

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN YANG MELAKUKAN TRANSAKSI E-COMMERCE YANG DIRUGIKAN

Lupiyanto,¹ Suratman,² Abid Zamzami³

Fakultas Hukum Universitas Islam Malang

Jalan Mayjen Haryono No 193 Malang 65144, Telepon (0341) 551932, Fax (0341) 552249

ABSTRACT

The increasingly advanced development of the internet is one of the factors driving the development of e-commerce. The development of e-commerce is regulated in Law Number 19 of 2006 concerning Amendments to Law Number 11 of 2008 concerning Information and Transactions, abbreviated as UU ITE. Fulfilling the needs of life in society is very important and becomes a very important thing. In fulfilling these needs, people often use buying and selling transactions through E-Commerce. Buying and selling transactions in E-Commerce can arise if there is an agreement between supply and demand for the desired goods. On the other hand, consumers feel disadvantaged if the goods purchased by consumers are not as desired. Issues that have arisen recently regarding consumer protection have received a very sharp assessment from the public. Through normative legal research (normative juridical) the author aims to find out the implementation of purchasing goods through e-commerce according to the provisions of Law no. 08 of 1999 concerning Consumer Protection; Law Number 11 of 2008 concerning Information and Electronic Transactions.

Keywords: Legal Protection, Consumers, E-Commerce

ABSTRAK

Perkembangan internet yang semakin maju merupakan salah satu faktor pendorong berkembangnya *e-commerce*. Perkembangan *e-commerce* diatur di dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2006 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi yang disingkat UU ITE. Pemenuhan kebutuhan hidup di dalam masyarakat sangatlah penting dan menjadi hal yang sangat utama. Dalam pemenuhan kebutuhan tersebut masyarakat sering menggunakan transaksi jual beli melalui *E-Commerce*, Transaksi jual beli di dalam *E-Commerce* dapat timbul jika terjadi kesepakatan antara penawaran dan permintaan terhadap barang yang dikehendaki. Tetapi sebaliknya konsumen merasa dirugikan apabila barang yang dibeli oleh konsumen ternyata tidak sesuai yang dikehendaki. Masalah yang timbul akhir-akhir ini mengenai perlindungan konsumen mendapatkan penilaian yang sangat tajam dari masyarakat. Melalui penelitian hukum normatif (yuridis normatif) penulis bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan pembelian barang melalui *e-commerce* menurut ketentuan Undang-undang No. 08 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen; Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum, Konsumen, E-Commerce

¹ Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Malang

² Dosen Pembimbing 1 Fakultas Hukum Universitas Islam Malang

³ Dosen Pembimbing 2 Fakultas Hukum Universitas Islam Malang

PENDAHULUAN

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

Apabila masyarakat atau konsumen mengalami ketidakadilan yang dilakukan oleh pelaku usaha, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan hukum guna melindungi hak-hak yang dimilikinya sebagai konsumen. Undang-undang No. 08 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang disingkat menjadi UUPK pada Pasal 1 angka (1), menyebutkan bahwa “Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”. Dengan adanya UUPK tersebut, masyarakat memiliki payung hukum untuk melindungi haknya.

Permasalahan yang telah dirumuskan di atas akan dijawab atau dipecahkan dengan menggunakan jenis penelitian yuridis normatif yaitu sebagai usaha mendekatkan masalah yang diteliti dengan sifat hukum yang normatif. Pendekatan yang bersifat normatif yakni yang meliputi asas-asas hukum, perbandingan hukum atau sejarah hukum yang menguraikan tentang norma-norma, pasal-pasal perundangan. Dan uraian tersebut dikemukakan dalam kerangka teori yang di gunakan untuk membahas dalam penyajian data. Pendekatan normatifnya ialah dengan membaca, mempelajari, dan menguraikan mengenai implementasi pembelian barang yang tidak sesuai dengan pesanan melalui *e-commerce*. Sejauh mana Peraturan peraturan perundang-undangan yang ditetapkan berkaitan dengan masalah tersebut.⁴

Sesuai dengan jenis penelitiannya yakni penelitian hukum normatif (yuridis normatif), maka dapat digunakan lebih dari satu pendekatan.⁵ Dalam penelitian ini digunakan pendekatan perundang-undangan (*Statute Approach*) dan pendekatan konsep (*conceptual approach*).⁶ Dalam hal ini data yang diperoleh dalam penelitian ini, berupa bahan hukum sekunder, diperoleh dengan cara mempelajari dan mengkaji bahan-bahan kepustakaan (*literature research*) yang berupa bahan-bahan hukum baik bahan hukum primer, bahan

³ Hilman Hadikusuma. 1995. *Metode Pembuatan Kertas Kerja atau Skripsi Ilmu Hukum*. Bandung: Mandar Maju. Hlm 60.

⁵ Jhonny Ibrahim. 2006. *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*. Malang: Bayumedia Publishing. Hlm. 300.

⁶ Abdulkadir Muhammad. 2004. *Hukum Dan Penelitian Hukum*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti. Hlm. 113.

hukum sekunder maupun bahan hukum tertier. Bahan hukum primer adalah semua aturan hukum yang dibentuk dan/atau dibuat secara resmi oleh suatu lembaga negara, dan/atau lembaga/badan pemerintahan yang untuk penegakannya diupayakan berdasarkan daya paksa yang dilakukan secara resmi oleh aparat negara. Dalam penelitian ini bahan-bahan hukum primer yang berkaitan dengan pendaftaran tanah. Bahan hukum sekunder adalah seluruh informasi tentang hukum yang berlaku atau yang pernah berlaku atau semua informasi yang relevan dengan permasalahan hukum. Jadi bahan hukum sekunder adalah hasil kegiatan teoretis akademis yang mengimbangi kegiatan-kegiatan praktik legislatif (atau praktik yudisial juga).⁷ Termasuk bahan hukum sekunder antara lain buku-buku teks, laporan penelitian Bahan hukum tertier adalah bahan-bahan yang termuat dalam kamus-kamus hukum, ensiklopedi, bibliografi, berbagai terbitan yang memuat indeks hukum dan semacamnya. Akan tetapi, Soetandyo Wignyosubroto tidak memasukkan adanya bahan hukum tertier sebagai bahan hukum.⁸

Dalam hal ini peneliti dalam melakukan pengumpulan Bahan Hukum menggunakan teknik studi kepustakaan, yaitu pengumpulan Bahan Hukum dengan cara mencari, menemukan dan menelaah peraturan perundang-undangan atau literatur lain yang berkaitan dengan obyek. Bahan hukum yang diperoleh kemudian di analisis untuk mendapatkan kejelasan terhadap masalah yang dibahas. Semua bahan hukum yang terkumpul diedit diolah dan disusun secara sistematis untuk selanjutnya disajikan dalam bentuk deskriptif yang kemudian disimpulkan. Metode analisis yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode interpretasi yaitu bahan hukum yang telah dikumpulkan kemudian dideskripsikan secara kualitatif untuk mendapatkan kesimpulan.

PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan Pembelian Barang Melalui *E-Commerce* Menurut Ketentuan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Pada era globalisasi yang semakin kompetitif ini banyak terobosan yang dilakukan oleh para pelaku usaha dengan menawarkan produk/barang jasa secara online atau juga dikenal dengan *e-commerce*. Pesatnya perkembangan di dalam perekonomian tidak lepas dari

⁷ Soetandyo Wignyosubroto. 2002. *Hukum (Paradigma, Metode dan Dinamika Masalahnya)*. Jakarta: ELSAM dan HUMA. Hlm. 155.

⁸ *Ibid.* Hlm. 155-156.

hakikat dasar manusia sebagai makhluk yang kebutuhan dasarnya adalah dari segi ekonomi. Salah satu terobosan yang dilakukan tersebut sudah sangat dirasakan oleh seluruh masyarakat dunia, khususnya di Indonesia dalam hal jual beli yang dilakukan secara elektronik atau biasa disebut dengan jual beli online (*e-commerce*).

Transaksi online dalam *e-commerce* menurut Cavanilas dan Nadal dalam *Research Paper on Contract Law*, seperti yang dikutip oleh M.Sanusi Arsyad, memiliki banyak tipe dan variasi, yaitu: Transaksi melalui *chatting* dan *video conference*, Transaksi melalui *email*, dan Transaksi melalui web atau situs⁹

Transaksi melalui *chatting* atau *video conference* adalah seseorang dalam menawarkan sesuatu dengan model dialog interaktif melalui internet, seperti melalui telepon, *chatting* dilakukan melalui tulisan sedang *video converence* dilakukan melalui media elektronik, dimana orang dapat melihat langsung gambar dan mendengar suara pihak lain yang melakukan penawaran dengan menggunakan alat ini. Transaksi dengan menggunakan email dapat dilakukan dengan mudah. Dalam hal ini kedua belah pihak harus sudah memiliki *email addres*. Selanjutnya, sebelum melakukan transaksi, customer sudah mengetahui *e-mail* yang akan ditujudan jenis barang serta jumlah yang akan dibeli. Kemudian *customer* menulis nama produk dan jumlah produk, alamat pengiriman dan metode pembayaran yang digunakan. *Customer* selanjutnya akan menerima konfirmasi dari merchant mengenai order barang yang dipesan.¹⁰ Model transaksi melalui web atau situs yaitu dengan cara ini merchant menyediakan daftar atau katalog barang yang dijual yang disertai dengan deskripsi produk yang telah dibuat oleh penjual. Pada model transaksi ini dikenal istilah *order form* dan *shopping cart*. Untuk lebih jelas dipaparkan kedua model tersebut sebagai berikut:

1. Order Form Berbelanja dengan menggunakan oredr form merupakan salah satu cara berbelanja yang paling sering digunakan dalam *e-commerce*. Dengan cara ini *merchant* menyediakan daftar atau katalog barang (*product table*) yang dijual. Saat tahap order dilaksanakan, biasanya produk yang dijual tidak divisualisasikan dalam bentuk gambar, akan tetapi dalam bentuk deskripsi produk. Dalam sebuah halaman order form, sesi penawaran produk terbagi menjadi empat bagian, yaitu:

⁹ M.Sanusi Arsyad. 2000. *Transaksi Bisnis dalam Electronic Commerce (e-Commerce): Studi Tentang Permasalahan – Permasalahan Hukum dan Solusinya*. Tesis Magister. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia. Hlm. 53.

¹⁰ Tim Litbang Wahana Komputer. 2001. **Apa Dan Bagaimana E-Commerce**. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Andi. Hlm. 63.

a) *Check box* yang dibuat untuk memberi kesempatan kepada customer untuk memiliki produk yang ditawarkan dengan mengklik kotak tersebut sehingga bertanda *check*.

(1) Penjelasan produk yang ditawarkan.

(2) Kuantitas barang yang dipesan.

(3) Harga untuk tiap – tiap produk

Selain tabel produk ditawarkan juga jenis pembayaran. Jenis-jenis pembayaran yang ditawarkan berbeda-beda sesuai dengan layanan yang disediakan oleh *merchant*, seperti dengan *credit card*, transfer lewat bank, *check* dan lain – lain. Pada saat pengisian form, *customer* diminta untuk mengisi formulir yang berisi informasi kontak untuk *customer* (sering disebut *Contact Information Table*). Bila pembayaran menggunakan *credit card* maka form akan diisi dengan mengisi jenis atau tipe *credit card*, nomor *credit card*, tanggal kadaluarsa (*expired date*) serta informasi pemegang kartu (*card holder*).

Setelah pengisian *order form* dilakukan selanjutnya disediakan tombol untuk konfirmasi *order*, biasanya digunakan tombol *submit* dan tombol *reset*. Jika diklik tombol *reset*, proses akan mereset semua pilihan dan informasi yang telah dimasukkan oleh *customer* dan dapat diulang dari awal. Akan tetapi jika yang ditekan adalah tombol *submit* maka proses akan dilanjutkan ke tahap pengesahan dan pengecekan *order*. Pada bagian ini dipasang sistem keamanan, misalnya SSL (*Secure Sockets Layer*) untuk melindungi dari tindakan penipuan. Selanjutnya, jika informasi yang dikirimkan oleh *customer* telah memenuhi persyaratan atau dinyatakan *valid* maka *merchant* akan mengirimkan berita konfirmasi kepada *customer* dalam bentuk *e-mail*.¹¹

2. *Shopping Cart*

Jika seseorang berbelanja di salah satu pasar swalayan tentunya membutuhkan kereta belanja untuk meletakkan kereta belanja yang akan dibeli. Selama belum membayar dikasir, ia bisa membatalkan pembelian barang tersebut atau menukarnya dengan yang lain. Demikian pula halnya dengan berbelanja melalui *e-commerce*. Dalam *e-commerce* untuk memilih barang yang akan dibeli, ada semacam formulir yang dinamakan *shopping cart* yang berfungsi seperti kereta belanja.¹² *Shopping cart* merupakan sebuah *software* di dalam web yang mengijinkan seorang *customer* untuk

¹¹ *Ibid.* Hlm. 59-61.

¹² Rijanto Tosin. 2000. **Cara Mudah Belajar e-Commerce di Internet**. Jakarta: Dinastindo. Hlm.15.

melihat toko yang dibuka dan kemudian memilih item-itemnya untuk “diletakkan dalam kereta belanja” yang kemudian membelinya saat melakukan *check out*. *Software* ini akan melakukan penjumlahan terhadap biaya transportasi pengiriman barang (jika ada), kuantitas barang dan harga total barang yang dibutuhkan untuk dimasukkan ke dalam *shopping cart* dan masih bisa membatalkan sebelum mengadakan transaksi.¹³ Setelah semua barang yang dibeli dimasukkan ke dalam *shopping cart*, kemudian dilakukan *check out*. Selanjutnya adalah mengisi formulir transaksi yang berupa data identitas pembeli dan jenis pembayaran yang digunakan. Setelah semua ketentuan terpenuhi, *merchant* segera mengirimkan barang yang dipesan kepada *customer*.

Menurut Onno W. Purbo dan Aang Arif wahyudi ada lima tahapan dalam melakukan transaksi e-commerce, kelima tahapan itu adalah:¹⁴

1. *Find it*

Pada tahap ini, pembeli bisa mengetahui dengan pasti dan mudah jenis barang apa yang diinginkan. Ada beberapa metode yang dapat dilakukan yaitu dengan metode *search* dan *browse*. Dengan *search*, pembeli bisa mendapatkan tipe-tipe barang yang diinginkan dengan hanya memasukkan *keywords* (kata kunci) barang yang diinginkan pada kotak *search*. Sedang *browse*, menyediakan menu-menu yang terdiri atas jenis-jenis barang yang disediakan.

2. *Explore it*

Setelah memilih jenis barang tertentu yang diinginkan, maka akan dijumpai keterangan lebih jelas mengenai barang yang dipilih itu, antara lain terdiri dari informasi penting tentang produk tersebut (seperti harga dan gambar barang tersebut), nilai *rating* barang itu yang diperoleh dari *poll* otomatis tentang barang itu yang diisi oleh para pembeli sebelumnya (apakah barang tersebut baik, cukup baik atau bahkan mengecewakan), spesifikasi (*product review*) tentang barang tersebut.

3. *Select it*

Seperti halnya toko yang sebenarnya, *shopping cart* akan menyimpan terlebih dahulu barang yang diinginkan sampai pada *check out*. Dalam *shopping cart* dapat melakukan

¹³ Tim Litbang Wahana. *Op.Cit.* Hlm. 61-63.

¹⁴ Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi. 2001. **Mengenal e-Commerce**. Jakarta: Elex Media Komputindo. Hlm. 143.

antara lain memproses untuk *check out* dan menghapus atau menyimpan daftar belanja untuk keperluan nanti.

4. *Buy it*

Setelah semua yang diatas dilakukan, selanjutnya dilakukan proses *check out*. Pada tahap ini, dilakukan proses transaksi pembayaran setelah terlebih dahulu mengisi formulir yang telah disediakan oleh merchant. Pihak merchant tidak akan menarik pembayaran pada *credit card* sampai kita sudah menyelesaikan proses perintah untuk pengiriman.

5. *Ship it*

Setelah proses transaksi selesai, pihak *merchant* akan mengirimkan *e-mail* konfirmasi pembelian dan *e-mail* lain yang akan memberitahukan pengiriman barang telah dilakukan. Toko online juga menyediakan *account* untuk para pelanggan mereka seperti halnya ketika akan memasuki *mailbox* pada layanan fasilitas *e-mail* gratis. Sehingga pembeli dapat mengetahui status *order* pada *account* yang telah tersedia di situs tersebut. Transaksi *e-commerce* melibatkan beberapa pihak, baik yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung, tergantung kompleksitas transaksi yang dilakukan. Artinya apakah semua proses transaksi dilakukan secara *online* atau hanya beberapa tahap saja yang dilakukan secara online. Apabila seluruh transaksi dilakukan secara online, mulai dari proses terjadinya transaksi sampai dengan pembayaran.

Didik M.Arief Mansur dan Elisatris Gultom dalam bukunya “*Cyber Law: Aspek Hukum Teknologi Informasi*” mengidentifikasikan pihak – pihak yang terlibat dalam transaksi *e-commerce* terdiri dari:¹⁵

1. Penjual (*merchant*), yaitu perusahaan/produsen yang menawarkan produknya melalui internet. Untuk menjadi merchant, maka seseorang harus mendaftarkan diri sebagai merchant *account* pada sebuah bank, tentunya ini dimaksudkan agar merchant dapat menerima pembayaran dari *customer* dalam bentuk *credit card*.
2. Konsumen/*card holder*, yaitu orang – orang yang ingin memperoleh produk (barang/jasa) melalui pembelian secara online. Konsumen yang akan berbelanja di internet dapat berstatus perorangan atau perusahaan. Apabila konsumen merupakan perorangan, maka yang perlu diperhatikan dalam transaksi *e-commerce* adalah bagaimana sistem pembayaran yang digunakan, apakah pembayaran dilakukan dengan mempergunakan *credit card* (kartu kredit) atau dimungkinkan pembayaran dilakukan

¹⁵ Dikdik M. Arief Mansur dan Elisatris Gultom, 2005, *Cyber Law (Aspek Hukum Teknologi Informasi)*, Bandung, Refika aditama. Hlm. 152.

secara manual/cash. Hal ini penting untuk diketahui, mengingat tidak semua konsumen yang akan berbelanja di internet adalah pemegang kartu kredit/*card holder*. Pemegang kartu kredit (*card holder*) adalah orang yang namanya tercetak pada kartu kredit yang dikeluarkan oleh penerbit berdasarkan perjanjian yang dibuat.

3. *Acquirer*, yaitu pihak perantara penagihan (antara penjual dan penerbit) dan perantara pembayaran (antara pemegang dan penerbit). Perantara penagihan adalah pihak yang meneruskan penagihan kepada penerbit berdasarkan tagihan yang masuk kepadanya yang diberikan oleh penjual barang/jasa. Pihak perantara pembayaran) antara pemegang dan penerbit) adalah bank dimana pembayaran kartu kredit dilakukan oleh pemilik kartu kredit/*card holder*, selanjutnya bank yang menerima pembayaran ini akan mengirimkan uang pembayaran tersebut kepada penerbit kartu kredit (*issuer*).
4. *Issuer*, yaitu perusahaan *credit card* yang menerbitkan kartu. Di Indonesia ada beberapa lembaga yang diijinkan untuk menerbitkan kartu kredit, yaitu:
 - a) Bank dan lembaga keuangan bukan bank. Tidak semua bank dapat menerbitkan *credit card*, hanya bank yang telah memperoleh izin dari *Card International*, dapat menerbitkan *credit card*, seperti *Master* dan *Visa card*.
 - b) Perusahaan non bank dalam hal ini PT. Dinner Jaya Indonesia International yang membuat perjanjian dengan perusahaan yang ada di luar negeri.
 - c) Perusahaan yang membuka cabang dari perusahaan induk yang ada di luar negeri, yaitu *American Express*.
 - d) *Certification Authorities* yaitu pihak ketiga yang netral yang memegang hak untuk mengeluarkan sertifikasi kepada *merchant*, kepada *issuer* dan dalam beberapa hal diberikan kepada *card holder*.

Apabila transaksi *e-commerce* tidak sepenuhnya dilakukan secara online dengan kata lain hanya proses transaksinya saja yang online, sementara pembayaran tetap dilakukan secara manual/cash, maka pihak *acquirer*, *issuer* dan *certification authority* tidak terlibat di dalamnya. Disamping pihak – pihak tersebut diatas, pihak lain yang keterlibatannya tidak secara langsung dalam transaksi *e-commerce* yaitu jasa pengiriman (ekspedisi).

Transaksi jual beli online atau *e-commerce* ini juga merupakan suatu perjanjian jual beli yang sama dengan jual beli konvensional yang biasa dilakukan masyarakat. Perbedaannya hanya terletak pada media yang digunakan adalah media elektronik yaitu internet. Hampir sama dengan perjanjian jual beli pada umumnya atau konvensional, perjanjian jual beli online tersebut juga terdiri dari penawaran dan penerimaan. Karena suatu kesepakatan selalu

diawali dengan adanya penawaran oleh salah satu pihak dan penerimaan oleh pihak yang lainnya. Menurut Edmon Makarim proses transaksi secara online (*e-commerce*) adalah sebagai berikut:

a) Penawaran

Penawaran merupakan suatu “*invitation to enter a binding agreement*”. Tawaran merupakan sebuah tawaran jika pihak lain memandang sebagai suatu tawaran. Satu perbuatan seseorang beralasan bahwa perbuatan itu sendiri sebagai ajakan untuk masuk ke dalam satu ikatan perjanjian dapat dianggap sebagai tawaran.

b) Penerimaan

Penawaran dan penerimaan saling berkaitan untuk menghasilkan suatu kesepakatan. Dalam menentukan suatu penawaran dan penerimaan dalam *cyber system* ini digantungkan pada keadaan dari *cyber system* tersebut. Penerimaan dapat dinyatakan melalui website, *electronic mail* (surat elektronik), atau juga melalui *Electronic Data Interchange*. Penjual biasanya bebas untuk menentukan suatu cara penerimaan. Misalnya ia menentukan bahwa dalam hal penjual melalui website atas barang dangangannya maka penawaran dapat ditunjukkan pada halaman dari *e-mail address* calon pembelinya. Jadi dalam hal ini penerimaan melalui *e-mail* adalah cukup. Karena penawaran ini dikirimkan pada *e-mail* tertentu maka sudah jelas hanya pemegang *e-mail* itulah yang dituju. *cartakan* menyimpan terlebih dahulu barang yang calon pembeli inginkan sampai calon pembeli yakin akan pilihannya. Setelah yakin dengan pilihannya maka calon pembeli akan memasuki tahap pembayaran. Dalam *e-commerce* terdapat banyak metode pembayaran. Dengan menyelesaikan tahap transaksi ini maka dengan demikian pengunjung *took online* telah melakukan penerimaan/*acceptance*. Dan dengan demikian telah terciptalah kontrak online.

c) Metode Pembayaran

Dalam transaksi online bentuk pembayaran yang digunakan di internet umumnya bertumpu pada sistem keuangan nasional, tapi ada juga beberapa yang mengacu kepada keuangan lokal. Klasifikasi mekanisme pembayaran dapat dibagi menjadi lima mekanisme utama, yaitu:

- (1) Transaksi model ATM, transaksi ini hanya melibatkan institusi *financial* dan pemegang *account* yang akan melakukan pengambilan atau mendeposit uangnya dari *account* masing-masing.

- (2) Pembayaran dua pihak tanpa perantara, transaksi dilakukan langsung antara dua pihak tanpa perantara menggunakan uang nasional.
- (3) Pembayaran dengan perantara pihak ketiga, umumnya proses pembayaran yang menyangkut debit, kredit maupun cek masuk dalam kategori ini.
- (4) Sistem pembayaran kartu kredit online
- (5) Sistem pembayaran *check* online.

d) Pengiriman

Pengiriman dapat dilakukan dengan cara dikirim sendiri atau menggunakan jasa pengiriman lainnya. Biaya pengiriman biasanya dihitung dalam pembayaran, atau bahkan seringkali dikatakan pelayanan gratis terhadap pengiriman karena sudah termasuk dalam biaya penyelenggaraan pada sistem tersebut.

Pada dasarnya syarat sahnya perjanjian jual beli yakni sudah tertuang di dalam Pasal 1320 KUHPerdara, hal ini juga dapat menjadi acuan syarat sahnya suatu perjanjian jual beli melalui *e-commerce*. Karena *e-commerce* juga merupakan kegiatan jual beli yang perbedaannya dilakukan melalui media online. Hanya saja dalam jual beli melalui *e-commerce* dilakukan melalui media internet yang bisa mempercepat, mempermudah dan transaksi jual beli tersebut.

Dalam UU ITE juga menambahkan beberapa persyaratan lain, misalnya:

- a) Beritikad baik (Pasal 17 ayat 2).
- b) Ketentuan mengenai waktu pengiriman dan penerimaan Informasi dan/atau Transaksi Elektronik (Pasal 8).
- c) Menggunakan Sistem Elektronik yang andal dan aman serta bertanggung jawab jawab (Pasal 15).

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

Dalam Pasal 1313 KUHPdata berbunyi “Perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu pihak atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih”. Definisi dari perjanjian yang dijelaskan pada pasal ini telah jelas bahwa ada unsur mengikat antara satu sama lain untuk melakukan suatu perjanjian yang dalam penelitian penulis adalah perjanjian jual-beli melalui internet *e-commerce*.

Sehingga dengan demikian para ahli mempunyai pandangan tersendiri dengan definisi dari perjanjian di antaranya adalah:

Menurut Subekti, perumusan perjanjian sebagai berikut bahwa: “Perjanjian adalah peristiwa hukum antara dua pihak atau lebih berdasarkan kata sepakat untuk menimbulkan akibat hukum”.¹⁶

Menurut Sudikno Mertokusumo, bahwa 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.¹⁷

1. Perjanjian Yang Dipakai Dalam E-Commerce

Perjanjian yang dipakai dalam aktivitas *e-commerce* pada dasarnya sama dengan perjanjian yang dilakukan dalam transaksi konvensional, akan tetapi perjanjian yang dipakai dalam *e-commerce* merupakan perjanjian yang dibuat secara elektronik atau kontrak elektronik.

Menurut Pasal 1 ayat (17) Rancangan Undang – Undang tentang Pemanfaatan Teknologi Informasi, “kontrak elektronik adalah perjanjian yang dimuat dalam dokumen elektronik atau media elektronik lainnya”, sedangkan di dalam Pasal 10 Ayat (1) menyebutkan transaksi elektronik yang dituangkan dengan kontrak elektronik mengikat dan memiliki kekuatan hukum sebagai suatu perikatan”.

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa perjanjian secara elektronik adalah kesepakatan antara kedua belah pihak yang dilakukan secara elektronik, dimana para pihak dalam melaksanakan perjanjian tidak memerlukan tatap muka secara langsung.

¹⁶ Subekti. 2002. **Hukum Perjanjian**. Jakarta: PT.Intermasa. Hlm. 1.

¹⁷ Sudikno Mertokusumo. 1986. **Mengenal Hukum (Suatu Pengantar)**. Yogyakarta: Liberty. Hlm. 97-98.

Menurut Johannes Gunawan, didalam kontrak elektronik selain terkandung ciri – ciri kontrak baku juga terkandung ciri – ciri kontrak elektronik sebagai berikut:

- a) Kontrak elektronik dapat terjadi secara jarak jauh, bahkan melampaui batas-batas negara melalui internet.
- b) Para pihak dalam kontrak elektronik pada umumnya tidak pernah bertatap muka (*faceless nature*), bahkan mungkin tidak akan pernah bertemu.¹⁸

Sedangkan jenis kontrak elektronik dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu:

- a) *E-contract* yang memiliki obyek transaksi berupa barang dan atau jasa. Pada *e-contract* jenis ini, internet merupakan medium dimana para pihak melakukan komunikasi dalam pembuatan kontrak. Namun akan diakhiri dengan pengiriman atau penyerahan benda dan atau jasa yang menjadi obyek kontrak secara fisik (*physical delivery*).
- b) *E-contract* yang memiliki obyek transaksi berupa informasi dan atau jasa. Pada *e-contract* jenis ini, internet merupakan medium untuk berkomunikasi dalam bentuk pembuatan kontrak dan sekaligus sebagai medium untuk mengirim atau menyerahkan informasi dan atau jasa yang menjadi obyek kontrak (*cyber delivery*).¹⁹

2. Terjadinya Perjanjian Dalam Transaksi E-Commerce

Suatu transaksi *e-commerce* juga merupakan suatu perjanjian jual beli yang sama dengan jual beli konvensional pada umumnya. Di dalam suatu transaksi *e-commerce* juga mengandung suatu asas konsensualisme, yang berarti kesepakatan dari kedua belah pihak. Suatu kesepakatan terjadi apabila terdapat suatu penawaran dari pihak penjual lalu ada suatu penerimaan dari pihak calon pembeli. Penawaran dan penerimaan inilah yang merupakan awal terjadinya kesepakatan antara pihak – pihak yang bersangkutan.

Proses penawaran dan penerimaan *online* ini tidaklah beda dengan proses penawaran dan penerimaan pada umumnya. Perbedaananya hanyalah pada media yang dipergunakan, pada transaksi *e-commerce* media yang digunakan adalah internet.

KESIMPULAN

1. Bahwa bagaimana pelaksanaan pembelian barang melalui *e-commerce* menurut ketentuan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yaitu suatu proses menjual dan membeli beserta Transaksi perdagangan (jual beli) melalui media

¹⁸ Onno W.Purbo dan Aang Wahyudi. *Op.cit.* Hlm. 46.

¹⁹ *Ibid.* Hlm. 7.

internet atau electronic commerce memiliki kesamaan dengan mekanisme perdagangan biasa (konvensional). Membedakan di antara keduanya adalah dalam transaksi jual beli melalui internet (*electronic commerce*), sistem yang digunakan dalam seluruh proses transaksi dilakukan secara online, mulai dari penawaran produk, pembelian, sampai dengan pembayaran, sedangkan dalam transaksi biasa, seluruh proses transaksi dilakukan secara manual (*offline*). Kontrak dalam perdagangan melalui internet (*e-commerce*) belum diatur di dalam Buku III KUHPdata, pengaturan terhadap kontrak perjanjian dalam *e-commerce* dapat digunakan aturan yang berlaku secara umum. Syarat kecakapan termasuk dalam syarat subyektif dimana suatu syarat meskipun tidak terpenuhi dalam perjanjian tidak menyebabkan perjanjian atau kontrak menjadi tidak sah, namun perjanjian atau kontrak tersebut dapat dimintakan pembatalan. Selain itu kontrak dalam *e-commerce* juga telah memenuhi asas-asas dalam perjanjian sehingga dengan adanya pemenuhan terhadap syarat sahnya perjanjian menurut KUHPdata dan asas-asas perjanjian maka Kontrak dalam *e-commerce* adalah sah dan dapat dikenakan aturan KUHPdata sebagai pengaturnya.

2. Tentang bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen yang melakukan transaksi *e-commerce* yang dirugikan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) telah mampu memberikan perlindungan hukum yang memadai bagi konsumen dalam melakukan transaksi melalui *e-commerce*, perlindungan hukum tersebut terlihat dalam ketentuan-ketentuan UUPK dan UUIE dimana kedua peraturan tersebut telah mengatur mengenai penggunaan data pribadi konsumen, syarat sahnya suatu transaksi *e-commerce*, penggunaan CA (*Certification Authority*), dan mengatur mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dalam memasarkan dan memproduksi barang dan jasa yang dapat dijadikan acuan bagi obyek dalam transaksi *e-commerce*. 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 perundang-undangan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Abdulkadir Muhammad. 2004. *Hukum Dan Penelitian Hukum*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo. 2008. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

-----, 2014. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT Raja Grafindo.

Celina Tri Siwi Kristiyanti. 2009. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.

Dardji Darmodiharjo. 2006. *Pokok-Pokok Filsafat Hukum, Apa dan Bagaimana Filsafat Hukum Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Edmon Makarim. 2004. *Kompilasi Hukum Telematika*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Efa Laela Fakhriah. 2013. *Bukti Elektronik dalam Sistem Pembuktian Perdata*. Cetakan ke-2. Bandung: PT Alumni.

Haris Faulidi Asnawi. 2004. *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*. Yogyakarta: Magistra Insania Press.

Hilman Hadikusuma. 1995. *Metode Pembuatan Kertas Kerja atau Skripsi Ilmu Hukum*. Bandung: Mandar Maju.

Lia Sautunnida. 2008. *Jual Beli Melalui Internet*. Bandung: Sinar harapan.

Jhonny Ibrahim. 2006. *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*. Malang: Bayumedia Publishing.

Perundang – Undangan

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

SK Menperindag Nomor 350/ MPP/ Kep/12/2001