

## **BAB II KAJIAN TEORI**

Pada bab ini akan dibahas beberapa tinjauan terkait tentang perjanjian, jual beli, tinjauan tentang jual beli melalui internet (*e-commerce*) serta perlindungan konsumen guna memperoleh gambaran yang jelas mengenai permasalahan penelitian.

### **A. TINJAUAN TENTANG PERJANJIAN**

#### **1. Pengertian Perjanjian**

Perjanjian dirumuskan dalam Pasal 1313 KUHPerdara yaitu suatu perjanjian adalah suatu perbuatan yang dilakukan oleh satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Ketentuan pasal ini kurang tepat, karena ada beberapa kelemahan yang perlu dikoreksi. Kelemahan-kelemahan tersebut antara lain:

- a. Hanya menyangkut sepihak saja
- b. Kata perbuatan mencakup juga tanpa konsensus
- c. Pengertian perjanjian terlalu luas
- d. Tanpa menyebut tujuan (Abdulkadir Muhammad, 1993: 224-225).

Menurut Abdulkadir Muhammad (1993:225), perjanjian adalah suatu persetujuan dengan mana dua orang atau lebih saling mengikatkan diri untuk melaksanakan suatu hal mengenai harta kekayaan. Dalam definisi ini jelas terdapat konsensus antara pihak-pihak, untuk melaksanakan sesuatu hal, mengenai harta kekayaan, yang dapat dinilai dengan uang.

Pengertian perjanjian menurut Sudikno Mertokusumo (1986: 97-98), perjanjian adalah suatu hubungan hukum antara dua pihak atau lebih berdasarkan kata sepakat untuk menimbulkan akibat hukum. Maksudnya, kedua pihak tersebut sepakat untuk menentukan peraturan atau kaidah atau hak dan kewajiban yang mengikat mereka untuk ditaati dan dilaksanakan. Kesepakatan tersebut adalah untuk menimbulkan akibat hukum, yaitu menimbulkan hak dan kewajiban, sehingga apabila kesepakatan itu dilanggar maka akan ada akibat hukumnya atau sanksi bagi si pelanggar.

Berdasarkan pendapat - pendapat di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa perjanjian adalah persetujuan di mana antara dua pihak atau lebih mengikatkan diri berdasarkan kata sepakat untuk menimbulkan hak dan kewajiban bagi para pihak. Sama halnya dengan pihak-pihak *e-commerce*, penjual (*merchant*) dan konsumen harus mengikatkan dirinya dalam suatu perjanjian.

## 2. Syarat Sah Perjanjian

Menurut ketentuan pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata ada syarat-syarat sah perjanjian, antara lain :

- a. Ada persetujuan kehendak antara pihak-pihak yang membuat perjanjian
- b. Adanya kecakapan pihak-pihak untuk membuat perjanjian (*capacity*)
- c. Ada suatu hal tertentu (objek)
- d. Ada suatu sebab yang halal (*causa*)

Persetujuan kehendak adalah kesepakatan, seia sekata pihak-pihak mengenai pokok perjanjian, apa yang dikehendaki oleh pihak yang satu juga

dikehendaki oleh pihak yang lainnya. Adanya kecakapan pihak-pihak untuk membuat perjanjian, pada umumnya orang dikatakan cakap melakukan perbuatan hukum apabila ia sudah dewasa, artinya sudah mencapai umur 21 tahun atau sudah kawin walaupun belum 21 tahun. Suatu hal tertentu juga merupakan pokok perjanjian, objek perjanjian, prestasi yang wajib dipenuhi. Prestasi itu harus tertentu atau sekurang-kurangnya dapat ditentukan. Kejelasan mengenai pokok perjanjian atau objek perjanjian ialah memungkinkan pelaksanaan hak dan kewajiban pihak-pihak. Ada suatu sebab yang halal mempunyai pengertian bahwa ada suatu yang menyebabkan orang membuat perjanjian, yang mendorong orang membuat perjanjian (Abdulkadir Muhammad, 1993: 228-232).

Dari syarat sahnya perjanjian tersebut diatas dapat di tekankan bahwa kata sepakat dalam mengadakan perjanjian merupakan hal yang penting, yang berarti bahwa kedua belah pihak harus mempunyai kebebasan kehendak dimana para pihak bebas menentukan apa dan dengan siapa perjanjian itu diadakan. Sesuai dengan asas kebebasan berkontrak. Para pihak tidak mendapat suatu tekanan yang mengakibatkan adanya cacat bagi perwujudan kehendak tersebut. Pengertian sepakat dilukiskan sebagai pernyataan kehendak yang disetujui antara para pihak yang menawarkan dan pernyataan pihak yang menerima tawaran tersebut.

### 3. Unsur-Unsur Perjanjian

Pada dasarnya suatu perjanjian harus memuat beberapa unsur perjanjian dalam suatu transaksi jual beli yaitu :

- a. Unsur esensialia , merupakan sifat yang harus ada di dalam perjanjian, sifat yang menentukan atau menyebabkan perjanjian itu tercipta, seperti identitas para pihak yang harus dicantumkan dalam suatu perjanjian, harga, jenis barang maupun batas pembayaran.
- b. Unsur naturalia, merupakan sifat bawaan (*natuur*) perjanjian sehingga secara diam-diam melekat pada perjanjian, seperti itikad baik dari masing-masing pihak dalam perjanjian, tidak ada cacat dari benda yang dijual, serta biaya dipikul juga oleh konsumen.
- c. Unsur aksidentialia. merupakan hal-hal khusus yang diperjanjikan atau diatur dalam perjanjian. Dalam hal ini, hal-hal tersebut dapat diperjanjikan atau bisa juga tidak diperjanjikan. Sebagai contoh, ketentuan tentang sanksi (Mariam Darus Badruzaman, 1994: 25).

Ketiga unsur di atas merupakan unsur yang penting dan harus diterapkan pula dalam suatu transaksi secara elektronik, artinya identitas para pihak harus jelas begitu juga dengan kesepakatan tidak boleh terjadi cacat hukum artinya tidak boleh ada unsur paksaan, kekhilafan dan penipuan. Transaksi yang dilakukan secara elektronik harus disertai dengan itikad baik dan rasa kepercayaan antara para pihak, walaupun hal ini tidak ditegaskan dalam perjanjiannya

#### 4. Asas-Asas Perjanjian

Hukum perjanjian mengenal beberapa asas penting, yang merupakan dasar kehendak pihak-pihak dalam mencapai tujuan. Beberapa asas tersebut antara lain :

a. Asas Kebebasan Berkontrak

Setiap orang bebas mengadakan perjanjian apa saja, baik yang sudah diatur atau belum diatur dalam undang-undang. Tetapi kebebasan tersebut dibatasi oleh tiga hal yaitu tidak dilarang oleh undang-undang, tidak bertentangan dengan ketertiban umum, tidak bertentangan dengan kesusilaan.

b. Asas Konsensual

Asas ini mengandung arti bahwa untuk melahirkan perjanjian adalah cukup dengan dicapainya kata sepakat mengenai hal-hal pokok dari perjanjian tersebut, dan bahwa perjanjian sudah lahir pada saat atau detik tercapainya *consensus*.

c. Asas Mengikatnya Perjanjian/ Pacta Sunt Servanda

Asas kekuatan mengikat atau pacta sunt servanda berarti bahwa perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya.

d. Asas Itikad baik

Semua perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik, seperti yang tercantum dalam Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara. Jadi dalam perikatan yang dilahirkan dari perjanjian, maka para pihak hanya

terikat oleh kata-kata perjanjian itu dan oleh kata-kata ketentuan-ketentuan perundang-undangan mengenai perjanjian itu, melainkan juga oleh itikad baik (R.Subekti, 1986:5).

Dalam melakukan perbuatan hukum, membuat suatu kontrak/ perjanjian haruslah pula memahami asas-asas yang berlaku dalam dasar suatu perjanjian sebagaimana penjelasan di atas. Dengan demikian dengan memperhatikan asas-asas yang berlaku secara umum tersebut diharapkan dapat membentuk atau merancang suatu kontrak atau perjanjian secara baik.

## **5. Wanprestasi / Ingkar Janji**

Wanprestasi adalah tidak memenuhi atau lalai melaksanakan kewajiban sebagaimana yang ditentukan dalam perjanjian yang dibuat antara kreditor dengan debitor (Salim H.S,S.H,M.S, 2008: 180)

Wujud dari tidak memenuhi perikatan perjanjian itu ada 3 macam, yaitu (Mariam Darus Badruzaman, 2001: 18):

- a. Tidak dipenuhinya perjanjian
- b. Terlambat memenuhi perjanjian
- c. Keliru atau tidak pantas memenuhi perjanjian

Wanprestasi di dalam perjanjian ini mempunyai arti sangat penting bagi debitur, oleh karena itu adalah penting untuk mengetahui atau menentukan kapan seorang debitur dikatakan dalam keadaan sengaja atau lalai. Dalam hal ini yang perlu diperhatikan adalah didalam perikatan itu ditentukan tenggang pelaksanaan pemenuhan prestasi atau tidak.

Pasal 1243 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang menyatakan,

“Penggantian biaya, rugi, dan bunga karena tidak dipenuhinya suatu perikatan, barulah diwajibkan apabila pihak yang melakukan wanprestasi setelah dinyatakan lalai memenuhi perikatannya, tetap melalaikannya, atau jika sesuatu yang harus diberikan dibuatnya dalam tenggang waktu tertentu telah dilampauinya.”

Menurut Edmon Makarim (2005:270-271) bentuk-bentuk wanprestasi adalah sebagai berikut:

- 1) Tidak melaksanakan apa yang disanggupi akan dilakukannya
- 2) Melaksanakan apa yang diperjanjikan, tetapi tidak sebagaimana yang diperjanjikan
- 3) Melaksanakan perjanjian yang diperjanjikan tetapi terlambat
- 4) Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukan.

Misalnya, pihak penjual tidak menjual barang dengan mutu yang sebenarnya atau barang yang dijual tersebut adalah tiruan tetapi harganya tetap sama dengan harga barang yang asli.

Kreditur dapat menuntut kepada debitur yang telah melakukan wanprestasi hal-hal sebagai berikut:

- 1) Kreditur dapat meminta pemenuhan prestasi saja dari debitur
- 2) Kreditur dapat menuntut prestasi disertai ganti rugi kepada debitur  
(Pasal 1267 KUH Perdata)
- 3) Kreditur dapat menuntut dan meminta ganti rugi, hanya kerugian karena keterlambatan (HR 1 November 1918)
- 4) Kreditur dapat menuntut pembatalan perjanjian

5) Kreditor dapat menuntut pembatalan disertai ganti rugi kepada debitur.

Ganti rugi itu berupa pembayaran uang denda (Salim H.S,S.H,M.S, 2003: 99).

Dari wanprestasi yang dilakukan oleh debitur, kreditor dapat memilih di antara beberapa kemungkinan tuntutan terhadap debitur, apakah menuntut pemenuhan perikatan atau pemenuhan perikatan yang disertai ganti kerugian atau ganti kerugian saja atau menuntut pembatalan perjanjian lewat hakim maupun disertai dengan ganti kerugian.

## **6. Ganti Rugi**

Ada dua sebab timbulnya ganti rugi, yaitu ganti rugi karena wanprestasi dan ganti rugi karena perbuatan melawan hukum. Ganti rugi karena perbuatan melawan hukum adalah suatu bentuk ganti rugi yang dibebankan kepada orang yang telah menimbulkan kesalahan kepada pihak yang dirugikan. Sedangkan, ganti rugi karena wanprestasi adalah bentuk ganti rugi yang dibebankan kepada debitur yang tidak memenuhi isi perjanjian yang telah dibuat antara kreditor dengan debitur (Salim H.S,S.H,M.S, 2008: 181)

Dalam Pasal 1249 KUH Perdata, ditentukan bahwa penggantian kerugian disebabkan karena wanprestasi hanya ditentukan dalam bentuk uang. Namun dalam perkembangannya, menurut para ahli bahwa kerugian dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu ganti rugi materiil dan ganti rugi immateriil (Salim H.S,S.H,M.S, 2008: 182).

Ganti rugi yang dapat dituntut oleh kreditor kepada debitur adalah sebagai berikut:



- a. Kerugian yang telah dideritanya, yaitu berupa penggantian biaya-biaya dan kerugian
- b. Keuntungan yang sedianya akan diperoleh (Pasal 1246 KUH Perdata), ini ditujukan kepada bunga-bunga (Salim H.S,S.H,M.S, 2003: 101).

Yang diartikan dengan biaya-biaya (ongkos-ongkos), yaitu ongkos yang telah dikeluarkan oleh kreditur untuk mengurus obyek perjanjian. Kerugian adalah berkurangnya harta kekayaan yang disebabkan karena kerusakan atau kerugian. Sedangkan bunga-bunga adalah keuntungan yang akan dinikmati oleh kreditur. Penggantian biaya-biaya, kerugian, dan bunga itu harus merupakan akibat langsung dari wanprestasi dan dapat diduga pada saat sebelum terjadinya perjanjian.

## **B. TINJAUAN TENTANG PERJANJIAN JUAL BELI SECARA ELEKTRONIK**

### **1. Pengertian Jual Beli**

Perjanjian jual beli juga diatur dalam Pasal 1457 sampai dengan Pasal 1540 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Menurut Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, jual beli adalah suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.

Selain itu, perjanjian jual beli menurut Salim H.S, (2003: 49), Perjanjian jual beli adalah suatu perjanjian yang dibuat antara pihak penjual dan pihak pembeli .

Dari pengertian perjanjian jual beli tersebut di atas dapat dijelaskan bahwa perjanjian jual beli di sini termasuk perjanjian timbal balik dimana perjanjian tersebut menimbulkan kewajiban pokok bagi kedua belah pihak dan mengandung pengertian bahwa pihak yang satu adalah menjual dan pihak lain adalah membeli.

## **2. Para Pihak Dalam Jual Beli**

Sebagaimana pengertian jual beli di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat dua pihak dalam jual beli, antara lain:

- a. Pihak penjual adalah pihak yang menyerahkan hak milik atas suatu barang
- b. Pihak pembeli adalah pihak yang membayar harga yang terdiri atas sejumlah uang sebagai imbalan dari perolehan hak milik tersebut.

Kedua belah pihak tersebut dalam hal ini tentu harus melaksanakan kewajiban-kewajiban. Pihak penjual memiliki kewajiban untuk menyerahkan barang kepada konsumen atau pembeli. Sebaliknya konsumen juga wajib melakukan pembayaran kepada penjual sesuai dengan kesepakatan mengenai harga dan barang tersebut.

Para pihak dalam jual beli tersebut merupakan bagian dari subyek hukum. Subyek hukum adalah segala sesuatu yang menjadi pendukung hak dan kewajiban. Para pelaku usaha di sini dapat dilihat dari bentuk-bentuk usahanya. Jika dilihat dari pemiliknya, terdiri dari perusahaan perseorangan dan perusahaan persekutuan. Perusahaan perseorangan adalah perusahaan swasta yang didirikan dan dimiliki oleh penguasa perseorangan yang bukan berbadan hukum, dapat berbentuk perusahaan dagang, perusahaan jasa, dan

perusahaan industry, sedangkan perusahaan persekutuan adalah suatu perusahaan yang dimiliki oleh beberapa orang pengusaha yang bekerjasama dalam satu persekutuan. Perusahaan persekutuan di sini terdiri dari perusahaan persekutuan bukan badan hukum, diantaranya persekutuan perdata, persekutuan firma dan persekutuan komanditer., koperasi, dan yayasan Sedangkan persekutuan bukan berbadan hukum dapat berupa persekutuan terbatas (Elsi Kartika Sari, 2007: 49-56).

### 3. Obyek Jual Beli

Yang dapat menjadi objek dalam jual beli adalah semua benda bergerak dan benda tidak bergerak, baik menurut tumpukan, berat, ukuran dan timbangannya, sedangkan yang tidak diperkenankan untuk diperjualbelikan adalah :

- a. Benda/barang orang lain
- b. Barang yang tidak diperkenankan oleh undang-undang seperti obat terlarang
- c. Bertentangan dengan ketertiban
- d. Kesusilaan (Salim HS, 2003:51)

Selain itu, sesuai dengan pasal 499 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, obyek jual beli di sini juga dapat disebut sebagai *zaak*. *Zaak* adalah barang atau hak yang dapat dimiliki. Hal tersebut berarti bahwa yang dapat dijual dan dibeli tidak hanya barang yang dimiliki, melainkan juga suatu hak atas suatu barang yang bukan hak milik.

#### 4. Pengertian Jual Beli Melalui Internet

Pengertian internet adalah hubungan antara berbagai jenis komputer dan jaringan dunia yang berbeda sistem operasi maupun aplikasinya di mana hubungan tersebut memanfaatkan kemajuan komunikasi (telepon dan satelit) yang menggunakan *protocol* standar dalam berkomunikasi (Supriyanto, 2008:60).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, (2008:543) Internet adalah jaringan elektronika yang menghubungkan jaringan komputer dan fasilitas komputer yang terorganisasi diseluruh dunia melalui telepon dan satelit.

Berdasar pengertian di atas maka apabila seseorang ingin melakukan akses internet, maka pertama kali ia harus memiliki seperangkat alat dan sarana yang terdiri dari komputer serta jaringan telepon dan satelit serta dapat juga menggunakan modem sebagai penghubung koneksi internet.

Dengan kemajuan teknologi inilah, banyak perusahaan maupun individu yang melirik bisnis *online*. Para pihak pelaku usaha memanfaatkan situs di internet sebagai media pengiklanan produk yang mereka jual.

Misalnya saja situs [www.socialagencybaru.com](http://www.socialagencybaru.com), [www.eBay.com](http://www.eBay.com), [www.bluelabel.com](http://www.bluelabel.com), [www.tokobagus.com](http://www.tokobagus.com), dan sebagainya. Konsumen tidak perlu datang langsung ke tempat penjualan, tetapi cukup mengakses situs tersebut, maka mereka akan mendapatkan informasi mengenai barang yang dijual, harga, bahan yang digunakan, dan sebagainya.

Saat ini kegiatan jual beli melalui internet semakin menggejala di kalangan masyarakat karena banyak kemudahan-kemudahan yang masyarakat dapatkan dengan kehadiran transaksi *non face to face* ini.

Menurut Julian Ding sebagaimana dikutip oleh Mariam Darus Badruzaman, dkk (2001: 283-284), *E-Commerce as it is also known, is a commercial transaction between a vendor and purchaser or parties in similar contractual relationships for the supply of goods, services or the acquisition of "right". This commercial transaction is executed or entered into in an electronic medium (or digital medium) where the physical presence of the parties is not required, and the medium exist in a public network or system as opposed to a private network (closed system). The public network or system must be considered an open system (e.g the internet or the world wide web). This transactions are concluded regardless of national boundaries or local requirements*".

Terjemahan bebasnya adalah sebagai berikut *Electronic Commerce Transaction* adalah transaksi dagang antara penjual dengan pembeli untuk menyediakan barang, jasa atau mengambil alih hak. Kontrak ini dilakukan dengan media elektronik (*digital medium*) di mana para pihak tidak hadir secara fisik. Medium ini terdapat di dalam jaringan umum dengan sistem terbuka yaitu internet atau *world wide web*. Transaksi ini terjadi terlepas dari batas wilayah dan syarat nasional (Mariam Darus Badruzaman, 2001: 284).

Jadi ada 6 (enam) komponen dalam kontrak dagang elektronik, yaitu:

- a. Ada kontrak dagang.
- b. Kontrak itu dilaksanakan dengan media elektronik (*digital*).
- c. Kehadiran fisik dari para pihak tidak diperlukan.
- d. Kontak itu terjadi dalam jaringan publik.
- e. Sistemnya terbuka, yaitu dengan internet atau WWW.

f. Kontrak itu terlepas dari batas, yuridiksi nasional (Mariam Darus Badrulzaman, 2001:284).

Menurut Hill, Ricard and Ian Wakden sebagaimana dikutip oleh Edmon Makarim (2005:257), *E-Commerce refers to business activities involving consumers, manufacturers, service providers, and intermediaries using computer networks such as the internet. The goals of e-commerce are to reduce product and service cost and improve customer response time and quality.*

*Electronic Commerce is a multidisciplinary field that includes technical areas such as networking and telecommunication, security, and storage and retrieval of multimedia; business areas such as marketing, procurement and purchasing, billing and payment, and supply chain management; and legal aspects such as information privacy, intellectual property, taxation, contractual and legal settlement.*

Berdasarkan ruang lingkupnya, dalam praktik bisnis yang berkembang berdasarkan lingkup aktivitasnya, dikenal juga pembedaan sebagai berikut (Edmon Makarim, 2005:257):

- 1) *Electronic Business* ditujukan untuk lingkup aktivitas perdagangan dalam arti luas
- 2) *Electronic Commerce* ditujukan untuk lingkup perdagangan /perniagaan yang dilakukan secara elektronik dalam arti sempit, termasuk:
  - a) Perdagangan via internet
  - b) Perdagangan dengan fasilitas *web internet*
  - c) Perdagangan dengan sistem pertukaran data terstruktur secara elektronik

Dari beberapa pendapat dan uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa transaksi jual beli melalui internet merupakan suatu perjanjian jual beli sama halnya dengan jual beli konvensional yang biasa dilakukan masyarakat.

Hanya saja dalam transaksi jual beli disini, terdapat perbedaan mengenai media yang digunakan. Pada transaksi ini, yang dipergunakan adalah media elektronik yaitu internet sehingga kesepakatan ataupun perjanjian yang tercipta melalui *online*.

Pada transaksi jual beli secara elektronik, para pihak terkait di dalamnya melakukan hubungan hukum yang dituangkan melalui suatu bentuk perjanjian atau kontrak yang juga dilakukan secara elektronik dan sesuai dengan Pasal 1 angka 17 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Tansaksi Elektronik disebut sebagai kontrak elektronik yakni perjanjian yang dimuat dalam dokumen elektronik atau media elektronik lainnya. Dengan kemudahan berkomunikasi secara elektronik, maka perdagangan pada saat ini sudah mulai merambat ke dunia elektronik. Transaksi dapat dilakukan dengan kemudahan teknologi informasi, tanpa adanya halangan jarak. Penyelenggaraan transaksi elektronik dapat dilakukan baik dalam lingkup publik ataupun privat.

##### **5. Para Pihak dalam Jual Beli Melalui Internet**

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

Dalam transaksi jual beli secara elektronik, pihak-pihak yang terkait menurut Edmon Makarim, (2000:65), antara lain:

- a. Penjual atau *merchant* atau pengusaha yang menawarkan sebuah produk melalui internet sebagai pelaku usaha
- b. Pembeli atau konsumen yaitu setiap orang yang tidak dilarang oleh undang-undang, yang menerima penawaran dari penjual atau pelaku usaha dan berkeinginan untuk melakukan transaksi jual beli produk yang ditawarkan oleh penjual/pelaku usaha/merchant
- c. Bank sebagai pihak penyalur dana dari pembeli atau konsumen kepada penjual atau pelaku usaha/*merchant*, karena pada transaksi jual beli secara elektronik, penjual dan pembeli tidak berhadapan langsung, sebab mereka berada pada lokasi yang berbeda sehingga pembayaran dapat dilakukan melalui perantara dalam hal ini bank
- d. *Provider* sebagai penyedia jasa layanan akses internet

Provider merupakan pihak lain dalam transaksi jual beli secara elektronik, dalam hal ini *provider* memiliki kewajiban untuk menyediakan layanan akses 24 jam kepada calon pembeli untuk dapat melakukan transaksi jual beli secara elektronik melalui media internet..

## 6. Lahirnya Kesepakatan melalui Internet

Sebagaimana di atur dalam Pasal 1458 Kitab Undang Undang Hukum

Perdata, proses terjadinya jual beli antara lain :

- b. Apabila kedua belah pihak telah sepakat mengenai harga dan barang, walaupun barang tersebut belum diserahkan dan harganya belum dibayar, perjanjian jual beli ini dianggap sudah jadi.
- c. Jual beli yang memakai masa percobaan dianggap terjadi untuk sementara. Sejak disetujuinya perjanjian jual beli secara demikian,



- penjual terus terikat, sedang pembeli baru terikat kalau jangka waktu percobaan itu telah lewat dan telah dinyatakan setuju.
- d. Sejak diterima uang muka dalam pembelian dengan pembayaran uang muka. Kedua belah pihak tak dapat membatalkan perjanjian jual beli itu, meskipun pembeli membiarkan uang muka tersebut pada penjual, atau penjual membayar kembali uang muka itu kepada pembeli.

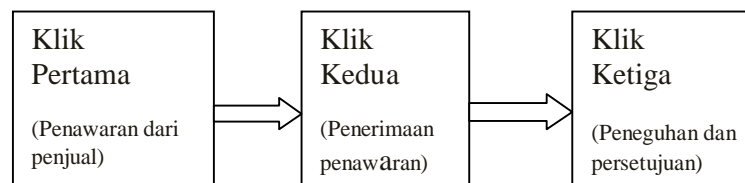
Kesepakatan merupakan hal yang penting dalam melakukan perjanjian.

Perjanjian konsensual disini merupakan perjanjian di mana diantara kedua belah pihak telah tercapai kesesuaian kehendak untuk mengadakan perikatan.

Kata sepakat dianggap tercapai pada saat pihak yang menawarkan mengetahui bahwa pihak lainnya telah menerima penawarannya, setidaknya ia dianggap patut telah dapat mengetahui telah diterimanya penawaran.

Hampir sama dengan perjanjian jual beli pada umumnya, perjanjian jual beli melalui internet tersebut terdiri dari penawaran dan penerimaan, sebab suatu kesepakatan selalu diawali dengan adanya penawaran oleh salah satu pihak dan penerimaan oleh pihak lain. Berikut merupakan gambaran umum mengenai mekanisme pembelian secara online ():

Bagan 1. Mekanisme Jual beli melalui Internet



Sumber: Edmon Makarim 2005:235

Keterangan mekanisme jual beli melalui internet:

- a) Klik pertama, yaitu setelah calon pembeli melihat di layar komputer adanya penawaran dari calon penjual.

- b) Klik kedua, yaitu calon pembeli memberikan penerimaan terhadap penawaran.
- c) Klik ketiga, masih disyaratkan adanya peneguhan dan persetujuan dari calon penjual kepada calon pembeli perihal diterimanya penerimaan dari calon pembeli (Edmon Makarim, 2005:235).

Jika para pihak pada saat terjadinya perjanjian tidak sedang berhadapan dan berada pada satu tempat, dikatakan bahwa perjanjian terbentuk pada saat kedua belah pihak berada di dua tempat yang berbeda. Yurisprudensi mengukuhkan asas tempat terbentuknya perjanjian untuk menetapkan hukum mana yang berlaku dalam perjanjian bahwa “Perjanjian telah dianggap terbentuk pada tempat di mana pihak yang menawarkan telah menerima jawaban atas penawaran yang telah dilakukannya.” (Herlien Budiono, 2010: 96-97)

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa perjanjian tersebut terbentuk ketika penjual telah menerima jawaban penerimaan (konfirmasi pembelian barang) dari pihak pembeli/ konsumen. Mekanisme transaksi jual beli melalui internet ini tentu juga memberikan banyak kemudahan bagi konsumen. Selain konsumen tidak perlu datang langsung ke tempat penjual, dari sisi bisnis sendiri, penawaran yang dilakukan tersebut dapat memperluas pasar. Dengan kebebasan akses bagi semua orang, tidak hanya lingkup *domestik* saja, akan tetapi lingkup nasionalpun dapat dijangkau oleh para pelaku usaha. Dengan kehadiran *e-commerce* ini. Semua orang dapat

melakukan *window shopping* di toko-toko *online* yang kini semakin marak di kalangan masyarakat.

## 7. Jenis-Jenis Transaksi *E-Commerce*

Pada dasarnya, perdagangan/transaksi *e-commerce* dapat dikelompokkan menjadi 2 (dua) bagian besar, yaitu: transaksi *Business to Business (B to B)*, dan *Business to Consumer (B to C)*. Dua kelompok inilah yang menyelimuti hampir semua transaksi *e-commerce* yang ada. *Business to Business* merupakan sistem komunikasi bisnis *on-line* antar pelaku bisnis (Dikdik M.Arif Mansur dan Elisatris Gultom, 2009:150-151).

*Business to Business (B to B)* merupakan transaksi antara perusahaan (baik pembeli maupun penjual adalah perusahaan). Biasanya antara mereka telah saling mengetahui satu sama lain dan sudah terjalin hubungan yang cukup lama. Pertukaran informasi hanya berlangsung diantara mereka dan pertukaran informasi itu didasarkan pada kebutuhan dan kepercayaan. Perkembangan *b to b* lebih pesat jika dibandingkan dengan perkembangan jenis *e-commerce* yang lainnya. Transaksi *e-commerce* yang lain dikenal dengan *b to c* atau *Business to Customer* adalah transaksi antara perusahaan dengan konsumen atau individu. Contohnya adalah eBay.com, tokobagus.com, beberapa situs *e-commerce* yang besar dan terkenal. Pada jenis ini transaksi disebaran secara umum, dan konsumen yang berinisiatif melakukan transaksi. Produsen harus siap menerima respon dari konsumen tersebut. Biasanya yang digunakan adalah system web karena system ini yang

sudah umum dipakai dikalangan masyarakat (Edmon Makarim, 2005:259-260).

## **C. TINJAUAN TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

### **1. Pengertian Perlindungan Konsumen**

Perlindungan terhadap konsumen merupakan hal yang sangat penting, mengingat semakin majunya ilmu pengetahuan dan teknologi. Perlindungan konsumen juga mempunyai manfaat bagi masyarakat karena di dalamnya termuat aturan-aturan yang berguna bagi masyarakat, dalam hal ini konsumen dengan segala permasalahan yang menyangkut perlindungan konsumen. Sesuai dengan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.”

Adapun tujuan dari adanya perlindungan konsumen, sesuai dengan Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen antara lain:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;

- d. Menciptakan sistem 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 bertanggungjawab dalam berusaha;
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.

## **2. Asas Asas Perlindungan Konsumen**

Di dalam penjelasan Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu :

- a. Asas Manfaat; mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan,
- b. Asas Keadilan; 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; memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual
- d. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen; memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan;
- e. Asas Kepastian Hukum; baik pelaku usaha maupun konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

### 3. Hak dan Kewajiban Konsumen

Istilah perlindungan konsumen berkaitan dengan perlindungan hukum. Oleh karena itu, perlindungan konsumen mengandung aspek hukum. Adapun yang mendapatkan perlindungan itu bukan sekedar fisik, melainkan terlebih lebih haknya bersifat abstrak. Dengan kata lain, perlindungan konsumen sesungguhnya identik dengan perlindungan yang diberikan hukum tentang hak-hak konsumen.

Secara umum dikenal ada 4 (empat) hak dasar konsumen, yaitu:

- a. Hak untuk mendapatkan keamanan (*the right to safety*)
- b. Hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*)
- c. Hak untuk memilih (*the right to be choose*)
- d. Hak untuk didengar (*the right to be heard*) (Celina Tri Siwi K,2009: 30-31).

Empat hak dasar ini diakui secara internasional. Dalam perkembangannya, organisasi-organisasi konsumen yang tergabung dalam *The International Organization of Consumer Union (IOUC)* menambahkan lagi beberapa hak, seperti hak mendapatkan pendidikan konsumen, hak mendapatkan ganti kerugian, dan hak mendapat lingkungan hidup yang baik dan sehat (Celina Tri Siwi K, 2009:31).

Hak-hak tersebut diatas juga termuat dalam Pasal 4 Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang mengatur hak-hak konsumen antara lain;

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.

Konsumen berhak mendapatkan keamanan dari barang dan jasa yang ditawarkan kepadanya. Produk barang dan jasa itu tidak boleh membahayakan untuk dikonsumsi sehingga konsumen tidak dirugikan baik secara jasmani dan rohani.

- 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.

Sebelum memilih, konsumen harus memperoleh informasi yang benar dan jelas mengenai barang/jasa yang akan dikonsumsi. Informasi ini diperlukan agar konsumen tidak sampai mempunyai gambaran yang keliru atas produk barang dan jasa. Informasi ini dapat disampaikan dengan berbagai cara, seperti lisan kepada konsumen,

melalui iklan diberbagai media, atau mencantumkan dalam kemasan produk (barang).

- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

Hak ini erat kaitannya dengan hak untuk mendapatkan informasi adalah hak untuk didengar. Ini disebabkan oleh informasi yang diberikan pihak yang berkepentingan dan berkompeten sering tidak cukup memuaskan konsumen. Untuk itu konsumen berhak mengajukan permintaan informasi yang lebih lanjut.

- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.

Hak ini erat kaitannya dengan hak untuk mendapatkan informasi adalah hak untuk didengar. Ini disebabkan oleh informasi yang diberikan pihak yang berkepentingan dan berkompeten sering tidak cukup memuaskan konsumen. Untuk itu konsumen berhak mengajukan permintaan informasi yang lebih lanjut.

- e. Hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Jika permintaan yang diajukan konsumen dirasakan tidak mendapat tanggapan yang layak dari pihak yang terkait (dalam hal ini pelaku usaha), maka konsumen berhak menuntut pertanggungjawaban, baik secara hukum maupun penyelesaian sengketa secara patut.



- f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.

Upaya mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen disini tidak hanya didapatkan melalui pendidikan formal, tetapi juga dapat dipelajari melalui media massa maupun kegiatan lembaga swadana masyarakat.

- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

Konsumen sebagai pemakai barang tentu harus diberikan perlakuan atau pelayanan yang baik oleh pelaku usaha sehingga mereka bisa merasakan kenyamanan dalam berbelanja barang.

- 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.

Jika konsumen merasakan, kuantitas dan kualitas barang dan/jasa yang dikonsumsi tidak sesuai dengan nilai tukar yang diberikannya, ia berhak mendapatkan ganti kerugian yang pantas. Jenis dan jumlah ganti kerugian itu tentu saja harus sesuai dengan ketentuan yang berlaku atau atas kesepakatan masing-masing pihak.

- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Tidak hanya hak konsumen saja yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, akan tetapi kewajiban konsumen juga diatur dalam

Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu:

“Kewajiban konsumen adalah:

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

#### **4. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha**

Di samping hak dan kewajiban konsumen, juga terdapat pasal yang mengatur tentang hak dan kewajiban pelaku usaha. Hak pelaku usaha termuat dalam Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu,

“Hak pelaku usaha adalah :

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan.”

Hak-hak konsumen juga dirumuskan dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang mengatur tentang kewajiban pelaku usaha, diantaranya :

“Kewajiban pelaku usaha 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;
- g. penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- h. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.”

Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha diwajibkan beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, sedangkan bagi konsumen diwajibkan beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/jasa.

Selain Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, hak dan kewajiban pelaku usaha juga termuat dalam pasal 6 dan pasal 9 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang selanjutnya disebut sebagai Undang-Undang ITE. Pada pasal 6 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menyatakan,

“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”.

Dengan adanya informasi/ dokumen elektronik tersebut maka konsumen akan mendapatkan informasi yang jelas mengenai barang yang ditawarkan oleh pihak penjual. Di samping itu dengan adanya dokumen elektronik tersebut dapat digunakan sebagai barang bukti apabila ternyata pihak pelaku usaha/ penjual di sini melakukan suatu kecurangan.

Kewajiban dari pelaku usaha di sini juga termuat dalam pasal 9 Undang-Undang ITE, yaitu “Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan”.

Kedua pasal tersebut mengisyaratkan bahwa dalam transaksi jual beli melalui internet disini, informasi dalam dokumen elektronik harus dapat dipertanggungjawabkan oleh kedua pihak, baik dari pihak penjual maupun pihak pembeli agar terhindar dari tindakan penipuan maupun wanprestasi sebagaimana tercantum pada pasal 5 Undang-Undang ITE. Di samping itu dalam pelaksanaan transaksi jual beli tersebut tentu pelaku usaha juga harus melaksanakan kewajibannya untuk memberikan informasi secara lengkap dan benar kepada pihak pembeli atau konsumen sebagaimana tercantum dalam Pasal 9 Undang-Undang ITE baik informasi mengenai kontrak maupun barang yang ditawarkan. Kewajiban-kewajiban pelaku usaha di atas tentu merupakan hal yang penting. Terkait dengan empat hak dasar konsumen, pemberian informasi mengenai barang merupakan hal yang penting. Dalam pemberian informasi pelaku usaha harus menjamin bahwa informasi yang diberikan secara utuh dan dapat dipertanggungjawabkan sehingga konsumen

akan merasa aman dalam melakukan transaksi jual beli melalui internet. Pelaku usaha yang menawarkan barang atau jasa secara elektronik wajib menyediakan informasi mengenai syarat-syarat kontrak, produsen dan produk secara lengkap dan benar. Berdasarkan atas penjelasan UU ITE pasal 9 mengenai syarat-syarat kontrak yang dimaksudkan adalah hal tertentu yang menjadi syarat-syarat sah nya perjanjian.

Selain itu pada pasal 17 Undang-Undang ITE menyatakan,

- (1) Penyelenggaraan Transaksi Elektronik dapat dilakukan dalam lingkup publik ataupun privat.
- (2) Para pihak yang melakukan Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib beritikad 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.

Berdasarkan dari hak dan kewajiban baik yang tertuang dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen serta Undang-Undang ITE, tampak bahwa itikad baik ditekankan pada pelaku usaha karena meliputi semua tahapan dalam melakukan kegiatan usahanya, sebaliknya konsumen hanya diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan atau jasa. Hal ini tentu disebabkan oleh kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang diproduksi oleh pelaku usaha, sedangkan bagi konsumen, kemungkinan untuk dapat merugikan produsen mulai pada saat melakukan transaksi dengan produsen.

Dari uraian diatas juga dapat disimpulkan perlindungan konsumen disini merupakan hal yang penting, mengingat keberadaan perlindungan konsumen

disini bertujuan menjamin adanya kepastian hukum sebagaimana diatur dalam peraturan perundangan serta untuk memberikan perlindungan terhadap hak-hak konsumen dari adanya kecurangan-kecurangan dari pelaku usaha.