadap konsumen dapat dilakukan pada saat sebelum terjadinya transaksi (no conflict/pre purchase) dan/atau pada saat setelah terjadinya transaksi (conflict/post purchase).<sup>93</sup>

Perlindungan hukum terhadap konsumen yang dapat dilakukan pada saat sebelum terjadinya transaksi (no conflict/pre purchase) dapat dilakukan dengan cara antara lain:

- a) *Legislation*, yaitu perlindungan hukum terhadap konsumen yang dilakukan pada saat sebelum terjadinya transaksi dengan memberikan perlindungan kepada konsumen melalui peraturan perundang-undangan yang telah dibuat. Sehingga dengan adanya peraturan perundang tersebut diharapkan konsumen memperoleh perlindungan sebelum terjadinya transaksi, karena

---

<sup>93</sup> Johanes Gunawan, 1999, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung, Hal.

telah ada batasan-batasan dan ketentuan yang mengatur transaksi antara konsumen dan pelaku usaha.

b) *Voluntary Self Regulation*, yaitu perlindungan hukum terhadap konsumen yang dilakukan pada saat sebelum terjadinya transaksi, dimana dengan cara ini pelaku usaha diharapkan secara sukarela membuat peraturan bagi dirinya sendiri agar lebih berhati-hati dan waspada dalam menjalankan usahanya.<sup>94</sup>

Sedangkan untuk perlindungan hukum terhadap konsumen pada saat setelah terjadinya transaksi (*conflict/post purchase*) dapat dilakukan melalui jalur Pengadilan Negeri (PN) atau diluar Pengadilan oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) berdasarkan pilihan para pihak yang bersengketa.

Perlindungan hukum terhadap konsumen diperlukan karena konsumen dalam posisi yang lemah. Perbedaan kepentingan antara pelaku usaha dan konsumen menyebabkan gangguan fisik, jiwa atau harta konsumen dan tidak diperolehnya keuntungan optimal dari penggunaan barang dan/atau jasa tersebut dan miskinnya hukum yang melindungi kepentingan konsumen.

Dengan adanya perlindungan hukum bagi konsumen, diharapkan dapat memberikan kedudukan hukum yang seimbang antara konsumen dengan pelaku usaha. Hal tersebut cukup beralasan karena selama ini kedudukan konsumen yang lemah jika dibandingkan dengan pelaku usaha.

## 2) Pengertian Konsumen dan Pelaku Usaha

Istilah konsumen berasal dari bahasa Belanda: *Konsument*. Para ahli hukum pada umumnya sepakat bahwa arti konsumen adalah:

---

<sup>94</sup> *Ibid*, Hal. 4

“Pemakai akhir dari benda dan jasa (*Uiteindelijke Gebruiker van Goederen en Diensten*) yang diserahkan kepada mereka oleh pengusaha (*ondernamer*)”.<sup>95</sup>

Menurut Az. Nasution, pengertian konsumen adalah “Setiap orang yang mendapatkan secara sah dan menggunakan barang atau jasa untuk suatu kegunaan tertentu”.<sup>96</sup>

Definisi lain tentang pengertian konsumen dikemukakan oleh Mariam Darus Badruzaman, yaitu “pemakai terakhir dari benda dan jasa yang diserahkan kepada mereka oleh pengusaha”.<sup>97</sup>

Istilah lain yang agak dekat dengan konsumen adalah “pembeli” (koper). Istilah ini dapat dijumpai dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.<sup>98</sup>

Menurut Pasal 1 angka (2) UUPK menyebutkan bahwa “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 diperdagangkan”.

Di dalam penjelasan Pasal 1 angka (2), disebutkan bahwa di dalam kepustakaan ekonomi dikenal dengan istilah konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu

---

<sup>95</sup> Mariam Darus Badruzaman, 1986, *Perlindungan Terhadap Konsumen Dilihat Dari Sudut Perjanjian Baku (Standar)*, dalam *BPHN, Simposium Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen*, Binacipta, Bandung, Hal.57

<sup>96</sup> AZ. Nasution, 1995, *Konsumen dan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, Hal. 69

<sup>97</sup> Mariam Darus Badruzaman, *Loc. Cit*

<sup>98</sup> Shidarta, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT. Grasindo, Jakarta, Hal. 2

produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya. Pengertian konsumen dalam undang-undang ini adalah konsumen akhir.

Sedangkan batasan-batasan tentang konsumen akhir menurut Az.Nasution adalah sebagai berikut “Setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup pribadi, keluarga atau rumah tangganya, dan tidak untuk kepentingan komersial.”<sup>99</sup>

Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan suatu pengertian, bahwa yang dimaksud konsumen adalah pemakai terakhir dari barang dan/atau jasa untuk kebutuhan diri sendiri, keluarga atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali.

Pengertian umum pelaku usaha adalah orang atau badan hukum yang menghasilkan barang-barang dan/atau jasa dengan memproduksi barang dan/atau jasa tersebut untuk memenuhi kebutuhan masyarakat atau konsumen dengan mencari keuntungan dari barang-barang dan/atau jasa tersebut.

Undang-undang perlindungan konsumen (UUPK) tampaknya berusaha menghindari penggunaan kata “produsen” sebagai lawan dari kata “konsumen”. Sehingga digunakan kata “pelaku usaha” yang mempunyai makna lebih luas, dimana istilah pelaku usaha ini dapat berarti juga kreditur (penyedia dana), produsen, penyalur, penjual dan terminologi lain yang lazim diberikan.<sup>100</sup>

Menurut Pasal 1 angka (3) UUPK, yang dimaksud pelaku usaha adalah “Setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum

---

<sup>99</sup> Az. Nasution, *Op Cit*, Jakarta, Hal. 3

<sup>100</sup> Shidarta, *Op. Cit*, Hal. 5

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”.

Sedangkan menurut penjelasan Pasal 1 angka (3) UUPK, yang termasuk dalam pelaku usaha adalah “pelaku usaha yang termasuk dalam pengertian ini adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain.

Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan suatu pengertian yang dimaksud pelaku usaha adalah seperti yang dimaksud dalam Pasal 1 angka (3) UUPK, yaitu 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.

### 3) Tinjauan terhadap hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha

Istilah perlindungan konsumen berkaitan dengan perlindungan hukum, sehingga perlindungan konsumen pasti mengandung aspek hukum. Materi yang mendapatkan perlindungan itu bukan sekedar fisik saja melainkan lebih kepada hak-hak yang bersifat abstrak. Jadi perlindungan konsumen sangat identik dengan perlindungan yang diberikan hukum terhadap hak-hak konsumen.

Hak-hak konsumen yang ada dan diakui sekarang bermula dari perkembangan hak-hak konsumen yang ditegaskan dalam resolusi PBB Nomor

39/248 Tahun 1985 tentang perlindungan konsumen dan di Indonesia direalisasikan dalam UUPK No 8 Tahun 1999.

## **B. Perlindungan konsumen dalam perdagangan secara elektronik (*e-commerce*) di Indonesia**

Sistem keamanan di internet sebagai bentuk perwujudan perlindungan terhadap konsumen dalam melakukan transaksi *E-Commerce*

Teknologi informasi telah mengubah cara-cara bertransaksi dan membuka peluang- peluang baru dalam melakukan transaksi bisnis. Namun, teknologi informasi tersebut juga sekaligus menciptakan peluang-peluang baru bagi tindak kejahatan. Konsekuensinya, *electronic information* memerlukan adanya perlindungan yang kuat terhadap upaya-upaya yang dilakukan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab untuk dapat mengakses informasi tersebut. Kebutuhan perlindungan yang demikian menjadi sangat tinggi apabila menyangkut *electronic information* yang sangat rahasia.<sup>101</sup>

Sistem keamanan dalam dunia komputer mulai menjadi perhatian serius para peneliti dan praktisi teknologi informasi sejak ditemukannya teknologi jaringan komputer. Pemicu berkembangnya isu di bidang ini adalah karena adanya fenomena pengiriman data melalui media transmisi (darat, laut, dan udara) yang mudah “dicuri” oleh mereka yang tidak berhak. Data mentah dari sebuah komputer yang dikirimkan ke komputer lain pada dasarnya rawan terhadap “intervensi” pihak ketiga, sehingga diperlukan suatu strategi khusus agar terjadi, paling tidak

---

<sup>101</sup> Sutan Remy Sjadeini, “*Hukum Siber Sistem Pengamanan e-commerce*”, dalam Mariam Darus Badruzaman dkk, 2001, *Kompilasi Hukum Perikatan*, cet.1, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, Hal. 310.

ada dua hal:<sup>102</sup>

- 1) Data yang dikirimkan tidak secara “fisik” diambil oleh pihak lain yang tidak berhak; atau
- 2) Data yang dikirimkan dapat “diambil secara fisik”, namun yang bersangkutan tidak dapat membacanya.

*Information security* merupakan bagian yang sangat penting dan sistem *E-Commerce*. Tingkat keamanan informasi yang dapat diterima di dalam *E-Commerce* mutlak dibutuhkan. Di era internet, semua kebutuhan dan keinginan sedapat mungkin diterima dengan cepat, mudah dan aman. Untuk itulah peranan teknologi keamanan informasi benar-benar dibutuhkan.<sup>103</sup>

Sistem keamanan informasi memiliki empat macam tujuan yang sangat mendasar, yaitu:<sup>104</sup>

- 1) *Confidentiality*

Menjamin apakah informasi yang dikirim tersebut tidak dapat dibuka atau tidak dapat diketahui oleh orang lain yang tidak berhak. Terutama untuk data yang teramat penting, dibutuhkan tingkat kerahasiaan yang sangat tinggi, yang hanya bisa diakses oleh orang-orang tertentu saja (orang-orang yang berhak).

- 1) *Integrity*

---

<sup>102</sup> Ricardus Eko Indtajit, *Op.Cit*, Hal. 83

<sup>103</sup> Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Op.Cit*, Hal. 17

<sup>104</sup> *Ibid*, Hal. 18-19

Menjamin konsistensi dan keutuhan data sesuai dengan aslinya, sehingga upaya orang-orang yang tidak bertanggungjawab untuk melakukan penduplikatan dan perusakan data bisa dihindari.

### 2) *Availability*

Menjamin pengguna yang sah agar bisa mengakses informasi dan sumber miliknya sendiri. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa orang-orang yang memang berhak tidak ditolak untuk mengakses informasi yang memang menjadi haknya.

### 3) *Legitimate use*

Menjamin kepastian bahwa sumber tidak digunakan (informasi tidak diakses) oleh orang-orang yang tidak bertanggungjawab (orang-orang yang tidak berhak).

### Kriptografi (*Cryptography*)

Kriptografi adalah ilmu yang mempelajari bagaimana membuat suatu pesan yang dikirim oleh pengirim dapat disampaikan kepada penerima dengan aman. Di dalam kriptografi dikenal berbagai macam istilah misalnya *cryptanalysis* yaitu ilmu pengetahuan yang mempelajari bagaimana mengetahui (*compromise/defeat*) mekanisme kriptografi. *Cryptology* (berasal dari bahasa Yunani, *krypto* dan *logos*) yang berarti *hidden world* adalah suatu bidang yang mengkombinasikan *cryptography* dan *cryptanalysis*.

Kriteria aman dalam teknik kriptografi masih relatif. Minimal dalam teknik kriptografi dapat ditemukan empat kriteria aman, yaitu:<sup>105</sup>

- 1) *Confidentiality* (kerahasiaan), artinya suatu pesan tidak boleh dapat dibaca atau diketahui oleh orang yang tidak berkepentingan;
- 2) *Authenticity* (otentisitas), artinya penerima pesan harus mengetahui atau mempunyai kepastian siapa pengirim pesan dan bahwa benar pesan itu dikirim oleh pengirim. Istilah ini juga berhubungan dengan suatu proses verifikasi terhadap identitas seseorang;
- 3) *Integrity* (integritas/keutuhan), artinya penerima harus merasa yakin bahwa pesan yang diterimanya tidak pernah diubah sejak pesan itu dikirim sampai diterima, seorang pengacau tidak dapat mengubah atau menukar isi pesan yang asli dengan yang palsu;
- 4) *Non repudiation* (tidak dapat disangkal), artinya pengirim pesan tidak dapat menyangkal bahwa ia tidak pernah mengirim pesan tersebut.

Pesan (*message*) asli dalam kriptografi biasanya disebut *plaintext*. *Plaintext* bisa terdiri dari suatu *text file*, *bitmap*, *digitized voice video image* dan lain sebagainya. Proses transformasi suatu pesan/data menjadi suatu bentuk yang hampir mustahil untuk dibaca tanpa adanya suatu pengetahuan yang sesuai mengenai algoritma (*key*) disebut proses enkripsi (*encrypt*). Pesan yang sudah ditransformasikan tersebut disebut *ciphertext*. Proses pengembalian (*recovery*) dari *ciphertext* ke *plaintext*

---

<sup>105</sup> David Kosiur, *Op.Cit* Hal. 67

disebut proses dekripsi (*decrypt*).

Seringkali fungsi-fungsi enkripsi dan dekripsi mempunyai satu parameter tambahan, yaitu kunci (*key*). Kunci diperlukan untuk mendapatkan ciphertext melalui proses enkripsi dan untuk mengembalikannya ke bentuk asli (*plaintext*) melalui proses dekripsi. Kunci yang dipakai untuk enkripsi bisa sama dengan kunci yang diperlukan untuk dekripsi, tetapi bisa juga berbeda.

#### Tanda Tangan Digital

Apabila kita menulis sebuah surat, biasanya kita menandatangani surat tersebut. Kita melakukan itu dengan tujuan untuk menunjukkan bahwa surat itu otentik, surat itu memang buatan kita. Tanda tangan digital juga bertujuan sama dengan tanda tangan biasa, bedanya proses penandatanganannya juga bersifat digital.

Tanda tangan digital menggunakan gabungan dua teknik kriptografi yaitu fungsi *hash* satu arah dan kriptografi asimetris. Dokumen yang akan ditandatangani pertama-tama dibuatkan *digest*-nya, setelah itu *digest* tersebut dienkripsi dengan teknik kriptografi asimetris menggunakan kunci privat, hasilnya adalah tanda tangan digital. Dokumen asli dan tanda tangan digital kemudian dikirim secara bersamaan.

Dokumen dan tanda tangan digital yang diterima, kemudian diverifikasi. Tanda tangan digital yang diterima mula-mula didekripsi menggunakan kunci publik yang diasumsikan sebelumnya sudah dimiliki penerima. Hasil dari dekripsi tersebut adalah *digest*, kita sebut saja

D1 (*digest* yang diperoleh dari tanda tangan digital). Langkah selanjutnya adalah membuat *digest* dari dokumen yang kita terima, hasilnya kita sebut saja D2 (*digest* yang diperoleh dari dokumen). Langkah terakhir kita bandingkan D1 dan D2, keduanya harus sama. Jika keduanya sama, berarti:<sup>106</sup>

- 1) Dokumen yang diterima terbukti otentik. Jika tanda tangan digital yang diterima bisa didekripsi dengan kunci publik pengirim, pasti sebelumnya telah dienkripsi menggunakan kunci privat pengirim dan kunci privat tersebut hanya dimiliki oleh si pengirim.
- 2) Dokumen yang diterima terbukti isinya tidak diubah di tengah jalan pada waktu dikirimkan. Jika dokumen tersebut diubah di tengah jalan, D1 dan D2 tidak akan sama. Salah satu fungsi dari tanda tangan digital adalah memungkinkan penerima informasi untuk menguji terlebih dahulu keaslian informasi yang didapat dan juga untuk meyakinkan bahwa data yang diterimanya itu dalam keadaan utuh.

#### Amplop digital

Amplop digital memiliki tujuan yang sama seperti amplop biasa, yaitu isi amplop hanya bisa dibaca oleh penerima yang sah. Secara digital, proses pengamplopan ini adalah: data yang mau dikirimkan dienkripsi menggunakan kunci simetris yang dibuat secara acak; kemudian kunci

<sup>106</sup> Ricardus Eko Indrajit, *Op.Cit*, Hal. 132

simetris ini juga dienkripsi menggunakan kunci publik si penerima. Data yang mau dikirimkan tersebut bisa dikatakan teramplop karena hanya bisa dibaca oleh si penerima, yang bisa membuka amplopnya hanya kunci privat si penerima dan ini hanya dimiliki oleh si penerima.

Data yang mau dikirimkan perlu dienkripsi dengan kunci simetris terlebih dahulu, tidak langsung dienkripsi dengan kunci publik si penerima, hal ini untuk menghemat waktu komputasi, waktu komputasi untuk enkripsi dengan kunci publik/privat jauh lebih lama daripada enkripsi dengan kunci simetris, apalagi jika ukuran datanya besar. Pada protokol SET, amplop digital berfungsi untuk menjamin kerahasiaan pesan.<sup>107</sup>

Sertifikat Digital

Dalam sebuah transaksi jual beli yang dilakukan melalui internet di mana kedua belah pihak tidak saling bertemu, harus ada suatu mekanisme tertentu yang menjamin identitas kedua pihak tersebut. Tidak ada pihak yang mau ditipu, bertransaksi dengan orang yang menyamar jadi orang lain atau dengan orang yang tidak memiliki sesuatu yang dapat ditransaksikan, namun hanya berpura-pura.

Sertifikat digital adalah informasi mengenai identitas pemilik sertifikat yang ditandatangani secara digital oleh sebuah badan independen yang menjamin bahwa si pemilik sertifikat layak untuk ikut

---

<sup>107</sup> I. Arif. Priharsanta, 1999, *Implementasi Prototipe Proses Otorisasi Kartu Pembayaran Antara Merchant dan Payment Gateway Pada Protokol secure Elektronik Transaction*, Skripsi, Depok, Universitas Indonesia, Hal. 10-11.

dalam transaksi jual beli tersebut. Sertifikat digital dikeluarkan dan dikelola oleh pihak ketiga yang terpercaya seperti VeriSign, Mountain View, Thawte dan sebagainya. Badan independen ini selanjutnya kita sebut *Certification Authority* (CA). Termasuk dalam informasi yang terdapat dalam sertifikat digital adalah kunci publik, sehingga sertifikat digital ini juga merupakan mekanisme pertukaran kunci publik.<sup>108</sup>

Untuk mengatasi masalah keamanan pendistribusian kunci publik, maka kunci publik itu ‘direkatkan’ pada sertifikat digital. Sertifikat digital selain berisi kunci publik juga berisi informasi lengkap mengenai jati diri pemilik kunci tersebut, sebagaimana layaknya KTP, seperti nomor seri, nama pemilik, kode negara/perusahaan, masa berlaku dan sebagainya. Dengan menggunakan kunci publik dari sertifikat digital, pemeriksa tanda tangan dapat merasa yakin bahwa kunci publik itu memang berkorelasi dengan seseorang yang namanya tercantum dalam sertifikat digital itu.<sup>109</sup>

CA tidak hanya menerbitkan sertifikat saja, namun juga memeriksa apakah suatu sertifikat digital masih berlaku atau tidak. CA selain memiliki daftar sertifikat digital yang telah diterbitkannya, juga memiliki apa yang disebut dengan daftar sertifikat yang dibatalkan (*certificate revocation list*). Daftar sertifikat terbatalan (DSB) itu berisi sertifikat-sertifikat apa saja yang sudah tidak berlaku lagi karena tercuri,

---

<sup>108</sup> David Kosiur, *Op.Cit*, Hal. 75-76

<sup>109</sup> Arianto Mukti Wibowo, *Tanda Tangan Digital dan Sertifikat Digital : Apa itu?*, <http://www.geocities.com/wibowo/resource/sertifik/html> accessed Juni 16,2007

hilang atau ada perubahan identitas (misalnya perubahan alamat surat elektronik dan alamat rumah). Setiap kali ada pihak yang ingin memeriksa sertifikat digital, ia dapat menghubungi otoritas sertifikat secara *online* untuk memastikan bahwa sertifikat yang diterimanya masih berlaku. Jika semakin banyak sertifikat yang dibatalkan, tentu otoritas sertifikat akan terbebani dan akan memperlambat proses pemeriksaan sertifikat digital yang ingin diuji keabsahannya. Oleh karena itu, dalam sertifikat digital terdapat tanggal kadaluarsa. Sertifikat digital yang sudah melampaui tanggal kadaluarsa akan dihapus dari dalam DSB, karena tidak ada pihak manapun yang akan mau memeriksa sertifikat digital yang sudah kadaluarsa.<sup>110</sup>

Pada CA, terdapat hirarki kedudukan di antara mereka. Sebuah CA dapat memiliki sertifikat yang ditandatangani oleh CA di tingkat atasnya, demikian pula CA di tingkat atasnya tersebut dapat memiliki sertifikat yang ditandatangani oleh CA di tingkat lebih atasnya lagi, begitu seterusnya sampai *Root CA*. Sertifikat milik *Root CA* ditandatangani oleh dirinya sendiri. Karena tingkatan sertifikat itu identik dengan tingkatan kunci publik, maka *Root CA* sering disebut *Root Key*.<sup>111</sup>

Untuk melihat apakah sebuah *website* yang menyediakan transaksi *online* belum atau telah memiliki sertifikat digital dapat dilihat dengan:

- 2) Jika menggunakan *browser* Internet Explorer, klik *File* lalu klik *Properties*. Kemudian klik pada dialog box *Certificates*. Nanti

---

<sup>110</sup> David Kosiur, *Op.Cit*, Hal. 77

<sup>111</sup> Rieyke Ustadiyanto, *Op.Cit*, Hal. 99

akan muncul sertifikat digital apabila ia memilikinya.

- 3) Jika menggunakan *browser Netscape*, klik tanda **Security** pada *Standard Buttons*, kemudian pada dialog, *box* pilih *Certificates*.

SSI (*Secure Sockets Layer*)

Seperti telah diketahui, *E-Commerce* banyak menggunakan teknologi internet. Dan salah satu standar yang digunakan dan umum dipakai adalah standar TCP/IP dengan menggunakan socket. HTTP (*HyperText Transfer Protocol*) merupakan aplikasi level protokol yang tidak aman (*unsecure application level protocol*), yang terletak di atas TCP/IP. Karena itu, perlu ditambahkan transport protokol di atas TCP/IP tersebut untuk menyediakan pelayanan komunikasi yang aman, handal, dan sah melalui pemanfaatan teknologi kriptografi dan *Netscape Communication Corporation* mengusulkan sistem pengamanan dengan menggunakan SSL.<sup>112</sup>

Kegunaan secara umum SSL adalah untuk mengamankan komunikasi *web* HTTP antara *browser* dengan *web server*. HTTP yang telah aman ini disebut juga HTTPS (HTTP over SSL).<sup>74</sup> Pada website yang telah menjalankan SSL, alamat pada browser tidak menampilkan <http://...>, melainkan <https://...> dan terlihat tanda “gembok” pada pojok kanan bawah.

SSL adalah suatu protokol komunikasi pada internet yang menyediakan fasilitas keamanan seperti kerahasiaan, keutuhan dan keabsahan. Protokol ini bebas dipergunakan siapa saja, bahkan didukung oleh dua

---

<sup>112</sup> <http://www.openssl.org>. accessed Juni 16., 2007

browserutama, yaitu Netscape Navigator dan Microsoft Internet Explorer. SSL juga tidak menghususkan diri untuk hanya mendukung protokol tertentu - seperti HTTP misalnya, karenanya SSL menggunakan *port* 443 untuk berhubungan dengan pelayan internet yang juga memiliki fasilitas SSL. Lapisan aplikasi di atasnya dapat memanfaatkan kunci yang telah dinegosiasikan oleh SSL. SSL dirancang agar fasilitas keamanan pada aplikasi yang memanfaatkan SSL tidak merepotkan pemakainya.

Dengan memanfaatkan SSL, aplikasi internet dapat melakukan komunikasi yang aman melalui fasilitas yang disediakan oleh SSL:<sup>113</sup>

- 1) Kerahasiaan pesan, sehingga tidak bisa dibaca oleh pihak yang tidak diinginkan;
- 2) Keutuhan pesan, sehingga tidak bisa diubah-ubah di tengah jalan;
- 3) Keabsahan, sehingga meyakinkan pihak-pihak yang berkomunikasi mengenai keabsahan pesan dan keabsahan jati diri lawan bicaranya.

Dengan menggunakan SSL 128 bit RC4 untuk menembus keamanan ini dibutuhkan triliyun milyar tahun dengan 120 komputer jalan paralel. Besar kecilnya kemungkinan untuk membobol informasi yang dikriptasi menggunakan RC4 yang dipakai di SSL tergantung pada jumlah bit yang digunakan.

Pada dasarnya, yang dilakukan oleh protokol SSL ini adalah membuat sebuah pipa antara *browser* dengan *website merchant*, sehingga *attacker*

---

<sup>113</sup> <http://www.geocities.com/amwibowo/resource/komparasi/bab4.html> accessed Juni, 2007

(penyerang) tidak dapat menyadap informasi apapun yang mengalir pada pipa tersebut.

SSL bukan tanpa kelemahan, sebuah *website merchant* dengan fasilitas SSL, jika tidak menggunakan sertifikat digital, masih rentan terhadap *web-spoofing*, artinya penyerang masih bisa menyadap bahkan mengubah-ubah informasi pada pipa tersebut. Hal ini dilakukan penyerang dengan cara mempertukarkan kunci publik pengirim dengan kunci publik penyerang, serta menukarkan pula kunci penerima dengan kunci publik penyerang. Penyerang akhirnya berkuasa penuh pada saluran SSL tersebut, sehingga informasi bisa tercuri.

Guna meningkatkan pengamanan, maka pihak-pihak yang menggunakan SSL (atau salah satu, biasanya *website merchant*) membungkus kunci publik mereka ke dalam sertifikat digital. Protokol SSL selain menggunakan kunci publik, juga menggunakan kunci simetris untuk membungkus data sesungguhnya. Cara ini jauh lebih aman, karena *man-in-the-middle-attack* tidak bisa dilakukan lagi, sebab setting pada *browser* memeriksa secara otomatis sertifikat digital dari *website merchant*.<sup>114</sup>

SET (*Secure Electronic Transaction*)

*Merchant* pada sistem pembayaran online, tetap mendapatkan seluruh informasi kartu kredit pemegang kartu. Kalau pemegang kartu sering

---

<sup>114</sup> Riyek Ustadiyanto, *Op.Cit*, Hal. 317-318

menggunakan kartu kreditnya di internet, rasanya tidak aman kalau membiarkan informasi kartu kredit miliknya diketahui semua *merchant* yang pernah didatanginya. Oleh karena itu, dua raksasa kartu kredit dunia, Visa dan MasterCard, bekerja sama membuat suatu standar pembayaran pada saluran internet, yang diberi nama *Secure Electronic Transaction* (SET). Kini, sebagian besar penyedia jasa pelayanan pembayaran di internet telah setuju untuk mengikuti standar SET. Menurut spesifikasi SET, ada beberapa kebutuhan bisnis yang perlu ditangani:<sup>115</sup>

- 1) Keamanan pengiriman informasi pemesanan dan pembayaran;
- 2) Integritas data dalam setiap transaksi;
- 3) Otentikasi bahwa seorang konsumen adalah seorang pemegang kartu (*cardholder*) yang valid pada suatu perusahaan penyelenggara pembayaran tertentu (misalnya: Visa atau MasterCard); Otentikasi bahwa seorang pedagang memang benar-benar bisa menerima jenis pembayaran tersebut;
- 4) Menyediakan suatu sistem pembayaran yang tidak terikat kepada suatu protokol perangkat keras atau perangkat lunak tertentu, dengan kata lain dapat bekerja dengan berbagai macam perangkat lunak dan berbagai penyedia jasa;

Dalam skema SET, pihak-pihak yang terlibat adalah:<sup>116</sup>

- 1) *Cardholder*, yaitu konsumen yang menggunakan kartu pembayaran resmi yang dijamin oleh suatu issuer untuk transaksi jual beli di internet;

---

<sup>115</sup> <http://www.setco.org> accessed Juni, 2007

<sup>116</sup> Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Op. Cit*, Hal 101-102

- 2) *Issuer*, yaitu institusi keuangan/bank yang mengeluarkan kartu pembayaran bagi cardholder dan melakukan otorisasi terhadap kartu tersebut ketika digunakan untuk berbelanja di internet;
- 3) *Merchant*, yaitu pedagang yang menjual dagangannya melalui internet dan dijamin oleh suatu acquirer dalam melakukan transaksi pembayarannya lewat internet;
- 4) *Acquirer*, yaitu institusi keuangan/bank yang menjamin *merchant* untuk berdagang dan melakukan otorisasi terhadap pembayaran dalam setiap transaksi dagang di internet;
- 5) *Payment Gateway*, yaitu suatu alat yang biasanya dioperasikan oleh *acquirer* (bisa juga oleh pihak ketiga lain) yang berfungsi untuk memproses instruksi pembayaran, menghubungkan antara *acquirer* dan *issuer*,
- 6) *Certification Authority*, yaitu komponen infrastruktur yang menandai *public key* milik *cardholder*, *merchant*, dan atau *acquire* maupun *payment gateway* mereka; *Brand*, yaitu institusi di atas *issuer* dan *acquirer*, merupakan pemilik merk dari produk sistem pembayaran yang digunakan oleh *issuer* dan *acquirer*.

Pada skenario SET, pihak-pihak yang bertransaksi via internet menggunakan sertifikat digital yang dibuat oleh *Certification Authority* (CA). Masing-masing akan memberikan informasi jati dirinya kepada CA yang akan memeriksa keasliannya, sebelum menyerahkan sertifikat digital. Sebagai Contoh, CA akan mengecek ke *issuer*, apakah nama, nomor kartu kredit, *expiry date*, dan alamat pemegang kartu yang memohon dibuatkan

sertifikat digital itu sah (*authentic*). CA kemudian membuat sertifikat digital berisi informasi jati diri dan kunci publik pemegang kartu, berikut informasi kartu kredit yang “disembunyikan”. Dengan memiliki sertifikat digital, seolah-olah mereka memiliki KTP digital yang tidak bisa disalahgunakan.

Saat pemegang kartu kredit akan membayar belanjanya di *website merchant*, pemegang kartu akan memasukkan “surat perintah pembayaran” dan informasi kartu kreditnya ke dalam sebuah amplop digital yang hanya bisa dibuka oleh *payment gateway*. Amplop tersebut beserta “surat pemesanan barang” dikirim ke *merchant*. *Merchant* akan memproses “surat pemesanan barang” serta mengirimkan amplop digital tersebut kepada *payment gateway* yang akan melakukan otorisasi. *Payment gateway* kemudian membuka amplop tersebut, melakukan otorisasi dan jika disetujui akan mengirimkan kode otorisasi kepada *merchant*. *Merchant* kemudian akan mengirimkan barangnya kepada pemegang kartu. Pada akhir hari, *merchant* akan melakukan proses *capture* melalui *acquirer*.

Seluruh pihak yang melakukan pertukaran informasi *via* internet melakukan pengamanan transaksi dengan menggunakan teknologi kriptografi kunci publik, kunci simetris, dan fungsi *hash*. Hampir semua pesan yang dipertukarkan juga menggunakan tanda tangan digital.

Penggunaan teknologi kriptografi yang sangat ekstensif ini menyebabkan transaksi SET sangat aman.<sup>117</sup>

Banyak developer yang sudah menyatakan dukungannya terhadap SET bagi produk-produk penunjang sistem perdagangan internet mereka, seperti *Microsoft, IBM, Netscape, SAIC, GTE, Open Market, CyberCash, Terisa Systems dan VeriSign*. Bahkan kini perusahaan penyelenggara *charge card* seperti *American Express*, akhirnya menyatakan dukungannya untuk SET.<sup>118</sup>

#### **A. Metode pembayaran dalam E-Commerce sebagai bentuk perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi E-Commerce**

Pada saat ini banyak metode yang dapat dipakai untuk pembayaran transaksi *E-Commerce*. dengan adanya *E-Commerce* ini, dibutuhkan suatu metode pembayaran yang efektif, cepat dan terpercaya. Dalam transaksi secara konvensional pembayaran dapat dilakukan menggunakan uang tunai, cek, kartu kredit maupun kartu debit. Sedangkan dalam transaksi *E-Commerce* pembayaran dilakukan secara sedikit berbeda, biasanya dalam transaksi ini pembayaran lazimnya dilakukan secara elektronik. Dibawah ini akan dijelaskan lebih lanjut mengenai metode pembayaran dalam transaksi *E-Commerce*.

- a. Pembayaran dengan kartu kredit/kartu debit
- b. Dalam dunia kartu kredit/kartu debit ada beberapa pihak yang berperan dalam

<sup>117</sup> Riyeke Ustadiyanto, *Op.Cit*, Hal.317-318

<sup>118</sup> Iman Budi Setiawan, 1999, *Smartwallet-Java Wallet Berbasisi Smartcard Dan ProtokolSet*, Skripsi, Depok, Universitas Indonesia, Hal.14.<http://www.geocities.com/amwibowo/resource.html> accessed Juni 16,2007

transaksi *E-Commerce*. pemegang kartu kredit/kartu debit disebut dengan istilah *cardholder*. Kartu kredit/kartu debit diterbitkan oleh sebuah bank, yang biasa disebut issuer. Bank – bank tersebut melakukan license merek kartu kredit/kartu debit dari institusi kartu kredit/kartu debit seperti Visa, MasterCard atau Maestro. Selanjutnya pedagang (*merchant*) yang dapat menerima kartu kredit/kartu debit juga memiliki hubungan dengan sebuah bank, yang dikenal dengan istilah *acquirer*. Pada *acquirer* inilah *merchant* memiliki *account* yang akan “menampung” uang dari *cardholder*.

Ada beberapa langkah yang dilakukan saat melakukan sebuah transaksi *E-Commerce* dengan menggunakan kartu kredit:

- 1) Konsumen memilih barang yang akan dibeli pada *website merchant*;
- 2) Setelah harga ditotal, kemudian konsumen memasukkan informasi kartu kredit/kartu debatnya pada form slip pembayaran yang telah disediakan *website merchant*;
- 3) Informasi tersebut selanjutnya dikirim ke *web server merchant* bersama informasi pembelian lainnya;
- 4) Melalui sebuah sistem *gateway*, *merchant* akan melakukan proses otorisasi;
- 5) *Merchant* melakukan otorisasi ke *acquirer* untuk selanjutnya diteruskan ke issuer melalui jaringan kartu kredit/kartu debit;
- 6) Setelah memeriksa *validitas* informasi kartu kredit/kartu debit, issuer akan mengirimkan hasil kepada consumer melalui *website merchant*;
- 7) Jika otorisasi berhasil, *merchant* mengesahkan transaksi tersebut dan mengirimkan barang yang dibeli ke alamat yang telah disepakati.

Berbagai cara biasanya dilakukan oleh *merchant* maupun bank untuk membuktikan kepada konsumen bahwa proses pembayaran telah dilakukan dengan baik, seperti:

- 1) Pemberitahuan melalui *e-mail* mengenai status transaksi jual beli produk atau jasa yang telah dilakukan.
- 2) Pengiriman dokumen elektronik melalui *e-mail* atau situs terkait yang berisi “berita acara” jual beli dan kuitansi pembelian yang merinci detail mengenai metode pembayaran yang telah dilakukan.
- 3) Pengiriman kuitansi pembayaran melalui kurir ke alamat atau lokasi konsumen.
- 4) Pencatatan transaksi pembayaran oleh bank atau lembaga keuangan yang laporannya akan diberikan secara periodik pada akhir bulan.<sup>119</sup>

Proses pembayaran tersebut dijamin dalam suatu sistem yang telah dibuat untuk mengamankan proses yang dilakukan melalui internet, seperti sistem keamanan *enkripsi*, SSL dan SET.

a. Pembayaran dengan *e-Check*

*E-Check* atau *electronic check* merupakan salah satu metode pembayaran dalam transaksi *E-Commerce*, dimana seorang konsumen akan membayara atas barang dagangan yang dibelinya dengan menulis suatu cek elektronik yang ditransmisikan secara elektronik melalui e-mail, fax atau telepon.<sup>120</sup> Cek tersebut berisi semua informasi yang diperoleh

<sup>119</sup> Richardus Eko Indrajit, *Op.Cit*, Hal. 82

<sup>120</sup> Tim Litbang Wahana Komputer, *Op.Cit*, Hal. 72

berdasarkan apa yang tertera seperti pada cek yang sesungguhnya, hanya saja sistem *e-check* menggunakan *digital signature* (tanda tangan digital) dan *digital certificate* (sertifikat digital).<sup>121</sup>

Dalam pembayaran dengan *e-Check*, pertama tama konsumen membuka account bank di internet untuk pertama kali. Kemudian konsumen mengeluarkan *e-check* miliknya untuk membayar. Penerima *e-check* ini mengirimkan cek tersebut ke bank untuk konfirmasi bahwa transaksi tersebut benar-benar *valid*, akhirnya bank memindahkan uang dari rekening pengirim ke rekening penerima cek sesuai dengan nilai yang tercantum.

*E-Check* merupakan instrumen pembayaran yang cukup aman. *E-Check* dirancang dengan memanfaatkan teknik yang disebut sebagai *state of the art technique*, yaitu :<sup>122</sup>

- 1) Autentikasi (*authentication*).
- 2) Kriptografi kunci publik (*public key cryptography*)
- 3) Tanda tangan digital (*digital signature*)
- 4) Hal sertifikasi (*certificate authorities*)
- 5) Deteksi terhadap penggandaan (*duplicate detection*)
- 6) Pengacakan (*encryption*)

b. Pembayaran dengan *Digital Cash*

Di dunia maya, seseorang seringkali ingin belanja secara cepat dan tidak bertele-tele terutama dalam hal melakukan transaksi pembayaran. Terlebih-lebih jika barang yang dibeli melalui internet tergolong berharga murah. Menggunakan kartu kredit jelas akan membuang-

---

<sup>121</sup> David Kosiur, *Op.Cit*, Hal. 49

<sup>122</sup> Onno W. Purbo dan Ang Arif Wahyudi, *Op.Cit*, Hal. 129

buang waktu karena disamping harus mengisi sebuah formulir, proses otorisasi terkadang memakan waktu yang cukup lama, tidak sebanding dengan nilai yang dilakukan. Bagi praktisi bisnis yang ingin mempermudah konsumennya dalam membelanjakan uang untuk produk-produk ritel berharga murah dengan sistem *E-Commerce*, ditawarkan sebuah metode pembayaran yang tergolong cepat dan aman, yaitu dengan menggunakan uang digital (*digital cash*).

*Digital cash* memiliki karakteristik utama, yaitu *transnationality of digital cash*, dimana digital cash memiliki kemampuan mengalir secara bebas melewati batas hukum negara lain. Karakteristik inilah yang menjadi sumber kelebihan dan kekurangan digital cash. Di satu sisi, *digital cash* menjadi transaksi menjadi lebih efisien, tidak berbelit-belit, di sisi lain hal ini dapat menimbulkan pertentangan antara prinsip kebebasan *cyberspace* dengan hukum suatu negara.<sup>123</sup>

Dalam sistem *digital cash*, uang dapat direpresentasikan dalam susunan bit atau karakter (*string*) dalam beberapa digit.<sup>124</sup> Seperti layaknya penggunaan kupon dalam sebuah bazar, seorang nasabah bank dapat meminta beberapa kupon (disebut juga *token*) kepada bank tempatnya menabung dalam pecahan yang diinginkan. Melalui *e-mail*, bank akan memberikan nomor seri beberapa *token* tersebut kepada nasabahnya sesuai dengan permintaan. Bank selanjutnya akan mendebet sejumlah uang yang ditransfer pada rekening nasabah yang bersangkutan. *Token* inilah yang akan dipergunakan oleh nasabah untuk berbelanja di internet. Cukup dengan memberikan nomor seri dari *token (digital cash)* yang ada kepada toko di dunia maya, yang kemudian akan diverifikasi dengan bank yang

---

<sup>123</sup> Onno W. Purbo dan Ang Arif Wahyudi, *Op.Cit*, Hal. 129

<sup>124</sup> David Kosiur, *Op.Cit*, Hal. 52

bersangkutan, transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dapat dengan mudah dan cepat dilakukan di internet.<sup>125</sup>

Variasi terhadap implementasi sistem uang digital ini telah dikembangkan oleh beberapa institusi keuangan, misalnya pembelian token melalui transfer antar rekening antar bank sehingga calon konsumen tidak harus memiliki rekening di bank yang bersangkutan. *Token* tersebut juga dapat dibelanjakan di toko – toko virtual mana saja yang ada di internet yang menerima *digital cash* atau variasi lainnya adalah membeli *token* dengan menggunakan kartu kredit di sebuah lembaga keuangan tertentu. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan berhubungan dengan pembayaran melalui internet, yaitu :<sup>126</sup>

- 1) *Security*: Data atau informasi yang berhubungan dengan hal – hal sensitif semacam nomor kartu kredit dan *password* tidak boleh sampai “dicuri” oleh yang tidak berhak karena dapat disalahgunakan dikemudian hari;
- 2) *Confidentiality*: Perusahaan harus dapat menjamin bahwa tidak ada pihak lain yang mengetahui terjadinya transaksi, kecuali pihak – pihak yang memang secara hukum harus mengetahuinya (misalnya Bank).
- 3) *Integrity*: Sistem harus dapat menjamin adanya keabsahan dalam proses jual beli, yaitu harga yang tercantum dan dibayarkan hanya berlaku untuk jenis produk atau jasa yang telah dibeli dan disetujui bersama;
- 4) *Authentication*: proses pengecekan kebenaran. Di sini pembeli maupun penjual merupakan mereka yang benar – benar berhak melakukan

---

<sup>125</sup> Richardus Eko Indrajit, *Op.Cit* Hal. 82

<sup>126</sup> *Ibid*, Hal. 83

- transaksi seperti yang dinyatakan oleh masing – masing pihak;
- 5) *Authorization*: Mekanisme untuk melakukan pengecekan terhadap keabsahan dan kemampuan seorang konsumen untuk melakukan pembelian (adanya dana yang diperlukan untuk melakukan jual beli;
  - 6) *Assurance*: Kondisi ini memperlihatkan kepada konsumen agar merasa yakin bahwa merchant yang ada benar – benar berkompeten untuk melakukan transaksi jual beli melalui internet (tidak melanggar hukum, memiliki sistem yang aman).

### C. PERLINDUNGN KONSUMEN DALAM PRESPEKTIF ISLAM

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Namun, pelaku usaha adalah setiap orang 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, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Perjanjian jual beli melalui internet pada dasarnya tidak berbeda dengan perdagangan atau jual beli yang dilakukan menurut hukum perdata. Dalam ajaran Islam jual beli dasar hukumnya boleh atau mubah selama perbuatan tersebut tidak dilarang oleh al-Quran dan Sunnah.<sup>2</sup> Transaksi jual beli *online* juga harus berasaskan sukarela antara kedua belah pihak yaitu tanpa adanya unsur paksaan dan dinyatakan sah secara hukum.

Menurut hukum Islam, pelaksanaan transaksi jual beli *online* sama dengan transaksi *bai' al-salam* dalam hal pembayaran dan penyerahan barang. Maka untuk mengetahui apakah transaksi jual beli *online* sejalan dengan prinsip-prinsip hukum Islam dapat ditinjau kembali melalui rukun dan syarat-syarat sah *bai' al-salam*. Pelaksanaan *bai' al-salam* dalam Islam yang terjadi biasanya antara pelaku transaksi jual beli saling bertemu, penyerahan uang dimuka, dan penyerahan barang ditangguhkan pada masa tertentu. Namun, pada jual beli *online* pelaku transaksi jual beli tidak

saling bertemu dan penyerahan barang dilakukan melalui jasa pengiriman barang seperti via JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) dan Pos.<sup>127</sup>

Selain dalam hukum Islam, undang-undang juga mengatur tentang transaksi elektronik ini. Menurut UU No. 11 tahun 2008 yang dimaksud dengan transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/ atau media elektronik lainnya. Transaksi jual beli *online* juga termasuk kepada salah satu transaksi elektronik, karena transaksi ini dilakukan dengan menggunakan jaringan komputer.

Pelaku usaha dapat memperoleh keuntungan atau laba dari transaksi bisnis yang dilakukan dengan konsumen. Akan tetapi, konsumen memperoleh kepuasan terhadap barang atau jasa yang diperoleh dari pelaku usaha. Namun, dalam praktik sehari-hari konsumen menjadi korban kecurangan dari pelaku usaha yang tidak jujur dan hanya mementingkan keuntungan semata.

Pada transaksi jual beli *online* masih banyak terjadi penipuan dan kelalaian baik dari konsumen maupun pelaku usaha itu sendiri. Beberapa bentuk kecurangan yang terjadi banyak merugikan konsumen. Kecurangan yang terjadi diantaranya tidak terpenuhi syarat-syarat sah jual beli, seperti barang yang diterima konsumen cacat, barang tidak sesuai dengan kualitas dan kuantitas yang disebutkan, barang yang dipesan tidak dikirim dan penipuan. Terkait dengan masalah ini, konsumen tidak dapat mengembalikan barang yang rusak atau cacat setelah diterima sehingga sangat merugikan konsumen, padahal dalam hukum Islam dikenal adanya hak *khiyar*.

Jual beli *online* yang dilakukan di Indonesia masih banyak terjadinya penipuan dan pelanggaran hak-hak konsumen yang seharusnya dilindungi oleh negara. Hal ini berbeda dengan jual beli *online* yang terjadi di luar negeri. Di luar negeri jual beli *online* sudah sangat berkembang dan konsumen sangat dilindungi oleh negara. Apabila ada perusahaan bisnis *online* yang terdapat

---

<sup>127</sup> Nurmasiyithah Ziauddin, Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Pada Transaksi Jual Beli *Online*, *PETITA: Jurnal Kajian Ilmu Hukum dan Syariah* Volume 2, Number 1, 2017, pp.75-89.

penipuan, maka pemerintah akan langsung memblacklist perusahaan tersebut. Penipuan yang dialami oleh konsumen misalnya, konsumen memesan barang pada salah satu *online-shop* yang belum ia kenal melalui BBM (*Blackberry Messenger*). Setelah sepakat ingin membeli barang, lalu konsumen mengirimkan sejumlah uang ke rekening pelaku usaha sesuai dengan kesepakatan. Pada perjanjian awal, barang akan dikirim sehari setelah uang ditransfer ke rekening pelaku usaha. Namun, setelah tiga hari bahkan seminggu barang pesanan konsumen tidak kunjung sampai tujuan. Konsumen tersebut mencoba menghubungi kembali pihak yang bersangkutan namun tidak ada kontak yang dapat dihubungi.

Dengan demikian larangan jual beli *gharar*, penipuan dan bentuk jual beli lainnya yang batal seperti jual beli barang yang cacat merupakan bentuk perlindungan konsumen dalam hukum Islam. Kemudian hak *khiyar* yang diatur dalam hukum Islam juga dapat melindungi konsumen pada jual beli *online*. Hak *khiyar* yang dapat diterapkan pada jual beli *online* ialah *khiyar syarath* dan *khiyar aib*.



### BAB III

## REGULASI PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK BARANG MELALUI SHOP ONLINE BELUM BERBASIS NILAI KEADILAN

### A. Regulasi Perlindungan Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online

Hukum di Indonesia belum memiliki pengaturan yang jelas mengenai transaksi *E-Commerce*, maka dari itu penulis merujuk pada pengaturan perjanjian jual beli secara konvensional yang ada dalam KUH Perdata untuk mengkaji transaksi *E-Commerce*.

Menurut Mieke Komar Kantaatmadja perjanjian jual beli yang dilakukan melalui media elektronik internet tidak lain adalah merupakan perluasan dari konsep perjanjian jual beli yang ada dalam KUH Perdata. Perjanjian jual beli melalui internet ini memiliki dasar hukum perdagangan konvensional atau jual beli dalam hukum perdata. Perbedaannya adalah bahwa perjanjian melalui internet ini bersifat khusus karena terdapat unsur peranan yang sangat dominan dari media dan alat – alat elektronik.<sup>128</sup>

Menurut Subekti Jual beli adalah suatu perjanjian bertimbang balik dalam mana pihak yang satu (si penjual) berjanji untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang,

---

<sup>128</sup> Mieke Komar Kantaatmadja, 2001, *Cyberlaw: Suatu Pengantar, cet.1*, ELIPS, Bandung, Hal.15

sedang pihak yang lainnya berjanji untuk membayar harga yang terdiri atas sejumlah uang sebagai imbalan dari perolehan hak milik tersebut.<sup>129</sup>

Jual beli menurut H.F.A. Vollmar “Bahwa pihak yang satu, PENJUAL mengikat diri kepada pihak lainnya, PEMBELI untuk memindah tangankan suatu benda dalam eigendom dengan memperoleh pembayaran dari orang yang disebut terakhir sejumlah tertentu berwujud uang”.<sup>130</sup>

Menurut Pasal 1457 KUH Perdata Jual-beli adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan.

Unsur – unsur pokok (*essentialia*) perjanjian jual beli adalah barang dan harga.<sup>131</sup> Sesuai dengan asas Konsensualisme yang menjiwai perjanjian dalam KUH Perdata, perjanjian jual beli itu sudah dilahirkan pada detik tercapainya “sepakat” mengenai barang dan harga. Begitu kedua belah pihak setuju dengan barang dan harga, maka lahirlah perjanjian jual beli yang sah.

Sifat konsensual dari jual beli menurut Pasal 1458 berbunyi “Jual beli dianggap sudah terjadi antara kedua belah pihak seketika setelah mereka mencapai sepakat tentang barang dan harga, meskipun barang itu belum diserahkan maupun harganya belum dibayar”.

---

<sup>129</sup> R.Subekti,1995,*Aneka Perjanjian*, PT.Citra Aditya Bakti, Bandung, Hal.1

<sup>130</sup> HAL.F.A. Vollmar,*Pengantar Studi Hukum Perdata* (Inciding tot de studie van het Nederlands burgerlijk recht), diterjemahkan oleh I.S.Adiwimarta,1995, PT.Raja Garfindo Persada, Jakarta, Hal.272

<sup>131</sup> *Ibid*, Hal. 2

Jadi dapat disimpulkan bahwa dengan disebutkannya kata “sepakat” saja tanpa harus membuat suatu tulisan, akta dan lain sebagainya, maka suatu perjanjian telah lahir secara sah atau mengikat para pihak yang membuatnya dan berlaku sebagai Undang – undang bagi mereka yang membuatnya.

Di dalam perjanjian jual beli terdapat kewajiban penjual dan pembeli, adapun dalam Pasal 1474 KUH Perdata penjual memiliki tiga kewajiban pokok, yaitu :

1. Memelihara dan merawat kebendaan yang akan diserahkan kepada pembeli hingga saat penyerahannya;
2. Menyerahkan kebendaan yang dijual pada saat yang telah ditentukan atau jika telah ditentukan saatnya atas permintaan pembeli;
3. Menanggung kebendaan yang dijual itu

Sedangkan kewajiban pembeli menurut Pasal 1513 KUH Perdata berbunyi “Kewajiban utama pembeli adalah membayar harga pembelian pada waktu dan di tempat yang ditetapkan dalam persetujuan”.

Pengaturan hukum mengenai dokumen – dokumen transaksi *E-Commerce* yang dilakukan oleh penjual dan pembeli mengacu pada Undang – undang Dokumen Perusahaan No 8 Tahun 1997 dimana disebutkan dalam Pasal 1 point (2) “Dokumen Perusahaan adalah data, catatan dan atau keterangan yang dibuat dan atau diterima oleh perusahaan dalam rangka pelaksanaan kegiatannya baik tertulis diatas kertas atau sarana lain maupun terekam dalam bentuk corak apapun yang dapat dilihat, dibaca atau didengar”.

Berdasarkan Undang – undang Dokumen Perusahaan tersebut pada pokoknya dibedakan menjadi 2 jwnis dokumen, sebagaimana tercantum dalam Pasal 2 UUDP yang menyatakan bahwa dokumen perusahaan terdiri dari :

- 1) Dokumen keuangan, terdiri dari : catatan, bukti pembukuan dan data pendukung administrasi keuangan yang merupakan buti adanya hak dan kewajiban serta kegiatan usaha suatu perusahaan.
- 2) Dokumen lainnya, terdiri dari data atau setiap tulisan yang berisi keterangan yang mempunyai nilai guna bagi perusahaan meskipun tidak terkait langsung dengan dokumen keuangan.

Selanjutnya dalam Pasal 9 UUDP dinyatakan bahwa catatan wajib dibuat sesuai kebutuhan perusahaan dan ditandatangani oleh pimpinan perusahaan atau pejabat yang ditunjuk di lingkungan perusahaan yang bersangkutan. Kemudian Pasal 10 UUDP dinyatakan ada 2 jenis fiksasi, yaitu :

- 1) Catatan yang wajib dibuat di atas kertas seperti; neraca tahunan, perhitungan laba rugi tahunan atau tulisan lain yang menggambarkan neraca laba rugi.
- 2) Catatan yang boleh dibuat di atas kertas atau sarana lainny, seperti rekening, jurnal transaksi harian atau setiap tulisan yang berisikan mengenai hak dan kewajiban serta hal-hal lain yang berkaitan dengan kegiatan usaha perusahaan.

Dalam Bab III Pasal 12 UUDP ini juga diatur mengenai pengalihan wujud dan bentuk media penyimpanan informasi berikut legalisasinya, yaitu dengan memperkenankan dokumen perusahaan tersebut dapat dialihkan ke dalam media mikrofilm atau media lainnya dan setia pengalihan bentuk tersebut wajib dilegalisasi

yang dilakukan oleh pimpinan perusahaan atau pejabat yang ditunjuk di lingkungan perusahaan yang bersangkutan.

Mengenai tata cara pengalihan dokumen perusahaan ke dalam mikrofilm atau media lainnya dan legalisasi diatur dalam Peraturan Pemerintah No 88 Tahun 1999. Sebagai alat bukti yang sah dalam Pasal 16 Peraturan Pemerintah ini menyatakan :

- 1) Dokumen yang dialihkan ke dalam mikrofilm atau media lainnya atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah.
- 2) Hasil cetak dokumen yang telah dialihkan ke dalam mikrofilm dapat dilegalisasi untuk keperluan proses pengadilan dan kepentingan hukum lainnya.

Jadi jika terjadi sengketa antara penjual (*merchant*) dan pembeli maka dokumen-dokumen transaksi *E-Commerce* yang tersimpan didalam *database* penjual (*merchant* maupun *print out* bukti transaksi yang dimiliki pembeli dapat dijadikan sebagai alat bukti di pengadilan maupun proses hukum lainnya.

## **B. Penerapan Regulasi Perlindungan Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online**

Setelah adanya *marketing online* fakta yang mengatakan bahwa gedung Grand Mall Cakung Jakarta Utara mengalami kebangkrutan. Bangunan lantai 1 s.d lantai 4 yang dahulu penuh setiap hari pengunjung berbelanja di kios-kios Grand Mall sekarang tampak berbeda. Kios-kios di Grand Mall terlihat sepi pengunjung. Dari lantai 2 s.d lantai 4 banyak kios yang sudah tutup hanya tersisa 1 atau 2 kios saja yang masih buka dan digunakan untuk gudang. Selain itu, pada lantai 1 disewakan untuk sorum mobil, jadi hanya ramai dan penuh dengan

mobil-mobil bekas saja yang ditawarkan pada pengunjung. ( berita TV ONE , 10 Desember 2019)

Melihat kenyataan bahwa banyak Mall-Mall di kota-kota besar mengalami kebangkrutan, hal ini disebabkan oleh perdagangan *online* yang semakin hari kian meroket dengan berbagai pemasaran dan kemudahan yang diberikan oleh toko-toko *online*. Misalnya: mall Sri Ratu, Giyanti, Carrefour sudah tutup mengalami kebangkrutan dan gulung tikar. Kondisi Mall lain seperti Carrefour, Hartono Mall, Grand Mall sangat sepi pengunjung .

**Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, namun undang-undang ini tidak secara khusus mengatur mengenai hak-hak konsumen dalam e-commerce. Dengan kata lain, konsumen sulit menggugat pelaku usaha e-commerce dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen karena pelaku usaha e-commerce sangat sulit dijangkau dan tidak detail alamatnya.**

Walaupun UUPK memiliki kelemahan yaitu hanya menjangkau pelaku usaha yang berkedudukan di Indonesia saja, namun kelemahan ini sudah ditutupi oleh UU ITE dan berbagai ketentuan internasional seperti UNCITRAL Model Law. Meskipun ketentuan yang dibuat PBB ini belum lengkap.

Berdasarkan hasil penelitian “ Opportunity of Indonesia” yang digagas oleh TEMASEK dan Google , menyatakan pada Tahun 2025 terdapat 92 juta pengguna internet di Indonesia. Dimana pada Tahun 2020 diprediksi jumlah pengguna internet indonesia meningkat menjadi 215 juta pengguna. Dari total pengguna internet tersebut pada 2015 terdapat 18 juta pembeli online di indonesia. Sehingga pada tahun 2025 mendatang 119 juta orang prediksi menjadi pembeli online di Indonesia. Hal ini tak heran merupakan peningkatan tersebut akan bergerak nilai pasar e commerce dalam hal ini online shp Indonesia. Kemudian Temasek dan Google

memprediksi nilai pasar online shop Indonesia akan mencapai \$81 miliar pada tahun 2025. (Zaenudin 2017) Berdasarkan data dari social Research dan monitoring sociab kadin Kemenkominfo accenture tahun 2015 dari jumlah pengguna internet di Indonesia menyatakan sebanyak 77 % menggunakan internet untuk mencari informasi produk dan belanja online.

Elizabeth Goldsmith dan Sue L.T. McGregor, mengungkapkan bahwa dampak perdagangan secara elektronik pada konsumen sedang diuji.<sup>132</sup> Sebenarnya bukan hanya berhubungan dengan konsumen, namun juga pelaku usaha (pengusaha) maupun pihak yang fasilitasi perdagangan elektronik atau penyelenggara sistem elektronik. Demikian pula yang terjadi di Indonesia. Perdagangan secara elektronik di Indonesia semakin menjamur, mulai dari yang dikelola secara sederhana sampai rumit. Dengan demikian lingkup persoalan yang potensial menimpa konsumen, pengusaha, pihak yang fasilitasi perdagangan secara elektronik juga semakin luas. Persoalan-persoalan itu tentu melampaui yang muncul dalam perdagangan secara konvensional sebagaimana dilakukan dalam dunia nyata (*real world*).

Terdapat berbagai situs yang menawarkan perdagangan barang secara elektronik. Situs tersebut dikembangkan di Indonesia dengan berbagai model penawaran barang dan syarat-syarat kontrak yang berbeda-beda yang secara normatif dimungkinkan oleh peraturan perundang-undangan, khususnya Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (selanjutnya disingkat KUHPerdata). Pasal 1320 KUHPerdata menentukan bahwa sahnya suatu perjanjian diperlukan 4 (empat) syarat, yaitu:

- (1) sepakat mereka yang mengikat dirinya;
- (2) cakap untuk membuat suatu perjanjian;

---

<sup>132</sup> Elizabeth Goldsmith and Sue L.T. McGregor, 2000, "E-Commerce: consumer protection issues and implication for research and education", dalam International Journal of Consumer Studies & Home Economics, Vol.24, Issue 2, Hal.124 (124-127), diunduh dari Wiley Online Library, [onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1046/j.1365-2737.2000.00150.x/full](http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1046/j.1365-2737.2000.00150.x/full)

- (3) mengenai suatu hal tertentu; dan
- (4) suatu sebab yang halal.

Dua syarat pertama disebut syarat subjektif karena berhubungan dengan orang (subjek) atau pihak yang mengadakan kontrak, adapun syarat ketiga dan keempat menandai sebagai syarat objektif karena berhubungan dengan objek dari hubungan hukum dan perbuatan hukum para pihak.

Dalam konteks tersebut, dapat terjadi secara teknis-elektronik suatu kontrak dianggap valid, namun secara substansial tidak mencerminkan keadilan karena terjadi perlindungan kepentingan yang lebih pada salah satu pihak dan kurang pada pihak lain. Hal ini berhubungan dengan 2 (dua) isu penting, yaitu keadilan dalam konteks validitas perjanjian elektronik, dan keadilan dalam konteks perlindungan konsumen. Meskipun dalam hukum Indonesia perjanjian untuk perdagangan secara elektronik tidak harus formal (tertulis dan dibuat dalam bentuk akta notariil atau dibuat oleh pejabat pembuat akta) untuk menandai validitasnya (kecuali pada kontrak-kontrak tertentu), namun informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang berupa kontrak itu dapat diakses, ditampilkan, dijamin keutuhannya, dan dapat dipertanggungjawabkan, sehingga menerangkan suatu keadaan. Permasalahannya terletak pada tidak dapat dipastikan bahwa para pihak, khususnya konsumen memahami isi atau maksud kontrak tersebut. Padahal secara substansial benar-benar dipahami atau tidak, dapat membawa pada validitas kontrak yang disepakatinya melalui model *clickwrap*. Kenyataannya secara elektronik, apapun keadaan pembeli atau konsumen dalam hubungan dengan isi kontrak, bentuk elektronik dari kontrak dan informasi mengenai syarat kontrak tersebut memperoleh pengakuan validitas (keabsahan)-nya, sebagaimana ditentukan dalam Pasal 5 dan 6 UU ITE. Diatur dalam *e-commerce* tentang informasi elektronik.

## Pasal 5

- (1) Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah.
- (2) Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan perluasan dari alat bukti yang sah sesuai dengan Hukum Acara yang berlaku di Indonesia.
- (3) Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dinyatakan sah apabila menggunakan Sistem Elektronik sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang ini.
- (4) Ketentuan mengenai Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak berlaku untuk:
  - a. surat yang menurut Undang-Undang harus dibuat dalam bentuk tertulis; dan
  - b. surat beserta dokumennya yang menurut Undang-Undang harus dibuat dalam bentuk akta notariil atau akta yang dibuat oleh pejabat pembuat akta.

## Pasal 6

Dalam hal terdapat ketentuan lain selain yang diatur dalam Pasal 5 ayat (4) yang mensyaratkan bahwa suatu informasi harus berbentuk tertulis atau asli, Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dianggap sah sepanjang informasi yang tercantum di dalamnya dapat diakses, ditampilkan, dijamin keutuhannya, dan dapat dipertanggungjawabkan sehingga menerangkan suatu keadaan.

Perkembangan teknologi informasi telah merubah kebiasaan masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli. Kebiasaan masyarakat yang sebelumnya melakukan transaksi

jual beli secara langsung atau dengan tatap muka, saat ini perlahan berubah menjadi sebuah gaya baru yaitu transaksi jual beli melalui internet atau transaksi *online*. Transaksi *online* merupakan cara baru dalam melakukan kegiatan jual beli dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi. Transaksi *online* berkembang di masyarakat sebagai dampak dari adanya perkembangan teknologi serta semakin meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia.<sup>133</sup>

Dewasa ini banyak pelaku usaha dan konsumen melakukan transaksi jual beli melalui *online*. Media yang digunakan oleh pelaku usaha dan konsumen dalam melakukan transaksi *online* antara lain: Tokopedia, Shopee, Lazada, OLX, BliBli, Traveloka, dll. Faktor yang mendorong pelaku usaha melakukan transaksi *online* karena melalui transaksi *online* pelaku usaha dapat menekan biaya pemasaran, distribusi dan lain-lain. Sehingga, pelaku usaha hanya memerlukan modal yang relative sedikit dalam menjalankan bisnisnya. Sedangkan faktor yang mendorong konsumen melakukan transaksi *online* karena melalui transaksi *online* konsumen mendapatkan manfaat serta kemudahan, seperti: dapat memilih beragam barang yang diinginkan. Selain itu, konsumen tidak perlu pergi ke toko untuk sekedar memilih dan membeli barang yang dibutuhkan. Apalagi jika toko tersebut berada jauh dari tempat tinggal konsumen, tentu hal ini sangat membantu konsumen karena dapat menghemat waktu sekaligus mempermudah konsumen. Melalui transaksi *online* cukup dengan berbelanja dengan mengunjungi situs-situs yang menawarkan barang kebutuhan, konsumen sudah dapat memilih dan membandingkan kualitas serta harga barang yang diinginkan antara toko satu dengan toko yang lainnya. Hal ini dirasa lebih praktis dan hemat dibandingkan dengan

---

<sup>133</sup> Rifan Adi Nugraha, *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Online*”, Jurnal Serambi Hukum, Vol. 08 No. 02, Agustus 2014-Januari 2015, Hal. 91

membeli secara langsung yang harus mengunjungi toko. Unsur-unsur yang termasuk dalam pengertian konsumen yaitu:

1. Setiap orang;
2. Pemakai;
3. Barang dan/atau Jasa;
4. Tersedia di masyarakat; dan
5. Tidak untuk diperdagangkan.

Bertransaksi atau berbelanja di pasar tradisional/konvensional, ketika terjadi seorang konsumen merasa dirugikan atas perbuatan pelaku usaha/penjual, maka konsumen dapat segera melakukan complain. Namun, ketika seorang konsumen bertransaksi melalui internet, ketika terjadi perbuatan curang oleh pelaku usaha/penjual, misalnya barang yang dikirimkan oleh pelaku usaha tidak sesuai dengan pesanan konsumen, barang yang dibeli oleh konsumen tidak dikirim, pengiriman barang yang terlambat, barang yang dikirim rusak/cacat, barang yang dikirim tidak sesuai warna, barang yang dikirimkan terlalu tipis atau tebal. Maka, biasanya sulit bagi konsumen untuk melakukan komplain kepada pelaku usaha. Hal ini disebabkan karena konsumen tidak mengetahui keberadaan pelaku usaha, atau pelaku usaha tidak mau menerima komplain setelah barang dikirimkan atau bahkan ada itikad tidak baik dari pelaku usaha yang mengatakan bahwa uang pembayaran belum diterima oleh pelaku usaha, dan berbagai masalah lainnya.<sup>134</sup>

Seperti kasus yang dialami oleh Prajna Satria, peristiwa ini bermula saat Prajna *browsing* di internet dan melihat iklan penjualan laptop merk Vaio yang dipasang pelaku usaha di situs jual beli *online*. Saat dihubungi, pelaku usaha meminta Prajna untuk mentransfer uang sebesar

---

<sup>134</sup> Dianne Eka Rusmawati, *Op. Cit.*, Hal. 194

Rp. 2.850.000,- (Dua juta Delapan ratus Lima puluh ribu rupiah). Pelaku usaha tersebut menjanjikan akan mengirim laptop setelah uang ditransfer, setelah ditransfer sesuai dengan kesepakatan namun barang yang menjadi obyek jual beli tidak dikirimkan oleh pelaku usaha dan pelaku usaha tidak dapat dihubungi kembali.<sup>135</sup>

Transaksi elektronik yang dipraktekkan dalam transaksi *online* melahirkan kekuatan daya tawar yang tidak sejajar antara pelaku usaha dan konsumen. Dapat dijelaskan dengan kenyataan bahwa pelaku usaha yang menjaul barang dan/atau jasanya secara *online* kerap mencantumkan kontak baku sehingga memunculkan daya tawar yang asimetris (*unequal bargaining power*). Lemahnya posisi konsumen seringkali dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dari konsumen. Faktor ketidaktahuan konsumen dikarenakan tidak jelasnya informasi terhadap barang/jasa yang dibelikan pelaku usaha, tidak pahamnya konsumen pada mekanisme transaksi. Oleh karena itu, dalam rangka menciptakan iklim berusaha yang sehat bagi konsumen dalam melakukan transaksi perdagangan melalui *e-commerce*, maka perlu diupayakan suatu bentuk pengaturan hukum yang baru sekaligus memadai yang mampu mengatur segala aktivitasnya.<sup>136</sup>

Ketika seorang konsumen mengonsumsi atau menggunakan suatu produk barang ataupun jasa, maka setiap konsumen pasti menginginkan adanya kepuasan terhadap produk tersebut. Sebagai contoh, konsumen menginginkan adanya informasi yang jelas atas produk yang akan dibeli, keyakinan bahwa produk yang dibeli tidak berbahaya bagi kesehatan dan aman bagi jiwanya, produk yang dibeli cocok dan sesuai dengan keinginannya, baik segi kualitas maupun harga, konsumen mengetahui cara penggunaannya, ada garansi produk yang dibelinya. Namun,

---

<sup>135</sup> <http://jogja.tribunnews.com/2014/12/14/prajna-kena-tipu-situs-jual-beli-online-duit-rp-28-juta-melayang/>, diakses pada tanggal 10 Desember 2020 pukul 21:35 WIB

<sup>136</sup> Elisatris Gultom, *Cyber Law: Suatu Pengatur Pelindungan Konsumen Dalam Transaksi Perdagangan Melalui Elektronik Commerce*, Elips, Bandung, Hal. 55

kenyataannya yang muncul seringkali konsumen tidak memperoleh apa yang diharapkannya sehingga konsumen merasa dirugikan.

Kerugian konsumen yang dialami karena belanja *online* memunculkan adanya urgensi yang harus dilakukan Pemerintah dalam hal melindungi hak konsumen dalam belanja *online*. Transaksi jual beli/belanja *online* menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dengan menggunakan pendekatan perlindungan konsumen menyatakan bahwa hak konsumen adalah sebagai berikut:

- a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi 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 yang dijanjikan;
- c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. hak untuk 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;
- i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangundangan lainnya.<sup>137</sup>

---

<sup>137</sup> Pasal 4, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Di sisi lain, kewajiban bagi pelaku usaha (dalam hal ini adalah penjual *online*)

adalah:

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.<sup>138</sup>

Terkait dengan persoalan adanya dugaan pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha, dalam Pasal 8 Ayat (1) huruf f Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen melarang pelaku usaha untuk memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut. Berdasarkan pasal tersebut, ketidaksesuaian spesifikasi barang yang Anda terima dengan barang tertera dalam iklan/foto penawaran barang merupakan bentuk pelanggaran/larangan bagi pelaku usaha dalam memperdagangkan barang.

---

<sup>138</sup> Pasal 7, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Apabila pelaku usaha melanggar larangan memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut, maka pelaku usaha dapat dipidana berdasarkan Pasal 62 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen yang berbunyi:

“Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2) dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2 miliar.”

Kontrak Elektronik dan Perlindungan Konsumen Menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE) Transaksi jual beli yang dilakukan secara *online*, berdasarkan UU ITE dan PP PSTE tetap diakui sebagai transaksi elektronik yang dapat dipertanggungjawabkan. Persetujuan pembeli 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) PP PSTE 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 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 demikian, pada transaksi elektronik yang Anda lakukan, Anda dapat menggunakan instrumen UU ITE dan/atau PP PSTE sebagai dasar hukum dalam menyelesaikan permasalahan Anda.

Terkait dengan perlindungan konsumen, Pasal 49 ayat (1) PP PSTE menegaskan bahwa Pelaku Usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk

yang ditawarkan. Lebih lanjut ditegaskan lagi bahwa Pelaku Usaha wajib memberikan kejelasan informasi tentang penawaran kontrak atau iklan.

Jika Barang yang Anda Terima Tidak Sesuai dengan yang Diperjanjikan, Pasal 49 ayat (3) PP PSTE mengatur khusus tentang hal tersebut, yakni Pelaku Usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim apabila tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi.

Selain kedua ketentuan tersebut di atas, apabila ternyata barang yang Anda terima tidak sesuai dengan foto pada iklan took *online* tersebut (sebagai bentuk penawaran), Anda juga dapat menggugat Pelaku Usaha (dalam hal ini adalah penjual) secara perdata dengan dalih terjadinya wanprestasi atas transaksi jual beli yang Anda lakukan dengan penjual.

Menurut **Prof. R. Subekti, S.H.** dalam bukunya tentang “*Hukum Perjanjian*”, wanprestasi adalah kelalaian atau kealpaan yang dapat berupa 4 macam kondisi yaitu:

- a. Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukannya;
- b. Melaksanakan apa yang dijanjikannya, tetapi tidak sebagaimana dijanjikan;
- c. Melakukan apa yang dijanjikannya tetapi terlambat;
- d. Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya.

Jika salah satu dari 4 macam kondisi tersebut terjadi, maka Anda secara perdata dapat menggugat penjual *online* dengan dalih terjadi wanprestasi (misalnya, barang yang Anda terima tidak sesuai dengan spesifikasi barang yang dimuat dalam *display home page/web site*).

Selain diatur dalam UU Perlindungan Konsumen, UU ITE, dan PP PSTE transaksi jual beli *online* pun dapat dikategorikan kejahatan sebagaimana diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) yaitu dapat dikategorikan sebagai pidana penipuan yang diatur dalam Pasal 378 KUHP. Hal yang perlu diingat adalah bahwa jual beli secara *online*

pada prinsipnya adalah sama dengan jual beli secara faktual pada umumnya. Hukum perlindungan konsumen terkait transaksi jual beli *online* pun sebagaimana kami jelaskan sebelumnya tidak berbeda dengan hukum yang berlaku dalam transaksi jual beli secara nyata. Pembedanya hanya pada penggunaan sarana internet atau sarana telekomunikasi lainnya. Akibatnya adalah dalam transaksi jual beli secara *online* sulit dilakukan eksekusi ataupun tindakan nyata apabila terjadi sengketa maupun tindak pidana penipuan. Sifat siber dalam transaksi secara elektronik memungkinkan setiap orang baik penjual maupun pembeli menyamarkan atau memalsukan identitas dalam setiap transaksi maupun perjanjian jual beli.

Dalam hal pelaku usaha atau penjual ternyata menggunakan identitas palsu atau melakukan tipu muslihat dalam jual beli *online* tersebut, maka pelaku usaha dapat juga dipidana berdasarkan Pasal 378 [Kitab Undang-Undang Hukum Pidana](#) (“KUHP”) tentang penipuan dan Pasal 28 ayat (1) UU ITE tentang menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik. Bunyi selengkapnya Pasal 378 KUHP adalah sebagai berikut:

“Barangsiapa dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum, dengan memakai nama palsu atau martabat palsu, dengan tipu muslihat, ataupun rangkaian kebohongan, menggerakkan orang lain untuk menyerahkan barang sesuatu kepadanya, atau supaya memberi hutang maupun menghapuskan piutang, diancam karena penipuan dengan pidana penjara paling lama empat tahun.”

Bunyi selengkapnya Pasal 28 ayat (1) UU ITE adalah sebagai berikut:

“Setiap Orang dengan sengaja, dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik.”

Terhadap pelanggaran Pasal 28 ayat (1) UU ITE ini diancam pidana sebagaimana diatur dalam Pasal 45A ayat (1) UU ITE, yakni:

“Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).”

### C. **Regulasi Perlindungan Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online Berbasis Nilai Keadilan Belum Berbasis Nilai Keadilan**

UU ITE sebenarnya tidak mengatur secara lengkap mengenai kontrak elektronik (*electronic contract*). Istilah “kontrak elektronik” hanya dipergunakan dalam dua Pasal, yaitu Pasal 1 angka 17 UU ITE – mengenai pengertian – dan Pasal 18 ayat (1) UU ITE – mengenai sifatnya yang mengikat para pihak dalam transaksi elektronik.

Pasal 1 angka 17 UU ITE:

Kontrak elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui Sistem Elektronik.

Pasal 18 UU ITE:

(3) Transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam Kontrak Elektronik mengikat para pihak.

Berdasarkan ketentuan tersebut dapat dikatakan UU ITE tidak mengatur apapun mengenai kontrak elektronik, terlebih perjanjian transaksi elektronik yang adil. UU ITE justru lebih banyak mengatur “hal-hal yang berhubungan dengan kontrak elektronik”. Hal ini dapat saja dipahami bahwa kontrak elektronik menyandarkan pada asas dan norma-norma yang

terkandung dalam ketentuan-ketentuan mengenai perjanjian transaksi konvensional sebagaimana diatur dalam KUHPerdata. Hal tersebut menjadi ironis sebab kontrak elektronik dari segi formasi (pembentukan)-nya masih sangat problematis, sebagaimana diungkapkan oleh Chris Reed dan John Angel:

*The question of contract formation across electronic networks is problematic to say the least. This is due not only to the interjurisdictional issues that arise as a natural result of the borderless nature of the networks, but also to the issues that arise when considering the terms of any contract that might be formed. Such issues arise because of the need to consider any overriding legislation which may affect the freedom to contract in the jurisdiction in which the contract was formed or under the law chosen in the contract.*<sup>139</sup>

(Pertanyaan pembentukan kontrak di seluruh jaringan elektronik bermasalah. Hal ini disebabkan tidak hanya pada masalah antaryurisdiksi yang timbul sebagai akibat alami dari sifat tanpa batas jaringan, tetapi juga untuk isu-isu yang muncul ketika mempertimbangkan ihwal kontrak yang dibuat. Masalah seperti ini muncul karena kebutuhan untuk mempertimbangkan undang-undang yang dapat memengaruhi kebebasan berkontrak dalam yurisdiksi di mana kontrak dibentuk atau di bawah hukum yang dipilih dalam kontrak).

Selanjutnya dikatakan bahwa tidak semua transaksi elektronik yang ditempuh melalui komunikasi elektronik menghasilkan pembentukan kontrak. Meskipun sejumlah usaha dibuat untuk melakukan klasifikasi pesan elektronik berdasarkan perbedaan masalah hukum yang

---

<sup>139</sup> Chris Reed and John Angel, Ed., 2003, *Computer Law*, Oxford New York: Oxford University Press, Hal. 333.

muncul, Chris Reed dan John Angel secara luas membedakan tiga kategori hasil komunikasi elektronik, yaitu:

d. Transmisi semata-mata informasi (*transmission of mere information*)

Secara umum, pengirim tidak berkamsud pesannya memiliki konsekuensi hukum. Masalah hukum hanya muncul dari tipe pesan ini adalah potensi tanggung jawab ketika pengirim memiliki kewajiban pada penerima pesan untuk memberi jaminan bahwa informasinya benar, dan akibat ketidakpeduliannya, penerima pesan menderita kerugian.

e. Transmisi pemberitahuan sepihak (*transmission of unilateral notices*)

Tipe komunikasi ini dimaksudkan memiliki akibat hukum dan sebagian besar yang dilakukan merupakan performa dari kontrak yang ada. Sebagai contoh, yaitu invoice, yang sering kali menjadi prasyarat untuk pembayaran.

f. Pesan yang membentuk kontrak (*contract-formation messages*)

Sebagai contoh, barang-barang dipesan menggunakan pesan elektronik, akibat yang diharapkan, yaitu terbentuk kontrak. Dalam banyak kejadian, pesan merupakan bagian dari serangkaian, yang meliputi: negosiasi, pemesanan, dan penerimaan.<sup>140</sup>

Pembedaan tersebut menunjukkan bahwa definisi sebagaimana diatur dalam Pasal 1 angka 17 UU ITE masih membutuhkan interpretasi ketika dihadapkan pada fakta-fakta komunikasi elektronik. Demikian pula asas maupun normanya membutuhkan pengembangan yang meliputi hal-hal spesifik dalam perjanjian transaksi elektronik. Hal ini penting karena berdasarkan data dari hasil survai menunjukkan bahwa para konsumen perdagangan secara elektronik untuk B2C, alih-alih mengetahui valid atau tidak dari kontrak yang dibuatnya

---

<sup>140</sup> *Ibid.*, Hal.334-335.

dengan toko *online*, **lebih dari 90 % tidak mengetahui adanya perjanjian elektronik** yang harus mereka sepakati ketika mereka melakukan transaksi.

Sebagaimana juga dikatakan oleh Abdulhadi M. Alghamdi, bahwa:

*Parties entering into electronic contracts may be left to seek guidance from traditional paper contracting. Although these traditional rules are important and developed over hundreds of years, they may be inadequate to address some unique issues that arise in the field of electronic contracting. It is obvious that fax, telephone, and telex can be used to create a contract, while it requires careful analysis and analogy to reach the same conclusion in the case of contracting over the Internet. When concluding transactions over the Internet, the concern is to ensure that the contract is valid, binding, and enforceable.*<sup>141</sup>

(Para pihak yang masuk ke dalam kontrak elektronik dapat dibiarkan untuk mencari pedoman dari kontrak-kertas tradisional. Meskipun aturan tradisional ini penting dan dikembangkan selama ratusan tahun, kemungkinan tidak memadai untuk mengatasi beberapa masalah unik yang muncul di bidang kontrak elektronik. Hal ini jelas bahwa fax, telepon, dan telex dapat digunakan untuk membuat kontrak, sementara itu memerlukan analisis yang cermat dan analogi untuk mencapai kesimpulan yang sama dalam kasus kontrak melalui Internet. Ketika menutup transaksi melalui Internet, yang dikhawatirkan adalah memastikan bahwa kontrak tersebut valid, mengikat, dan dapat dilaksanakan).

Tanpa memperhatikan hal-hal spesifik dan isu-isu unik dalam transaksi elektronik, maka potensial melahirkan ketidakadilan dalam kontrak elektronik dan hal-hal yang berhubungan

---

<sup>141</sup> Abdulhadi M. Alghamdi, 2011, *The Law of E-Commerce, E-Contract, E-Business*, Bloomington: AuthorHouse, Hal.225.

dengan kontrak elektronik. Secara konvensional sah (*valid*), namun kemungkinan secara elektronik tidak sah, sehingga tidak mengikat, dan tidak dapat dilaksanakan atau ditegakkan. Dalam konteks itu, penilaian keadilan menemukan signifikansinya. Seperti dikatakan Abdulhadi M. Alghamdi dalam perspektif *common law* bahwa:

*The formation of contract under common law relies on the basic elements of an offer, unequivocal acceptance, consideration, and an intention to create legal relations. In electronic transactions, it may not always be clear which party is making an offer in the contract sense and which one is accepting. Traditionally, the law considers that an agreement is formed when a party makes an offer and the other party accepts that offer. This requires the matching of the two communications of offer and acceptance.*<sup>142</sup>

(Pembentukan kontrak di bawah *common law* bergantung pada unsur-unsur dasar dari suatu penawaran, penerimaan tegas, pertimbangan, dan niat untuk menciptakan hubungan hukum. Dalam transaksi elektronik, mungkin tidak selalu jelas pihak yang melakukan penawaran dalam arti kontrak dan mana yang menerima. Secara tradisional, hukum menganggap bahwa kesepakatan terbentuk ketika suatu pihak membuat tawaran dan pihak lain menerima tawaran itu. Hal ini memerlukan pencocokan dari dua komunikasi penawaran dan penerimaan.)

Sebelum membahas keadilan dalam konteks perlindungan konsumen, hal penting dalam perdagangan secara elektronik, yaitu di antaranya berkaitan dengan validitas kontrak elektronik. The ICC (*International Chamber of Commerce*) menunjuk “kontrak elektronik” (*electronic contracting*) sebagai “proses otomatis untuk masuk ke dalam kontrak melalui

---

<sup>142</sup> *Ibid.*, Hal.71.

komputer para pihak, baik pesan jaringan kerja atau melalui pesan elektronik” (“*electronic contracting*” as the automated process of entering into contracts via the parties’ computers, whether networked or through electronic messaging).<sup>143</sup> Definisi ini merupakan gabungan dari 2 (dua) penjelasan berbeda, satu terkandung dalam *United Nations Convention on the Use of Electronic Communications in International Contract 2005* mengenai pengertian “*electronic communication*” (komunikasi elektronik) dan satu lagi diambil dari *the United States Uniform Electronic Transactions Act (UETA) 1999* dan *the United States Uniform Computer Information Transactions Act (UCITA) 1999*, khususnya mengenai “*automated transactions*” (transaksi otomatis).<sup>144</sup> UU ITE mendefinisikan kontrak elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik. (Pasal 1 angka 17). Secara praktik, ketentuan tersebut harus dipahami bahwa kontrak elektronik itu tidak lagi menyandarkan pada komunikasi berdasar kertas (*paper-based communication*), namun bergeser pada komunikasi elektronik (*electronic communication*).

Secara umum, terdapat 2 (dua) cara utama kontrak dagang (*commercial contracts*) dapat dibuat secara elektronik. **Pertama**, metode paling umum dan populer, yakni melalui pertukaran surat elektronik (*e-mail*). *E-mail* dapat digunakan untuk membuat suatu penawaran (*an offer*) dan mengomunikasikan penerimaan (*an acceptance*) atas penawaran itu. *E-mail* yang mengandung penawaran atau penerimaan dapat dikirim melalui kotak-pengiriman (*outbox*) orang yang melakukan penawaran (*offeror*) atau orang yang menerima penawaran (*offeree*); digital setara dengan kotak pos, untuk *server*, pemberi layanan internet (*Internet Service Provider/ISP*) dan kemudian diteruskan ke kotak-masuk/kotak surat (*inbox/mailbox*) orang yang diberi penawaran. **Kedua**, menggunakan jaringan internet yang dikenal sebagai

---

<sup>143</sup> Faye Fangfei Wang, Op. Cit., Hal.35.

<sup>144</sup> *Ibid.*

perjanjian *webwrap* atau *clickwrap* (*webwrap or clickwrap agreement*).<sup>145</sup> Secara normal, *vendor* (penjaja/pelapak/orang yang menawarkan sesuatu untuk dijual) memberi tampilan produk pada situs (*website*) dan menunjukkan harga produk-produk tersebut. Seorang konsumen dapat melakukan *scroll* (“mendaftar”) dengan jalan melihat situs (*website previewing*) produk-produk atau barang-barang pada penawaran, melakukan klik pada barang untuk informasi lebih jauh, dan apabila tertarik untuk membeli, dapat melakukan pemesanan dengan mengisi formulir pemesanan dan meng-klik “Kirim” (“*Submit*”), “Saya menerima” (“*I Accept*”) atau sesuatu yang mirip. Membentuk perjanjian *webwrap* seperti mengambil barang di kasir sebuah toko, kecuali kasir sebagai agen elektronik, menggantikan seseorang. Kontrak atau perjanjian ditampilkan pada situs yang mensyaratkan pengguna melakukan klik pada tombol untuk menunjukkan penerimaan yang pada umumnya tidak dapat dinegosiasikan. Dalam teori, mereka harus menawarkan kepada pembeli kesempatan untuk membaca, melihat, dan mengunduh secara keseluruhan sebelum diterima.<sup>146</sup>

Kondisi ini dapat melahirkan isu mengenai cara menampilkan syarat dan ketentuan (*terms and conditions*) yang dapat menyatakan suatu “*informed consent*” pada pembeli dan apakah benar-benar merupakan persetujuan timbal-balik (*mutual assent*) oleh para pihak pada hal-hal yang diperjanjikan. Dalam praktik, sebagian besar penjaja *online* (*online retailers*), seperti Amazon, memiliki prosedur yang mengombinasi pemberitahuan *e-mail* (*e-mail notification*)

---

<sup>145</sup> “*Webwrap agreement*” adalah perjanjian untuk mematuhi ketentuan perjanjian lisensi, ditandai dengan mengunduh (*download*) perangkat lunak (*software*) data, atau isi yang diberlakukan perjanjian lisensi itu. (IT Law Wiki, “Web-wrap agreement”, [http://itlaw.wikia.com/wiki/Web-wrap\\_agreement](http://itlaw.wikia.com/wiki/Web-wrap_agreement), diunduh pada tanggal 12 Mei 2020, pkl.00.00 wib.) Adapun “*A clickwrap agreement*” (juga dikenal dengan “*clickthrough*” *agreement*, atau “*clickwrap license*”) merupakan suatu tipe umum perjanjian yang sering digunakan dalam hubungan dengan lisensi perangkat lunak (*software licenses*). Bentuk perjanjian ini kebanyakan ditemukan pada internet, sebagai bagian dari proses instalasi berbagai paket perangkat lunak, atau dalam keadaan lain dimana perjanjian dibentuk dengan menggunakan media elektronik. (Wikipedia, “Click wrap”, [https://en.m.wikipedia.org/wiki/Click\\_wrap](https://en.m.wikipedia.org/wiki/Click_wrap), diunduh pada tanggal 12 Mei 2020, pkl.01:02 wib.)

<sup>146</sup> Faye Fangfei Wang, Op. Cit., Hal.36-37.

setelah tindakan *clickwarp* untuk meningkatkan validitas (keabsahan) perjanjian *clickwarp*.<sup>147</sup> Pemberitahuan *e-mail* menunjukkan perlindungan pada kepentingan pelaku usaha maupun konsumen, penjual maupun pembeli, bahkan kepentingan toko *online* yang fasilitasi transaksi perdagangan. Ketentuan mengenai pemberitahuan *e-mail* menjadi penting bagi semua pihak yang terlibat dalam perdagangan secara elektronik, sekaligus menjelaskan distribusi keadilan yang seimbang sebagaimana pandangan John Rawls karena mengurangi risiko semua pihak, termasuk konsumen atau pembeli.

Di Indonesia, tampaknya belum ada standar mengenai syarat kontrak, kecuali Pasal 9 UU ITE, sehingga masing-masing toko *online* membuat syarat yang berbeda-beda. Pasal 9 UU ITE menegaskan bahwa “Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan.” Penjelasan Pasal 9 UU ITE menegaskan bahwa:

Yang dimaksud dengan “informasi yang lengkap dan benar” meliputi:

- c. informasi yang memuat identitas serta status subjek hukum dan kompetensinya, baik sebagai produsen, pemasok, penyelenggara maupun perantara;
- d. 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.

UU ITE melalui Pasal 9 tersebut hanya menjelaskan mengenai **“informasi yang lengkap dan benar”** di antaranya mengenai syarat kontrak, namun syarat kontrak itu sendiri **tidak diatur**. Padahal bobot keadilan bukan hanya pada membagi informasinya, namun

---

<sup>147</sup> *Ibid.*, Hal.27.

substansi dari ihwal yang diinformasikan itu, seperti syarat perjanjian kontrak dan perjanjian kontrak itu sendiri.

Minimnya pengaturan mengenai syarat kontrak dan kontrak elektronik tersebut sebenarnya dapat dipahami sehubungan dengan asas kebebasan berkontrak. Meskipun demikian, dari sisi konsumen, hal itu memiliki arti penting. Kepentingannya terletak pada perlindungan hak konsumen (*consumer rights*) dalam kontrak perdagangan secara elektronik. Persoalannya, Pasal 9 UU ITE tersebut tidak meliputi keseluruhan kondisi perdagangan secara elektronik, yaitu syarat kontrak tidak selalu dibuat oleh pelaku usaha, dalam arti penjual. Dalam format atau jenis toko *online* tertentu pelaku usaha sekadar pengguna sistem elektronik perdagangan, sama halnya dengan pembeli. Syarat kontrak sudah ditentukan oleh toko *online* – yang tidak selalu menjadi penjual, tetapi hanya fasilitasi. UU ITE menyebut toko *online* seperti itu sebagai “penyelenggara agen elektronik<sup>148</sup>” sebagaimana diatur Pasal 21 UU ITE. Oleh karena itu, keadilan dalam hubungan dengan kontrak sangat bergantung pada syarat kontrak yang ditentukan oleh pengelola toko *online*, yang bisa hanya fasilitasi (karena sebagai penyelenggara sistem elektronik belaka) atau bisa juga menjadi penjual di samping melakukan fasilitasi itu.

Seperti disinggung di atas, Pasal 9 UU ITE hanya mewajibkan informasi syarat kontrak itu “lengkap dan benar”, **belum mewajibkan “adil” untuk syarat kontrak konsumen dan kontrak itu sendiri**. Setidak-tidaknya adil berdasarkan pengertian menurut John Rawls. Dapat terjadi informasi syarat kontrak itu lengkap dan benar, namun syarat kontrak dan kontraknya secara substansial tidak adil, sehingga potensial menguntungkan salah satu pihak

---

<sup>148</sup> [Penyelenggara] agen elektronik adalah orang yang menyelenggarakan/mengelola perangkat dari suatu Sistem Elektronik yang dibuat untuk melakukan suatu tindakan terhadap suatu Informasi Elektronik tertentu secara otomatis. (Pasal 1 angka 8 UU ITE)

dan merugikan lainnya dalam transaksi elektronik. Lebih dari itu, potensi ketidakadilan itu semakin besar mengingat kontrak elektronik bersifat “baku” atau “standard” (*standardized agreement*) lazimnya dibuat oleh pihak yang memiliki posisi tawar superior, sehingga kontrak yang ditawarkan itu bersandar pada “*take-it-or-leave-it basis*” (dasar “menerima atau meninggalkan”). Hal ini berkaitan dengan transaksi elektronik menggunakan cara-cara di antaranya “*clickwrap*”. Meskipun seperti dikatakan oleh Sutan Remy Sjahdeini bahwa keabsahan perjanjian baku tidak perlu dipersoalkan lagi oleh karena perjanjian baku eksistensinya sudah merupakan kenyataan karena dibutuhkan dan diterima masyarakat<sup>149</sup>, namun karakter awalnya menampakkan kebutuhan perlindungan terhadap konsumen sejak informasi syarat kontrak.

Kenyataan mengenai praktik kontrak baku dalam perdagangan secara elektronik membenarkan teori *The Privity of Contract* sebagaimana diuraikan pada Bab II, berdasarkan kenyataan bahwa pembeli lebih banyak di-“dekete” oleh pelaku usaha atau toko *online* dalam penutupan kontrak. Upaya untuk menuntut pelaku usaha melindungi konsumen merupakan kenyataan yang tidak sepenuhnya dapat dipertahankan, kecuali peraturan perundang-undangan memberi batasan yang restriktif.

Informasi syarat kontrak itu di samping menentukan validitas kontrak elektronik itu sendiri, juga menentukan pengetahuan para pihak atas syarat kontrak, dan pada gilirannya dapat menentukan validitas kontrak, baik dalam konteks *business to business* (B2B) maupun *business to consumer* (B2C). Validitas atau keabsahan kontrak elektronik mensyaratkan pertimbangan, baik mengenai isi dari *website* atau surat elektronik yang menyatakan suatu

---

<sup>149</sup> Sutan Remy Sjahdeini, *Op.Cit*, Hal. 70-71

penawaran (*offer*) atau ajakan untuk melakukan perdagangan, maupun tempat dan saat kontrak ditutup. Sebagaimana dikatakan oleh Abdulhadi M. Alghamdi, bahwa:

*Examining the validity of an Internet contract requires consideration as to whether the content of a website or electronic mail constitutes an offer or an invitation to treat. Also, establishing whether a website or e-mail soliciting a transaction constitute an offer is an important element that affects the issues of where and when an electronic contract has been concluded.*<sup>150</sup>

(Pengujian validitas kontrak internet mensyaratkan pertimbangan, baik mengenai kandungan/isi suatu situs/*website* atau surat elektronik yang menyatakan penawaran atau ajakan untuk membicarakan. Juga, menentukan apakah suatu situs/*website* atau *e-mail* yang meminta transaksi merupakan suatu penawaran adalah suatu unsur penting yang memengaruhi permasalahan dimana dan kapan kontrak elektronik ditutup.)

Perbedaan syarat kontrak tersebut tidak hanya berhubungan secara teknis dengan pelaksanaan perdagangan secara elektronik, namun juga substansial dari segi hukum, seperti perbedaan perlakuan antara pelaku usaha atau penjual dan konsumen di satu pihak, serta toko *online* itu sendiri di pihak lain. Perbedaan syarat kontrak dalam perdagangan secara elektronik ini, secara umum menandai ketiadaan standar yang berkaitan dengan bobot keadilan dari syarat-syarat yang ditetapkan oleh masing-masing toko *online*. Hal tersebut juga berarti, antara toko *online* satu dan lainnya bobot keadilan yang didistribusikan pada pengguna (penjual/produsen atau pembeli/konsumen) setidak-tidaknya potensial berbeda-beda, yang

---

<sup>150</sup> *Ibid.*, Hal.74.

dipengaruhi berbagai faktor. Setidak-tidaknya syarat-syarat kontrak itu penentuannya menjadi sangat subjektif.

UU ITE tidak mengatur secara khusus mengenai isi situs/*website* perdagangan secara elektronik yang menentukan validitas (keabsahan)-nya atau ketidakabsahan kontrak. Pengaturan dalam hal ini, berhubungan dengan penyelenggara transaksi elektronik (toko *online*) maupun para pihak yang bertransaksi. Terdapat beberapa ketentuan yang dapat dikaitkan dengan isi situs/*website*, yaitu Pasal 15 – Pasal 16 UU ITE, yang mengatur mengenai “Penyelenggaraan Sistem Elektronik” dan Pasal 17 – Pasal 22 UU ITE., yang mengatur mengenai “Transaksi Elektronik”.

#### Pasal 15

- (1) Setiap penyelenggara Sistem Elektronik harus menyelenggarakan Sistem Elektronik secara andal dan aman serta bertanggung jawab terhadap beroperasinya Sistem Elektronik sebagaimana mestinya.
- (2) Penyelenggara Sistem Elektronik bertanggung jawab terhadap Penyelenggaraan Sistem Elektroniknya.
- (3) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak berlaku dalam hal dapat dibuktikan terjadinya keadaan memaksa, kesalahan, dan/atau kelalaian pihak pengguna Sistem Elektronik.

#### Pasal 16

- (1) Sepanjang tidak ditentukan lain oleh undang-undang tersendiri, setiap Penyelenggara Sistem Elektronik wajib mengoperasikan Sistem Elektronik yang memenuhi persyaratan minimum sebagai berikut:

- a. dapat menampilkan kembali Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik secara utuh sesuai dengan masa retensi yang ditetapkan dengan Peraturan Perundang-undangan;
  - b. dapat melindungi ketersediaan, keutuhan, keotentikan, kerahasiaan, dan keteraksesan Informasi Elektronik dalam Penyelenggaraan Sistem Elektronik tersebut;
  - c. dapat beroperasi sesuai dengan prosedur atau petunjuk dalam Penyelenggaraan Sistem Elektronik tersebut;
  - d. dilengkapi dengan prosedur atau petunjuk yang diumumkan dengan bahasa, informasi, atau simbol yang dapat dipahami oleh pihak yang bersangkutan dengan Penyelenggaraan Sistem Elektronik tersebut; dan
  - e. memiliki mekanisme yang berkelanjutan untuk menjaga kebaruan, kejelasan, dan kebertanggungjawaban prosedur atau petunjuk.
- (2) Ketentuan lebih lanjut tentang Penyelenggaraan Sistem Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan Peraturan Pemerintah.

- (1) Penyelenggaraan Transaksi Elektronik dapat dilakukan dalam lingkup publik ataupun privat.
- (2) Para pihak yang melakukan Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib beriktikad baik dalam melakukan interaksi dan/atau pertukaran Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik selama transaksi berlangsung.

- (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai penyelenggaraan Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan Peraturan Pemerintah.

#### Pasal 18

- (1) Transaksi Elektronik yang dituangkan ke dalam Kontrak Elektronik mengikat para pihak.
- (2) Para pihak memiliki kewenangan untuk memilih hukum yang berlaku bagi Transaksi Elektronik internasional yang dibuatnya.
- (3) Jika para pihak tidak melakukan pilihan hukum dalam Transaksi Elektronik internasional, hukum yang berlaku didasarkan pada asas Hukum Perdata Internasional.
- (4) Para pihak memiliki kewenangan untuk menetapkan forum pengadilan, arbitrase, atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya yang berwenang menangani sengketa yang mungkin timbul dari Transaksi Elektronik internasional yang dibuatnya.
- (5) Jika para pihak tidak melakukan pilihan forum sebagaimana dimaksud pada ayat (4), penetapan kewenangan pengadilan, arbitrase, atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya yang berwenang menangani sengketa yang mungkin timbul dari transaksi tersebut, didasarkan pada asas Hukum Perdata Internasional.

## Pasal 19

Para pihak yang melakukan Transaksi Elektronik harus menggunakan Sistem Elektronik yang disepakati.

## Pasal 20

- (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.

## Pasal 21

- (1) Pengirim atau Penerima dapat melakukan Transaksi Elektronik sendiri, melalui pihak yang dikuasakan olehnya, atau melalui Agen Elektronik.
- (2) Pihak yang bertanggung jawab atas segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud ada ayat (1) diatur sebagai berikut:
  - a. jika dilakukan sendiri, segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik menjadi tanggung jawab para pihak yang bertransaksi;
  - b. jika dilakukan melalui pemberian kuasa, segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik menjadi tanggung jawab pemberi kuasa; atau
  - c. jika dilakukan melalui Agen Elektronik, segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik menjadi tanggung jawab penyelenggara Agen Elektronik.
- (3) Jika kerugian Transaksi Elektronik disebabkan gagal beroperasinya Agen Elektronik akibat tindakan pihak ketiga secara langsung terhadap Sistem Elektronik, segala akibat hukum menjadi tanggung jawab penyelenggara Agen Elektronik.

- (4) Jika kerugian Transaksi Elektronik disebabkan gagal beroperasinya Agen Elektronik akibat kelalaian pihak pengguna jasa layanan, segala akibat hukum menjadi tanggung jawab pengguna jasa layanan.
- (5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak berlaku dalam hal dapat dibuktikan terjadinya keadaan memaksa, kesalahan, dan/atau kelalaian pihak pengguna Sistem Elektronik.

#### Pasal 22

- (1) Penyelenggara Agen Elektronik tertentu harus menyediakan fitur pada Agen Elektronik yang dioperasikannya yang memungkinkan penggunanya melakukan perubahan informasi yang masih dalam proses transaksi.
- (2) Ketentuan lebih lanjut mengenai penyelenggara Agen Elektronik tertentu sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Lebih dari itu, **untuk menjamin keadilan maupun kemaslahatan**, UU ITE perlu mengatur secara khusus mengenai validitas kontrak elektronik. Secara substansial dapat diatur mengenai syarat pengiriman barang (*carriage of goods*), keamanan *online* (*online security*) – meliputi tanda tangan elektronik dan perlindungan data pribadi (*data privacy protection*), para pihak yang berkontrak (*online contracting parties*), saat kontrak elektronik dibuat (*the time of contract formation*), dan penyelesaian sengketa (*dispute resolution*), hak dan kewajiban para pihak dalam kontrak (*the parties' rights and liabilities in contract*), kesalahan dalam komunikasi elektronik (*error in electronic communications*).

UU ITE mengatur hal tersebut secara sangat sederhana, sehingga perlu penambahan pengaturan yang lebih menjamin transaksi elektronik secara aman bagi kepentingan semua pihak yang terlibat. Sebagaimana Pasal 20 ayat (1) UU ITE yang telah mengatur saat kontrak elektronik terjadi, yaitu “saat penawaran transaksi yang dikirim Pengirim telah diterima dan disetujui Penerima”. Ketentuan Pasal tersebut masih sumir karena tidak mengatur saat dilakukannya penawaran dan saat penerimaan dan persetujuan. Meskipun demikian, dalam kenyataannya, para pihak, terutama (calon) pembeli tidak terlalu memedulikan informasi syarat kontrak ada atau tidak ada, detail atau tidak detail mengenai hal-hal yang berhubungan dengan jaminan atas hak-hak dan perlindungan hukum. Seperti dikatakan oleh salah seorang pembeli<sup>151</sup> atau pengguna di beberapa toko *online*, ketika pertama kali “*submit*” sebagai pengguna sering kali melakukan “*skipped (a page)*” atau “melewati tanpa membaca sampai selesai” informasi syarat kontrak. Oleh karena itu, pengguna sesungguhnya tidak selalu dapat dijamin pengetahuannya mengenai kontrak perjanjian dalam pembelian yang ditutup itu valid atau tidak. Meskipun demikian, perlindungan yang adil atas kepentingan semua pihak yang terlibat dalam transaksi elektronik merupakan keniscayaan.

Ketentuan Pasal 20 ayat (1) UU ITE tidak sepenuhnya efektif karena dalam praktik, penawaran dan penerimaan dapat batal karena salah satu pihak, khususnya pelaku usaha tidak memenuhi kesepakatan, namun dianggap lazim atau bukan wanprestasi, seperti barang ternyata sudah terjual atau pengiriman barang ditunda (*delivery date pending*) tanpa alasan yang jelas. Seperti dialami salah seorang konsumen, hanya memperoleh informasi bahwa

---

<sup>151</sup> Wawancara dengan Dede pada tanggal 16 Juni 2020, pukul 12:59 wib.

*“delivery date pending: you’ll get an email as soon as we can provide you with a delivery estimate”* dan di bagian lain dikemukakan *“we’ll email you when available”*.<sup>152</sup>

Kebanyakan informasi yang diberikan oleh *toko online* ataupun penyelenggaran sistem elektronik yang memfasilitasi transaksi elektronik, tidak meminta persetujuan pada para pihak atas syarat kontrak. Syarat kontrak diinformasikan dalam bentuk file dokumen yang dapat dibuka setiap saat, tetapi tidak disyaratkan dibuka setiap transaksi (baru) dilakukan. Dalam hal *toko online* merupakan penjual sekaligus penyelenggara sistem elektronik, dapat mencerminkan ketidakadilan karena pembeli “dipaksa” menerima syarat kontrak berdasarkan informasi yang tidak membutuhkan persetujuan. “Paksaan” dimaksud disebabkan informasi mengenai syarat kontrak, dan syarat kontrak itu sendiri, maupun kontrak untuk setiap transaksi bersifat “baku” dan harus mengisi data sesuai dengan formulir yang ada, tidak ada mekanisme tawar-menawar sebagaimana transaksi konvensional. Ketika Pasal 18 UU ITE menentukan bahwa “para pihak memiliki kewenangan untuk memilih hukum yang berlaku bagi transaksi elektronik internasional yang dibuatnya”, hal tersebut tidak dapat terpenuhi dalam praktik.

#### B. Keadilan dalam Hubungan dengan Saat Kontrak Elektronik Ditutup

Menentukan saat kontrak dibuat (ditutup) dalam transaksi elektronik bukan persoalan sederhana sebagaimana kontrak secara tradisional atau konvensional. Hal tersebut meniscayakan pengujian waktu pengiriman dan penerimaan komunikasi elektronik dan aturan-aturan yang berhubungan dengan penawaran serta penerimaan, maupun kesalahan dalam komunikasi-komunikasi elektronik.<sup>153</sup>

---

<sup>152</sup> Wawancara pada tanggal 7 Desember 2020, untuk pembelian buku pada Amazon.com. Pembelian dilakukan sejak tanggal 9 Pebruari 2020, namun sampai tanggal 7 Desember 2020 belum dikirim

<sup>153</sup> Faye Fangfei Wang, Op. Cit., Hal.44.

Setelah kesepakatan dicapai atau terjadi pertemuan kehendak di antara para pihak yang terlibat dalam transaksi elektronik, baru dibuatlah kontrak yang bersifat formal. Dalam hukum Inggris (*English law*), pertemuan kehendak itu diformalisasi ke dalam ide mengenai penawaran oleh salah satu pihak yang berkontrak dan diterima oleh pihak lainnya. Menurut Edmon Makarim, hampir sama dengan kontrak jual beli pada umumnya, kontrak jual beli *online* juga terdiri dari penawaran dan penerimaan. Suatu kesepakatan selalu diawali dengan adanya penawaran oleh salah satu pihak dan penerimaan oleh pihak lain.<sup>154</sup> Meskipun demikian, soal penawaran dan penerimaan dalam transaksi perdagangan secara elektronik lebih kompleks dan rumit daripada transaksi konvensional.

Ketika suatu penawaran diterima, maka diambil suatu langkah yang tidak dapat dibatalkan, dan para pihak secara kontraktual terikat. Hal ini berbeda dengan tahap negosiasi yang dilakukan sebelumnya, yang memungkinkan tiap-tiap pihak dapat menarik diri dari negosiasi tanpa konsekuensi hukum.<sup>155</sup> Hal tersebut kemudian berarti baik pihak yang menawarkan (*offeror*) dan yang menerima telah membuat komitmen, penerimaan pertimbangan-pertimbangan yang jelas, di samping penawaran juga disebabkan apabila pihak lain menerima, maka hal itu akan menjadikan kontrak mengikat. Penerimaan niscaya selalu menjadi tindakan final. Apabila masih ada lagi yang perlu dilakukan, berarti belum ada penerimaan.<sup>156</sup>

UU ITE tidak mengatur mengenai penawaran (*offer*) dan penerimaan (*acceptance*), juga siapa yang menawarkan dan menerima penawaran dalam perdagangan secara elektronik. Pada

---

<sup>154</sup> Abdul Halim Barkatullah, 2009, *Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Lintas Negara di Indonesia*, Yogyakarta : FH UII Press, Hal.48.

<sup>155</sup> Paul Todd, 2005, Op. Cit., Hal.169.

<sup>156</sup> *Ibid.*

tingkatan internasional, hukum kebiasaan dan *model laws* menentukan bahwa transaksi perdagangan secara elektronik tidak meliputi aturan substansial mengenai keefektivan penawaran dan penerimaan untuk tujuan pembentukan kontrak. Instrumen internasional khusus *non-cyber*, the *UN Convention on Contracts for the International Sale of Goods* (CISG) memberi ketentuan pada aturan-aturan mengenai penawaran dan penerimaan. Sebagai contoh, *Article 15 (1) CISG* menentukan bahwa “[a]n offer becomes effective when it reaches the offeree” (suatu penawaran menjadi efektif ketika sampai pada orang yang ditawari). Dewan penasihat (*The Advisory Council*) menyatakan bahwa tujuan dari ketentuan ini, istilah “reaches” menyesuaikan pada titik waktu ketika suatu komunikasi elektronik telah memasuki *server* penerima penawaran (*the offeree’s server*).<sup>157</sup> *Article 18(2) CISG* lebih jauh menentukan bahwa :

*An acceptance of an offer becomes effective at the moment the indication of assent reaches the offeror. An acceptance is not effective if the indication of assent does not reach the offeror within the time he has fixed or, if no time is fixed, within a reasonable time, due account being taken of the circumstances of the transaction, including the rapidity of the means of communication employed by the offeror. An oral offer must be accepted immediately unless the circumstances indicate otherwise.*

(suatu penerimaan atas penawaran menjadi efektif pada saat indikasi persetujuan sampai pada orang yang menawarkan. Suatu penerimaan tidak efektif apabila indikasi persetujuan tidak sampai kepada orang yang menawarkan dalam waktu yang telah dipastikan atau, apabila tidak ada waktu yang dipastikan, dalam waktu yang wajar, berdasarkan keadaan transaksi, meliputi kecepatan dari cara komunikasi yang

---

<sup>157</sup> Faye Fangfei Wang, Op. Cit., Hal.49.

dipergunakan oleh orang yang menawarkan. Penawaran secara lisan harus diterima segera, kecuali keadaan menunjukkan lain).

Ketentuan CISG tersebut menawarkan keadilan prosedural untuk terjadinya penutupan kontrak berdasarkan konsep penawaran (*offer*) dan penerimaan (*acceptance*). Di samping itu, terdapat banyak batasan mengenai penawaran dan penerimaan. Pertama mengenai penawaran, seperti dikemukakan oleh Beale, yaitu:

*“an offer has been described as an expression of willingness to contract made with the intention that it will become binding on the party making the offer (the offeror) when it is accepted by the person or persons to whom it is made (the offeree)”*.<sup>158</sup>

(suatu penawaran digambarkan sebagai pernyataan kehendak kontrak yang dibuat dengan maksud bahwa kontrak itu akan mengikat pihak yang memubuat penawaran (*offeror*) ketika penawaran itu diterima oleh orang atau orang-orang yang kontrak dimaksudkan dibuat (*the offeree*).

Adapun berdasarkan “Scottish Law Commission Memorandum”, penawaran (*offer*) dapat didefinisikan sebagai *“as a statement of terms which the offeror proposes to the offeree as the basis of an agreement, coupled with promise, expressed or implied, to adhere to those terms if the offer is accepted”*.<sup>159</sup> (sebagai suatu pernyataan mengenai hal yang oleh orang yang menawarkan ditawarkan kepada penerima tawaran sebagai dasar kesepakatan, dirangkai dengan janji, dinyatakan atau diimplementasikan, untuk mematuhi/mengikuti hal tersebut apabila penawaran diterima).

---

<sup>158</sup> Abdulhadi M. Alghamdi, Op. Cit., Hal.71.

<sup>159</sup> *Ibid.*

Sebagai contoh dalam praktik toko *online* di Indonesia, pernah terdapat toko *online* yang menghindarkan diri sebagai “*offeror*” (pihak yang menawarkan), sehingga penawaran dilakukan oleh calon pembeli. Lebih dari itu, kontrak baru dianggap ada atau ditutup setelah penjual mengirim produk ke alamat pembeli. Klausula ini bertentangan dengan ajaran kontrak elektronik sebagaimana dikemukakan di atas. Model “persyaratan dan ketentuan” seperti ini memperlihatkan ketidakadilan dalam penutupan kontrak.

#### Pembentukan Kontrak

- (a) Informasi yang ditetapkan dalam Syarat dan Ketentuan dan rincian yang terdapat di Situs ini bukan merupakan suatu penawaran untuk dijual melainkan undangan untuk melindungi. Tidak ada kontrak sehubungan dengan Produk akan ada di antara Anda dan kami sampai kami telah mengirim Produk ke alamat Anda.
- (b) Untuk melakukan Pemesanan, Anda akan diminta untuk mengikuti proses belanja *online* di Situs. Setelah ini, Anda akan menerima Konfirmasi Pesanan yang akan bertindak sebagai pengakuan Pesanan Anda.
- (c) Sebuah Pemesanan hanya dianggap diterima oleh kami setelah Pesanan Anda dikirim ke alamat pengiriman yang disediakan oleh Anda.
- (d) Kontrak akan berhubungan hanya kepada Produk yang kami kirimkan kepada Anda. Jika Pesanan Anda terdiri lebih dari satu produk, Produk dapat dikirim kepada Anda dalam paket terpisah pada waktu terpisah.

Ketiadaan aturan dalam UU ITE mengakibatkan lubang ketidakadilan, yang berakibat ketidakseimbangan jaminan perlindungan hukum antara pembeli dan toko *online* atau pelaku usaha. Kondisi ini tentu potensial merugikan konsumen, sehingga perubahan terhadap UU

ITE diperlukan untuk memberikan jaminan keadilan yang bersifat legal maupun kemaslahatan.

### C. Keadilan dalam Hubungan dengan Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen merupakan aspek keadilan dalam perdagangan secara elektronik disebabkan konsumen merupakan pihak yang posisinya lebih lemah dibandingkan pelaku usaha atau toko *online*. Keadilan dalam hal ini sebenarnya tidak hanya untuk konsumen, namun perlindungan kepentingan semua pihak yang terlibat dalam perdagangan secara elektronik. Tidak hanya kepentingan pembeli (konsumen), namun juga kepentingan pelaku usaha atau toko *online* yang memerantarai (dalam hal toko *online* bukan penjual barang, seperti OLX.co.id, yang memfasilitasi layanan jual beli *online* melalui situs [www.olx.co.id](http://www.olx.co.id)). Sebagaimana dikemukakan dalam “Ketentuan Umum”, bahwa:

PT Tokobagus adalah suatu perusahaan yang didirikan berdasarkan dan tunduk kepada hukum Republik Indonesia (“**OLX Indonesia**” atau “**kami**”). OLX Indonesia mempunyai bisnis utama menjalankan situs iklan baris online (*classifieds ads*) yang bertindak sebagai jasa perantara dengan sistem user generated content untuk mempertemukan pembeli dan penjual secara online (“**Layanan**”) di situs [www.olx.co.id](http://www.olx.co.id) dan situs-situs lainnya serta aplikasi mobile dari Layanan (“**Situs**”). Setiap rujukan terhadap OLX Indonesia dalam Syarat & Ketentuan Umum ini, apabila relevan, adalah termasuk afiliasinya (perusahaan berdasarkan kendali dan kepemilikan bersama), sebagian ataupun seluruh karyawannya, termasuk para direksi dan komisarisnya.<sup>160</sup>

---

<sup>160</sup> <https://help.olx.co.id/hc/id/articles/206444513-Ketentuan-Umum>, diunduh pada tanggal 06 Desember 2020, pukul 23:20 wib. Bagian dari Syarat dan Ketentuan Umum ini berdasarkan pembaruan tanggal 4 Oktober 2020.

Di samping toko yang sekadar menjadi perantara, terdapat juga toko *online* yang menjual dan memerantarai, seperti dilakukan oleh “amazon.com”. Dalam *Term of Use, amazon service seller central*, ditegaskan bahwa :

*“We offer a wide range of Amazon Service, and additional terms may apply. When you use an Amazon service (for example, selling on Amazon, Amazon Webstore, Fulfillment by Amazon, Product Ads and Marketplace Web Services) you also will be subject to the guidelines, terms, and agreements applicable to that Amazon Service (“Service Terms”). If these Terms of Use are inconsistent with the Service Terms, the Service Terms will control.”*

(Kami menawarkan berbagai macam *Amazon Service*, dan persyaratan tambahan mungkin berlaku. Bila Anda menggunakan layanan Amazon (misalnya, menjual di Amazon, *Amazon Webstore*, Pemenuhan oleh Amazon, Iklan Produk dan *Marketplace Web Services*) Anda juga akan tunduk pada pedoman, istilah, dan perjanjian yang berlaku untuk *Amazon Service* (“Ketentuan Layanan”). Jika Ketentuan Penggunaan tidak konsisten dengan Ketentuan Layanan, Ketentuan Layanan yang akan menentukan.)

*Term of Use* dari Amazon.com ini kemudian diubah pada 21 Juni 2016, dengan menggunakan istilah “*Condition of Use*”. Aturan-aturan yang dibuat oleh toko *online* (OLX menggunakan istilah “Syarat dan Ketentuan”, Tokopedia menggunakan istilah “Syarat dan Ketentuan Tokopedia”, *amazon.com* menggunakan istilah “*Condition of Use*”, dan Zalora.co.id menggunakan istilah “Persyaratan dan Ketentuan”, tentu mencerminkan bobot keadilan yang berbeda-beda dalam hubungan dengan pembeli, penjual atau pengguna layanan. Meskipun demikian, aturan-aturan itu dimaksudkan lebih dari sekadar persoalan keadilan, namun ketertiban dalam transaksi secara elektronik. Adapun masalah keadilan dalam transaksi

secara elektronik itu merepresentasikan keseimbangan perlindungan kepentingan pihak-pihak yang terlibat. Artinya, terjadinya ketidakseimbangan perlindungan kepentingan yang niscaya dibutuhkan, menandai adanya ketidakadilan. Sebaliknya, adanya keseimbangan atau setidaknya proporsionalitas dalam perlindungan kepentingan setiap pihak yang bertransaksi, termasuk toko *online* yang memfasilitasi, menandai distribusi keadilan dalam transaksi secara elektronik yang terjadi dalam toko *online*.



## BAB IV

### KELEMAHAN-KELEMAHAN REGULASI PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK BARANG MELALUI SHOP ONLINE SAAT INI

#### A. Kelemahan Pada Susbtansi Hukum

##### 1. Kelemahan Undang-Undang Perlindungan Konsumen<sup>161</sup>

###### a. Kelemahan pertama

Terjadi pada kekosongan hukum dari perlindungan konsumen E commerce. Saat ini, BPKN bekerja menjalankan Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Akan tetapi, Undang-Undang yang telah berumur 20 tahun ini dinilai sudah tidak mampu mengakomodir perkembangan pesat saat ini, terutama perkembangan teknologi khususnya perkembangan *e-commerce*, terkait pada perlindungan konsumen *e-commerce*.

###### b. Kelemahan kedua

Terjadi karena Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi tak kunjung segera diundangkan menjadi peraturan. Di saat yang bersamaan, data-data pribadi konsumen digunakan dalam sejumlah aplikasi-aplikasi digital.

Jika anda beli barang di situs- situs pelaku usaha Online seperti Shopee, Tokopedia, Buka lapak, Lazada, Zalora, ternyata gak sesuai atau ada *chemical contamination*, siapa yang tanggung jawab? Ketika diminta datanya, yang menyimpan Lazada atau orang lain, hal ini yang sebenarnya belum jelas di Indonesia.

<sup>161</sup> <https://bisnis.tempo.co/read/1220729/bpkn-jelaskan-3-kelemahan-sistem-perlindungan-konsumen-diri/full&view=ok>, diakses pada tanggal 21 Januari 2020 pukul 21.35 WIB

Isu mengenai keamanan data pribadi ini ternyata tidak hanya dialami oleh masyarakat biasa. Seorang Ketua BPKN Ardiansyah Parman pun tak luput dari penyalahgunaan data pribadi. Dalam jumpa pers ini, Ardiansyah menyebut dirinya baru saja menerima tawaran produk dari orang yang tidak Ia kenal. “Ini tentu ada data yang bocor,” kata Ardiansyah.

**c. Kelemahan ketiga**

Terjadi karena banyaknya saluran pengaduan bagi masyarakat khususnya konsumen *e-commerce*. Sebagai contoh, BPKN hanya bertindak sebagai lembaga penerima pengaduan. Untuk proses penyelesaian, lembaga yang berwenang adalah Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

**2. Kelemahan Undang-Undang Informai dan Transaksi Elektronik<sup>162</sup>**

*E-commerce* memiliki kelemahan yaitu metode transaksi elektronik yang tidak mempertemukan pelaku usaha dengan konsumen secara langsung, serta tidak adanya kesempatan bagi konsumen melihat secara langsung barang yang dipesan berpotensi menimbulkan permasalahan yang merugikan konsumen, antara lain ketidak sesuaian jenis dan kualitas barang yang dijanjikan, ketidaktepatan waktu pengiriman barang, ketidak amanan transaksi mulai dari pembayaran menggunakan kartu kredit milik orang lain (pembajakan), akses ilegal ke sistem informasi (*hacking*) merusak websitesampai dengan pencurian data.

---

( ITE<sup>162</sup> <https://dailysocial.id/post/mampukah-uu-ite-menjawab-tantangan-perkembangan-e-commerce-di-indonesia>, diakses pada tanggal 21 Januari 2020 pukul 21.55 WIB

Lebih jauh lagi pembayaran melalui pengisian nomor kartu kredit di dalam suatu jaringan publik internet juga mengandung resiko yang tidak kecil, karena membuka peluang terjadinya kecurangan atau pembobolan.

Permasalahan transaksi melalui e-commerce mempunyai resiko yang cukup besar. Khusus mengenai pembayaran mengandung resiko kerugian pada pihak konsumen, karena konsumen biasanya diwajibkan untuk melakukan pembayaran terlebih dahulu, sementara ia tidak bisa melihat kualitas barang yang dipesan dan tidak adanya jaminan kepastian bahwa barang yang dipesan akan dikirim sesuai kesepakatan.

**Dari sisi hukum permasalahannya antara lain terkait dengan kepastian hukum. Permasalahan tersebut misalnya mengenai keabsahan transaksi bisnis dari aspek hukum perdata (sebagai contoh apabila dilakukan oleh orang yang belum cakap/dewasa), masalah tanda tangan digital atau tanda tangan elektronik dan data mesage. Selain itu permasalahan lain yang timbul misalnya berkenaan dengan jaminan keaslian data, kerahasiaan dokumen , kewajiban sehubungan dengan pajak, hukum yang ditunjuk jika terjadi pelanggaran perjanjian atau kontrak, masalah yurisdiksi hukum dan juga masalah hukum mana yang harus diterapkan bila terjadi sengketa.**

Jaminan keamanan transaksi e-commerce sangat diperlukan untuk melindungi konsumen dan semakin menumbuhkan kepercayaan konsumen, dan pada akhirnya diharapkan terjadi peningkatan volume transaksi melalui e-commerce.

**Temuan Hasil Kajian dan FGD Terkait dengan latar belakang kondisi seperti diuraikan pada halaman sebelumnya, BPKN telah melakukan kajian pustaka dan kajian data sekunder serta menyelenggarakan 3 Focussed Group Discussion (FGD)**

**pada tanggal 11 Oktober 2012 dengan menghadirkan narasumber dan stakeholder kunci (daftar terlampir).**

**Dari hasil kajian dan FGD tersebut :**

Permasalahan khusus terkait dengan perlindungan konsumen adalah sebagai berikut:

- a. Barang yang dikirim atau diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan informasi yang disampaikan baik secara langsung maupun melalui iklan. Kasus semacam ini seringkali diakibatkan oleh adanya distorsi antara promosi/iklan dengan kenyataan yang dirasakan oleh konsumen. Misalnya terjadi manipulasi foto atau gambar produk sehingga foto barang nampak lebih bagus daripada kondisi nyata barang tersebut
- b. *Delay on delivery*, pengiriman terlambat tidak sesuai dengan time limit yang dijanjikan pada saat kesepakatan jual beli dibuat, seringkali pedagang online tidak memberikan informasi yang sebenarnya tentang ketersediaan stock barang, sehingga pada saat transaksi terjadi pedagang tersebut masih mencari barang dimaksud pada supplier lain, sehingga membutuhkan waktu lebih lama;
- c. Harga sudah dibayar lunas oleh konsumen, namun barang tidak dikirim oleh pedagang online;
- d. Untuk transaksi lintas negara, pengiriman barang masuk ke Indonesia tertahan di bea cukai, dan untuk mengeluarkan barang tersebut harus mengeluarkan biaya tambahan yang tidak pernah terpikirkan sebelumnya oleh konsumen;
- e. Ketika terjadi permasalahan/kerugian konsumen, konsumen tidak tahu kemana harus mengadu, atau kemana harus menyelesaikan sengketa.
- f. Sampai saat ini belum terbentuk Penyelenggara Sertifikasi Elektronik (PSE) atau Certification Authority (CA) yaitu badan hukum yang berfungsi sebagai pihak yang

layak dipercaya, yang memberikan dan mengaudit Sertifikat Elektronik, seperti diamanatkan oleh pasal 13 ayat 3 UU 11 No. 2008 tentang ITE, dan Lembaga Lembaga Sertifikasi Keandalan, lembaga independen yang dibentuk oleh profesional yang diakui, disahkan, dan diawasi oleh Pemerintah dengan kewenangan mengaudit dan mengeluarkan sertifikat keandalan dalam Transaksi Elektronik, seperti diamanatkan oleh pasal 10 ayat 1 UU No. 11 Tahun 2008 tentang ITE.

- g. Belum ada upaya memadai untuk melakukan edukasi kepada konsumen, terutama untuk mengetahui ciri-ciri perusahaan perdagangan online yang handal, perusahaan online resmi/dan terdaftar yang memiliki persyaratan perijinan dan memiliki alamat perusahaan yang jelas

### **3. Kelemahan Undang-Undang di bidang Informasi Transaksi Elektronik dalam Perspektif Bidang Ilmu Komputer**

- a. Ada masalah yurisdiksi hukum yang belum sempurna. Ada suatu pengandaian dimana seorang WNI membuat suatu software kusus pornografi di luar negeri akan dapat bebas dari tuntutan hukum.
- b. Belum ada pembahasan detail tentang spamming.
- c. Kurang adanya muatan standar yang tidak jelas, misalnya standar kesusilaan, definisi perjudian, interpretasi suatu penghinaan.
- d. Masih terbuka munculnya moral hazard memanfaatkan kelemahan pengawasan akibat euforia demokrasi dan otonomi daerah, seperti yang kadang terjadi pada pelaksanaan K3 dan AMDAL.

- e. Penyusunan UU ITE ini masih dibuat dengan menggunakan prosedur lama, yang sama sekali tidak menggambarkan adanya relevansi dengan teknologi yang berusaha diaturnya. Dalam artian, UU ITE ketika masih berupa RUU.
- f. Undang-undang ini di klaim dapat membatasi hak kebebasan berekspresi, mengeluarkan pendapat dan bisa menghambat kreativitas dalam ber-internet, terutama pada pasal 27 ayat(1), Pasal 27 ayat (3), Pasal 28 ayat (2), dan Pasal 31 ayat (3).
- g. UU ITE ini tidak mengikutsertakan dan tidak memerhatikan kepentingan elemen masyarakat lain, terutama elemen yang bergerak dalam bidang Informasi Transaksi Elektronik secara langsung.
- h. UU relatif tidak disosialisasikan kepada masyarakat dan penyusunannya masih dipercayakan di kalangan yang amat terbatas, serta peresmiannya dilakukan dengan tanpa terlebih dahulu melibatkan secara meluas komunitas yang akan diatur oleh aturan tersebut. Misalnya pada komunitas Mahasiswa Komputer atau Teknik Informatika yang akan lebih berkecimpung dalam bidang tersebut

Sebagaimana telah diuraikan pada Bab sebelumnya, perdagangan secara elektronik merupakan bentuk hubungan timbal balik yang bersifat transaksional antara pelaku usaha dan pelaku usaha (B2B) atau pelaku usaha dan konsumen (B2C), baik dalam konteks pemenuhan kebutuhan barang atau jasa, yang dilakukan melalui media internet atau dunia maya (*virtual world*). Seperti halnya hubungan perdagangan dalam dunia nyata (*real world*), perdagangan secara elektronik atau perdagangan dalam dunia maya ini juga tidak steril dari perilaku yang potensial merugikan salah satu atau beberapa pihak yang saling mengadakan transaksi. Bahkan media internet lebih mudah menjadi sarana untuk melakukan kejahatan atau setidaknya

tidaknya merugikan konsumen dalam perdagangan secara elektronik, terutama ketika konsumen merupakan pihak yang tidak paham betul mengenai dunia virtual dan sifat-sifat perdagangan yang ada di dalamnya. Terkadang keinginan konsumen untuk memperoleh barang yang menarik mengalahkan risiko pembelian lewat situs-situs yang lemah jaminan perlindungannya terhadap konsumen. Hal ini terutama terjadi dalam perdagangan secara elektronik yang toko *online*-nya hanya fasilitasi iklan, dan antara penjual dan pembeli berhubungan di luar toko *online* itu, seperti toko *online* OLX, meskipun toko *online* tersebut telah mengingatkan pembeli untuk mengambil langkah-langkah jual-beli dengan aman. Perdagangan dalam model toko *online* seperti ini sesungguhnya bukan perdagangan secara elektronik karena toko *online* hanya membantu mengiklankan.

OLX sebagai misal, memiliki artikel tentang “Tips Jual dan Beli Aman di OLX”, yaitu untuk “Tips Berbelanja Aman”:

1. Usahakan membeli produk dengan menggunakan metode Ada Barang Ada Uang/Ketemuan/Cash On Delivery (COD), cara lain (seperti transfer, DP, dll) tidak disarankan;
2. Pastikan untuk mengecek barang terlebih dahulu. Jika penjual atau produk berada di luar kota, mintalah bantuan kepada keluarga atau teman yang tinggal di kota tersebut untuk mengecek produk yang akan dibeli;
3. Bertransaksilah di lokasi yang aman;
4. Hati-hati jangan mudah terpancing. Jika penjual memberikan informasi atau janji-janji yang berlebihan (misal: harga terlalu rendah, alasan banyak orang lain yang berminat dan anda diminta harus segera transfer DP, dll).

Di samping itu, ada “Tips Berjualan Aman”, antara lain:

1. Berikan informasi yang detail pada iklan anda, agar calon pembeli memiliki persepsi yang sama terhadap produksi yang anda tawarkan;
2. Usahakan untuk bertransaksi dengan metode Ada Barang Ada Uang/Ketemuan/Cash On Delivery (COD), dan pastikan pembeli telah memeriksa kondisi barang tersebut agar tidak terjadi komplain setelahnya.
3. Jika anda memberikan garansi, pastikan bahwa pembeli telah mengerti syarat-syaratnya dan ruang lingkup garansi tersebut agar tidak terjadi salah pengertian;
4. Untuk pembayaran tidak tunai/transfer, pastikan uang pembayaran dari pembeli sudah masuk ke rekening Anda, sebelum Anda memberikan/mengirimkan barang kepada pembeli. Jika pembeli meminta dokumen Anda sebagai bukti sebelum transfer berikan fotocopy identitas anda (KTP/SIM);
5. Bertransaksilah di lokasi yang aman;
6. Pengiriman barang perlu diperhatikan. Pastikan bahwa barang yang Anda kirimkan berstatus aman, agar terhindar dari risiko barang rusak dan membuat pembeli kecewa.

Tentu saja Tips tersebut dapat di-*skip* oleh calon pembeli atau penjual waktu mendaftar di toko *online* OLX, sehingga sering pembeli dan penjual bersepakat dalam kondisi yang berisiko. Artinya, praktik perdagangan secara elektronik yang tidak aman ditempuh oleh para pihak, khususnya konsumen dalam perdagangan B2C. Hal tersebut tentu berdasarkan pertimbangan tertentu dengan mengabaikan pertimbangan lain yang lebih aman, disebabkan pengabaian itu menurut konsumen belum tentu menimbulkan kerugian baginya, setidaknya sampai perjanjian itu ditutup.

## A. Kelemahan Secara Kelembagaan

Di samping UU ITE, di Indonesia telah dibentuk Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut PP PSTE). Bagaimanapun juga keberadaan PP PSTE sebagai peraturan pelaksanaan dari UU ITE dari satu sisi merupakan jaminan perlindungan bagi konsumen dalam perdagangan secara elektronik, sekaligus menjelaskan rezim perdagangan secara elektronik di Indonesia yang berusaha membentuk peraturan yang memiliki legitimasi. Beberapa ketentuan yang memberi jaminan perlindungan itu diatur dalam Pasal 41- 45 dan PP PSTE, yaitu:

### 1. Kelemahan PP PSTE dalam pasal tersebut diatas: Pasal 41-45 PPPSTE

#### **Pasal 41 PP PSTE**

Penyelenggaraan Transaksi Elektronik dalam lingkup publik atau privat yang menggunakan Sistem Elektronik untuk kepentingan pelayanan publik wajib menggunakan Sertifikat Keandalan dan/atau Sertifikat Elektronik.

Dalam hal menggunakan Sertifikat Keandalan, penyelenggaraan Transaksi Elektronik dalam lingkup publik wajib disertifikasi oleh Lembaga Sertifikasi Keandalan Indonesia yang sudah terdaftar.

Dalam hal menggunakan Sertifikat Elektronik, penyelenggaraan Transaksi Elektronik dalam lingkup publik wajib menggunakan jasa penyelenggara sertifikasi elektronik Indonesia yang sudah tersertifikasi.

### **Pasal 42 PP PSTE**

- (1) Penyelenggaraan Transaksi Elektronik dalam lingkup privat<sup>163</sup> dapat menggunakan Sertifikat Keandalan dan/atau Sertifikat Elektronik.
- (2) Dalam hal menggunakan Sertifikat Keandalan, penyelenggaraan Transaksi Elektronik dalam lingkup privat dapat disertifikasi oleh Lembaga Sertifikasi Keandalan Indonesia yang sudah terdaftar.
- (3) Dalam hal menggunakan Sertifikat Elektronik, penyelenggaraan Transaksi Elektronik dalam lingkup privat dapat menggunakan jasa penyelenggara sertifikasi elektronik Indonesia yang sudah terdaftar.

### **Pasal 43 PP PSTE**

- (1) Penyelenggaraan Transaksi Elektronik di wilayah Negara Republik Indonesia harus:
  - a. Memperhatikan aspek keamanan, keandalan, dan efisiensi;
  - b. Melakukan penyimpanan data transaksi di dalam negeri;
  - c. Mamenfaatkan gerbang nasional, jika dalam penyelenggaraannya melibatkan lebih dari satu Penyelenggara Sistem Elektronik; dan
  - d. Memanfaatkan jaringan Sistem Elektronik dalam negeri.
- (2) Dalam hal ferbang nasional dan jaringan Sistem Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf c dan huruf d belum dapat dilaksanakan,

---

<sup>163</sup> Dalam Pasal 40 ayat (3) PP PSTE ditegaskan bahwa “penyelenggaraan Transaksi Elektronik dalam lingkup privat meliputi Transaksi Elektronik :

- a. antar-Pelaku Usaha;
- b. antara Pelaku Usaha dengan konsumen;
- c. antarpribadi;
- d. antar-Instansi; dan
- e. antara Instansi dengan Pelaku Usaha sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

penyelenggaraan Transaksi Elektronik dapat menggunakan sarana lain atau fasilitas dari luar negeri setelah memperoleh persetujuan dari Instansi Pengawas dan Pengatur Sektor terkait.

- (3) Dalam pemenuhan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), para pihak dalam Transaksi Elektronik wajib memperhatikan peraturan perundang-undangan dari Instansi Pengawas dan Pengatur Sektor terkait.

#### **Pasal 44 PP PSTE**

- (1) Pengirim wajib memastikan Informasi Elektronik yang dikirim benar dan tidak bersifat mengganggu;
- (2) Ketentuan lebih lanjut mengenai pengiriman Informasi Elektronik diatur dalam Peraturan Menteri.

#### **Pasal 45 PP PSTE**

- (1) Dalam hal diperlukan, institusi tertentu dapat menyelenggarakan Transaksi Elektronik yang bersifat khusus.
- (2) Ketentuan mengenai Transaksi Elektronik yang bersifat khusus diatur tersendiri oleh Instansi Pengawas dan Pengatur Sektor terkait.

**Ketentuan–ketentuan yang tertulis didalam pasal tersebut terlihat semata-mata berorientasi pada penyelenggaraan sistem elektronik, tidak berorientasi pada hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen (khususnya konsumen *e-commerce*).**

## 2. Kelemahan Informasi Syarat Kontrak Elektronik Pasal 46-48

Beberapa kelemahan informasi syarat kontrak yang potensial menimbulkan posisi lemah bagi konsumen dapat dikemukakan sebagai berikut :

Secara khusus mengenai transaksi dan kontrak elektronik diatur dalam Pasal 46-48 PP PSTE, yaitu:

### **Pasal 46 PP PSTE**

- (1) Transaksi Elektronik yang dilakukan para pihak memberikan akibat hukum kepada para pihak.
- (2) Penyelenggaraan Transaksi Elektronik yang dilakukan para pihak wajib memperhatikan:
  - a. iktikad baik;
  - b. prinsip kehati-hatian;
  - c. transparansi;
  - d. akuntabilitas; dan
  - e. kewajaran.

### **Pasal 47 PP PSTE**

- (1) Transaksi Elektronik dapat dilakukan berdasarkan Kontrak Elektronik atau bentuk kontraktual lainnya sebagai bentuk kesepakatan yang dilakukan oleh para pihak.
- (2) Kontrak Elektronik dianggap sah apabila:
  - a. terdapat kesepakatan para pihak;
  - b. dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau yang berwenang mewakili sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;

- c. terdapat hal tertentu; dan
- d. objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, dan ketertiban umum.

**Pasal 48 PP PSTE**

- (1) Kontrak Elektronik dan bentuk kontraktual lainnya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 47 ayat (1) yang ditujukan kepada penduduk Indonesia harus dibuat dalam Bahasa Indonesia.
- (2) Kontrak Elektronik yang dibuat dengan klausula baku harus sesuai dengan ketentuan mengenai klausula baku sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan.
- (3) Kontrak Elektronik paling sedikit memuat:
  - 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;
  - g. pilihan hukum penyelesaian Transaksi Elektronik.

### 3. Kelemahan Kelemahan pada PP PSTE

Informasi syarat kontrak dalam perdagangan elektronik, dari sudut pandang konsumen, seharusnya menentukan atau memengaruhi keputusan konsumen untuk melanjutkan sampai penutupan kontrak atau meninggalkan untuk tidak menutup kontrak. Kendati batasan-batasan mengenai kontrak dalam B2C telah ditentukan oleh UU Perlindungan Konsumen, UU ITE, dan **PP PSTE, namun masih menyisakan permasalahan dalam praktik perdagangan secara elektronik, yaitu tidak sepenuhnya dapat menjamin perlindungan konsumen.**

#### **Pasal 49 PP PSTE menentukan bahwa:**

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

Ketentuan tersebut hanya mengatur sehubungan dengan informasi syarat kontrak, yaitu “menyediakan informasi yang lengkap dan benar”, sedangkan terhadap kontrak

elektronik mengenai “memberikan kejelasan informasi”. Ternyata atas pelanggaran atau tidak dipenuhinya kewajiban terhadap penyediaan informasi yang lengkap dan benar ini,

**PP PSTE tidak memberikan sanksi apapun, termasuk tidak mengancam dengan pengenaan sanksi administratif sebagaimana diatur oleh Pasal 84 PP PSTE.**

**Pasal 84 PP PSTE menegaskan bahwa :**

- (1) Pelanggaran terhadap Pasal 7 ayat (1), Pasal 8 ayat (1) dan ayat (3), Pasal 12 ayat (1) dan ayat (2), Pasal 13, Pasal 14 ayat (1), Pasal 15 ayat (1), Pasal 16 ayat (1), Pasal 17 ayat (1), Pasal 18 ayat (1), Pasal 21, Pasal 22 ayat (1), Pasal 27, Pasal 29, Pasal 30 ayat (1), Pasal 37 ayat (1), Pasal 39 ayat (1), Pasal 58 ayat (1) dan ayat (2), Pasal 59 ayat (1), dan Pasal 78 ayat (1) dikenai sanksi administratif.
- (2) Sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa:
  - a. teguran tertulis;
  - b. denda administratif;
  - c. penghentian sementara; dan/atau
  - d. dikeluarkan dari daftar sbagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat (4), Pasa 37 ayat (2), Pasal 62 ayat (1), dan Pasal 65 ayat (4).
- (3) Sanksi administratif diberikan oleh Menteri atau pimpinan Instansi Pengawas dan Pengatur Sektor terkait sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (4) Pengenaan sanksi oleh pimpinan Instansi Pengawas dan Pengatur Sektor terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (3) dilakukan setelah berkoordinasi dengan Menteri.

- (5) Pengenaan sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dan ayat (3) tidak menghapuskan tanggung jawab pidana dan perdata.

**Tidak dikenakannya sanksi administratif atas pelanggaran Pasal 49 ayat (1) PP PSTE menunjukkan kebijakan bahwa informasi yang tidak lengkap dan benar merupakan persoalan pidana atau perdata, sehingga tidak menggunakan ketentuan UU ITE dan PP PSTE, namun hukum pidana atau perdata umum. Dengan kata lain, pelanggaran Pasal 49 ayat (1) PP PSTE merupakan cyber crime atau wanprestasi atau perbuatan melawan hukum perdata.**

Hal ini tentu sangat bergantung pada sikap aktif konsumen sebagai pihak yang dirugikan dalam transaksi elektronik untuk menggugat ataupun memperkarakan secara pidana, setidaknya-tidaknya komplain pada pelaku usaha. Pengaturan terhadap pelanggaran pelaku usaha terdapat di dalam Pasal 28 ayat (1) UU ITE ini diancam pidana sebagaimana diatur dalam Pasal 45A ayat (1) UU ITE yang berbunyi:

“Setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (Enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (Satu milyar rupiah)”

### **Kelemahan kelembagaan PP PSTE**

Berdasarkan hal tersebut diatas, informasi syarat dan ketentuan kontrak merupakan hal penting, bahkan esensial. Secara umum, fungsi “syarat dan ketentuan” (*terms and*

*contions*) di samping menjadi pedoman bertransaksi, juga dapat membantu penyelesaian permasalahan yang muncul dalam perdagangan secara elektronik. Informasi syarat kontrak merupakan informasi atas “syarat dan ketentuan” – yang membatasi hak-hak dan tanggung jawab para pihak dalam kontrak, sehingga kedua belah pihak yang bertransaksi mengetahui hal-hal harus dilakukan dalam untuk tercapainya kesepakatan di antara mereka. Ketidakterpenuhan hak salah satu atau kedua pihak merupakan bentuk wanprestasi (ingkar janji). Kandungan substansi dari syarat dan ketentuan yang diinformasikan kepada konsumen maupun penjual di luar toko *online* lazimnya secara umum meliputi:

- a. Batasan tanggung jawab toko *online* (*limitation of liability*);
- b. Hak kekayaan intelektual (*intellectual property*);
- c. Informasi yang jelas mengenai produk, jaminan yang diberikan, dan syarat mengenai pembayaran, serta ketentuan dan batas waktu pengiriman barang (*clear information about the products, any warranties, ayment terms, and conditions and timelines for delivery of goods*).<sup>164</sup>

Batasan tanggung jawab berhubungan dengan pokok-pokok ketentuan mengenai ganti kerugian atau ketentuan yang membebaskan dari tanggung jawab. Adapun klausula mengenai hak kekayaan intelektual juga penting karena untuk menjamin bahwa kekayaan intelektual, seperti merek yang dipergunakan bukanlah penyalahgunaan (*misuse*). Di samping itu, sangat esensial untuk menentukan secara jelas cara-cara produk dapat dibeli, batasan-batasan, dan yang terjadi ketika penjual tidak dapat memenuhi permintaan.<sup>165</sup>

---

<sup>164</sup> <http://termsfeed.com/blog/terms-conditions-ecommerce-stores/>, diunduh pada 8 November 2020, Pukul 20:52 WIB.

<sup>165</sup> *Ibid.*

Baik HKI maupun mekanisme pembelian oleh konsumen sangat berkaitan dengan perlindungan konsumen, sehingga dipersyaratkan adanya informasi terlebih dahulu kepada konsumen. Dalam hal ini berlaku prinsip *The Privity of Contract*, yaitu pelaku usaha memiliki kewajiban untuk melindungi konsumen, dengan informasi syarat kontrak yang jelas, jujur, serta ditulis dalam bahasa yang dapat dimengerti. Dalam perdagangan secara elektronik jelas tidak dapat diterapkan prinsip *Caveat Emptor* atau *Let The Buyer Beware*, yaitu menuntut konsumen tidak perlu diberi perlindungan secara khusus karena konsumen harus menyadari berbagai kondisi yang dapat terjadi. Hal ini tentu tidak sejalan dengan konsep keadilan menurut John Rawls yang memungkinkan perlindungan pada konsumen karena kondisinya yang lemah dalam perdagangan secara elektronik. Hal ini menuntut peraturan perundang-undangan yang mengatur perdagangan secara elektronik mensyaratkan informasi syarat kontrak yang menjadikan konsumen tidak dirugikan dan jual-beli berlangsung secara jujur (*fair*).

Olswang mengemukakan bahwa berdasarkan “*the Unfair Terms in Consumer Contract Regulation 1999*”, “*Sale of Goods Act 1979*”, “*Supply of Goods and Services Act 1982*”, dan “*Sale and Supply of Goods to Consumers Regulations 2002*”, syarat dan ketentuan konsumen niscaya :

- a. *Fair* (jujur/adil);
- b. *Reasonable* (nalar); dan
- c. *Written in plain English* (ditulis dalam bahasa Inggris yang umum).

Syarat yang tidak jujur/adil akan berakibat tidak dapat ditegakkan. Demikian pula penyusunan syarat dan ketentuan yang ambigu, akan menimbulkan penafsiran yang

konsumen.<sup>166</sup> Informasi “syarat dan ketentuan” itu sendiri merefleksikan informasi mengenai persetujuan atas syarat dan ketentuan yang hendak dinegosiasikan oleh kedua pihak. Informasi syarat dan ketentuan yang sangat sedikit atau minim tentu setidaknya tidaknya meningkatkan risiko kesalahpahaman, perselisihan dagang yang dapat menimbulkan pembayaran atau penundaan kinerja, kompensasi, dan sengketa jaminan.<sup>167</sup> Berdasarkan informasi syarat kontrak elektronik, dapat diketahui tingkat jaminan atas keadilan di antara dua pihak yang akan bertransaksi secara elektronik. Menurut “*Australian Competition & Consumer Commission*”, berdasarkan *the Australian Consumer Law* akibat syarat kontrak yang tidak adil, yaitu “*If a court or tribunal finds that a terms is ‘unfair’, the term will be avoid – this means it is not binding on the parties. The rest of the contract will continue to bind the parties to the extent it is capable of operating without the unfair term*”<sup>168</sup> (Apabila pengadilan menemukan syarat tidak “adil”, syarat tersebut akan dikosongkan – artinya syarat itu tidak mengikat pada para pihak. Syarat lain dari kontrak tersebut akan terus mengikat para pihak sepanjang dapat diterapkan tanpa syarat yang tidak adil). Selanjutnya ditegaskan bahwa tipe-tipe syarat kontrak yang tidak adil, yaitu di antaranya:

- a. *terms that enable one party (but not another) to avoid or limit their obligations under the contract*; [syarat-syarat yang memungkinkan satu pihak bukan pihak lain) menghindari atau membatasi kewajiban-kewajibannya sesuai kontrak]

---

<sup>166</sup> Anna Soileux and Katherine Teasdale, 2014, “E-Commerce and the law”, Hal.13, dalam <https://www.cl.cam.ac.uk/.../Ecommerce/Batch2>, diakses pada tanggal 28/11/2020 Pukul 21:15 WIB.

<sup>167</sup> Faye Fangfei Wang, Op. Cit., Hal.66.

<sup>168</sup> Australian Competition & Consumer Commission, “Unfair Contract Terms”, <https://www.accc.gov.au/business/business-rights-protections/unfair-contract-terms>, tanpa Halaman, diakses pada tanggal 22 Desember 2020, Pukul 21:49 WIB.

- b. *terms that enable one party (but not another) to terminate the contract*; [syarat-syarat yang memungkinkan satu pihak (bukan pihak lain) mengakhiri kontrak]
- c. *terms that penalise one party (but not another) for breaching or terminating the contract*; [syarat-syarat yang menghukum satu pihak (bukan pihak lain) atas pelanggaran atau pengakhiran kontrak]
- d. *terms that enable one party (but not another) to vary the terms of the contract*.<sup>169</sup>  
[syarat-syarat yang memungkinkan satu pihak (bukan pihak lain) menambah syarat kontrak]

Berdasarkan hal tersebut, membaca informasi syarat kontrak elektronik merupakan suatu keharusan untuk dapat memahami transaksi yang akan dilakukan beserta konsekuensinya. Tidak dibacanya informasi syarat kontrak seharusnya juga menjadi syarat sahnya kontrak, di luar syarat yang telah ditentukan oleh KUHPerdara. Toko *online* dapat membuat mekanisme proses penutupan kontrak elektronik yang mengharuskan para pihak melalui proses membaca informasi syarat kontrak. Artinya, tanpa proses pembacaan, para pihak tidak dapat meneruskan ke tahap penutupan kontrak. Dalam kenyataannya, semua toko *online* hanya membuat proses pembacaan informasi syarat kontrak sekali untuk selamanya ketika para pihak “*submit*” (masuk) pada toko *online* pada pertama kali. Realitas ini yang memberi jalan sikap ketidakhati-hatian konsumen dalam memutuskan untuk bertransaksi atau tidak bertransaksi.

Informasi syarat kontrak elektronik tidak hanya menentukan keamanan perdagangan secara elektronik, yang tidak hanya ditujukan bagi salah satu pihak, namun juga keamanan bagi kedua pihak yang bertransaksi tersebut. Sebagaimana disinggung pada

---

<sup>169</sup> *Ibid.*

Bab sebelumnya, informasi syarat kontrak berbeda-beda antara satu toko *online* dan toko *online* lainnya. Hal ini disebabkan tidak ada ketentuan dalam hukum Nasional mengenai syarat kontrak. Informasi syarat kontrak merupakan salah satu ruang yang lazim dipergunakan oleh para pelaku bisnis (*business operators*) untuk mengambil posisi yang lebih menguntungkan atau menentukan ketika bertransaksi dengan konsumen (B2C). Meskipun demikian, toko-toko *online* besar umumnya memberikan syarat perjanjian elektronik yang lebih detail dan *rigid*, bukan hanya soal transaksinya itu sendiri, namun juga informasi pribadi konsumen, seperti informasi dalam hubungan dengan kartu kredit atau kartu ATM atau alat bayar lainnya yang dimungkinkan.

Lebih dari itu ada informasi untuk bantuan bagi konsumen, seperti di *amazon.com* terdapat menu “*Help*”. Menu tersebut berisi berbagai informasi mengenai langkah-langkah yang niscaya ditempuh untuk hal-hal tertentu, di antaranya:

- a. *cancel items or orders* (membatalkan barang atau pesanan);
- b. *manage your order* (mengelola pesanan Anda);
- c. *return items your ordered* (mengembalikan barang yang Anda pesan);
- d. *track your package* (melacak paket Anda);
- e. *change your payment method* (mengubah metode pembayaran Anda);
- f. *manage your account information* (mengelola informasi akun Anda);
- g. *about two-step verification* (tentang verifikasi dua-langkah).<sup>170</sup>

Informasi syarat perjanjian elektronik ini menjadi pintu masuk bagi konsumen untuk melanjutkan keinginannya dalam memenuhi kebutuhan atas barang atau jasa. Dengan informasi tersebut, setidaknya-tidaknya konsumen dapat mengetahui perlindungan atas

---

<sup>170</sup> [www.amazon.com](http://www.amazon.com), diunduh tanggal 27/12/2020, Pukul 19:57 WIB.

posisinya sebagai faktor kalkulasi untuk bertransaksi atau tidak. Apabila informasi syarat kontrak menunjukkan posisi lemah atau tidak adil pada konsumen, secara rasional konsumen seharusnya tidak mengambil risiko untuk melakukan transaksi *online* tersebut, demikian pula sebaliknya. Meskipun demikian, subjektivitas penilaian atas besar-kecilnya risiko pada posisi lebih lemah atau syarat yang tidak adil juga memengaruhi kehendak konsumen untuk melanjutkan transaksi atau meninggalkan transaksi. Konsumen dengan demikian tidak selalu dapat menilai lemah, kuat, atau keseimbangan posisinya dalam hubungan dengan penjual atau pengusaha. Hal ini berarti antara kelemahan informasi syarat kontrak yang mengakibatkan ketidakseimbangan posisi antara pelaku bisnis dan konsumen ataupun ketidakamanan bagi konsumen, tidak berbanding lurus dengan sikap konsumen untuk memilih tetap bertransaksi atau membatalkan transaksi dengan meninggalkan toko *online* dan mencari toko *online* lain yang dianggap lebih adil dan melindungi kepentingan konsumen apabila terjadi wanprestasi atau perbuatan melawan hukum.

Berdasarkan hal tersebut, syarat dan ketentuan suatu situs *web* menawarkan barang atau jasa untuk dijual membutuhkan pengaturan undang-undang perlindungan konsumen. Hal ini mencakup lebih dari sekedar syarat penjualan, tetapi juga mempengaruhi, misalnya, bagaimana barang atau jasa yang dipasarkan atau diiklankan, sarana akses konsumen untuk menawarkan dibuat dan hak-hak konsumen sebelum dan setelah penjualan ditutup.

Sebelum menguraikan kelemahan informasi syarat kontrak dalam transaksi secara elektronik, dikemukakan terlebih dahulu hal-hal yang berhubungan atau kondisi yang

menstimulasi informasi syarat kontrak sebagai aspek yang melindungi kepentingan atau sebaliknya merugikan para pihak atau salah satu pihak.

#### 4. Jarak Jauh (*Great Distances*) antara Pelaku Usaha dan Konsumen

Salah satu karakteristik dari perdagangan secara elektronik di dunia maya (*virtual world*), yaitu antara pengusaha dan konsumen (B2C) sering berada dalam jarak yang sangat jauh dalam dunia nyata (*real world*). Banyak di antara pengusaha dan konsumen yang melakukan perdagangan secara elektronik itu berada di negara yang berbeda, seperti *amazon.com* dan *aliexpress* bagi konsumen dari Indonesia, di samping beberapa memiliki kantor operasional di Indonesia. Meskipun perdagangan secara elektronik mereduksi jarak konseptual antara pengiklanan dan penutupan kontrak, yang berarti mempermudah mewujudkan hubungan toko *online* atau penjual (pelaku usaha) dan konsumen. Pada saat yang sama, perdagangan secara elektronik menyediakan ruang yang lebih mudah menimbulkan masalah, bahkan lebih rumit, khususnya bagi konsumen atas prestasi penjual atau pelaku usaha, termasuk upaya hukum apabila terjadi ingkar janji (*wanprestasi*) ataupun perbuatan melawan hukum.

Fakta jarak yang jauh ini menciptakan risiko dan ketidakpastian yang lebih besar bagi konsumen ketika terjadi *wanprestasi* atas kontrak yang telah mereka sepakati (*breaches of the contracts*) dibandingkan dengan transaksi secara tradisional yang berhadapan antara konsumen dan pengusaha dalam yurisdiksi yang sama.<sup>171</sup> Dalam transaksi atau jual-beli secara tradisional, keputusan untuk melanjutkan jual-beli atau meninggalkannya lebih sederhana bagi para pihak. Jarak yang jauh dalam perdagangan

---

<sup>171</sup> Sutatip Yuthayotin, 2015, *Access to Justice in Transnational B2C E-Commerce, A Multidimensional Analysis of Consumer Protection Mechanisms*, Switzerland: Springer, Hal.1.

secara elektronik itu pula yang memengaruhi kalkulasi para pihak, khususnya konsumen untuk melakukan upaya-upaya hukum, lebih-lebih berbeda negara antara pengusaha dan konsumen. Meskipun demikian, banyak konsumen yang mengabaikan jarak jauh antara pengusaha dan konsumen. Para konsumen mengabaikan jarak jauh itu sebagai halangan untuk bertransaksi secara elektronik. Semua responden (100 orang konsumen yang pernah melakukan transaksi *online*) yang peneliti wawancarai melalui data questioner, 100 persen menunjukkan hal itu. Artinya, konsumen Indonesia mengabaikan jarak jauh dengan penjual dalam perdagangan secara elektronik. Pada hal kelemahan kelemahan konsumen pada umumnya :

Konsumen hanya bisa menerima syarat-syarat perjanjian elektronik yang sudah di siapkan dan dibuat oleh pelaku usaha.

Konsumen tidak bisa melihat barang secara langsung, konsumen tidak bisa memastikan melihat warna yang jelas karena warna di layar internet dengan warna kenyataan beda, konsumen tidak bisa mencoba, konsumen dipihak yang dirugikan apabila terjadi barang tidak sesuai dengan pesanan, andakan konsumen komplin akan kena biaya dua kali.

Hal ini di antaranya karena pengalaman yang menunjukkan tidak ada permasalahan secara pribadi maupun berdasarkan pengalaman atas keberhasilan orang lain yang dikenal, meskipun hal tersebut sesungguhnya sama sekali tidak menjadi jaminan.

Dalam hubungan dengan penutupan kontrak, secara khusus konsumen membuat terbuka atas data pribadinya, seperti detail kartu kredit atau kartu debit yang dipergunakan untuk sarana pembayaran, bahkan penjual tidak mengenalnya. Risiko dalam transaksi elektronik itu semakin rumit ketika melibatkan pihak ketiga, seperti penerima barang

(bukan pembeli, namun menerima barang atas permintaan konsumen) yang berada di tempat yang jauh dengan tempat konsumen maupun toko *online* atau pelaku usaha, misalnya ketika membelikan keluarga, teman, atau relasinya di luar kota.

Kondisi jarak yang jauh antara toko *online* atau pelaku usaha dan konsumen ini merupakan persoalan yang sulit untuk diatur oleh salah satu negara tanpa adanya kerja sama (kooperasi) dengan negara lain. Hal tersebut terutama berkaitan dengan penyelesaian sengketa atau perkara apabila terjadi perbuatan melawan hukum. Sebaliknya, realitas ini bagi pelaku usaha atau penyelenggara sistem elektronik yang memfasilitasi toko *online*, merupakan ruang bebas yang memosisikan pada risiko minimal, meskipun seperti dikatakan di atas, banyak toko-toko *online* besar yang membuat syarat kontrak elektronik dan memberikan informasi syarat kontrak elektronik secara adil (*fair*), sehingga meminimalisir risiko konsumen atau pengusaha yang difasilitasi untuk penawaran dan penerimaan, pembayarannya, atau pengiriman barang.

Jarak jauh antara toko *online* dan konsumen bukan hanya potensial melahirkan persoalan-persoalan jual-beli itu sendiri, namun juga persoalan pengiriman maupun penerimaan barang. Proses pengiriman potensial menimbulkan permasalahan tersendiri, dalam arti terbuka kemungkinan barang terlalu lama diterima oleh konsumen, di luar keinginan toko *online* yang mengirim dan konsumen yang berharap barang sampai di tangan secepat mungkin. Ada toko *online* yang menyediakan jasa pengiriman sendiri, sehingga mudah dikontrol, namun tidak sedikit yang menggunakan jasa pengiriman yang tidak sepenuhnya dapat dikontrol proses-prosesnya.

Demikian pula ketika terjadi komplain, sehingga barang harus dikirim balik oleh konsumen dan toko *online* harus mengirim ulang (*reshipping*). Tentu jarak yang jauh

menimbulkan biaya yang lebih mahal, sehingga menjadi tidak efisien bagi konsumen maupun toko *online* atau pelaku usaha (penjual). Kondisi tersebut kadang-kadang melahirkan keengganan konsumen untuk mengirim balik dan hanya menyisakan kekecewaan bagi konsumen. Sementara itu, toko *online* atau penjual yang difasilitasi tidak begitu saja mempertimbangkan klaim konsumen sebagai benar adanya, sehingga tidak ditanggapi oleh pelaku usaha. Hal ini tentu berbeda dengan perdagangan secara tradisional dengan jarak yang dekat, konsumen dapat datang langsung ke toko untuk komplain apabila kemudian ternyata terjadi ketidaksesuaian dengan yang diharapkan.

Kondisi jarak jauh yang bersifat lintas negara ini juga menjadikan konsumen kemungkinan harus tunduk pada hukum perdagangan secara elektronik yang membatasi syarat dan ketentuan beserta informasinya. Demikian pula sebaliknya bagi penjual atas hukum yang berlaku di negara tempat konsumen berada. Di Inggris terdapat “*the Consumer Contracts (Information, Cancellation and Additional Charges) Regulations 2013*” yang mensyaratkan pedagang untuk memberi **informasi tertentu**. Ketentuan ini merupakan pengganti dari “*Distance Selling Regulations*”, yang berlaku sebelum 13 Juni 2014. Indonesia belum memiliki ketentuan khusus seperti itu, kecuali UU ITE. Informasi khusus yang harus disampaikan oleh pedagang meliputi :

- a. *a description of the goods, service or digital content, including how long any commitment will last on the part of the consumer;*
- b. *the total price of the goods, service or digital service or the manner in which the price will be calculated if this can't be determined;*
- c. *how you will pay for the goods or services and when they will be provide to you;*

- d. *all additional delivery charges and other costs (and if these charges can't be calculated in advanced, the fact that they may be payable);*
- e. *details of who pays for the cost of returning items if you have a right to cancel and change your mind;*
- f. *details of any right to cancel – the trader also needs to provide, or make available, a standard cancellation form to make cancelling easy (although you aren't under any obligation to use it);*
- g. *information about the seller, including their geographical address and contact details and the address and identity of any other trader for whom the trader is acting;*
- h. *information on the compatibility of digital content with hardware and other software that the trader is aware of (or can reasonably be expected to be aware of).<sup>172</sup>*

Ketentuan tersebut menjadi standar dan pedoman informasi syarat kontrak dalam perdagangan secara elektronik di Inggris sebagai konsekuensi perdagangan jarak jauh. Hal tersebut semata-mata untuk memberikan jaminan perlindungan kepada konsumen dalam perdagangan secara elektronik, yang menjadi kewajiban pedagang *online*.

## **5. Kesadaran dan Kepercayaan Konsumen**

Informasi syarat kontrak sangat berhubungan dengan kesadaran maupun kepercayaan konsumen dalam melakukan transaksi secara elektronik. Secara umum, informasi yang tidak benar dan menimbulkan pengalaman yang merugikan konsumen, maka pada gilirannya akan melahirkan ketidakpercayaan pada toko *online*, penjual atau pelaku usaha. Oleh karena itu, informasi syarat kontrak tidak hanya mengandung

---

<sup>172</sup> <http://www.which.co.uk/consumer-rights/regulation/consumer-contracts-regulations>, diakses pada tanggal 20 November 2020, Pukul 22:45 WIB.

pengertian sebagai pemenuhan kewajiban hukum, namun juga dengan etika bisnis yang menandai baik-buruk perilaku pelaku usaha terhadap konsumennya maupun dalam hubungan dengan lingkungan bisnis itu sendiri, termasuk dengan pelaku usaha lainnya.

Permasalahan utama berhubungan dengan informasi syarat kontrak, yaitu mengenai kesadaran konsumen. Kesadaran dalam hal ini secara umum diartikan dengan keadaan mengerti atau keinsafan atau hal yang dirasakan atau dialami oleh seseorang.<sup>173</sup> Kesadaran ini berbanding lurus dengan kepercayaan konsumen (*consumer confidence*, *consumer trust*) maupun risiko konsumen dalam perdagangan secara elektronik. Kepercayaan diartikan sebagai “angapan atau keyakinan bahwa sesuatu yang dipercaya itu benar atau nyata”.<sup>174</sup> Kepercayaan (*trust*) memainkan peran penting dalam banyak interaksi sosial dan ekonomi yang melibatkan ketidakpastian dan ketergantungan. Semenjak ketidakpastian itu ada dalam transaksi melalui internet, banyak peneliti menyatakan bahwa kepercayaan merupakan faktor kritis yang memengaruhi proliferasi (perkembangan) perdagangan secara elektronik. Konsep kepercayaan itu krusial disebabkan pengaruhnya pada sejumlah faktor esensial pada transaksi *online*, termasuk keamanan dan privasi. Lebih dari itu, meskipun perdagangan secara elektronik membawa kemanfaatan atau keuntungan, baik pada *vendor* (penjaja) maupun konsumen, namun juga pembatasan, seperti separasi fisik antara pembeli dan penjual, serta antara pembeli dan barang yang diperdagangkan. Untuk mereduksi rintangan (*barriers*), penjaja harus membangun hubungan kepercayaan (*trustworthy relationship*) untuk mempertahankan

---

<sup>173</sup> [www.artikata.com](http://www.artikata.com), atau <https://www.kamusbesar.com/kesadaran>, diunduh pada Jumat, 16 Desember 2020, Pukul 20:57 WIB.

<sup>174</sup> *Ibid.*

loyalitas/kesetiaan (*customer loyalty*) pelanggan.<sup>175</sup> Kepercayaan pelanggan tentu memengaruhi atau memiliki konsekuensi pada perilaku dan keinginan untuk membeli dan persepsi risiko dalam situasi pembelian. Dari 100 (seratus) orang koresponden konsumen e-commerce yang mengisi questioner diwawancarai sebagian orang di antaranya membeli pada toko *online* tertentu karena sudah percaya, meskipun sebenarnya hanya karena kebiasaan. Sementara sebagian orang lainnya karena pilih-pilih, sehingga pada dasarnya memiliki kekhawatiran terjadinya kerugian dalam perdagangan secara elektronik yang dilakukannya atau tidak sepenuhnya percaya.

Penelitian yang dilakukan di Inggris menunjukkan bahwa kesadaran dan kepercayaan konsumen ini yang memengaruhi angka perdagangan secara elektronik B2C. Artinya, jumlah transaksi elektronik B2C tetap lebih rendah dibandingkan dengan B2B. Survei belakangan yang dilakukan di Uni Eropa (EU) mengenai kepercayaan konsumen mengungkapkan bahwa tingkat kepercayaan konsumen elektronik (*e-consumers*) sangat rendah. Kurang-lebih 56 % (lima puluh enam persen) dari konsumen elektronik yang disurvei memberi alasan bahwa perusahaan/pengusaha asing tingkat kepatuhannya rendah terhadap hukum perlindungan konsumen. Sekitar 71 % (tujuh puluh satu persen) konsumen yang disurvei menyatakan sangat sulit dalam penyelesaian sengketa, seperti kemungkinan muncul dari pengembalian barang (*return of goods*), penyelesaian harga (*price settlement*), jaminan (*warranties*), dan sebagainya sebagai alasan ketiadaan kepercayaan. Sekitar 65 % (enam puluh lima persen) konsumen yang disurvei yakin bahwa akan problematis apabila mereka mengubah pikiran dan mengembalikan produk

---

<sup>175</sup> Thompson S.HAL. Teo, Jing Liu, 2007, "Consumer trust in e-commerce in the United States, Singapore and China", dalam Omega, The International Journal of Management Science, Hal.22 (22-38), [www.elsevier.com/locate/omega](http://www.elsevier.com/locate/omega) atau [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com), diakses pada tanggal 29/11/2020, Pukul 21:08 WIB.

yang mereka beli secara *online* dari penjual yang berada di luar negeri.<sup>176</sup> Kondisi ini menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen menjadi krusial, yang secara langsung menandai tuntutan pada para pengusaha untuk menciptakan perdagangan secara elektronik yang menumbuhkan kepercayaan kepada konsumen. Oleh karena itu, analisis dan identifikasi elemen-elemen yang memengaruhi kepercayaan atau ketidakpercayaan konsumen menjadi penting, sehingga dapat diketahui secara tepat yang dibutuhkan untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen.

Konsumen yang tidak mengetahui hak-haknya, pada kondisi tertentu melahirkan konsekuensi yang merugikan, lebih-lebih tidak mengetahui adanya jaminan perlindungan yang diberikan oleh UU Perlindungan Konsumen. Tanpa mengetahui UU Perlindungan Konsumen, UU ITE, dan membaca secara detail informasi syarat kontrak, serta substansi kontrak yang disepakatinya, tidak hanya melahirkan kesulitan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen pada transaksi *online*, namun juga langkah dan upaya hukum bagi konsumen yang niscaya dilakukan ketika terjadi iklan yang menyesatkan (*misleading advertising*) atau pelanggaran terhadap kontrak elektronik.

## 6. Lemahnya Bertransaksi untuk mendapat Perlindungan Hukum

Sebagaimana telah diungkapkan oleh C. Coteanu bahwa pertumbuhan masif dalam legislasi yang berhubungan dengan pasar *online* (*online market*), masih menyisakan skeptisme konsumen terhadap pembelian *online*. Beberapa pemberi komentar secara sederhana menyatakan bahwa ketiadaan kepercayaan konsumen dalam transaksi *online* disebabkan oleh mekanisme hukum yang ada gagal untuk memberikan perlindungan yang

---

<sup>176</sup> *Ibid.*, Hal.22-23.

logis (*legitimate protection*).<sup>177</sup> Oleh karena itu, dibandingkan dengan B2B, transaksi B2C relatif rendah. Konsumen bertransaksi dengan nilai yang relatif kecil. **Hal tersebut disebabkan secara logis konsumen beranggapan antara risiko dan kemudahan transaksi atau pemenuhan atas barang dan jasa yang dibutuhkan tidak seimbang. Risiko dipandang lebih besar daripada kemudahan bertransaksi atau pemenuhan kebutuhan konsumen melalui *took online*.**

Dalam hubungan dengan jaminan perlindungan, tidak sedikit konsumen yang tidak mengetahui adanya UU ITE atau jaminan perlindungan yang diberikan oleh peraturan perundang-undangan lain, termasuk UU Perlindungan Konsumen. Lebih-lebih bagi konsumen yang tidak terbiasa dan belum berpengalaman dalam transaksi *online* dengan kekhawatiran transaksinya tidak sesuai dengan yang diharapkan. Kekhawatiran itu terutama pada penjual atau pelaku usaha yang menawarkan barangnya melalui toko online atau penyelenggara sistem elektronik yang fasilitasi transaksi tanpa sertifikasi.

Apabila dibandingkan dengan transaksi dalam dunia nyata, transaksi atau hubungan jual-beli dalam dunia maya ini memiliki potensi kejahatan atau setidaknya merugikan pihak lain, yang jauh lebih besar, di samping keuntungan masing-masing pihak. Hal itu disebabkan oleh lebih mudahnya interaksi antar pelaku usaha maupun dengan konsumen yang melampaui batas-batas negara bangsa. Meskipun di berbagai negara, bahkan secara internasional telah dibentuk berbagai peraturan yang berusaha untuk mengeliminasi tindakan-tindakan dalam transaksi yang merugikan pihak lain, namun hal tersebut tidak sepenuhnya dapat dikontrol oleh agen-agen negara yang memiliki otoritas untuk itu. Kesulitan mengontrol secara hukum terutama disebabkan

---

<sup>177</sup> *Ibid.*, Hal. 2.

oleh persoalan yurisdiksi maupun substansi hukum yang belum sepenuhnya harmonis antara satu negara dengan negara lainnya, termasuk mekanisme atau prosedur penyelesaian sengketa.

Kesenjangan posisi antara perusahaan satu dan pelaku usaha lain atau antara pelaku usaha dan konsumen yang melakukan transaksi tidak mudah disejajarkan, dengan posisi konsumen lebih lemah dibanding pelaku usaha. Hal ini tampak menjadi sifat bawaan yang melekat pada prinsip kebebasan berkontrak. Oleh karena itu, tidak jarang muncul kontrak, yang secara substantif, keseluruhan dari maksudnya, baik dimengerti atau tidak dimengerti oleh konsumen, menempatkan konsumen pada posisi yang dirugikan. Tidak berlebihan apabila UU Perlindungan Konsumen membuat batasan-batasan bagi pelaku usaha. Batasan-batasan tersebut dapat berarti memberi kekuatan tambahan bagi konsumen sehingga posisinya yang lemah dapat dilindungi dari penyalahgunaan posisi kuat pelaku usaha untuk memperoleh keuntungan dengan merugikan konsumen. Dalam konteks perdagangan secara elektronik, UU ITE tidak memberi batasan bagi pelaku usaha atau pelaku usaha dalam hubungan dengan konsumen, sehingga sepenuhnya disandarkan pada UU Perlindungan Konsumen. Pengaturan UU ITE bersifat umum dalam hubungannya dengan penyelenggaraan transaksi elektronik dan sistem elektronik.

Batasan-batasan yang diatur UU Perlindungan Konsumen dalam hubungan dengan kontrak elektronik dan hal-hal yang berhubungan dengan kontrak elektronik tidak dengan sendirinya menjamin ketiadaan potensi kerugian konsumen disebabkan oleh syarat kontrak dan kontrak yang dibuat oleh perusahaan atau pelaku usaha. Hal ini menunjukkan bahwa syarat sah nya perjanjian pada pasal 1320 KUHPer belum berlaku efektif dikarenakan informasi syarat kontrak belum lengkap dan jelas di mana unsur cakap belum

di aturan padahal seseorang dapat mengadakan transaksi jual beli padausia 18 tahun ke atas, unsur sepakat masih banyak konsumen yang dirugikan karena dibuatnya kontrak standar atau baku dalam perdagangan secara elektronik menempatkan konsumen pada posisi yang lebih lemah dibandingkan dengan pelaku usaha, untuk unsur hal tertentu konsumen banyak dirugikan karena barang pesanan yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan yang ditawarkan seperti dalam pembelian peralatan rumah tangga banyak kekecewaan yang dialami konsumen dan unsur sebab yang halal banyak barang terlarang dengan mudah didapat melalui perdagangan secara elektronik.

Terlepas dari pengetahuan konsumen terhadap ketentuan UU ITE, sebenarnya dalam UU ITE tersebut terdapat beberapa ketentuan yang secara tidak langsung memberikan perlindungan bagi konsumen. Ketentuan dimaksud di antaranya mengenai : informasi elektronik sebagai alat bukti hukum yang sah (Pasal 5), sertifikat digital (*digital certificate*), yang dalam Pasal 13 dan 14 UU ITE disebut “sertifikat elektronik”, kewajiban menelenggarakan sistem elektronik secara andal dan aman serta bertanggung jawab (Pasal 15 dan 16 UU ITE). Kenyataannya hal tersebut sulit ditegakkan, sehingga terbuka kemungkinan muncul penyelenggara sistem elektronik yang belum tersertifikasi. Beberapa kelemahan informasi syarat kontrak yang potensial menimbulkan posisi lemah

bagi konsumen dapat dikemukakan sebagai berikut:

#### *7. Informasi Syarat Kontrak Mengarahkan pada Kontrak Baku yang Tidak Seimbang*

Telah menjadi gambar umum bahwa kontrak dalam perdagangan secara elektronik dibuat dalam bentuk baku atau standar (*standard contract*). Faye Fangfei Wang menegaskan bahwa:

*Standard terms are contract terms that one party formulates for use in their contracts generally and are provided to other parties for use in their mutual transactions. Typically they are not negotiated but are presented to customers at the conclusion of bargaining over the contract's principle subject matter.*<sup>178</sup>

(Persyaratan standar adalah istilah kontrak yang salah satu pihak merumuskan untuk digunakan dalam kontrak mereka pada umumnya dan diberikan kepada pihak lain untuk digunakan dalam transaksi di antara mereka. Biasanya persyaratan itu tidak dinegosiasikan, tetapi disampaikan kepada pelanggan pada akhir perundingan atas masalah mendasar kontrak.)

Kontrak baku atau standar ini telah tampak dalam informasi syarat kontrak, meskipun secara implisit. Hal ini menunjukkan salah satu kesulitan untuk membuat cocok dengan hukum kontrak (Indonesia) disebabkan ketika para pihak yang berkontrak, setidaknya salah satu di antara mereka, menggunakan komputer sebagai agen (*a computer as an agent*). Di dalam lingkungan elektronik, suatu e-mail dapat dikirim atau dijawab oleh komputer. Sebagai suatu kontrak hanya valid ketika terdapat suatu kehendak atau maksud untuk mengadakan hubungan hukum (*legal relations*), sedangkan kontrak melalui internet memungkinkan untuk dilakukan hanya satu orang, biasanya pembeli (*buyer*). Situs-situs perdagangan secara elektronik berbasis jaringan internet (*web-base electronic commerce sites*) sebagian besar menggunakan agen elektronik (*electronic agent*). Situs jaringan interaktif memungkinkan pengguna untuk mengirim informasi secara langsung dengan

---

<sup>178</sup> Faye Fangfei Wang, Op. Cit., Hal.100.

mengisi form elektronik.<sup>179</sup> Agen elektronik ini juga yang mewakili untuk menyatakan konsumen dianggap sudah membaca informasi syarat kontrak dan memahaminya. Agen elektronik tidak lebih dari program komputer yang disusun terlebih dahulu (*pre-programmed computer program*) untuk menemukan informasi, membuat kontrak, serta interaksi lain dengan komputer pihak lain tanpa intervensi manusia. Secara keseluruhan membuat penawaran (*offer*) dan penerimaan (*acceptance*) dapat dilakukan semata-mata secara otomatis.<sup>180</sup>

Dalam kontrak baku ini, pihak dengan posisi tawar lebih kuat lazimnya yang menentukan kontrak baku tersebut, sehingga mengendalikan situasi. Salah satu masalah abadi mengenai syarat baku dalam sebagian besar sistem hukum, yaitu syarat-syarat tersebut bukan objek dari penawaran khusus yang termasuk dalam kesepakatan atau bukan kesepakatan dari para pihak. Hal tersebut secara internasional juga menjadi salah satu permasalahan dalam interpretasi dan penerapan ketentuan *the United Nations Convention on Contracts for the International Sale of Goods, Vienna 1980 (CISG)*.<sup>181</sup>

Kontrak baku pada toko *online* yang memfasilitasi pelaku usaha dan konsumen, lazimnya membatasi keduanya – pelaku usaha dan konsumen. Kontak baku tidak selalu dibuat oleh pelaku usaha karena pada toko *online* yang bukan diadakan oleh pelaku usaha, kontrak baku lazimnya dibuat oleh penyelenggara sistem perdagangan secara elektronik itu. Permasalahan kontrak baku dalam informasi syarat kontrak bukan terletak pada pembentukan klausula-klausula yang bersifat sepihak oleh toko *online*, sementara pihak

---

<sup>179</sup> Abdulhadi M. Alghandi, Op. Cit., Hal.129.

<sup>180</sup> *Ibid.*, Hal.128.

<sup>181</sup> S. Eiselen, 2011, The Requirements for the Inclusion of Standard Term in International Sales Contract, *Georgia Journal of International and Comparative Law*, Hal.1 (1-30), [www.saflii.org/za/journals/PER/2011/1.rtf](http://www.saflii.org/za/journals/PER/2011/1.rtf), diunduh pada 6 Desember 2020, pkl.22:01 WIB.

lain (konsumen) hanya menyepakati atau meninggalkan toko *online*, namun pada keseimbangan perlindungan kepentingan pihak-pihak yang bertransaksi. Ketidakseimbangan perlindungan kepentingan potensial merugikan salah satu pihak, khususnya konsumen. Dalam hubungan dengan keadilan, ketidakseimbangan perlindungan kepentingan dalam kontrak baku itu menjelaskan ketidakadilan.

Kenyataan menunjukkan bahwa tidak ada toko *online* yang menawarkan dalam informasi syarat kontrak mengenai kemungkinan konsumen melakukan negosiasi atas klausula-klausula kontrak perdagangan. Informasi syarat kontrak menunjukkan “pendekatan berdasarkan kekuasaan pada kontrak” (*power-based approaches to contract*). Kekuasaan dimaksud adalah pelaku usaha atau *toko online* yang membuat informasi itu.

## B. Kelemahan Pada Struktur Hukum

Batasan tanggung jawab berhubungan dengan pokok-pokok ketentuan mengenai ganti kerugian atau ketentuan yang membebaskan dari tanggung jawab. Adapun klausula mengenai hak kekayaan intelektual juga penting karena untuk menjamin bahwa kekayaan intelektual, seperti merek yang dipergunakan bukanlah penyalahgunaan (*misuse*). Di samping itu, sangat esensial untuk menentukan secara jelas cara-cara produk dapat dibeli, batasan-batasan, dan yang terjadi ketika penjual tidak dapat memenuhi permintaan.<sup>182</sup> Baik HKI maupun mekanisme pembelian oleh konsumen sangat berkaitan dengan perlindungan konsumen, sehingga dipersyaratkan adanya informasi terlebih dahulu kepada konsumen. Dalam hal ini berlaku prinsip *The Privity of Contract*, yaitu pelaku usaha memiliki kewajiban untuk melindungi konsumen, dengan informasi syarat kontrak

---

<sup>182</sup> *Ibid.*

yang jelas, jujur, serta ditulis dalam bahasa yang dapat dimengerti. Dalam perdagangan secara elektronik jelas tidak dapat diterapkan prinsip *Caveat Emptor* atau *Let The Buyer Beware*, yaitu menuntut konsumen tidak perlu diberi perlindungan secara khusus karena konsumen harus menyadari berbagai kondisi yang dapat terjadi. Hal ini tentu tidak sejalan dengan konsep keadilan menurut John Rawls yang memungkinkan perlindungan pada konsumen karena kondisinya yang lemah dalam perdagangan secara elektronik. Hal ini menuntut peraturan perundang-undangan yang mengatur perdagangan secara elektronik mensyaratkan informasi syarat kontrak yang menjadikan konsumen tidak dirugikan dan jual-beli berlangsung secara jujur (*fair*).

Olswang mengemukakan bahwa berdasarkan “*the Unfair Terms in Consumer Contract Regulation 1999*”, “*Sale of Goods Act 1979*”, “*Supply of Goods and Services Act 1982*”, dan “*Sale and Supply of Goods to Consumers Regulations 2002*”, syarat dan ketentuan konsumen niscaya :

- d. *Fair* (jujur/adil);
- e. *Reasonable* (nalar); dan
- f. *Written in plain English* (ditulis dalam bahasa Inggris yang umum).

Syarat yang tidak jujur/adil akan berakibat tidak dapat ditegakkan. Demikian pula penyusunan syarat dan ketentuan yang ambigu, akan menimbulkan penafsiran yang konsumen.<sup>183</sup> Informasi “syarat dan ketentuan” itu sendiri merefleksikan informasi mengenai persetujuan atas syarat dan ketentuan yang hendak dinegosiasikan oleh kedua pihak. Informasi syarat dan ketentuan yang sangat sedikit atau minim tentu setidaknya tidaknya meningkatkan risiko kesalahpahaman, perselisihan dagang yang dapat

---

<sup>183</sup> Anna Soileux and Katherine Teasdale, 2014, “E-Commerce and the law”, Hal.13, dalam <https://www.cl.cam.ac.uk/.../Ecommerce/Batch2>, diakses pada tanggal 28/11/2020, Pukul 21:15 WIB.

menimbulkan pembayaran atau penundaan kinerja, kompensasi, dan sengketa jaminan.<sup>184</sup> Berdasarkan informasi syarat kontrak elektronik, dapat diketahui tingkat jaminan atas keadilan di antara dua pihak yang akan bertransaksi secara elektronik. Menurut "Australian Competition & Consumer Commission", berdasarkan *the Australian Consumer Law* akibat syarat kontrak yang tidak adil, yaitu "*If a court or tribunal finds that a terms is 'unfair', the term will be avoid – this means it is not binding on the parties. The rest of the contract will continue to bind the parties to the extent it is capable of operating without the unfair term*"<sup>185</sup> (Apabila pengadilan menemukan syarat tidak "adil", syarat tersebut akan dikosongkan – artinya syarat itu tidak mengikat pada para pihak. Syarat lain dari kontrak tersebut akan terus mengikat para pihak sepanjang dapat diterapkan tanpa syarat yang tidak adil). Selanjutnya ditegaskan bahwa tipe-tipe syarat kontrak yang tidak adil, yaitu di antaranya:

- e. *terms that enable one party (but not another) to avoid or limit their obligations under the contract;* [syarat-syarat yang memungkinkan satu pihak bukan pihak lain) menghindari atau membatasi kewajiban-kewajibannya sesuai kontrak]
- f. *terms that enable one party (but not another) to terminate the contract;* [syarat-syarat yang memungkinkan satu pihak (bukan pihak lain) mengakhiri kontrak]
- g. *terms that penalise one party (but not another) for breaching or terminating the contract;* [syarat-syarat yang menghukum satu pihak (bukan pihak lain) atas pelanggaran atau pengakhiran kontrak]

---

<sup>184</sup> Faye Fangfei Wang, Op. Cit., Hal.66.

<sup>185</sup> Australian Competition & Consumer Commission, "Unfair Contract Terms", <https://www.accc.gov.au/business/business-rights-protections/unfair-contract-terms>, tanpa Halaman, diakses pada tanggal 22 Desember 2020, Pukul 21:49 WIB.

h. *terms that enable one party (but not another) to vary the terms of the contract.*<sup>186</sup>

[syarat-syarat yang memungkinkan satu pihak (bukan pihak lain) menambah syarat kontrak]

Berdasarkan hal tersebut, membaca informasi syarat kontrak elektronik merupakan suatu keharusan untuk dapat memahami transaksi yang akan dilakukan beserta konsekuensinya. Tidak dibacanya informasi syarat kontrak seharusnya juga menjadi syarat sahnya kontrak, di luar syarat yang telah ditentukan oleh KUHPerdara. Toko *online* dapat membuat mekanisme proses penutupan kontrak elektronik yang mengharuskan para pihak melalui proses membaca informasi syarat kontrak. Artinya, tanpa proses pembacaan, para pihak tidak dapat meneruskan ke tahap penutupan kontrak. Dalam kenyataannya, semua toko *online* hanya membuat proses pembacaan informasi syarat kontrak sekali untuk selamanya ketika para pihak “*submit*” (masuk) pada toko *online* pada pertama kali. Realitas ini yang memberi jalan sikap ketidakhati-hatian konsumen dalam memutuskan untuk bertransaksi atau tidak bertransaksi.

Informasi syarat kontrak elektronik tidak hanya menentukan keamanan perdagangan secara elektronik, yang tidak hanya ditujukan bagi salah satu pihak, namun juga keamanan bagi kedua pihak yang bertransaksi tersebut. Sebagaimana disinggung pada Bab sebelumnya, informasi syarat kontrak berbeda-beda antara satu toko *online* dan toko *online* lainnya. Hal ini disebabkan tidak ada ketentuan dalam hukum Nasional mengenai syarat kontrak. Informasi syarat kontrak merupakan salah satu ruang yang lazim dipergunakan oleh para pelaku bisnis (*business operators*) untuk mengambil posisi yang lebih menguntungkan atau menentukan ketika bertransaksi dengan konsumen (B2C).

---

<sup>186</sup> *Ibid.*

Meskipun demikian, toko-toko *online* besar umumnya memberikan syarat perjanjian elektronik yang lebih detail dan *rigid*, bukan hanya soal transaksinya itu sendiri, namun juga informasi pribadi konsumen, seperti informasi dalam hubungan dengan kartu kredit atau kartu ATM atau alat bayar lainnya yang dimungkinkan.

Lebih dari itu ada informasi untuk bantuan bagi konsumen, seperti di *amazon.com* terdapat menu “*Help*”. Menu tersebut berisi berbagai informasi mengenai langkah-

langkah yang niscaya ditempuh untuk hal-hal tertentu, di antaranya:

- h. *cancel items or orders* (membatalkan barang atau pesanan);
- i. *manage your order* (mengelola pesanan Anda);
- j. *return items your ordered* (mengembalikan barang yang Anda pesan);
- k. *track your package* (melacak paket Anda);
- l. *change your payment method* (mengubah metode pembayaran Anda);
- m. *manage your account information* (mengelola informasi akun Anda);
- n. *about two-step verification* (tentang verifikasi dua-langkah).<sup>187</sup>

Informasi syarat perjanjian elektronik ini menjadi pintu masuk bagi konsumen untuk melanjutkan keinginannya dalam memenuhi kebutuhan atas barang atau jasa. Dengan informasi tersebut, setidaknya konsumen dapat mengetahui perlindungan atas posisinya sebagai faktor kalkulasi untuk bertransaksi atau tidak. Apabila informasi syarat kontrak menunjukkan posisi lemah atau tidak adil pada konsumen, secara rasional konsumen seharusnya tidak mengambil risiko untuk melakukan transaksi *online* tersebut, demikian pula sebaliknya. Meskipun demikian, subjektivitas penilaian atas besar-kecilnya risiko pada posisi lebih lemah atau syarat yang tidak adil juga memengaruhi

---

<sup>187</sup> [www.amazon.com](http://www.amazon.com), diunduh tanggal 27/12/2020, Pukul 19:57 WIB.

kehendak konsumen untuk melanjutkan transaksi atau meninggalkan transaksi. Konsumen dengan demikian tidak selalu dapat menilai lemah, kuat, atau keseimbangan posisinya dalam hubungan dengan penjual atau pengusaha. Hal ini berarti antara kelemahan informasi syarat kontrak yang mengakibatkan ketidakseimbangan posisi antara pelaku bisnis dan konsumen ataupun ketidakamanan bagi konsumen, tidak berbanding lurus dengan sikap konsumen untuk memilih tetap bertransaksi atau membatalkan transaksi dengan meninggalkan toko *online* dan mencari toko *online* lain yang dianggap lebih adil dan melindungi kepentingan konsumen apabila terjadi wanprestasi atau perbuatan melawan hukum.

Berdasarkan hal tersebut, syarat dan ketentuan suatu situs *web* menawarkan barang atau jasa untuk dijual membutuhkan pengaturan undang-undang perlindungan konsumen. Hal ini mencakup lebih dari sekedar syarat penjualan, tetapi juga mempengaruhi, misalnya, bagaimana barang atau jasa yang dipasarkan atau diiklankan, sarana akses konsumen untuk menawarkan dibuat dan hak-hak konsumen sebelum dan setelah penjualan ditutup.

Sebelum menguraikan kelemahan informasi syarat kontrak dalam transaksi secara elektronik, dikemukakan terlebih dahulu hal-hal yang berhubungan atau kondisi yang menstimulasi informasi syarat kontrak sebagai aspek yang melindungi kepentingan atau sebaliknya merugikan para pihak atau salah satu pihak.

Di dalam kewenangan Badan Perlindungan Konsumen Nasional dalam UU NO 8 Tahun 1999 terdapat kelemahan :

- a. Menyoroti pengaturan mengenai kewenangan BPKN yang dinilai setengah hati karena hanya memberikan kewenangan kepada BPKN saran dan rekomendasi ke pemerintah.
- b. BPKN melakukan penelitian hanya berhenti di badan perlindungan konsumen tidak sampai ke pelaporan
- c. BPKN tugas dan kewenangannya hanya menerima pengaduan dari masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat atau pelaku usaha , tidak bisa menyelesaikan perkara, diharapkan dapat melindungi kepentingan konsumen maka seharusnya kewenangannya lebih dari itu.

Temuan Baru :

**JD.ID dan [Bukalapak](#) buka suara menanggapi temuan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia atau YLKI soal e-commerce yang paling banyak dikomplain oleh pelanggannya sepanjang 2019. Kedua perusahaan rintisan itu disebut sebagai perusahaan yang menempati porsi klaim paing banyak ketimbang e-commerce lain dengan keluhan yang beragam.**

Senior Corporate Communications Manager Bukalapak Gicha Graciella menyatakan menghormati temuan YLKI. Menurut dia, temuan YLKI akan mendorong perusahaan meningkatkan layanannya.

Namun, ihwal keluhan pelanggan yang lebih banyak menysar pada komunikasi dengan Customer Service, Gicha menyatakan sejatinya perusahaan telah memiliki tim khusus. Tim itu bernama Buka Bantuan yang tugasnya menerima dan menindaklanjuti aduan atau keluhan pelanggan secara keseluruhan. "Melalui Buka Bantuan, kami

memastikan kendala, laporan, maupun ritik dan saran akan kami terima dan atasi," ucapnya kepada Tempo, Rabu 15 Januari 2020.

Adapun ihwal komplain terhadap sistem pengembalian dana atau *refund*, Gicha berdalih entitasnya sudah berkomitmen memberikan waktu layanan terbaik. Proses *refund*, kata dia, akan dilakukan cepat sesuai dengan prosedur.

Sementara itu, Marketing Chief JD.ID Mia Fawzia mengatakan manajemen sejatinya selama ini telah menanggapi keluhan pelanggan dengan baik. Khususnya, kata dia, terkait permintaan pengembalian uang atau refund hingga permintaan komunikasi kepada narahubung.

Keadaan keuangan YLKI tidaklah menentu. Kurangnya dana YLKI bisa dikatakan menjadi salah satu kendala bagi efektifnya kinerja YLKI dalam menegakkan hukum pada iklan yang menyesatkan dan sangat berpengaruh pula di dalam menunjang kegiatankegiatan yang telah diprogramkan oleh YLKI. Dana yang didapat oleh YLKI menyebabkan kinerja dari YLKI menjadi terhambat dan kurang optimal. Karena dana yang dimiliki oleh YLKI berasal dari relawan yang jumlah dananya tidak ditentukan dan anggota YLKI sendiri.

YLKI juga memperoleh sumbangan dari konsumen yang merasa telah terbantu oleh dukungan YLKI, sedangkan pemerintah dalam memberikan dana sangat terbatas.

2. Jumlah Anggota YLKI yang Sedikit Sedikitnya jumlah sumber dana manusia YLKI menjadi salah satu faktor penghambat kinerja YLKI dalam membantu melindungi hak-hak konsumen dari iklan yang menyesatkan. Banyaknya permasalahan iklan yang menyesatkan yang terjadi tetapi sedikitnya jumlah anggota YLKI menyebabkan tidak optimalnya kinerja YLKI dalam membantu masyarakat dari iklan yang menyesatkan.

### C. Kelemahan Pada Kultur Hukum

Informasi syarat kontrak sangat berhubungan dengan kesadaran maupun kepercayaan konsumen dalam melakukan transaksi secara elektronik. Secara umum, informasi yang tidak benar dan menimbulkan pengalaman yang merugikan konsumen, maka pada gilirannya akan melahirkan ketidakpercayaan pada toko *online*, penjual atau pelaku usaha. Oleh karena itu, informasi syarat kontrak tidak hanya mengandung pengertian sebagai pemenuhan kewajiban hukum, namun juga dengan etika bisnis yang menandai baik-buruk perilaku pelaku usaha terhadap konsumennya maupun dalam hubungan dengan lingkungan bisnis itu sendiri, termasuk dengan pelaku usaha lainnya.

Permasalahan utama berhubungan dengan informasi syarat kontrak, yaitu mengenai kesadaran konsumen. Kesadaran dalam hal ini secara umum diartikan dengan keadaan mengerti atau keinsafan atau hal yang dirasakan atau dialami oleh seseorang.<sup>188</sup> Kesadaran ini berbanding lurus dengan kepercayaan konsumen (*consumer confidence*, *consumer trust*) maupun risiko konsumen dalam perdagangan secara elektronik. Kepercayaan diartikan sebagai “angapan atau keyakinan bahwa sesuatu yang dipercaya itu benar atau nyata”.<sup>189</sup> Kepercayaan (*trust*) memainkan peran penting dalam banyak interaksi sosial dan ekonomi yang melibatkan ketidakpastian dan ketergantungan. Semenjak ketidakpastian itu ada dalam transaksi melalui internet, banyak peneliti menyatakan bahwa kepercayaan merupakan faktor kritis yang memengaruhi proliferasi (perkembangan) perdagangan secara elektronik. Konsep kepercayaan itu krusial disebabkan pengaruhnya pada sejumlah faktor esensial pada transaksi *online*, termasuk

---

<sup>188</sup> [www.artikata.com](http://www.artikata.com), atau <https://www.kamusbesar.com/kesadaran>, diunduh pada Jumat, 16 Desember 2020, Pukul 20:57 WIB.

<sup>189</sup> *Ibid.*

keamanan dan privasi. Lebih dari itu, meskipun perdagangan secara elektronik membawa kemanfaatan atau keuntungan, baik pada *vendor* (penjaja) maupun konsumen, namun juga pembatasan, seperti separasi fisik antara pembeli dan penjual, serta antara pembeli dan barang yang diperdagangkan. Untuk mereduksi rintangan (*barriers*), penjaja harus membangun hubungan kepercayaan (*trustworthy relationship*) untuk mempertahankan loyalitas/kesetiaan (*customer loyalty*) pelanggan.<sup>190</sup> Kepercayaan pelanggan tentu memengaruhi atau memiliki konsekuensi pada perilaku dan keinginan untuk membeli dan persepsi risiko dalam situasi pembelian. Dari 100 (seratus) orang koresponden konsumen e-commerce yang mengisi questioner diwawan sebagian orang di antaranya membeli pada toko *online* tertentu karena sudah percaya, meskipun sebenarnya hanya karena kebiasaan. Sementara sebagian orang lainnya karena pilih-pilih, sehingga pada dasarnya memiliki kekhawatiran terjadinya kerugian dalam perdagangan secara elektronik yang dilakukannya atau tidak sepenuhnya percaya.

Penelitian yang dilakukan di Inggris menunjukkan bahwa kesadaran dan kepercayaan konsumen ini yang memengaruhi angka perdagangan secara elektronik B2C. Artinya, jumlah transaksi elektronik B2C tetap lebih rendah dibandingkan dengan B2B. Survei belakangan yang dilakukan di Uni Eropa (EU) mengenai kepercayaan konsumen mengungkapkan bahwa tingkat kepercayaan konsumen elektronik (*e-consumers*) sangat rendah. Kurang-lebih 56 % (lima puluh enam persen) dari konsumen elektronik yang disurvei memberi alasan bahwa perusahaan/pengusaha asing tingkat kepatuhannya rendah terhadap hukum perlindungan konsumen. Sekitar 71 % (tujuh puluh satu persen)

---

<sup>190</sup> Thompson S.HAL. Teo, Jing Liu, 2007, "Consumer trust in e-commerce in the United States, Singapore and China", dalam Omega, The International Journal of Management Science, Hal.22 (22-38), [www.elsevier.com/locate/omega](http://www.elsevier.com/locate/omega) atau [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com), diakses pada tanggal 29/11/2020, Pukul 21:08 WIB.

konsumen yang disurvei menyatakan sangat sulit dalam penyelesaian sengketa, seperti kemungkinan muncul dari pengembalian barang (*return of goods*), penyelesaian harga (*price settlement*), jaminan (*warranties*), dan sebagainya sebagai alasan ketiadaan kepercayaan. Sekitar 65 % (enam puluh lima persen) konsumen yang disurvei yakin bahwa akan problematis apabila mereka mengubah pikiran dan mengembalikan produk yang mereka beli secara *online* dari penjual yang berada di luar negeri.<sup>191</sup> Kondisi ini menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen menjadi krusial, yang secara langsung menandai tuntutan pada para pengusaha untuk menciptakan perdagangan secara elektronik yang menumbuhkan kepercayaan kepada konsumen. Oleh karena itu, analisis dan identifikasi elemen-elemen yang memengaruhi kepercayaan atau ketidakpercayaan konsumen menjadi penting, sehingga dapat diketahui secara tepat yang dibutuhkan untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen.

Konsumen yang tidak mengetahui hak-haknya, pada kondisi tertentu melahirkan konsekuensi yang merugikan, lebih-lebih tidak mengetahui adanya jaminan perlindungan yang diberikan oleh UU Perlindungan Konsumen. Tanpa mengetahui UU Perlindungan Konsumen, UU ITE, dan membaca secara detail informasi syarat kontrak, serta substansi kontrak yang disepakatinya, tidak hanya melahirkan kesulitan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen pada transaksi *online*, namun juga langkah dan upaya hukum bagi konsumen yang niscaya dilakukan ketika terjadi iklan yang menyesatkan (*misleading advertising*) atau pelanggaran terhadap kontrak elektronik.

---

<sup>191</sup> *Ibid.*, Hal.22-23.

Sebagaimana telah diungkapkan oleh C. Coteanu bahwa pertumbuhan masif dalam legislasi yang berhubungan dengan pasar *online* (*online market*), masih menyisakan skeptisme konsumen terhadap pembelian *online*. Beberapa pemberi komentar secara sederhana menyatakan bahwa ketiadaan kepercayaan konsumen dalam transaksi *online* disebabkan oleh mekanisme hukum yang ada gagal untuk memberikan perlindungan yang logis (*legitimate protection*).<sup>192</sup> Oleh karena itu, dibandingkan dengan B2B, transaksi B2C relatif rendah. Konsumen bertransaksi dengan nilai yang relatif kecil. **Hal tersebut disebabkan secara logis konsumen beranggapan antara risiko dan kemudahan transaksi atau pemenuhan atas barang dan jasa yang dibutuhkan tidak seimbang. Risiko dipandang lebih besar daripada kemudahan bertransaksi atau pemenuhan kebutuhan konsumen melalui *took online*.**

Dalam hubungan dengan jaminan perlindungan, tidak sedikit konsumen yang tidak mengetahui adanya UU ITE atau jaminan perlindungan yang diberikan oleh peraturan perundang-undangan lain, termasuk UU Perlindungan Konsumen. Lebih-lebih bagi konsumen yang tidak terbiasa dan belum berpengalaman dalam transaksi *online* dengan kekhawatiran transaksinya tidak sesuai dengan yang diharapkan. Kekhawatiran itu terutama pada penjual atau pelaku usaha yang menawarkan barangnya melalui toko online atau penyelenggara sistem elektronik yang fasilitasi transaksi tanpa sertifikasi.

Apabila dibandingkan dengan transaksi dalam dunia nyata, transaksi atau hubungan jual-beli dalam dunia maya ini memiliki potensi kejahatan atau setidaknya merugikan pihak lain, yang jauh lebih besar, di samping keuntungan masing-masing pihak. Hal itu disebabkan oleh lebih mudahnya interaksi antar pelaku usaha maupun

---

<sup>192</sup> *Ibid.*, Hal. 2.

dengan konsumen yang melampaui batas-batas negara bangsa. Meskipun di berbagai negara, bahkan secara internasional telah dibentuk berbagai peraturan yang berusaha untuk mengeliminasi tindakan-tindakan dalam transaksi yang merugikan pihak lain, namun hal tersebut tidak sepenuhnya dapat dikontrol oleh agen-agen negara yang memiliki otoritas untuk itu. Kesulitan mengontrol secara hukum terutama disebabkan oleh persoalan yurisdiksi maupun substansi hukum yang belum sepenuhnya harmonis antara satu negara dengan negara lainnya, termasuk mekanisme atau prosedur penyelesaian sengketa.

Kesenjangan posisi antara perusahaan satu dan pelaku usaha lain atau antara pelaku usaha dan konsumen yang melakukan transaksi tidak mudah disejajarkan, dengan posisi konsumen lebih lemah dibanding pelaku usaha. Hal ini tampak menjadi sifat bawaan yang melekat pada prinsip kebebasan berkontrak. Oleh karena itu, tidak jarang muncul kontrak, yang secara substantif, keseluruhan dari maksudnya, baik dimengerti atau tidak dimengerti oleh konsumen, menempatkan konsumen pada posisi yang dirugikan. Tidak berlebihan apabila UU Perlindungan Konsumen membuat batasan-batasan bagi pelaku usaha. Batasan-batasan tersebut dapat berarti memberi kekuatan tambahan bagi konsumen sehingga posisinya yang lemah dapat dilindungi dari penyalahgunaan posisi kuat pelaku usaha untuk memperoleh keuntungan dengan merugikan konsumen. Dalam konteks perdagangan secara elektronik, UU ITE tidak memberi batasan bagi pelaku usaha atau pelaku usaha dalam hubungan dengan konsumen, sehingga sepenuhnya disandarkan pada UU Perlindungan Konsumen. Pengaturan UU ITE bersifat umum dalam hubungannya dengan penyelenggaraan transaksi elektronik dan sistem elektronik.

Batasan-batasan yang diatur UU Perlindungan Konsumen dalam hubungan dengan kontrak elektronik dan hal-hal yang berhubungan dengan kontrak elektronik tidak dengan sendirinya menjamin ketiadaan potensi kerugian konsumen disebabkan oleh syarat kontrak dan kontrak yang dibuat oleh perusahaan atau pelaku usaha. Hal ini menunjukkan bahwa syarat sah nya perjanjian pada pasal 1320 KUHPer belum berlaku efektif dikarenakan informasi syarat kontrak belum lengkap dan jelas di mana unsur cakap belum di atur padahal seseorang dapat mengadakan transaksi jual beli padausia 18 tahun ke atas, unsur sepakat masih banyak konsumen yang dirugikan karena dibuatnya kontrak standar atau baku dalam perdagangan secara elektronik menempatkan konsumen pada posisi yang lebih lemah dibandingkan dengan pelaku usaha, untuk unsur hal tertentu konsumen banyak dirugikan karena barang pesanan yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan yang ditawarkan seperti dalam pembelian peralatan rumah tangga banyak kekecewaan yang dialami konsumen dan unsur sebab yang halal banyak barang terlarang dengan mudah didapat melalui perdagangan secara elektronik.

Terlepas dari pengetahuan konsumen terhadap ketentuan UU ITE, sebenarnya dalam UU ITE tersebut terdapat beberapa ketentuan yang secara tidak langsung memberikan perlindungan bagi konsumen. Ketentuan dimaksud di antaranya mengenai : informasi elektronik sebagai alat bukti hukum yang sah (Pasal 5), sertifikat digital (*digital certificate*), yang dalam Pasal 13 dan 14 UU ITE disebut “sertifikat elektronik”, kewajiban menelenggarakan sistem elektronik secara andal dan aman serta bertanggung jawab (Pasal 15 dan 16 UU ITE). Kenyataannya hal tersebut sulit ditegakkan, sehingga terbuka kemungkinan muncul penyelenggara sistem elektronik yang belum tersertifikasi.

Tingkat keintiman dan ketergantungan diantara pelaku usaha lebih tinggi dibandingkan antara pelaku usaha dengan konsumen. Selama ini pelaku usaha di Indonesia lebih banyak menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip dalam logika yang tumbuh dan berkembang di dalam sistem ekonomi kapitalis-liberal, sehingga tidaklah mudah untuk mengharapkan munculnya kesadaran dari pelaku usaha untuk memberikan perhatian secara proposional terhadap kepentingan-kepentingan konsumen. Upaya untuk melindungi konsumen melalui pengaturan perilaku pelaku usaha, memperlihatkan sebuah logika, bahwa keadaan dari pihak yang lemah dapat ditolong oleh pihak yang secara ekonomis kuat. Dengan demikian undang-undang ini sepertinya hendak membangun sebuah model interaksi antara pelaku usaha dan konsumen yang mendasarkan pada moralitas dan etika “belas kasihan”.



## BAB V

# REKONSTRUKSI HUKUM PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK BARANG MELALUI SHOP ONLINE BERBASIS NILAI KEADILAN BERBASIS NILAI Keadilan

### A. Perbandingan Hukum Perlindungan Kondumen Di Berbagai Negara

Penggunaan internet meledak di seluruh dunia. Semakin banyak orang yang melek dan memakai internet untuk beragam kebutuhan. Bagi sebagian orang, internet sudah menjadi kebutuhan pokok termasuk dalam belanja online shop (*e-commerce*). Tidak ada hari yang dilewatkan tanpa mengakses internet.

Berikut ini adalah urutan 10 (Sepuluh) negara dengan jumlah internet terbesar:<sup>193</sup>

#### 1. Cina

Cina mempunyai populasi penduduk sekitar 1,34 miliar di tahun 2012 dengan pengguna internet di sana mencapai sekitar 538 juta orang.

Penetrasi internet mencapai 40,1% dari jumlah penduduk dan tentu saja akan terus meningkat. Sebanyak 22,4% pengguna internet dunia berasal dari Cina. Industri internet di Cina pun berkembang pesat. Banyak pemain local yang Berjaya di sana, sebut saja mesin cari Baidu yang mengalahkan Google di Negeri Tirai Bambu tersebut.

#### 2. Amerika Serikat

Amerika Serikat saat ini mempunyai total populasi sekitar 313,84 juta. Dengan pengguna internet berada di kisaran 245 juta. Berarti, penetrasi internet di sana mencapai

---

<sup>193</sup> Dadang Hermawan, *Op. Cit*, hal.61-65

78,1% dari jumlah penduduk. Sebanyak 10,2% pengguna internet dunia bermukim di Negeri Paman Sam. Negara adidaya ini memang sangat maju di bidang teknologi internet.

Tidak jauh berbeda dengan di Uni Eropa, di Amerika Serikat terdapat *model law*, yang mengatur secara umum hukum kontrak untuk transaksi yang dilakukan oleh perdagangan elektronik, yaitu disebut "*the Uniform Computer Information Transactions Act*" (UCITA), serta "*the Uniform Electronic Transaction Act*" (UETA) – khusus memberi aturan mengenai tanda tangan elektronik (*electronic signature*). Ketentuan-ketentuan paling penting dalam UETA tersebut yaitu mengenai : pengakuan hukum yang luas dari bentuk elektronik (*broad legal recognition of the electronic form*), netralitas teknologi (*technological neutrality*), aturan kontrak yang berkaitan dengan agen elektronik (*contract rules pertinent to electronic agents*), aturan mengenai 'kotak surat' elektronik (*the electronic "mailbox" rule*), dan the U.C.C. – aturan yang mendasarkan hubungannya dengan catatan yang dapat ditransfer.<sup>194</sup>

### 3. India

Populasi total di India berada di kisaran 1,2 miliar dan jumlah pemakai internet diestimasi sekitar 137 juta jiwa. Dengan demikian, 11,4% penduduk India sudah berstatus pengguna internet. Sedangkan 5,7% pengguna internet dunia berada di India. India sudah lumayan maju di sector IT dan telekomunikasi. Banyak pria keturunan India menempati posisi eksekutif di vendor teknologi global.

### 4. Jepang

Jumlah penduduk Jepang di kisaran 127,36 juta jiwa dengan jumlah pengguna internet diperkirakan 101,2 juta orang. Penetrasi pengguna internet sekitar 79,5% dari

---

<sup>194</sup> Stephen Errol Blythe, Op. Cit., Hal.37.

total populasi. Sebanyak 4,2% pengguna internet dunia berada di Negeri Sakura itu. Jepang memang sudah sejak dahulu dikenal dengan industri teknologi tinggi. Kecepatan akses internet di sana tergolong sangat tinggi.

#### 5. Brazil

Total penduduk Brazil sekitar 193,94 juta jiwa. Adapun keseluruhan pengguna internet di kisaran 88,4 juta jiwa. Dengan demikian, penetrasi pengguna internet adalah 45,6% dari jumlah penduduk. Sekitar 3,7% pengguna internet dunia hidup di Brazil. Brazil memang termasuk negara yang paling maju perekonomiannya di Amerika Latin, dibandingkan dengan negara-negara tetangganya.

#### 6. Rusia

Total penduduk Rusia adalah sekitar 142,5 juta. Sementara jumlah pengguna internet sekitar 67,9 juta orang. Dari data-data tersebut, maka penetrasi pengguna internet di Negeri Beruang Merah ini adalah 47,7% dari keseluruhan jumlah penduduknya. Rusia mungkin bukan lagi Negara adidaya seperti zaman dahulu. Namun saat ini, tingkat perekonomian dan perkembangan teknologinya semakin melaju.

#### 7. Jerman

Jerman memiliki jumlah penduduk sekitar 81,3 juta jiwa. Dengan 67,4 juta diantaranya tercatat sebagai pengguna internet aktif. Penetrasi pengguna internet tergolong sangat tinggi di kisaran 83%. Sebanyak 2,8% pengguna internet dunia bertempat tinggal di Jerman. Jerman dikenal sebagai negara yang mengembangkan industri teknologi tinggi. Di sector telekomunikasi, mereka punya Siemens yang bergerak di industri jaringan seluler.

## 8. Indonesia

Total populasi Indonesia di kisaran 284,64 juta jiwa. Dengan sekitar 55 juta diantaranya adalah pemakai internet aktif. Dengan demikian, penetrasi pengguna internet di Tanah Air sekitar 22,1% dari total populasi. Dan sebanyak 2,3% pengguna internet dunia berasal dari Indonesia. Saat ini, popularitas perangkat mobile di Indonesia semakin tinggi. Di mana banyak pengguna internet memilih *online* dari ponsel atau tablet.

## 9. Inggris

Negeri Kerajaan ini memiliki total populasi sekitar 63,04 juta jiwa. Di mana 52,7 juta diantaranya merupakan pemakai internet aktif. Dari total populasi di sana, 83,6% diantaranya adalah pengguna internet, di mana 2,2% pengguna internet dunia berasal dari Inggris. Inggris cukup berperan dalam perkembangan teknologi. ARM, perusahaan yang arsitektur chip-nya dipakai mayoritas perangkat *mobile* saat ini, berasal dari Inggris.

Sehubungan dengan perdagangan secara elektronik (*online*), di Inggris, sejak tanggal 13 Juni 2014 terjadi perubahan peraturan, dari “*Distance Selling Regulation*” menjadi “*Consumer Contracts Regulations*”. Seperti halnya Belanda, di Inggris hal ini dilakukan untuk menyesuaikan dengan implementasi “*the Consumer Rights Directive*” Uni Eropa (*European Community Directive*). Terhadap “*distance or off-premises sales*” atau jual-beli jarak jauh, pelaku usaha atau toko *online* harus memberi informasi kunci meliputi :

- a.) *a description of the goods, service or digital content, including how long any commitment will last on the part of the consumer*; (gambaran mengenai barang, jasa atau konten digital, termasuk lama komitmen apapun akan berakhir pada pihak konsumen)
- b.) *the total price of the goods, service or digital service or the manner in which the price will be calculated if this can't be determined*; (harga total barang, jasa atau layanan digital atau cara harga akan dihitung jika hal ini tidak dapat ditentukan)
- c.) *how you will pay for the goods or services and when they will be provided to you*; (bagaimana Anda akan membayar untuk barang atau jasa dan ketika barang atau jasa itu diberikan kepada Anda)

- d.) *all additional delivery charges and other costs (and if these charges can't be calculated in advance, the fact that they may be payable);* [semua biaya pengiriman tambahan dan biaya lainnya (dan jika biaya ini tidak dapat dihitung di muka, fakta bahwa biaya itu kemungkinan harus dibayar)]
- e.) *details of who pays for the cost of returning items if you have a right to cancel and change your mind;* (rincian yang membayar untuk biaya pengembalian item jika Anda memiliki hak untuk membatalkan dan mengubah pikiran Anda)
- f.) *details of any right to cancel – the trader also needs to provide, or make available, a standard cancellation form to make cancelling easy (although you aren't under any obligation to use it);* [rincian atas hak pembatalan – penjual juga perlu menyediakan, atau membuat tersedia, bentuk pembatalan standar untuk menjadikan pembatalan mudah (meskipun Anda tidak memiliki kewajiban untuk menggunakannya)]
- g.) *information about the seller, including their geographical address and contact details and the address and identity of any other trader for whom the trader is acting;* (informasi tentang penjual, termasuk alamat geografisnya dan rincian kontak dan alamat serta identitas setiap pedagang lain untuk siapa pedagang itu bertindak)
- h.) *information on the compatibility of digital content with hardware and other software that the trader is aware of (or can reasonably be expected to be aware of).* [informasi tentang kesesuaian konten digital dengan perangkat keras dan perangkat lunak lain yang pedagang wujudkan (atau dapat diharapkan untuk diwujudkan)]<sup>195</sup>

## 10. Perancis

Perancis memiliki total populasi diperkirakan 65,63 juta. Dengan jumlah pengguna internet sebesar 52,2 juta. Dengan demikian, 79,6% populasi Perancis adalah pengguna internet. Di mana 2,2% pengguna internet dunia bermukim di negara mode ini.

---

<sup>195</sup> Diunduh dari <http://www.whichHal.co.uk/consumer-rights/regulation/consumer-contracts-regulations>, tanggal 12/12/2020, pukul 00:30 wib.

Penduduk Perancis memang semakin melek teknologi dan pengguna *smartphone* pun meningkat pesat, di mana Android menjadi sistem operasi *mobile* terpopuler di sana.

Sebagai kerangka hukum secara umum, pembelian barang diatur melalui *the Dutch Civil Code* ('DCC'). Pembelian barang-barang secara *online* diatur oleh ketentuan hukum yang sama sebagaimana peraturan mengenai pembelian barang secara tradisional. DCC menentukan berbagai ketentuan yang bersifat mandatori, khususnya pada konsumen. Untuk pembelian jarak-jauh (*distance purchase*) – pembelian secara *online*, terdapat ketentuan khusus di dalam "Bagian 9 Buku 7, DCC. Ketentuan tersebut pada dasarnya menerapkan ECD mengenai perlindungan konsumen dalam kontrak jarak jauh (*distance contract*) (97/7/EC). Bagian 9A merupakan ketentuan yang dinyatakan dalam "the Distance Contract Act" (*Wet verkoop op afstand*) tanggal 21 December 2000 (*Staatsblad* 2000, 617). Ketentuan 9A tersebut memberi berbagai hak kepada konsumen *online* yang tidak berkaitan dengan pembelian secara tradisional. Demikian pula, penjual atau pelaku usaha memiliki kewajiban yang tidak keluar dari lingkup penjualan jarak jauh (*distance sale*).

Khususnya mengenai informasi dalam hubungan dengan kontrak *online* atau kontrak elektronik, pihak yang menawarkan barang (*offering party*) harus memberi **informasi yang bersifat mandatori** kepada pembeli (Bagian 7:46c DCC), yaitu :

- (a) *the identity and in the event a pre-payment is prescribed, the address of the seller*; (identitas dan dalam hal pembayaran terlebih dahulu dilakukan, alamat penjual)
- (b) *the main characteristics of the goods*; (ciri utama barang)
- (c) *the price, inclusive of all taxes*; (harga, termasuk semua pajak)
- (d) *if applicable, the costs of delivery*; (jika ada, biaya pengiriman)
- (e) *the manner of payment, delivery and execution of the distance purchase*; (cara pembayaran, pengiriman dan pelaksanaan pembelian jarak jauh)
- (f) *information on the possibility to rescind agreements*; (informasi mengenai kemungkinan membatalkan kesepakatan)
- (g) *information on the costs of communication, if these deviate from the standard costs*; (informasi biaya komunikasi, apabila menyimpang dari biaya standar)
- (h) *the term for the acceptance of the offer or the term during which the price will remain valid*; (syarat untuk penerimaan atas penawaran atau syarat harga dinyatakan sah)

- (i) *in the event of continued performance contract – the minimum term of the agreement.* (dalam hal kontrak berlangsung terus – merupakan syarat minimal kesepakatan)<sup>196</sup>

Indonesia merupakan pasar dengan pertumbuhan *e-commerce* yang menarik dari tahun ke tahun. Sejak tahun 2014, Euromonitor mencatat, penjualan *online* di Indonesia sudah mencapai US\$1,1 miliar. Data sensus Badan Pusat Statistik (BPS) juga menyebut, industri *e-commerce* Indonesia dalam 10 tahun terakhir meningkat hingga 17 persen dengan total jumlah usaha *e-commerce* mencapai 26,2 juta unit.

Selama kurun waktu 4 tahun terakhir, *e-commerce* di Indonesia mengalami peningkatan hingga 500 persen. Riset terbaru Google dan Temasuk dalam laporan e-Conomy SEA 2018 menunjukkan bahwa ekonomi digital Indonesia tahun ini mencapai US\$27 miliar atau sekitar Rp391 triliun. Angka tersebut menjadikan transaksi ekonomi digital Indonesia berada di peringkat pertama untuk kawasan Asia Tenggara dengan kontribusi sebesar 49 persen.

Dari berbagai data penelitian menunjukkan perkembangan ecommerce sangat signifikan sehingga harus diimbangi dengan kepastian hukum yang mengatur tentang perlindungan bagi konsumen e commerce. Sampai sekarang perlindungan bagi konsumen ecommerce belum di buat.

Hal tersebut menambah buruknya kondisi perlindungan konsumen lebih disebabkan oleh kelemahan sistem, dilihat lemahnya koordinasi antara departemen atau lembaga misalnya dalam penerbitan peraturan yang terpadu.

Dalam hal perlindungan konsumen yang masuk dalam transaksi-transaksi *online*, Rothchild menyoroti bahwa secara inheren sifat internasional perdagangan secara elektronik menyajikan suatu “kesempatan” (*opportunity*) dan suatu “tantangan” (*challenge*) pada

---

<sup>196</sup> J. van den Brande & D.C. Elzinga, 2007, “Cyber Consumer Protection and Fair Trading in the Netherlands”, Electronic Journal of Comparative Law (EJCL), Vol.11.1 (May 2007), Hal.2 (1-11), <http://www.ejcl.org>, diakses pada tanggal 12 Desember 2020, pukul 00:33 wib.

kebijakan perlindungan konsumensebagai akibat dari “disintermediasi” (*disintermediation*). Dibandingkan kontrak konsumen melalui pemasok (*supplier*) dalam yurisdiksi yang sama, disintermediasi memungkinkan konsumen secara langsung mengadakan kontrak dengan penjual (pelaku usaha) yang berada di lain yurisdiksi. Disintermediasi kontrak konsumen ini memberi kemanfaatan dan tantangan pada pelaku usaha dan konsumen.<sup>197</sup>

Hak-hak konsumen sebagaimana disebutkan dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ( UUPK) lebih luas daripada hak-hak dasar konsumen sebagaimana pertama kali dikemukakan oleh Presiden Amerika Serikat J.F.Kennedy di depan kongres pada tanggal 15 Maret 1962, yaitu terdiri dari:

1. Hak memperoleh keamanan;
2. Hak memilih;
3. Hak mendapat informasi;
4. Hak untuk didengar.<sup>198</sup>

Dalam hal perlindungan konsumen yang masuk dalam transaksi-transaksi *online*, Rothchild menyoroti bahwa secara inheren sifat internasional perdagangan secara elektronik menyajikan suatu “kesempatan” (*opportunity*) dan suatu “tantangan” (*challenge*) pada kebijakan perlindungan konsumensebagai akibat dari “disintermediasi” (*disintermediation*). Dibandingkan kontrak konsumen melalui pemasok (*supplier*) dalam yurisdiksi yang sama, disintermediasi memungkinkan konsumen secara langsung mengadakan kontrak dengan

---

<sup>197</sup>Lorna E. Gillies, 2008, *Electronic Commerce and International Private Law, A Study of Electronic Consumer Contracts*, England: Ashgate Publishing Limited, Hal.28-29.

<sup>198</sup> Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, 2015, *Hukum Perlindungan Konsumen, edisi Revisi*, PT. Raja Grafindo, Jakarta, Hal. 38

penjual (pelaku usaha) yang berada di lain yurisdiksi. Disintermediasi kontrak konsumen ini memberi kemanfaatan dan tantangan pada pelaku usaha dan konsumen.<sup>199</sup>

Badan Perlindungan [Konsumen](#) Nasional (BPKN) mengungkapkan sistem perlindungan konsumen di Indonesia masih memiliki banyak kelemahan. Kelemahan pada sistem ini berbuntut pada banyak hak-hak konsumen atau masyarakat Indonesia yang dilanggar.

Hukum/Undang-undang/ regulasi Malaysia, melalui Akta Pelindungan Pengguna (APP) 1999. Dalam undang-undang perlindungan Konsumen di Malaysia, mengatur hal-hal sebagai berikut:

- a) Hak pengguna membeli dalam talian sama seperti membeli dalam premis
- b) Memfailkan tuntutan/aduan
- c) Mendaftar pe niagaan (online shop)
- d) Berkejasama dengan Suruhanjaya Komunikasi Dan Multimedia

Hukum perlindungan konsumen dalam membeli barang secara online berbasis nilai keadilan di Malaysia, diwujudkan melalui Peningkatan kesedaran konsumen, Perbaikan regulasi. Pengawasan yang efektif, Penggunaan teknologi dan Peningkatan kerja sama antara pihak terlibat.

## **B. Rekonstruksi Nilai Keadilan Perlindungan Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online**

Rekonstruksi nilai perlindungan konsumen dalam Regulasi Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online berkaitan dengan informasi syarat kontrak sudah berbasis nilai keadilan dengan adanya perubahan

---

<sup>199</sup> Lorna E. Gillies, 2008, *Electronic Commerce and International Private Law, A Study of Electronic Consumer Contracts*, England: Ashgate Publishing Limited, Hal.28-29.

terhadap rumusan Pasal 7 huruf b UU Perlindungan Konsumen dan Pasal 9 UU ITE. Dengan rekonstruksi tersebut menghadirkan Teori Perlindungan Konsumen yang Berkeseimbangan. Makna Perlindungan Hukum yang Berkeseimbangan dalam konteks perlindungan konsumen perdagangan secara elektronik, yaitu posisi lemah konsumen dalam perdagangan secara elektronik, niscaya diseimbangkan dengan posisi kuat pelaku usaha melalui aturan-aturan informasi syarat kontrak baik dalam UU ITE maupun UU Perlindungan Konsumen. Keseimbangan posisi itu diatur berdasarkan pendekatan perbandingan hukum yang mencampur (*mixing*) antara Hukum Barat, Hukum Islam dan Hukum Nasional. Percampuran itu dilakukan dengan Konsep Harmonisasi Hukum. Teori perlindungan konsumen yang berkeseimbangan itu mengandung konsep integratif. Integratif di situ bermakna mengintegrasikan nilai-nilai Islam, Barat dan kearifan lokal (*local wisdom*) dalam mengkonstruksi hukum mengenai informasi syarat kontrak.

UU No. 8 Tahun 1999 mewajibkan konsumen dan pelaku usaha untuk beritikad baik dalam melaksanakan kontrak di bidang perdagangan barang dan/ atau jasa yang mereka buat. Suatu kontrak harus dilaksanakan dengan itikad baik (*goeder trouw, bona fide*). Pasal 1338 KUH Perdata menentukan suatu perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik. Itikad baik dalam Pasal 1338 KUH Perdata merupakan kewajiban bukan merupakan syarat kontrak sebagaimana yang terdapat pada Pasal 1320 KUH Perdata. Pasal 1320 KUH Perdata mengatur bahwa untuk sahnya perjanjian ada empat syarat yang harus dipenuhi :

- a. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya (*de toestemming van degenen die zich verbiden*)

- b. Cakap untuk membuat suatu kontrak (*de bekwaamheid omeene vek binteknis aan te gaan*)
- c. Objek atau persoalan tertentu atau dapat ditentukan (*eene bepald ondenwerp object*)
- d. Sebab atau causa yang tidak dilarang (*eene geoor wofde oorzaak*)

Di samping itu, KUH Perdata mengatur bahwa :

- a. Kontrak yang dibuat tidak boleh bertentangan dengan prinsip kepentingan umum/ketertiban umum;
- b. Kontrak harus sesuai dengan asas kepatutan,
- c. Kontrak harus sesuai dengan kebiasaan. (Pasal 1339 KUH Perdata)

### **C. Rekonstruksi Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online Berbasis Nilai Keadilan Berbasis Nilai Keadilan**

Pengaturan dengan perlindungan yang adil bagi konsumen dalam konteks perdagangan secara elektronik merupakan aspek ideal dari hukum perdagangan secara elektronik dan hukum perlindungan konsumen. Asas maupun norma-normanya tentu berbeda antara yang bermuara pada hukum Barat dan Islam. Sebagaimana dikemukakan oleh Salvatore

Mancuso bahwa :

*Every scholar who approaches Islamic law immediately deals with a considerable complexity of its commercial law that is extremely different to the Western approach to the same branch of law. This is mainly due to the different level of the source of law: the Prophet was a merchant engaged in commercial practices, and he specifically permitted some of them and forbid others. Some of these prescriptions are held in the Qur'an and consequently have the*

*status of Divine command valid for all times; while others are set forth in the Sunnah, or authenticated reports about the acts and word of the Prophet. Therefore a great number of principle of Islamic commercial law are sacred prescriptions for which a very narrow range of interpretation is allowed.*<sup>200</sup>

(Setiap akademisi yang melakukan pendekatan hukum Islam berhubungan dengan kompleksitas pertimbangan mengenai hukum dagang yang secara ekstrim berbeda dengan pendekatan Barat pada bidang hukum yang sama. Hal ini terutama disebabkan perbedaan tingkatan sumber hukum; Nabi merupakan seorang yang melakukan dalam praktik-praktik perdagangan, dan Dia secara khusus memungkinkan beberapa hal dilakukan dan menolak beberapa lainnya. Beberapa preskripsi tersebut berpegang ada Al Quran dan konsekuensinya memiliki status perintah Tuhan yang sah sepanjang masa; sementara yang lainnya diatur dalam Sunnah, atau ungkapan otentik mengenai perbuatan dan perkataan Nabi. Oleh karena itu, sangat banyak asas hukum dagang Islam merupakan preskripsi suci yang kemungkinan rentang interpretasinya sangat sempit.)

Rekonstruksi yang dimaksud dalam Disertasi ini tentu mempertimbangkan asas hukum Islam, setidaknya mempertimbangkan dilakukannya pencampuran (*mixing*) antara hukum Islam dan Barat, sepanjang dimungkinkan berdasarkan ajaran Islam. Dalam pencampuran itu, secara Teoretis dimungkinkan melibatkan hukum adat. Pencampuran dalam kondisi tertentu sulit dihindari sehubungan dengan globalisasi hukum yang menyebabkan

---

<sup>200</sup> Salvatore Mancuso, 2007, "Consumer Protection in E-commerce Transactions: a First Comparison between European Law and Islamic Law", dalam *Journal of International Commercial Law and Technology*, Vol. 2, Issue 1, Hal.4 (1-8), <http://jielt.com/index.php/jielt/article/download/12/11>, diakses pada tanggal 26 Januari 2017, pukul 01:50 wib.

terjadinya perpindahan hukum atau transplantasi hukum (*legal transplants*)<sup>201</sup>, sehingga menimbulkan pertemuan di antara sistem-sistem hukum, seperti pertemuan hukum Barat dan Islam. Konsep transplantasi hukum ini menganggap bahwa “ide hukum sebagai produk dari kondisi kehidupan suatu bangsa adalah sangat tua” (*The idea that law is a product of the living conditions of a people is very old*)<sup>202</sup>. Sebagaimana diungkapkan bahwa “*Legal theorists later recognized that public law resorted to imitation, whereby the institutions of one legal system were copied by other.*”<sup>203</sup> (Para Teoretisi hukum belakangan mengakui bahwa hukum publik mengambil jalan meniru, yaitu institusi-institusi dari satu sistem hukum ditiru oleh sistem hukum lainnya) Pencampuran antara hukum Islam dan Barat yang dilakukan melalui harmonisasi, telah dijelaskan oleh Christopher Stuart, dalam 3 (tiga) pengertian, sebagaimana dikemukakan :

*Harmonization, in the context of Islam’s engagement with Western legal traditions, must be understood in three senses: as adoption of the forms of other legal systems; as integration through agreement between states; and as convergence through the embrace of similar regulatory goals. The first form of harmonization entails a process of establishing domestic laws identical to those of another country. This is means-based harmonization and usually is evidenced by the restructuring of domestic laws so that they track the laws of another jurisdiction....*

---

<sup>201</sup> Legal transplants merupakan istilah yang ditemukan pada tahun 1970 oleh Alan Watson, yang menunjukkan perpindahan suatu aturan atau sistem hukum dari satu negara ke negara lainnya atau dari satu bangsa ke bangsa lain – yang telah lazim sejak sejarah paling awal merekamnya. (Alan Watson, 1993, *Legal Transplants an Approach to Comparative Law*, Athens and London: The University of Georgia Press, Hal.21)

<sup>202</sup> Michele Graziadei, “The functionalist heritage”, dalam Pierre Legrand dan Roderick Munday, 2003, *Comparative Legal Studies: Traditions and Transitions*, Cambridge: Cambridge University Press, Hal.118.

<sup>203</sup> Sabino Cassese, 2005, “The Globalization of Law”, the opening lecturer of the doctoral program at the Italian Institute for Human Sciences, given on March 11, 2005 at the Federico II University of Naples, and the lecture given on March 23, 2005 at the University of Rome “La Sapienza” to inaugurate the 2004-2005 academic year, Hal.9 (1-24), [www.globuseticus.org](http://www.globuseticus.org), diunduh pada tanggal 02 Maret 2017, pukul 22:05.

*The second form of harmonization does not necessarily require abandonment of local systems for those of another. Instead, it suggests a modification of local systems as a product of negotiation in which all participating states had a stake. This is a sort of harmonization through consensus, and is sometimes evidenced by integration through international agreements. Agreement such as the general Agreement on Tariffs and Trade (GATT) or World Trade Organization (WTO) Treaty, act as a bridge between legal systems.....*

*The third broad form of harmonization is grounded in a frameworks approach. States work toward common goals or objectives or legislation by modifying their indigenous systems to produce a desired result. This form of harmonizaion is much more respectful of indigeneous systems. In contrast to other forms of harmonization, which measure the effectiveness of harmoniztion by the extent to which new law resembles the form of the legal regime that is copied, the focus ef ends-based harmonization is on the compatibility of the objectives of legal reform with the form of the indigenous system.<sup>204</sup>*

(Harmonisasi, dalam konteks pertemuan tradisi hukum Islam dan Barat, harus dipahami dalam tiga pengertian : sebagai adopsi dari bentuk-bentuk sistem hukum lain; sebagai integrasi melalui kesepakatan di antara negara-negara; dan sebagai konvergensi melalui penyatuan tujuan-tujuan pengaturan yang sama. Bentuk pertama dari harmonisasi memerlukan suatu proses pembentukan hukum domestik yang identi dengan negara-negara lainnya. Hal ini merupakan harmonisasi berdasar cara dan biasanya dibuktikan melalui restrukturisasi hukum domestik, sehingga mengikuti hukum yurisdiksi lain.

---

<sup>204</sup> Christopher Stuart, "From 'Mother of the World' to the 'Third World' and Back Again: The Harmonization Cycle Between Islam and the Global Economy", dalam Larry Catá Backer, ed., 2007, *Harmonizing Law in an Era of Globalization, Convergence, Divergence, and Resistance*, Durham, North Carolina: Caroina Academic Press, Hal.281-282.

Bentuk kedua dari harmonisasi tidak mensyaratkan penolakan terhadap sistem lokal satu sama lainnya. Bahkan, menganggap modifikasi sistem lokal sebagai produk negosiasi yang mana semua negara peserta mengambil bagian. Hal ini merupakan jenis harmonisasi melalui konsensus dan kadang-kadang dibuktikan atas dasar integrasi melalui kesepakatan internasional. Kesepakatan seperti perjanjian GATT atau WTO, diundangkan sebagai jembatan di antara sistem-sistem hukum.

Ketiga, bentuk harmonisasi paling luas didasarkan pada pendekatan kerangka kerja. Negara-negara bekerja ke arah tujuan atau legislasi yang sama melalui modifikasi sistem-sistem asli (pribumi) untuk memproduksi hasil yang dikehendaki. Bentuk harmonisasi ini lebih banyak menghormati sistem asli (pribumi). Sebaliknya, untuk bentuk harmonisasi lainnya, ukuran keefektifan harmonisasi dengan memperluas, sehingga hukum baru menyerupai bentuk rezim hukum yang ditiru, fokusnya harmonisasi berdasarkan tujuan, yaitu kesesuaian dari tujuan reformasi hukum dengan bentuk sistem asli (pribumi).

Harmonisasi hukum diyakini membantu mengatasi ketidakpastian yang dapat muncul dari transaksi konsumen dengan pihak-pihak asing dalam pasar *online* yang tanpa batas (negara bangsa). Harmonisasi tersebut dipercaya menawarkan kepada konsumen akses yang lebih besar pada keadilan dan memfasilitasi pertumbuhan transaksi elektronik (*e-transactions*) dengan menawarkan persepsi yang jelas pada konsumen dan pelaku usaha yang harapan-harapannya akan dipertemukan di tingkatan domestik atau global. Sebagai hasilnya, angka konsumen yang percaya untuk berbelanja pada toko *online* dan penggunaan pasar online (*e-market*) akan meningkat. Oleh karena itu, harmonisasi hukum menjadi subjek perhatian pada belakangan ini, dengan fokus yang

diletakkan pada pembentukan tingkat tertentu atas uniformitas dalam standar perlindungan konsumen internasional lintas negara.<sup>205</sup>

Hukum Nasional itu sendiri, secara sistemik merupakan pencampuran, meskipun dalam bentuk atau model harmonisasi “tambal-sulam” (*taylor-made model*), yaitu tersusun dari bahan-bahan yang ditransplantasi dari hukum Barat (*civil law system* dan *common law system*), hukum Islam, dan hukum adat. Oleh karena itu, dalam rekonstruksi perlindungan konsumen berkaitan dengan syarat kontrak dalam perdagangan secara elektronik, bangunan hukum terbuka dilakukannya pencampuran di antara sistem-sistem hukum itu – Islam, Barat, dan Adat.

Sebelum merekonstruksi, sebagai bahan perbandingan dikemukakan model yang dipergunakan oleh beberapa negara mengenai perlindungan konsumen, khususnya berkaitan secara langsung maupun tidak langsung dengan informasi syarat kontrak. Hukum konsumen merupakan suatu bentuk instrumental hukum, yang diorganisasi untuk pencapaian tujuan pasar konsumen yang efisiensi dan jujur (adil). Awalnya berkembang dari konsep ketimpangan daya tawar, hukum konsumen kontemporer terbaik dikonseptualisasikan sebagai regulasi pasar konsumen dan termasuk analisis peran relatif publik, swasta dan teknik pengaturan sendiri (*self-regulatory techniques*), studi tentang kebijaksanaan lembaga dan masalah untuk memastikan efektif dan akuntabilitas pembuatan peraturan, standar pengaturan dan penegakannya. Perspektif regulasi ini melintasi perbedaan tradisional antara hukum privat dan publik dan termasuk *soft law*, bujukan moral dan meliputi teknik 'non-hukum' lainnya.<sup>206</sup> Dengan demikian hukum perlindungan konsumen yang dikembangkan negara-negara menjelaskan ide seperti itu.

---

<sup>205</sup> Sutatip Yuthayotin, Op. Cit., Hal.213.

<sup>206</sup> Ian Ramsay, 2006, “Consumer Law, Regulatory Capitalism and the ‘New Learning’ in Regulation, Sydney Law Review, Vol 28:9, Hal.9 (9-35), diunduh dari [https://sydney.edu.au/law/slr/slr28\\_1/Ramsay.pdf](https://sydney.edu.au/law/slr/slr28_1/Ramsay.pdf), tanggal 13/012/2020, pukul 00:37 wib.

Informasi syarat kontrak tersebut tentu sangat berhubungan dengan kontrak itu sendiri. Dalam kontrak internet (kontrak elektronik), syarat dan ketentuan (*the terms and conditions*) dari suatu kontrak memainkan peran sangat penting, tidak hanya menentukan kewajiban para pihak, namun juga membangun suatu mekanisme yang memungkinkan para pihak dapat masuk ke dalam kontrak.<sup>207</sup> Dengan informasi yang jelas mengasumsikan para pihak ketika berkehendak untuk masuk dalam kontrak, didasari oleh pemahaman atas kewajiban masing-masing dan mekanisme untuk menutup kontrak. Oleh karena itu, syarat dan ketentuan merupakan ihwal penting karena pihak-pihak yang bernegosiasi harus sampai pada “pertemuan kehendak” (*meeting of the minds*). Dalam perdagangan secara elektronik syarat dan ketentuan itu tentu diinformasikan melalui komunikasi elektronik. Untuk menghilangkan ambiguitas dan untuk mencegah masalah, penjual harus menunjukkan pada halaman *web*-nya bahwa setiap tawaran yang dibuat oleh pembeli harus mendasarkan pada syarat dan ketentuan penjual<sup>208</sup> – sebagaimana diinformasikan.

Menurut Alghamdi, syarat dan ketentuan kontrak sebagaimana diinformasikan tidak selalu jelas dan dipahami, sehingga dapat menimbulkan kesesatan atau menyebabkan kebingungan. Dengan ungkapan lain terdapat hal-hal yang menyebabkan salah satu pihak mengklaim bahwa telah menekan (meng-klik) tombol “saya setuju” (*I agree*) secara tidak sengaja atau dengan kurang hati-hati. Oleh karena itu, suatu *website* harus didesain sedemikian rupa, sehingga para pihak yang berkontrak secara jelas sadar bahwa mereka menyepakati untuk berkontrak. Dengan demikian, para pihak dicegah dari klaim bahwa mereka membuat kontrak yang salah (*by mistake*). Lebih dari itu, satu pihak dapat mengklaim bahwa dia tidak menyadari mengenai syarat-syarat baru kontrak, sebagaimana telah mereka ubah ketika ia berkehendak untuk mengadakan kontrak. Hal tersebut untuk mengatakan, ketika syarat-syarat suatu kontrak yang diajukan telah diubah sejak pihak

---

<sup>207</sup> Abdulhadi M. Alghamdi, Op. Cit., Hal.101.

<sup>208</sup> *Ibid.*, Hal.99.

tersebut berkehendak untuk berkontrak yang pada awalnya membaca syarat-syarat yang diinformasikan pada laman *web*, satu pihak dapat menyatakan bahwa dia tidak sadar mengenai syarat-syarat baru pada saat menyepakati kontrak. Dalam kasus ini, suatu laman *web* dapat memainkan peran penting dalam mereduksi kemungkinan sengketa. Laman *web* yang dibuat secara baik (*a well-constructed web page*) dapat mencapai unsur yang atraktif dan cukup secara hukum (*legally sufficient*). Pemilik laman web harus yakin bahwa syarat-syarat kontrak secara mudah dipahami dan mengandung pemberitahuan jelas (*contain explanatory notice*) untuk menjamin pihak yang berkontrak dikemudian hari tidak dapat mengklaim bahwa syarat-syarat membingungkan (*confusing*) atau menyesatkan (*misleading*).<sup>209</sup> Atas dasar hal tersebut, maka sebagai aturan dasar (*basic rule*), yaitu “untuk satu pihak terikat, pihak lain harus memiliki pemberitahuan yang cukup atas syarat-syarat itu dan bahwa syarat-syarat itu harus menjadi perhatian utama pihak tersebut sebelum penandatanganan kontrak. (. *for a party to be bound, the other party must have sufficient notice of the terms and that they must be brought to the first party’s attention prior to the conclusion of the contract.*)”<sup>210</sup>

Dalam sistem hukum *common law*, khususnya hukum Inggris (*English law*), syarat kontrak yang diinformasikan melalui *web* – dalam hal perdagangan secara elektronik – bukanlah suatu harga mati. Sehubungan dengan hal itu dikenal dengan sebutan “*battle of forms*” (pertarungan bentuk) – masing-masing pihak mencoba untuk memenangkan pertarungan dengan tembakan terakhir, sehingga kontrak menggunakan syarat-syarat yang dibuatnya.<sup>211</sup> Dengan ungkapan lain bahwa :

---

<sup>209</sup> *Ibid.*, Hal.100.

<sup>210</sup> *Ibid.*

<sup>211</sup> *Ibid.*

*The 'battle of forms' arises when a party (the buyer) places an order by means of a standard form that includes term and conditions that that party wants to incorporate into the contract; the other party (the seller) uses another standard form that includes the terms and conditions that he or she wants to incorporate; and the terms and conditions on the two forms are incompatible. All parties wish to have the contract on terms of their choosing. It is important to know which form's terms will be applied.*<sup>212</sup>

(‘Pertarungan bentuk’ muncul ketika pihak (pembeli) membuat pesanan melalui suatu bentuk standar yang meliputi syarat dan ketentuan pihak yang ingin menggabungkan ke kontrak; pihak lain (penjual) menggunakan bentuk standar lain yang mencakup persyaratan dan kondisi yang dia ingin menggabungkan; dan syarat dan ketentuan pada dua bentuk tidak kompatibel. Semua pihak ingin mengadakan kontrak dengan persyaratan yang mereka pilih. Hal ini penting untuk mengetahui bentuk syarat yang akan diterapkan.)

Terlepas dari terjadinya pertarungan bentuk standar atas kontrak, Sutatip Yuthayotin menegaskan bahwa dengan mempertimbangkan kebutuhan dan kepentingan konsumen, secara luas diakui bahwa konsumen harus diberi **informasi yang cukup dan akurat** sebelum memasuki kontrak untuk memungkinkan mereka membuat keputusan tentang transaksi mereka. Informasi mengenai identitas penjual, barang atau jasa yang ditawarkan (misal, harga, kualitas, dan sebagainya), karakteristik transaksi (seperti, syarat dan ketentuan mengenai pembelian, metode pembayaran, dan sebagainya) dan juga memungkinkan konsumen untuk menilai transaksi tersebut dianggap memenuhi kebutuhan dan terjangkau (harganya).<sup>213</sup> Apabila konsumen tidak cukup memperoleh informasi, maka **asimetri**

---

<sup>212</sup> *Ibid.*, Hal.102.

<sup>213</sup> Sutatip Yuthayotin, Op. Cit., Hal.68.

**informasi** yang timbul dapat menurunkan efisiensi pertukaran kontraktual dan merugikan berfungsinya pasar.<sup>214</sup>

Uni Eropa (*the European Union*) memiliki kepentingan dalam pembangunan dan regulasi “layanan masyarakat informasi” (*Information Society Services*). “Layanan Masyarakat Informasi” tersebut didefinisikan sebagai “*any service, normally provided for remuneration, at a distance, by electronic means and at the request of a recipient of services*” (layanan, lazimnya diberikan untuk remunerasi, jarak jauh, melalui cara elektronik dan permintaan dari penerima layanan).<sup>215</sup> Di Uni Eropa telah diatur dalam *European Community Directive* (ECD), khususnya mengenai “*distance selling directive*” yang kemudian diadaptasi oleh negara-negara anggota yang tradisi atau sistem hukumnya juga berbeda-beda, di antaranya oleh Belanda dan Inggris. Secara umum diatur sebagai berikut :

*The [Distance Selling Directive](#) applies to any consumer distance contract made under the law of an EU-Member State as well as the European Economic Area (EEA). It provides a number of fundamental legal rights for consumers in order to ensure a high level of consumer protection throughout the EU. These include:*

(*The Distance Selling Directive* berlaku untuk kontrak jarak jauh konsumen yang dibuat berdasarkan hukum suatu negara anggota Uni Eropa serta Wilayah Ekonomi Eropa (EEA). Ini memberikan sejumlah hak-hak hukum yang fundamental bagi konsumen untuk memastikan perlindungan konsumen tingkat tinggi di seluruh Uni Eropa. Ini meliputi:

*Provision of comprehensive information before the purchase;*

. (ketentuan mengenai informasi yang komprehensif sebelum membeli)

---

<sup>214</sup> *Ibid.*

<sup>215</sup> Lorna E. Gillies, Op. Cit., Hal.65.

*Confirmation of that information in a durable medium (such as written confirmation); [Konfirmasi informasi melalui media yang tahan lama (seperti konfirmasi tertulis)]*

*Consumer's right to cancel the contract within a minimum of 7 working days without giving any reason and without penalty, except the cost of returning the goods (right of withdrawal); [hak konsumen untuk membatalkan kontrak minimal dalam jangka waktu 7 hari kerja tanpa memberikan alasan apapun dan tanpa hukuman, kecuali biaya kembali barang (hak penarikan)]*

*Where the consumer has cancelled the contract, the right to a refund within 30 days of cancellation; (apabila konsumen telah membatalkan kontrak, hak untuk pengembalian dana dalam waktu 30 hari dari pembatalan)*

*Delivery of the goods or performance of the service within 30 days of the day after the consumer placed his order; (Pengiriman barang atau kinerja layanan dalam waktu 30 hari dari hari setelah konsumen memberikan perintahnya)*

*Protection from unsolicited selling; (Perlindungan dari penjualan yang tidak diminta)*

*Protection from fraudulent use of payment cards; (Perlindungan dari penyalahgunaan kartu pembayaran)*

*Non validity of any waiver of the rights and obligations provided for under the directive, whether instigated by the consumer or the supplier. (ketidakabsahan dari setiap pengabaian hak-hak dan kewajiban yang diatur dalam ketentuan ini, apakah dihasut oleh konsumen atau pemasok)*

*Some types of contracts are excluded from all the provisions of the directive. The exemptions include contracts for financial services and contracts concluded through an auction. Contracts for financial services are covered by the Distance Marketing of Financial Services [Directive 2002/65/EC](#).*

(Beberapa jenis kontrak dikecualikan dari semua ketentuan direktif. Pengecualian meliputi kontrak untuk jasa keuangan dan kontrak yang diadakan melalui lelang. Kontrak untuk jasa keuangan dilingkupi oleh the Distanc Marketing of Financial Services Directive 2002/65 / EC)

*Other types of contracts are excluded from the core provisions of the directive, such as the provision of comprehensible information before the purchase and the right to cancel the contract. These include contracts for services to be performed on a specific date or within a specific period such as hotel room bookings, travel or concert tickets.*

(Jenis lain dari kontrak yang dikecualikan dari ketentuan inti dari direktif, yaitu pengaturan atas informasi yang komprehensif sebelum pembelian dan hak untuk membatalkan kontrak. Ini termasuk kontrak untuk layanan yang akan dilakukan pada tanggal tertentu atau dalam jangka waktu tertentu seperti pemesanan kamar hotel, perjalanan atau tiket konser)

*There are also some exemptions from the right of withdrawal. These will apply unless the consumer and supplier agree otherwise. These exemptions cover, for instance, goods made to the consumer's specifications and perishable goods.*

(Ada juga beberapa pengecualian dari hak penarikan. Ini akan berlaku kecuali konsumen dan pemasok setuju sebaliknya. Pengecualian ini melingkupi, misalnya, barang yang dibuat dengan spesifikasi konsumen dan barang tahan lama.)

*The directive had to be implemented into national legal systems by 4 June 2000. The directive also allows for the introduction or maintenance of further national rules to create a higher level of consumer protection.*

(*The direktive* telah diimplementasikan ke dalam sistem hukum nasional pada 4 Juni 2000. *Directive* tersebut juga memungkinkan untuk pengenalan atau mempertahankan aturan nasional lebih lanjut guna menciptakan perlindungan konsumen pada tingkatan lebih tinggi.)

*The Commission is currently conducting a review of 8 directives protecting consumers' economic interests, including the Distance Selling Directive.*

(Komisi saat ini sedang melakukan peninjauan 8 *directive* untuk melindungi kepentingan ekonomi konsumen, termasuk *the Distance Selling Directive*.)

Khusus mengenai informasi bagi konsumen diatur dalam *Article 4* dan *5 ECD* yang menjamin transparansi. Ketentuan-ketentuan tersebut meliputi masalah identitas dan alamat dari pemasok (*supplier*) yang kemungkinan tidak jelas di lingkungan internet (*internet environment*). *Article 4 (1)* mengatur bahwa :

1. *the identity of the supplier and, in case of contracts requiring payment in advance, his address;* (identitas pemasok dan, dalam hal kontrak mensyaratkan pembayaran terlebih dahulu, alamatnya)
2. *the main characteristics of the goods or services;*(ciri utama dari barang atau jasa)
3. *the price of the goods or services including all taxes;* (harga barang atau jasa, termasuk pajak)
4. *delivery costs, where appropriate;* (biaya pengiriman, apabila ada)
5. *the arrangement for payment, delivery or performance;* (pengaturan untuk pembayaran, pengiriman atau kinerja)
6. *the existence of a right of withdrawal, except in the cases referred to in Article 6(3);* (adanya hak penarikan, kecuali dalam kasus sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6 (3))
7. *the cost of using the means of distance communication, where it is calculated other than at the basic rate;* (biaya menggunakan alat komunikasi jarak jauh, yang dihitung di luar biaya dasar)
8. *the period for which the offer or the price remains valid;* (periode dimana penawaran atau harga tetap berlaku)
9. *where appropriate, the minimum duration of the contract in the case of contracts for the supply of products or services to be performed permanently or recurrently.*<sup>216</sup> (apabila sesuai, durasi minimum kontrak dalam hal kontrak untuk penyediaan produk atau layanan yang akan dilakukan secara permanen atau berulang)<sup>217</sup>

---

<sup>216</sup> Paul Todd, Op. Cit., Hal.201-202.

<sup>217</sup> *Ibid.*

**Tabel**

Rekonstruksi Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online Berbasis Nilai Keadilan Berbasis Nilai Keadilan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan dan Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik

No	Sebelum Rekonstruksi	Kelemahan-kelemahan	Rekonstruksi Hukum
1.	Pasal 7 Huruf b UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi “Kewajiban pelaku usaha memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta	Pelaku usaha Belum mempunyai itikad baik menyediakan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai syarat kontrak sehingga merugikan konsumen.	Pasal 7 Huruf b UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi “Kewajiban pelaku usaha memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur <b>dengan mendasarkan prinsip itikad baik</b> meliputi:  (5) Identitas penjual, deskripsi produk <b>barang/dan jasa secara lengkap</b> , total harga termasuk pajak, metode pembayaran, biaya pengiriman, dan tambahan biaya, cara pembayaran;  (6) Informasi membatalkan penawaran atau penerimaan serta mengembalikan <b>produk barang/dan Jasa</b> , kebijakan penanganan

	memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.”.		keluhan, validitas kontrak sampai soal periode hubungan kontraktual berkaitan dengan suplai produk secara permanen”.
2.	Pasal 9 UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Traksaksi dan Elektronik yang berbunyi “Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui system elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen dan produk yang ditawarkan”.	Belum menyediakan informasi yang lengkap dan detail mengenai syarat kontrak sehingga merugikan konsumen.	Pasal 9 UU Nomor 11 Tahun 2008 yang berbunyi “Pelaku usaha yang menawarkan produk <b>produk barang/dan Jasa</b> melalui elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap, <b>Jelas</b> dan benar <b>dengan mendasarkan prinsip itikad baik yang</b> berkaitan dengan syarat kontrak meliputi: (1) Identitas penjual, deskripsi barang, total harga termasuk pajak, metode pembayaran, biaya pengiriman, dan tambahan biaya, cara pembayaran; (2) Informasi membatalkan penawaran atau penerimaan serta mengembalikan barang, kebijakan penanganan keluhan, validitas kontrak sampai soal periode hubungan kontraktual berkaitan dengan suplai produk secara permanen”.

**Dengan demikian Rekonstruksi hukum perlindungan konsumen** dalam membeli barang secara online berbasis nilai keadilan melalui perbandingan di berbagai negara termasuk negara Malaysia, diwujudkan melalui Perbaikan regulasi, Rekonstruksi Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online Berbasis Nilai Keadilan. Rekonstruksi nilai perlindungan konsumen dalam Regulasi Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online berkaitan dengan informasi syarat kontrak sudah berbasis nilai keadilan dengan adanya perubahan terhadap rumusan Pasal 7 huruf b UU Perlindungan Konsumen dan Pasal 9 UU ITE. Dengan rekonstruksi tersebut menghadirkan Teori Perlindungan Konsumen yang Berkeseimbangan. Makna Perlindungan Hukum yang Berkeseimbangan dalam konteks perlindungan konsumen perdagangan secara elektronik, yaitu posisi lemah konsumen dalam perdagangan secara elektronik, niscaya diseimbangkan dengan posisi kuat pelaku usaha melalui aturan-aturan informasi syarat kontrak baik dalam UU ITE maupun UU Perlindungan Konsumen. Keseimbangan posisi itu diatur berdasarkan pendekatan perbandingan hukum yang mencampur (*mixing*) antara Hukum Barat, Hukum Islam dan Hukum Nasional. Percampuran itu dilakukan dengan Konsep Harmonisasi Hukum. Teori perlindungan konsumen yang berkeseimbangan itu mengandung konsep integratif. Dengan demikian sebelum di rekonstruksi Pasal 7 Huruf b UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi “Kewajiban pelaku usaha memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.”. menjadi Pasal 7 Huruf b UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi “Kewajiban pelaku usaha memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur **dengan mendasarkan prinsip itikad baik** meliputi: (1) Identitas penjual, deskripsi produk

**barang/dan jasa secara lengkap**, total harga termasuk pajak, metode pembayaran, biaya pengiriman, dan tambahan biaya, cara pembayaran; (2) Informasi membatalkan penawaran atau penerimaan serta mengembalikan **produk barang/dan Jasa**, kebijakan penanganan keluhan, validitas kontrak sampai soal periode hubungan kontraktual berkaitan dengan suplai produk secara permanen”. Sebelum direkonstruksi Pasal 9 UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Traksaksi dan Elektronik yang berbunyi “Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui system elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen dan produk yang ditawarkan”. Setelah direkonstruksi menjadi Pasal 9 UU Nomor 11 Tahun 2008 yang berbunyi “Pelaku usaha yang menawarkan produk **produk barang/dan Jasa** melalui elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap, **Jelas** dan benar **dengan mendasarkan prinsip itikad baik yang** berkaitan dengan syarat kontrak meliputi: (1) Identitas penjual, deskripsi barang, total harga termasuk pajak, metode pembayaran, biaya pengiriman, dan tambahan biaya, cara pembayaran; (2) Informasi membatalkan penawaran atau penerimaan serta mengembalikan barang, kebijakan penanganan keluhan, validitas kontrak sampai soal periode hubungan kontraktual berkaitan dengan suplai produk secara permanen”.

Rekonstruksi secara Struktur Hukum, Pengawasan yang efektif, Penggunaan teknologi dan Peningkatan kerja sama antara pihak terlibat termasuk diantaranya Perguruan Tinggi sebagai bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi. Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) bertindak sebagai lembaga penerima pengaduan sebagai masukan dalam perbaikan secara regulasi dengan mengkoordinasikan pada para pelaku usaha sebagai bentuk preventif. Untuk proses penyelesaian, lembaga yang berwenang adalah Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen ( BPSK) yang bertindak secara aktif dan progresif. Serta memperkuat fungsi dan wewenang Lembaga perlindungan konsumen masyarakat.

Rekonstruksi secara Kultur Hukum, Pertama, Peningkatan kesadaran konsumen, dengan memahami hak dan kewajibannya sehingga menjadi cek and balance sistem terhadap pelaku usaha dalam

mewujudkan keseimbangan hak dan kewajiban antara pelaku usaha dengan konsumen. Kedua, selama ini pelaku usaha di Indonesia lebih banyak menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip dalam logika yang tumbuh dan berkembang di dalam sistem ekonomi kapitalis-liberal, sehingga membudayakan kesadaran hukum yang tinggi terhadap pelaku usaha untuk memberikan perhatian secara proposional terhadap kepentingan-kepentingan konsumen. Ketiga, upaya untuk melindungi konsumen melalui pengaturan perilaku pelaku usaha, dengan mewajibkan pelaku usaha membudayakan mempublikasikan kinerja pelaku usaha melalui media online yang mendapatkan penilaian dari konsumen dan Lembaga perlindungan konsumen. Pemberian warna dengan kualifikasi tertinggi dengan penilaian hijau merupakan kualitas sangat baik dalam melayani dan melindungi konsumen, penilaian kuning merupakan pelayanan terhadap konsumen yang standart, dan penilaian merah merupakan perlindungan konsumen yang tidak layak atau buruk.



## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Simpulan

1. Regulasi Perlindungan Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online Belum Berbasis Nilai Keadilan yaitu Adanya fakta masih terabaikannya hak-hak dasar warga negara baik hak ekonomi, sosial, maupun budaya dan adanya kekosongan per-undang-undangan yang mengatur tentang E Commerce. Penerapan pengaturan mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* menurut perundang-undangan di Indonesia. Undang-Undang (UU) yang terkait adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 pasal 7 huruf b, dan Pasal 9 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Kedua UU tersebut kurang mampu memberikan hukum yang memadai bagi konsumen dalam *e-commerce*. Kedua UU tersebut telah mengatur mengenai transaksi perdagangan yang berkaitan dengan informasi dan sertifikasi konsumen e commerce, namun UU tersebut lahir sebelum adanya perkembangan bidang *e-commerce*. Jadi, pengaturan UU tersebut masih belum sempurna.
2. Kelemahan-Kelemahan Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online yakni adanya kelemahan secara substansi hukum, struktur hukum dan kultur hukum.
3. Rekonstruksi Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online Berbasis Nilai Keadilan. Rekonstruksi nilai perlindungan

konsumen dalam Regulasi Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Membeli Produk Barang Melalui Shop Online berkaitan dengan informasi syarat kontrak sudah berbasis nilai keadilan dengan adanya perubahan terhadap rumusan Pasal 7 huruf b UU Perlindungan Konsumen dan Pasal 9 UU ITE. Dengan rekonstruksi tersebut menghadirkan Teori Perlindungan Konsumen yang Berkeseimbangan. Makna Perlindungan Hukum yang Berkeseimbangan dalam konteks perlindungan konsumen perdagangan secara elektronik, yaitu posisi lemah konsumen dalam perdagangan secara elektronik, niscaya diseimbangkan dengan posisi kuat pelaku usaha melalui aturan-aturan informasi syarat kontrak baik dalam UU ITE maupun UU Perlindungan Konsumen. Keseimbangan posisi itu diatur berdasarkan pendekatan perbandingan hukum yang mencampur (*mixing*) antara Hukum Barat, Hukum Islam dan Hukum Nasional. Percampuran itu dilakukan dengan Konsep Harmonisasi Hukum. Teori perlindungan konsumen yang berkeseimbangan itu mengandung konsep integratif. Dengan demikian sebelum di rekonstruksi Pasal 7 Huruf b UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi “Kewajiban pelaku usaha memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.”. menjadi Pasal 7 Huruf b UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi “Kewajiban pelaku usaha memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur **dengan mendasarkan prinsip itikad baik** meliputi: (1) Identitas penjual, deskripsi produk **barang/dan jasa secara lengkap**, total harga termasuk pajak, metode pembayaran, biaya pengiriman, dan tambahan biaya, cara pembayaran; (2) Informasi membatalkan penawaran atau penerimaan serta mengembalikan **produk barang/dan**

**Jasa**, kebijakan penanganan keluhan, validitas kontrak sampai soal periode hubungan kontraktual berkaitan dengan suplai produk secara permanen”. Sebelum direkonstruksi Pasal 9 UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Traksaksi dan Elektronik yang berbunyi “Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui system elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen dan produk yang ditawarkan”. Setelah direkonstruksi menjadi Pasal 9 UU Nomor 11 Tahun 2008 yang berbunyi “Pelaku usaha yang menawarkan produk **produk barang/dan Jasa** melalui elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap, **Jelas** dan benar **dengan mendasarkan prinsip itikad baik yang** berkaitan dengan syarat kontrak meliputi: (1) Identitas penjual, deskripsi barang, total harga termasuk pajak, metode pembayaran, biaya pengiriman, dan tambahan biaya, cara pembayaran; (2) Informasi membatalkan penawaran atau penerimaan serta mengembalikan barang, kebijakan penanganan keluhan, validitas kontrak sampai soal periode hubungan kontraktual berkaitan dengan suplai produk secara permanen”.

## B. Saran

1. Seyogyanya Pemerintah dan DPR perlu segera membuat dan menerbitkan Undang-Undang baru tentang Perlindungan Hukum bagi Konsumen *E-Commerce* berbasis nilai keadilan. Penguatan regulasi mengenai administrasi hukum perlindungan hukum bagi konsumen *e-commerce*, perlu ditertibkan diantaranya: Logistik, Sumber Daya Manusia (SDM) terdidik tentang ITE *e-commerce* yang handal untuk menyelesaikan ITE *e-commerce*., Infrastruktur lengkap di seluruh Indonesia, Pengaturan yang jelas tentang perlindungan konsumen *e-commerce*, Perlindungan

- konsumen *e-commerce* terjamin dengan Undang-Undang yang ada, Dibuat lembaga khusus menangani perlindungan konsumen *e-commerce* sampai tingkat Kecamatan.
2. Pemerintah segera mengeluarkan Peraturan Pemerintah tentang Pembentukan Pegawai terhadap Lembaga Perlindungan Konsumen *E-Commerce* oleh Menteri Perdagangan agar konsumen terlindungi.
  3. Meningkatkan kesadaran hukum masyarakat perlu Komponen kultur hukum ini dibedakan antara budaya hukum internal, yaitu budaya hukum para lawyer dan hakim, dan budaya hukum eksternal, yaitu budaya hukum masyarakat luas.

### C. Implikasi Kajian

#### Implikasi Teoretis

Secara teoritis, Keadilan dalam perdagangan secara elektronik yang didominasi nilai dan norma hukum Barat harus diberi pengertian ulang melalui harmonisasi dengan nilai-nilai Pancasila yang mengandung kearifan lokal, di samping Islam, sehingga keadilan tidak semata-mata dibuktikan adanya kesepakatan antara informasi syarat kontrak antara *business to consumer*. Informasi syarat kontrak itu sendiri dengan demikian tidak sepenuhnya mencerminkan kebebasan berkontrak yang semata-mata sebagai perwujudan filsafat individualistik yang menonjolkan perlindungan hak individu (*protection of individual rights*), namun juga kepentingan sosial maupun ke-Tuhan-an. Teori perlindungan konsumen dengan demikian tidak hanya berhubungan dengan konsumen dalam perdagangan secara konvensional, namun harus meliputi perdagangan secara elektronik yang dapat melibatkan konsumen dengan jarak yang jauh dari pelaku usaha. Hal ini dalam hubungan dengan informasi syarat kontrak pada

situs toko *online*, konsep perlindungan konsumen membutuhkan pemaknaan ulang, sekaligus merekonsiliasi dengan kearifan lokal, termasuk teori hukum Islam.

#### Implikasi Praktis

Secara Praktis, Informasi syarat kontrak dalam perdagangan elektronik, secara substansial harus benar, jelas, jujur, lengkap dan adil atau seimbang, di samping tidak semata-mata mempromosikan hak-hak individu dalam berkontrak. Pemerintah mewujudkan lembaga sertifikasi keandalan dalam perdagangan secara elektronik berkaitan dengan informasi syarat kontrak berbasis keadilan yang mengandung kearifan lokal. Informasi Syarat Kontrak yang lengkap dan detail akan melindungi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara seimbang.



## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku-buku

- Abdul Halim Barkatullah. 2009. *Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Lintas Negara di Indonesia*. Yogyakarta: FH UII Press.
- Abdulahdi M. Alghamdi. 2011. *The Law of E-Commerce, E-Contract, E-Business*. Bloomington: AuthorHouse.
- Abdulkadir Muhammad. 1982. *Hukum Perikatan*. Bandung: Alumni.
- \_\_\_\_\_. 1992. *Perjanjian Baku dalam Praktek Perusahaan Perdagangan*, Bandung: Citra Aditya Bakti.
- \_\_\_\_\_. 1999. *Hukum Perikatan*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Ahmad Warson Munawir. 1998. *Kamus Bahasa Arab Indonesia*. Yogyakarta: Ponpes Munawir.
- Alan Davidson. 2009. *The Law of Electronic Commerce*, Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Alan Waston. 1993. *Legal Transplants an Approach to Comparative Law*, Athens and London: The University of Georgia Press.
- Amrul Partomuan Pohan. 1994. *Penggunaan Kontrak Baku (Standard Contract) dalam Praktek Bisnis di Indonesia*, dimuat dalam majalah hukum nasional, Jakarta, BPHN, Departemen Kehakiman.
- Antony Allott. 1980. *The Limits of Law*. London: Butterworths.
- Ari Wibowo. Tanpa tahun. *Mewujudkan Keadilan Melalui Penerapan Hukum Progresif dalam Mahrus Ali (Editor) Membumikan Hukum Progresif*, Jogjakarta: Aswaja Pressindo.
- Asfari Jaya Bakri. 1994. *Konsep Maqasid Al-Syariah*, Disertasi Pasca Sarjana IAIN Syarif Hidayatullah: Jakarta
- AZ. Nasution. 1995. *Konsumen dan Hukum*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan: Jakarta.
- Bryan A. Garner. 2004. *Black's Law Dictionary, Eighth Edition*, St. Paul: MN Thomson West.

- Carl Joachim Friederich. 2004. *Filsafat Hukum Prespektif Historis*, Bandung: Nuansa dan Nusamedia.
- Christopher Stuart. 2007. "From 'Mother of the World' to the 'Third World' and Back Again: The Harmonization Cycle Between Islam and the Global Economy", dalam Larry Catá Backer, ed., *Harmonizing Law in an Era of Globalization*, Convergence, Divergence, and Resistance, Durham, North. Carolina: Carolina Academic Press.
- David Kosiur. 1997. *Understanding Electronic Commerce*, Washington: Microsoft Press.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 1989. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Egon G. Guba dan Yvona S, Lincoln. 1994. *Handbook of Qualitative Research*, London & New Delhi: Sage Publications International Education and Professional Publisser.
- Esmi Warrasih. 2005. *Pranata Hukum Sebuah Telaah Sosiologis*, Semarang: Suryandaru Utama.
- Faye Fangfei Wang. 2014: *Law of Electeronic Commercial Transactions Contemporary Issues in the EU, US and China*, London and New York: Routledge.
- Gerald Spindler dan Fritjof Börner, Ed. 2002. *E-Commerce Law in Europe and the USA*, Springer, New York : Berlin Heidelberg.
- Gunawan Widjaya dan Ahmad Yani. 2001. *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- H.F.A. Vollmar. 1995. *Pengantar Studi Hukum Perdata* (Inciding tot de studie van het Nederlands burgerlijk recht), diterjemahkan oleh I.S.Adiwimarta, Jakarta: Raja Garfindo Persada.
- Henry Campbell Black. 1979. *Black's Law Dictionary, Fifth Edition*, ST.Paul Minn: West Publishing.
- I. Arif. Priharsanta. 1999. *Implementasi Prototipe Proses Otorisasi Kartu Pembayaran Antara Merchant dan Payment Gateway Pada Protokol secure Elektronik Transaction*, Skripsi, Depok: Universitas Indonesia.
- Iain Ramsay. 2006. "Consumer Law, Regulatory Capitalism and the 'New Learning' in Regulation". Vol.28:9. Sydney: Law Review.

- Ilhami Ginang Pratidina. 2015. *“Penerapan Forum Rei Sitae dalam Gugatan Berdasarkan Perbuatan Melawan Hukum”*, Yuridika, Vol.30, No.1, Januari-April 2015
- J. Satrio. 1992. *Hukum Perjanjian*, Bandung: Citra Aditya Bakti.
- \_\_\_\_\_. 1995. *Hukum Perikatan*, Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Johanes Gunawan. 1999. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Universitas Katolik Parahyangan.
- John Rawls. 2006. *A theory of justice*, London : Oxford University Press, 1973, yang sudah diterjemahkan dalam Bahasa Indonesia oleh Uzair Fauzan dan Heru Prasetyo, Yogyakarta: Teori Keadilan, Pustaka Pelajar.
- Laboratorium Hukum FH UNPAD. 1999. *Keterampilan Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Lawrence M. Friedman, 1975. *The Legal System; A Social Science Perspective*, New York: Russel Siege Fondation.
- Lorna E. Gillies. 2008. *Electronic Commerce and International Private Law, A Study of Electronic Consumer Contracts*, Hampshire: Ashgate Publishing Limited.
- M.Sanusi Arsyad. 2000. *”Transaksi Bisnis dalam Electronic Commerce (e-Commerce): Studi Tentang Permasalahan – Permasalahan Hukum dan Solusinya”*. Tesis Magister. Universitas Islam Indonesia: Yogyakarta.
- Mariam Darus Badruzaman. 1994. *Aneka Hukum Bisnis*. Bandung: Alumni.
- \_\_\_\_\_. 1981. *Perjanjian Baku (Standard) Perkembangan di Indonesia*, dimuat dalam beberapa Guru Besar Berbicara tentang Hukum dan Pendidikan Hukum, Bandung: Alumni.
- \_\_\_\_\_. 1986. *Perlindungan Terhadap Konsumen Dilihat Dari Sudut Perjanjian Baku ( Standar ), dalam BPHN, Simposium Aspek – Aspek Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: Binacipta.
- Michele Graziadei. 2003. *“The functionalist heritage”*, dalam Pierre Legrand dan Roderick Munday, *Comparative Legal Studies: Traditions and Transitions*, Cambridge: Cambridge University Press.

- Mieke Komar Kantaatmadja. 2001. *Cyberlaw: Suatu Pengantar, cet.1*, Bandung: ELIPS.
- Munir Fuady. 2001. *Hukum Kontrak (Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis)*, Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Nindyo Pramono. No.39/X/2001. "Revolusi Dunia Bisnis Indonesia Melalui E-Commerce dan e-business: Bagaimana Solusi Hukumnya". *Mimbar Hukum*
- Norman. K. Denzin dan Yvonna, S.L., 2009. *Handbook of Qualitative Research, diterjemahkan oleh Dariyatno dkk*, Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi. 2001. *Mengenal E-Commerce*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Paul Todd. 2005. *E-Commerce Law*, London: Cavendish Publishing Limited.
- \_\_\_\_\_. 2007. *E-Commerce Law*, : London, Sydney, Portland, Oregon: Cavendish Publishing Limited.
- Peter Mahmud Marzuki. 2005. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- R. Subekti. 1995. *Aneka Perjanjian*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- \_\_\_\_\_. 1996. *Hukum Perjanjian*. Jakarta: Intermessa.
- Richardus Eko Indrajit. 2001. *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis Di Dunia Maya*, Jakarta: PT.Elex Media Komputindo.
- Rijanto Tosin. 2000. *Cara Mudah Belajar E-Commercedi Internet*, Jakarta: Dinastindo.
- S. Eiselen. 2011. *The Requirements for the Inclusion of Standard Term in International Sales Contract*. Georgia: *Journal of International and Comparative Law*.
- Sabino Cassese. 2005. "The Globalization of Law", the opening lecturer of the doctoral program at the Italian Institute for Human Sciences, given on March 11, 2005 at the Federico II University of Naples, and the lecture given on March 23, 2005 at the University of Rome "La Sapienza" to inaugurate the 2004-2005 academic year (1-24), [www.globusetlcus.org](http://www.globusetlcus.org), diunduh pada tanggal 02 Maret 2017, pukul 22:05.
- Salvatore Mancuso. "Consumer Protection in E-Commerce Transactions: a First Comparison between European Law and Islamic Law", dalam *Journal of International Commercial*

Law and Technology, Vol. 2, Issue 1, , 2007, <http://jiclt.com/index.php/jiclt/article/download/12/11>, diakses pada tanggal 26 Januari 2017, pukul 01:50 wib.

Satjipto Rahardjo. 1980. *Hukum, Masyarakat dan Pembangunan*, Cetakan kedua, Bandung: Alumni.

\_\_\_\_\_. 2000. *Ilmu Hukum*, Bandung: Citra Aditya Bakti.

\_\_\_\_\_. 2006. *Hukum Dalam Jagat Ketertiban*, Jakarta: UKI Perss.

\_\_\_\_\_. 2008. *Membedah Hukum Progresif*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.

\_\_\_\_\_. 2009. *Penegakan Hukum, Suatu Tinjauan Sosiologis*. Yogyakarta: Genta Publishing.

Setiawan. 1999. *Pokok – pokok Hukum Perikatan*, Bandung: Binacipta.

\_\_\_\_\_. 1999. *Pokok –pokok Hukum Perikatan, Cetakan Ke-VI*, Bandung: Putra A Bardin.

Shidarta. 2000. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: Grasindo.

\_\_\_\_\_. 2000. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Grasindo.

Soerjono Soekamto. 2008. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*, Jakarta: Raja Grafindo.

Stephen Errol Blythe. 2012. *The E-Commerce Law Trilogy: Volime 2, An E-Commerce Law for the World: The Model Electronic Transaction Act*, USA: Xlibris Corporation.

Subekti, tanpa tahun, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, Jakarta: Pradnya Paramita.

Sudikno Mertokusumo. 1990. *Mengenal Hukum*. Yogyakarta: Liberty.

Sulistyowati Irianto. 2009. *Memperkenalkan Studi Sosio Legal dan Implikasi Metodologisnya, Dalam Metode Penelitian Hukum, Konstelasi dan Refleksi*. Editor Sulistyowati dan Sidharta, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Sutan Remy Sjadeini. 2001. “*Hukum Siber Sistem Pengamanan E-Commerce*”, dalam Mariam Darus Badruzaman dkk, *Kompilasi Hukum Perikatan*, cet.1, Bandung: Citra Aditya Bakti.

\_\_\_\_\_. 1993. *Kebebasan Berkontrak dan Perlindungan Yang Seimbang Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Kredit Bank Di Indonesia*, Jakarta: Institut Bankir Indonesia.

- Sutatip Yuthayotin. 2015. *Access to Justice in Transnational B2C E-Commerce, A Multidimensional Analysis of Consumer Protection Mechanisms*. Switzerland: Springer.
- \_\_\_\_\_. 2015. *Access to Justice in Transnational B2C E-Commerce, A Multidimensional Analysis of Consumer Protection Mechanisms*. New York, Dordrecht, London: Springer International Publishing Switzerland.
- Tim Litbang Wahana Komputer. 2001. *Apa dan Bagaimana E-Commerce*, Cetakan Pertama: Yogyakarta.
- Turiman, *Memahami Hukum Progresif, Prof. Satjipto Rahardjo Dalam Paradigma "Thawaf" Sebuah Kontemplasi Bagaimana Mewujudkan Teori Hukum Yang Membumi/ Grounded Theory MengIndonesia*, dalam <http://eprint.undip.ac.id>.
- Uwe G. Seebacher. 2002. *Cyber Commerce Reframing: The End of Business Process Reengineering?*. Berlin Heidelberg New York: Springer.
- Wiryo Prodjodikoro. 1979. *Asas-asas Hukum Perjanjian, Cetakan kedelapan*, Bandung: Bale.

## **B. Perundang-Undangan**

- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945
- UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- SEMA RI Tanggal 5 September 1963 Tentang Gagasan Menganggap BW tidak sebagai Undang – undang dalam Az.Nasution,1999,Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar,Jakarta

## **C. Jurnal/Makalah**

- Ali Malikki, Hakim Pengadilan Tinggi Jawa Tengah dalam Seminar Nasional Dan Bedah Buku “Masa Depan Hukum Progresif” dengan Dekan Undip Prof. Dr, R. Benny Riyanto, SH.CN.Mhum. di Patrajasa Hotel, Semarang 27 April 2016.
- Dianne Eka Rusmawati, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi *E-Commerce*”, Fiat Justisia Jurnal Hukum, Vol. 7 No. 2, Mei-Agustus 2013.
- Elizabeth Goldsmith and Sue L.T. McGregor, 2000, “E-Commerce: consumer protection issues and implication for research and education”, dalam International Journal of Consumer Studies &

Home Economics, Vol.24, Issue 2. Iman Budi Setiawan, 1999, *Smartwallet-Java Wallet Berbasis Smartcard Dan ProtokolSet*, Skripsi, Depok, Universitas Indonesia.

Iain Ramsay, 2006, “Consumer Law, Regulatory Capitalism and the ‘New Learning’ in Regulation”, Sydney Law Review, Vol.28:9, Hal.9-10.

Jay MS, 2001, “Peran E-Commerce dalam Sektor Ekonomi dan Industry” Makalah disampaikan dalam Seminar Sehari “Aplikasi Internet Di Era Millenium Ketiga, Jakarta.

Julia Hörnle, 2002, “Online Dispute Resolution in Business to Consumer E-Commerce Transactions”, dalam Journal of Information Law & Technology.

M.Sanusi Arsyad, 2000, “Transaksi Bisnis dalam *Electronic Commerce (e-Commerce)*: Studi Tentang Permasalahan-Permasalahan Hukum dan Solusinya”, Tesis Magister, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.

Michele Graziadei, “The functionalist heritage”, dalam Pierre Legrand dan Roderick Munday, 2003, *Comparative Legal Studies: Traditions and Transitions*, Cambridge University Press, Cambridge.

Nindyo Pramono, “Revolusi Dunia Bisnis Indonesia Melalui e-commerce dan e-business: Bagaimana Solusi Hukumnya”, *Mimbar Hukum*, No.39/X/2001.

Rifan Adi Nugraha, *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Online*”, *Jurnal Serambi Hukum*, Vol. 08 No. 02, Agustus 2014-Januari 2015.

Tommy Leonard, 2013, Disertasi, *Pembaharuan Sanksi Pidana Berdasarkan Falsafah Pancasila dalam Sistem Pidana di Indonesia*, Program Doktor Ilmi Hukum Pascasarjana Universitas Jayabaya, Jakarta.

Z. Mubarak, 2006, *Sosiologi Agama*. UIN Malang Press, Malang

Zainuddin, 2010. *Metode Penelitian Hukum*. Sinar Grafika. Jakarta

Zoemrotin K. Susilo, 1996, *Penyambung Lidah Konsumen*, Puspa Swara, Jakarta

#### **D. Internet**

Alasdiar Taylor, 2012, “Selling online and the law – part 4 – information disclosure”, <http://www.seqlegal.com/blog/selling-online-and-law-part-4>, diunduh pada tanggal 31 Juli 2016, pukul 09:52 wib.

AliExpress, diunduh pada 11/05/2020, pukul 21:42 wib.

AliExpress, diunduh pada 11/05/2020, pukul 21:50 wib.

AliExpress, diunduh pada 11/05/2020, pukul 22:48 wib.

Amazon.com, diunduh pada 11/05/2020, pukul 11:08 wib.

Anna Soileux and Katherine Teasdale, 2014, "E-Commerce and the law", h.13, dalam <https://www.cl.cam.ac.uk/.../Ecommerce/Batch2>, diakses pada tanggal 28/11/2020, pukul 23:15 wib.

Apkomindo, 2020 (last updated Feb 9, 2020), "2015, Pasar E-Commerce BerpotensiMeningkat", <http://www.apkomindo.id/index.php/logo/item/96-2020-pasar-e-commerce-berpotensi-meningkat>, diunduh pada tanggal 10 Pebruari 2020, pkl.20:59 wib.

Arianto Mukti Wibowo, *Tanda Tangan Digital dan Sertifikat Digital : Apa itu?*, <http://www.geocities/amwibowo/resource/sertifik/html> accessed Juni 16,2007

Australian Competition & Consumer Commission, "Unfair Contract Terms", <https://www.accc.gov.au/business/business-rights-protections/unfair-contract-terms>, tanpa halaman, diakses pada tanggal 22 Januari 2017, pukul 23:49 wib.

Brande, J. van den, & D.C. Elzinga, 2007, "Cyber Consumer Protection and Fair Trading in the Netherlands", *Electronic Journal of Comparative Law (EJCL)*, Vol.11.1 (May 2007), hal.2 (1-11), <http://www.ejcl.org>, diakses pada tanggal 3 Pebruari 2020, pukul 00:33 wib.

Diakses dari aplikasi Bukalapak pada tanggal 22 Januari 2020, pukul 00:30 wib.

Diakses melalui aplikasi Lazada (bukan [www.lazada.co.id](http://www.lazada.co.id)), pada tanggal 21 Januari 2020, pukul 08:26 wib.

Ding, Julian, 1999, *E-Commerce:LawandOffice*, Malaysia, Sweetand Maxwell Asia.

Diunduh dari <http://www.which.co.uk/consumer-rights/regulation/consumer-contracts-regulations>, tanggal 13/03/2020, pukul 00:30 wib.

[Dontfeetthewolves.blogspot.com/2012/04/bermakalah-2-konstruktivisme-sebuah.html](http://Dontfeetthewolves.blogspot.com/2012/04/bermakalah-2-konstruktivisme-sebuah.html). diakses tanggal 26 November 2014

Goldsmith, Elizabeth, and Sue L.T. McGregor, 2000, "E-Commerce: consumer protection issues and implication for research and education", dalam *International Journal of Consumer Studies & Home Economics*, Vol.24, Issue 2, diunduh dari Wiley Online Library, [onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1046/j.1365-2737.2000.00150.x/full](http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1046/j.1365-2737.2000.00150.x/full)

Hörnle, Julia, 2002, "Online Dispute Resolution in Business to Consumer E-Commerce Transactions", dalam Journal of Information Law & Technology, [http://www2.warwick.ac.uk/fac/soc/law/elj/jilt/2002\\_2/hornle](http://www2.warwick.ac.uk/fac/soc/law/elj/jilt/2002_2/hornle), diunduh pada tanggal 21/07/2020, pukul 00:12 wib.

<http://www.geocities.com/amwibowo/resource/komparasi/bab4.html>

[http://sheff.blog.uni.arif51/2020/12/01/teorikeadilan\\_john\\_rawls](http://sheff.blog.uni.arif51/2020/12/01/teorikeadilan_john_rawls)

<http://blog.lazada.co.id/mengulik-sejarah-jejak-perjalanan-lazada-Indonesia>, diunduh pada tanggal 15/07/2020, pukul 00:04 wib.

<http://eki-blogger.blogspot.com/2012/10/pemikiran-ekonomi-al-syatibi-790-h-1388.html>.

Diakses tanggal 3-4-2013

<http://startupbisnis.com/bagaimana-bukalapak-com-didirikan/>, diunduh pada tanggal 14/07/2020, pukul 23:49 wib.

<http://termsfeed.com/blog/terms-conditions-ecommerce-stores/>, diunduh pada 8 November 2020, pukul 23:52 wib.

<http://www.openssl.org> accessed Juni 16., 2020

<http://www.setco.org> accessed Juni, 2020

<http://www.which.co.uk/consumer-rights/regulation/consumer-contracts-regulations>, diakses pada tanggal 20 November 2020, pukul 22:45 wib.

[http://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?ref=ast\\_slvs](http://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?ref=ast_slvs), diunduh pada tanggal 31 Juli 2020,

<https://help.olx.co.id/hc/id/articles/206444513-Ketentuan-Umum>, diunduh pada tanggal 06 Maret 2017, pukul 23:20 wib. Bagian dari Syarat dan Ketentuan Umum ini berdasarkan pembaruan tanggal 4 Oktober 2020.

[https://id.wikipedia.org/wiki/OLX\\_Indonesia](https://id.wikipedia.org/wiki/OLX_Indonesia) diunduh pada tanggal 14/07/2016, pukul 23:55 wib.

<https://taobaoindo.com/>, diunduh pada tanggal 21/07/2020, pukul 00:39 wib.

<https://www.bukalapak.com/terms>, diunduh pada tanggal 9 Maret 2020, pukul 00:13 wib.

- Iman Budi Setiawan, 1999, *Smartwallet-Java Wallet Berbasisi Smart card Dan Protokol Set*, skripsi, Depok, Universitas Indonesia, Hal.14. <http://www.geocities.com/amwibowo/resource.html> accessed Juni 16, 2020
- Ina Tiara, 2020, “10 Karakteristik Konsumen Indonesia”, <http://www.Kompasiana.com/inatiara>, diakses pada tanggal 26 Januari 2020, pukul 00:38 wib.
- jpnn.com, 27 April 2020, “*Perkembangan Bisnis e-Commerce di Indonesia Melesat*”, <http://www.jpnn.com/read/2015/04/27/300672/Perkembangan-Bisnis-e-Commerce-di-Indonesia-Melesat>, diunduh pada tanggal 10 Pebruari 2020, pkl.21:16 wib.
- Katz, Avery Wiener, 2004, “Is Electronic Contracting Different? Contract Law in the Information Age”, [www.columbia.edu](http://www.columbia.edu), h.13, diakses pada tanggal 23 Januari 2020, pukul 00:50 wib.
- Keluhan ini diambil dari kolom “*feedback*” AliExpress yang diakses pada tanggal 15 Mei 2020, pukul 23:34 wib.
- OECD Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce, diunduh dari <https://www.oecd.org/sti/consumer/2091663.pdf>, diunduh pada 31 Maret 2020, pkl.23:55 wib.
- Ramsay, Ian, 2006, “Consumer Law, Regulatory Capitalism and the ‘New Learning’ in Regulation, Sydney Law Review, Vol 28:9 ), diunduh dari [https://sydney.edu.au/law/slr/slr28\\_1/Ramsay.pdf](https://sydney.edu.au/law/slr/slr28_1/Ramsay.pdf), tanggal 13/03/2017, pukul 00:37
- Reed, Chris, and John Angel, Ed., 2003, *Computer Law*, Oxford New York: Oxford University Press
- Startup Bisnis, Posted 16 September 2020, “*Data Statistik Mengenai Pertumbuhan Pangsa Pasar E-Commerce di Indonesia Saat Ini*”, <http://startupbisnis.com/data-statistik-mengenai-pertumbuhan-pangsa-pasar-e-commerce-di-indonesia-saat-ini/>, diunduh pada tanggal 10 Pebruari 2020, pkl.20:42 wib.
- Stigall, Dan E., 2007, “Comparative Law and State-Building: The Organic Minimalist” Approach to Legal Reconstruction”, dalam 29 *Loyola of Los Angeles International and Comparative Law Review*, 1-1 (2007), digitalcommons.Imu.edu, diakses pada tanggal 05 April 2020, pukul 21:58 wib

Terinspirasi komunikasi.blogspot.com.2012/12/12/paradigma-positivisme-konstruktivisme.html diakses 26 November 2020.

Thompson S.H. Teo, Jing Liu, 2007, "Consumer trust in e-commerce in the United States, Singapore and China", dalam Omega, The International Journal of Management Science, [www.elsevier.com/locate/omega](http://www.elsevier.com/locate/omega) atau [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com), diakses pada tanggal 29/11/2020, pukul 00:08 wib.\

Web-wrap agreement, [http://itlaw.wikia.com/wiki/Web-wrap\\_agreement](http://itlaw.wikia.com/wiki/Web-wrap_agreement), diunduh pada tanggal 12 Mei 2020, pk1.00.00 wib.) (Wikipedia, "Click wrap", [https://en.m.wikipedia.org/wiki/Click\\_wrap](https://en.m.wikipedia.org/wiki/Click_wrap), diunduh pada tanggal 12 Mei 2020, pk1.01:02 wib.)

[www.amazon.com](http://www.amazon.com), diunduh tanggal 27/03/2020, pukul 00:57 wib.

[www.artikata.com](http://www.artikata.com), atau <https://www.kamusbesar.com/kesadaran>, diunduh pada Jumat, 16 Desember 2020, pukul 09:57 wib.

[www.e-journal.unair.ac.id/index.php/YDK/article/download/379/213](http://www.e-journal.unair.ac.id/index.php/YDK/article/download/379/213), diunduh pada 11/05/2020, pukul 17:29 wib.

[www.law.gov.au/aghome/advisory/eceg/single.htm](http://www.law.gov.au/aghome/advisory/eceg/single.htm).diakses 10 april 2020

[www.saflii.org/za/journals/PER/2020/1.rtf](http://www.saflii.org/za/journals/PER/2020/1.rtf), diunduh pada 6 Oktober 2020, pk1.17:02 wib.

