

KEDUDUKAN DAN TANGGUNGJAWAB PLATFORM E-COMMERCE DALAM KONTRAK JUAL-BELI

Triyoga Aditiya Fajarrina¹, Ahmad Syaifudin², Yandri Radhi Anadi³

Fakultas Hukum Universitas Islam Malang

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

Email: Triyogaaditiya@gmail.com

ABSTRACT

Several legal instruments, such as the Law Number Year Concerning Consumer Protection, are the answer to consumer protection if there are products that do not comply with what was agreed upon. The legal position regarding e-commerce also has a close relationship with the Civil Code which regulates agreements and some of the elements that regulate them. Therefore there are several discussions on legal issues regarding e-commerce, including the legal position of the platformEcommercein the sales contract? and How is responsibility for errors caused by the platformEcommerce?. This research uses normative juridical research to find the truth of coherence, namely whether the rule of law is in accordance with legal norms, as well as a conceptual approach to get answers to this legal problem. Overall, legal actions in E-Commerce in Indonesia refer to the established legal framework, which includes the formation of electronic contracts, consumer protection, legal responsibility, and fulfillment of tax and customs obligations. It is important for E-Commerce actors to comply with applicable regulations in order to run a business legally and ensure protection for all parties involved.

Keywords: E-commerce, Internet, Contract

ABSTRAK

Beberapa instrument hukum seperti Undang-Undang Nomor Tahun Tentang Perlindungan Konsumen menjadi jawaban atas perlindungan konsumen apabila terdapat produk yang tidak sesuai dengan apa yang disepakati. Kedudukan hukum mengenai e-commerce ini juga memiliki kaitan erat pada Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang mengatur tentang perjanjian serta beberapa elemen-elemen yang mengatur didalamnya. Oleh karenanya terdapat beberapa pembahasan atas persoalan hukum mengenai e-commerce diantaranya adalah bagaimana kedudukan hukum platform *E-Commerce* dalam kontrak jual beli ? dan Bagaimana tanggungjawab atas kesalahan yang ditimbulkan oleh platform *E-Commerce* ?. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian yuridis normative guna menemukan kebenaran koherensi yaitu apakah aturan hukum sesuai dengan norma hukumn, serta dengan pendekatan konseptual untuk mendapatkan jawaban atas permasalahan hukum ini. Secara keseluruhan, perbuatan hukum dalam E-Commerce di Indonesia mengacu pada kerangka hukum yang telah ditetapkan, yang mencakup pembentukan kontrak elektronik, perlindungan konsumen, tanggung jawab hukum, serta pemenuhan kewajiban pajak dan kepatutan. Penting bagi para pelaku E-Commerce untuk mematuhi peraturan yang berlaku agar dapat menjalankan bisnis secara legal dan memastikan perlindungan bagi semua pihak yang terlibat.

Kata Kunci: E-commerce, Internet, Kontrak

PENDAHULUAN

¹ Mahasiswi Fakultas Hukum Universitas Islam Malang

² Dosen Fakultas Hukum Universitas Islam Malang

³ Dosen Fakultas Hukum Universitas Islam Malang

Perdagangan pada dasarnya diatur oleh Pasal 1457 KUH Perdata. Dengan pihak mana suatu penjualan ditafsirkan sebagai perjanjian berjanji untuk menyerahkan barang, bayar jumlah yang dijanjikan oleh pihak lain. membeli dan menjual dimasukkan sebagai bagian dari perjanjian yang terbentuk dari hubungan tersebut hukum perdagangan.

E-Commerce pada dasarnya adalah pencapaian teknologi telekomunikasi ini akan mengubah cara orang melakukan sesuatu interaksi dengan lingkungan. Dalam hal ini berkaitan dengan mekanisme perdagangan dunia bisnis semakin banyak menggunakan Internet untuk melakukan bisnis kegiatan sehari-hari secara tidak langsung menciptakan alam dunia baru, hal ini sering disebut dengan cyberspace atau dunia maya.⁴ perdagangan saat ini Electronic commerce (*E-Commerce*) telah menjadi bagian dari perdagangan domestik dan internasional.

E-Commerce adalah platform penjualan di Internet menggunakan situs web. Di platform ini, merek menjual produknya kepada konsumen hanya melalui situs webnya. Dengan kata lain, tidak ada pesaing atau pesaing dalam *E-Commerce*. Menggunakan *E-Commerce* sebagai platform penjualan. Perusahaan tidak perlu lagi membuka cabang di berbagai daerah. Karena Anda bisa menjangkau seluruh pelosok negeri hanya dari satu toko online.

Di Indonesia, terdapat beberapa contoh platform *E-Commerce* yang telah terbukti sukses dan populer di kalangan masyarakat. Salah satu contoh terbesar adalah Tokopedia, Shopee, Bli-bli dan masih banyak platform lain, ⁵merupakan platform yang menyediakan berbagai macam produk dari berbagai kategori, mulai dari fashion, elektronik, kebutuhan sehari-hari, hingga produk lokal. Tokopedia juga menawarkan fitur yang memudahkan pembeli, seperti pembayaran yang aman melalui sistem escrow, kemudahan pengiriman, dan layanan pelanggan yang responsif.

Selain itu, Shopee juga menjadi salah satu contoh platform *E-Commerce* yang telah meraih popularitas yang signifikan. Shopee menawarkan berbagai produk dengan harga yang kompetitif, dan menjadi tujuan bagi penjual lokal dan internasional. Kelebihan Shopee terletak pada program Flash Sale, yang menawarkan diskon besar-besaran dalam periode

⁴ Fitria Dewi Navisa, 2019, Urgensi Asuransi Investasi Sebagai Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Investor Penanaman Modal Dari Risiko Politik, Proceeding Asosiasi Pengajar Hukum Keperdataan

⁵ Amelia Riskita, "22 Marketplace di Indonesia yang Paling Banyak Dikunjungi," Bisnis & E-commerce, September 2022, <https://store.sirclo.com/blog/marketplace-di-indonesia/>.

waktu tertentu, serta fitur pengiriman gratis dan kemudahan sistem pembayaran melalui ShopeePay.

Secara keseluruhan, platform *E-Commerce* di Indonesia menawarkan beragam pilihan produk, kemudahan transaksi, dan perlindungan konsumen yang memadai.⁶ Semakin berkembangnya teknologi dan akses internet di Indonesia, diharapkan platform-platform *E-Commerce* ini terus berinovasi untuk memberikan pengalaman belanja yang lebih baik bagi masyarakat Indonesia.

Penelitian ini menggunakan penelitian normatif. Penelitian hukum normatif disebut juga penelitian hukum doktrinal. Menurut Peter Mahmud Marzuki, penelitian hukum normatif adalah suatu proses untuk menemukan suatu aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian yang dilakukan peneliti kali ini dilakukan dengan jenis pendekatan konseptual (*conceptual approach*), pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan komparatif yang digunakan juga oleh peneliti untuk menyelesaikan masalah dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

1.1 Kedudukan Platform *E-Commerce* Hukum Dalam Kontrak Jual Beli

1.1.1 Perjanjian dan Kontrak dalam *E-Commerce*

Perjanjian dalam konteks hukum *E-Commerce* merupakan kesepakatan antara dua pihak atau lebih yang terjadi secara elektronik melalui platform online. Dalam dunia perdagangan elektronik yang semakin pesat, perjanjian ini menjadi dasar yang kuat untuk menciptakan hubungan hukum yang sah, adil, dan mengikat bagi para pelaku bisnis dan konsumen.⁷ Meskipun formatnya berbeda dengan perjanjian konvensional yang berbentuk fisik, persyaratan dan prinsip hukum yang mengatur perjanjian dalam *E-Commerce* tidak jauh berbeda, demikian mengenai syarat sah suatu perjanjian, berdasarkan Pasal 1320 KUH Perdata, meliputi kesepakatan para pihak, kecakapan untuk membuat perjanjian, adanya hal tertentu, dan sebab yang halal. Objek perjanjian harus

⁶ “E-commerce Indonesia Paling Banyak Dikunjungi Menurut Data,” 2021, <https://info.populix.co/articles/ecommerce-indonesia/>.

⁷ Fitria Dewi Navisa, dkk, 2020, Penyimpanan Protokol Notaris Dalam Pengembangan Dan Kemajuan Teknologi Informasi, Konferensi Nasional Hukum Birokrasi untuk Indonesia Tangguh, hlm 281-293

dapat menjadi subjek hak, tidak bertentangan dengan kesusilaan dan ketertiban umum, dan dapat sesuai dengan bentuk yang ditentukan (jika ada). Berbicara tentang hukum perjanjian dalam *E-Commerce*, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) di Indonesia adalah landasan utama yang mengatur aspek ini. KUH Perdata mengakui bahwa perjanjian dalam *E-Commerce* dapat berlangsung dalam bentuk elektronik, seperti pesan teks, email, konfirmasi transaksi otomatis, atau tanda tangan digital. Oleh karena itu, perjanjian dalam *E-Commerce* dapat memiliki sifat yang lebih cepat dan efisien dalam pembentukannya, memudahkan para pihak untuk bertransaksi di dunia maya. Namun, penting untuk mencatat bahwa perjanjian dalam *E-Commerce* harus tetap memenuhi persyaratan sahnyanya suatu kontrak, sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 sampai dengan Pasal 1390 KUH Perdata. Dalam hukum perjanjian, terdapat tiga unsur yang menggambarkan struktur dan karakteristik perjanjian, yaitu:

1. Unsur Bagian Perjanjian (*Essentia*): Merupakan unsur-unsur pokok yang harus ada dalam setiap perjanjian agar dapat dikategorikan sebagai perjanjian yang sah. Unsur bagian perjanjian mencakup:
 - a. Kesepakatan (*Consensus*): Para pihak harus mencapai kesepakatan yang jelas dan tegas mengenai isi perjanjian. Ini berarti ada penawaran (*offering*) yang diikuti dengan penerimaan (*acceptance*) tanpa ada unsur paksaan atau kebingungan.
 - b. Objek (*Object*): Objek perjanjian harus jelas dan dapat diidentifikasi. Objek tersebut bisa berupa barang, jasa, hak, atau kewajiban yang menjadi substansi perjanjian.
 - c. Sebab (*Cause*): Sebab atau pertimbangan perjanjian adalah alasan atau motivasi mengapa para pihak terlibat dalam perjanjian tersebut. Sebab harus sah dan tidak bertentangan dengan hukum atau kesusilaan.⁸
2. Unsur *Essentia Naturalia* (*Essentialia*): Merupakan unsur-unsur tambahan yang secara umum diterima sebagai karakteristik khas dari suatu jenis perjanjian tertentu. Unsur ini mungkin tidak selalu dinyatakan secara eksplisit, tetapi

⁸ Fitria Dewi Navisa, dkk, 2022, Hukum Kenotariatan Indonesia Jilid I, Hlm 109-128

dianggap ada dalam perjanjian tersebut. Contoh unsur *essentia naturalia* dalam beberapa jenis perjanjian adalah:

- a. Perjanjian Jual Beli: Harga, jumlah, dan deskripsi barang yang diperdagangkan.
 - b. Perjanjian Sewa-Menyewa: Jangka waktu sewa, biaya sewa, dan hak dan kewajiban penyewa serta pemilik.
 - c. Perjanjian Kerjasama: Tujuan kerjasama, peran dan tanggung jawab masing-masing pihak.
3. Unsur *Accidentia (Incidentalia)*: Merupakan unsur-unsur yang bersifat tambahan atau bisa diatur secara bebas oleh para pihak dalam perjanjian. Unsur ini tidak merupakan unsur pokok yang harus ada, tetapi bisa menjadi bagian dari perjanjian jika diinginkan oleh para pihak. Contoh unsur *accidentia* adalah:
- a. Ganti rugi atau denda jika salah satu pihak wanprestasi.
 - b. Hak untuk membatalkan perjanjian dalam situasi tertentu.
 - c. Hak untuk mengubah ketentuan perjanjian dengan persetujuan bersama.

Unsur-unsur dan persyaratan-persyaratan tersebut mencakup adanya kesepakatan yang jelas dan tegas antara pihak-pihak yang terlibat, kewenangan hukum para pihak, konsiderasi atau pertukaran nilai, legalitas objek perjanjian, serta kemampuan untuk dilaksanakan.⁹ Peran teknologi informasi dan keamanan data dalam *E-Commerce* menjadi kunci penting dalam menjaga integritas perjanjian elektronik ini. Penggunaan tanda tangan digital, enkripsi data, dan metode keamanan lainnya membantu memastikan bahwa perjanjian dalam *E-Commerce* aman, otentik, dan tidak mudah dipalsukan oleh pihak yang tidak berwenang.

1.1.2. Perbandingan Gambaran Perjanjian Dalam *E-Commerce* Dan Transaksi Konvensional

Sistem dalam *E-Commerce* menggunakan tanda tangan elektronik sejak awal pemeriksaan dan pengiriman barang¹⁰, selanjutnya sebagai bagian dari perjanjian, penjual harus menyediakan informasi yang jelas dan akurat tentang produk yang ditawarkan, termasuk deskripsi, harga, syarat pengiriman, dan kebijakan pengembalian barang.

⁹ Fitria Dewi Navisa, 2022, *Asas Kepentingan (Insurable Interest) Dalam Perjanjian Asuransi*, Thalibul Ilmi Publishing & Education, Hlm 13

¹⁰ Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E – Commerce Studi Sistem Keamanan Dan Hukum Di Indonesia* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), 2.

Pembeli juga memiliki tanggung jawab untuk membaca dan memahami informasi tersebut sebelum memutuskan untuk membeli.

Salah satu elemen penting dalam perjanjian jual beli *E-Commerce* di Indonesia adalah metode pembayaran. Pembeli dapat menggunakan kartu kredit, transfer bank, atau metode pembayaran online lainnya yang ditawarkan oleh platform *E-Commerce*. Penjual harus menjaga kerahasiaan data pembayaran dan memberikan keamanan yang memadai agar informasi tersebut tidak disalahgunakan.

Selain itu, perjanjian jual beli dalam *E-Commerce* juga melibatkan pengiriman barang¹¹. Penjual bertanggung jawab untuk mengirim barang sesuai dengan metode pengiriman yang telah disepakati dengan pembeli. Keduanya juga harus menyepakati waktu pengiriman yang masuk akal dan mengkomunikasikan informasi pengiriman kepada pembeli.

Pada saat barang diterima oleh pembeli, terdapat proses verifikasi kualitas dan keaslian barang. Jika terjadi masalah dengan barang atau jika pembeli tidak puas dengan produk yang diterima, penjual biasanya memiliki kebijakan pengembalian atau penggantian barang. Syarat dan ketentuan mengenai pengembalian barang ini harus dijelaskan dengan jelas dalam perjanjian jual beli.

Dalam hal penyelesaian sengketa, perjanjian jual beli *E-Commerce* di Indonesia umumnya mengikuti hukum yang berlaku di negara ini. Jika terjadi perselisihan antara penjual dan pembeli, langkah-langkah penyelesaian sengketa yang dapat ditempuh meliputi mediasi, arbitrase, atau proses hukum yang lebih lanjut sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Dalam rangka menjaga kepercayaan dan keamanan transaksi, pemerintah Indonesia juga telah mengeluarkan berbagai kebijakan dan regulasi untuk mengatur *E-Commerce*. Hal ini bertujuan untuk melindungi hak dan kepentingan konsumen serta mendorong pertumbuhan sehat dan berkelanjutan dalam sektor *E-Commerce* di Indonesia.

Berbicara mengenai perjanjian jual beli secara konvensional terdapat sebuah persamaan dalam hubungan hukum, hanya saja terdapat perbedaan alur dalam transaksi tersebut, Perjanjian jual beli secara konvensional di Indonesia melibatkan dua pihak, yaitu penjual dan pembeli, yang berinteraksi secara langsung atau melalui perantara. Dalam

¹¹ Andi Risma, "Analisis Yuridis Jual Beli Barang Melalui Toko Online (E-Commerce)," *Jurisprudence Universitas Islam Indonesia* 1, no. 2 (Desember 2014): 3.

perjanjian ini, penjual menawarkan produk atau jasa kepada pembeli, yang kemudian menyetujui untuk membelinya dengan membayar harga yang disepakati.¹²

Salah satu elemen penting dalam perjanjian jual beli konvensional adalah negosiasi mengenai harga, kualitas, dan kondisi barang yang akan dibeli. Penjual dan pembeli berdiskusi untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak. Pembeli biasanya memiliki kesempatan untuk melihat, memeriksa, dan mencoba barang sebelum memutuskan untuk membelinya.

Setelah kesepakatan harga dan kondisi barang tercapai, pembeli melakukan pembayaran kepada penjual. Pembayaran dapat dilakukan dengan uang tunai, cek, atau transfer bank sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat. Pembayaran secara tunai sering kali dilakukan saat transaksi dilakukan secara langsung, sementara pembayaran non-tunai seringkali digunakan dalam transaksi yang melibatkan perantara atau dalam pembelian barang secara jarak jauh.

Selanjutnya, penjual memiliki kewajiban untuk menyediakan barang yang sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat. Barang tersebut harus memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan deskripsi yang telah diberikan. Pembeli memiliki hak untuk menuntut penjual jika barang yang diterima tidak sesuai dengan kesepakatan atau tidak memenuhi standar yang diharapkan.

Perjanjian jual beli konvensional di Indonesia juga melibatkan pengiriman barang, terutama dalam kasus pembelian yang melibatkan jarak jauh atau melalui perantara. Penjual bertanggung jawab untuk mengirim barang dengan metode yang telah disepakati dan dalam waktu yang ditentukan. Pembeli memiliki hak untuk menolak barang jika terjadi kerusakan dalam proses pengiriman atau jika barang tidak sesuai dengan pesanan.

Jika terjadi perselisihan atau masalah dalam perjanjian jual beli konvensional, penyelesaian sengketa biasanya melibatkan negosiasi atau mediasi antara penjual dan pembeli. Jika negosiasi atau mediasi tidak berhasil, pihak yang terlibat dapat memilih untuk menyelesaikan sengketa melalui jalur hukum dengan mengajukan gugatan ke pengadilan sesuai dengan hukum yang berlaku di Indonesia.

Perjanjian jual beli konvensional di Indonesia juga diatur oleh berbagai peraturan dan regulasi, termasuk Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan peraturan yang

¹² Fitria Dewi Navisa, dkk, 2023, Konsep Jual Beli dalam Bisnis Afiliasi: Perspektif Hukum Perjanjian, Thalibul Ilmi Publishing & Education, Hlm 27

terkait dengan perdagangan dan bisnis. Hal ini bertujuan untuk melindungi hak dan kepentingan konsumen serta menjaga keadilan dan transparansi dalam transaksi jual beli yang dilakukan secara konvensional.

1.1.3. *E-Commerce* ditinjau dari kontrak jual beli dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Dalam konteks hukum perdata, tanggung jawab platform *E-Commerce* terhadap pelanggaran kontrak juga dibatasi. Biasanya, mereka tidak bertanggung jawab atas pelanggaran yang dilakukan oleh penjual atau pembeli. Namun, jika platform *E-Commerce* gagal memenuhi kewajibannya sebagai penyelenggara, mereka dapat dikenai tanggung jawab hukum, terutama jika ada kelalaian atau kegagalan dalam melaksanakan tugas mereka yang mengakibatkan kerugian bagi salah satu pihak.

Di Indonesia, kontrak jual beli melalui platform *E-Commerce* diatur oleh beberapa peraturan hukum yang relevan. Salah satu undang-undang yang mengatur kontrak jual beli secara umum adalah Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) khususnya buku ke III terlebih mengenai perjanjian yang terjadi dalam transaksi *E-Commerce* yang digunakan sebagai pengaturannya, dalam perjanjian *E-Commerce* terdapat suatu perbuatan hukum yang dilakukan oleh satu orang atau lebih saling mengikatkan diri, hal ini sebagaimana bunyi Pasal 1313 KUHPerdata bahwa “Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan di mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih”.Selanjutnya KUHPerdata mengatur prinsip-prinsip dasar dalam kontrak, seperti kesepakatan, kebebasan berkontrak, keabsahan kontrak, dan tanggung jawab pihak-pihak yang terlibat. Dalam kontrak jual beli melalui platform *E-Commerce*, platform tersebut berperan sebagai perantara atau penghubung antara penjual dan pembeli. Meskipun platform *E-Commerce* tidak secara langsung terlibat dalam kontrak tersebut, mereka memiliki peran penting dalam menyediakan sarana dan infrastruktur untuk melakukan transaksi jual beli. Tanggung jawab platform *E-Commerce* dalam hal ini adalah memastikan transaksi tersebut dapat berjalan dengan lancar dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Dalam hukum kontrak perdata di Indonesia, baik *E-Commerce* maupun transaksi konvensional diperlakukan secara sama. Prinsip-prinsip hukum kontrak yang berlaku dalam KUHPerdata juga berlaku untuk kedua jenis transaksi tersebut.¹³

KUHPerdata mengatur prinsip-prinsip dasar dalam kontrak, termasuk kontrak jual beli. Prinsip-prinsip tersebut meliputi persetujuan, kebebasan berkontrak, pemenuhan kewajiban, tanggung jawab, kesetaraan, dan kehati-hatian. Prinsip-prinsip ini berlaku tanpa memandang apakah transaksi dilakukan melalui *E-Commerce* atau melalui transaksi konvensional.

Beberapa penjelasan prinsip transaksi jual beli dalam KUHPerdata antara lain:¹⁴

1. Konsensual

Prinsip konsensual menyatakan bahwa kontrak jual beli terbentuk saat terjadi persetujuan (*consensus*) antara penjual dan pembeli. Persetujuan ini dapat dinyatakan secara lisan atau tertulis, serta melalui tindakan-tindakan yang menunjukkan adanya kesepakatan yang sah.

2. Kebebasan Berkontrak:

Prinsip kebebasan berkontrak memberikan kebebasan kepada pihak-pihak untuk menentukan syarat-syarat, harga, dan ketentuan lainnya dalam kontrak jual beli. Prinsip ini memberikan fleksibilitas dalam menyesuaikan kontrak dengan kebutuhan dan preferensi masing-masing pihak.

3. Pemenuhan Kewajiban

Prinsip pemenuhan kewajiban menegaskan bahwa para pihak yang terlibat dalam kontrak jual beli memiliki kewajiban untuk memenuhi apa yang telah disepakati. Pemenuhan kewajiban ini mencakup pengiriman barang atau pelayanan sesuai dengan kesepakatan yang telah ditetapkan.

4. Tanggung Jawab

Prinsip tanggung jawab mengatur bahwa pihak-pihak yang terlibat dalam kontrak jual beli bertanggung jawab atas pelaksanaan kontrak tersebut. Jika terjadi

¹³ M. R. Anjani dan B. Santoso, "Urgensi Rekonstruksi Hukum E-Commerce Di Indonesia," *Law Reform*, 2018, <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/lawreform/article/view/20239>.

¹⁴ Zakiyah, *Hukum Perjanjian Teori dan Perkembangannya* (Yogyakarta: Lentera Kreasindo, 2015), 22.

pelanggaran atau wanprestasi, pihak yang merasa dirugikan memiliki hak untuk menuntut pemenuhan haknya atau mendapatkan ganti rugi.

5. Kesetaraan

Prinsip kesetaraan menegaskan bahwa para pihak dalam kontrak jual beli harus berada dalam posisi yang setara dan adil. Tidak boleh ada pihak yang memanfaatkan kelemahan atau ketidakpahaman pihak lain untuk keuntungan pribadi.

6. Kehati-hatian

Prinsip kehati-hatian menuntut para pihak untuk bertindak dengan itikad baik, menjaga kejujuran, dan menghindari kelalaian yang dapat merugikan pihak lain dalam kontrak jual beli. Prinsip ini mendorong pihak-pihak untuk bertindak dengan integritas dan memperhatikan kepentingan bersama.

Prinsip-prinsip tersebut menjadi landasan hukum yang penting dalam transaksi jual beli, termasuk dalam konteks kontrak jual beli dalam *E-Commerce*. Para pihak yang terlibat dalam kontrak jual beli diharapkan mematuhi prinsip-prinsip ini untuk menjaga keadilan, keabsahan, dan perlindungan hak-hak mereka.

1.1.4. *E-Commerce* Ditinjau Dari Kontrak Jual Beli Dalam Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik (ITE)

. Melalui pasal-pasal ini, Undang-Undang ITE memberikan kerangka hukum yang jelas untuk mendorong perkembangan perdagangan elektronik yang aman, efisien, dan terpercaya di Indonesia.¹⁵ Hal ini penting untuk memberikan kepastian hukum bagi pelaku *E-Commerce* dan melindungi hak-hak konsumen dalam lingkungan transaksi online.

Pasal 1 angka 2 dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) di Indonesia mendefinisikan pengertian dari beberapa istilah yang berkaitan dengan transaksi elektronik. Istilah-istilah tersebut mencakup:

1. Elektronik: Merujuk pada teknologi informasi, termasuk namun tidak terbatas pada komputer, telekomunikasi, serta peralatan dan sistem lainnya yang terkait dengan proses pengolahan dan penyimpanan informasi elektronik.

¹⁵ Barkatullah, "Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia: sebagai pedoman dalam menghadapi era digital Bisnis e-commerce di Indonesia," 77.

2. Transaksi Elektronik: Merupakan setiap tindakan hukum yang dilakukan oleh pihak-pihak yang menggunakan sistem elektronik sebagai alat komunikasi dan mempengaruhi terbentuknya hak dan kewajiban hukum.
3. Sistem Elektronik: Menyebutkan bahwa sistem elektronik meliputi perangkat keras dan perangkat lunak yang digunakan untuk memproses data elektronik, termasuk komputer, server, jaringan komunikasi elektronik, dan sistem serupa.
4. Dokumen Elektronik: Merupakan informasi yang tersimpan, ditransmisikan, dan diterima dalam bentuk elektronik. Dokumen elektronik ini dapat mencakup teks, suara, gambar, grafik, video, atau kombinasi dari elemen-elemen tersebut.

Pasal 1 angka 2 ini memiliki peran penting dalam mengklarifikasi dan memperjelas pengertian istilah-istilah yang sering digunakan dalam konteks transaksi elektronik. Penggunaan istilah-istilah ini menjadi acuan bagi pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi elektronik, serta memberikan landasan hukum yang jelas dalam pelaksanaan dan perlindungan terhadap transaksi elektronik di Indonesia. Beberapa Pasal dalam Undang-Undang ITE yang mengatur tentang *E-Commerce*:

1. Pasal 5 ayat (1) ITE

Pasal ini menyatakan bahwa setiap penyelenggara sistem elektronik wajib memberikan informasi yang jelas, akurat, dan lengkap kepada pengguna sistem elektronik mengenai identitas, produk, harga, metode pembayaran, dan informasi lain yang relevan terkait dengan jual beli yang dilakukan melalui sistem elektronik.

2. Pasal 17 ITE

Pasal 17 ayat (1) jo 2 dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) di Indonesia mengatur tentang kewajiban penyelenggara *E-Commerce* untuk menyediakan informasi yang jelas dan lengkap kepada konsumen. Pasal ini berbunyi sebagai berikut: "Setiap penyelenggara *E-Commerce* wajib menyediakan informasi yang jelas dan lengkap mengenai identitas, alamat, kontak, deskripsi barang/jasa, harga, syarat dan cara pembayaran, kebijakan pengembalian barang/jasa, serta informasi lain yang berkaitan dengan transaksi jual beli secara elektronik."

3. Pasal 18 ayat (1) ITE

Pasal 18 ayat (1) ITE mengatur mengenai ikatan hukum yang terjadi antara para pihak dalam transaksi E-Commerce. Pasal ini berbunyi sebagai berikut: "Pelaku usaha penyelenggara sistem elektronik dan/atau penyelenggara transaksi elektronik serta para pihak yang melakukan transaksi elektronik harus membuat kesepakatan yang jelas dan dapat dipertanggungjawabkan mengenai hak, kewajiban, tanggung jawab, dan dampak hukum dari transaksi elektronik yang dilakukan." Penjelasan Pasal 18 ayat (1) ITE menyatakan bahwa dalam transaksi E-Commerce, baik penyelenggara sistem elektronik maupun penyelenggara transaksi elektronik, bersama dengan para pihak yang melakukan transaksi, harus membuat kesepakatan yang jelas dan dapat dipertanggungjawabkan mengenai hak, kewajiban, tanggung jawab, dan dampak hukum dari transaksi yang dilakukan secara elektronik. Kesepakatan ini bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan mengikat para pihak yang terlibat dalam transaksi E-Commerce.

Dalam kesepakatan tersebut, hak dan kewajiban masing-masing pihak ditetapkan secara jelas agar terdapat kejelasan mengenai tanggung jawab dan hak-hak yang harus dipatuhi oleh setiap pihak. Dengan adanya kesepakatan yang jelas dan dapat dipertanggungjawabkan, para pihak dapat memahami dan menerima konsekuensi hukum dari transaksi elektronik yang dilakukan. Kesepakatan ini menjadi dasar bagi perlindungan hukum dan menjamin bahwa setiap pihak bertanggung jawab sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati. Dalam prakteknya, para pihak yang terlibat dalam transaksi E-Commerce harus menjalin kesepakatan tertulis atau melalui mekanisme elektronik yang sah, seperti persetujuan elektronik atau syarat dan ketentuan yang diakses melalui platform E-Commerce. Kesepakatan ini menjadi dasar bagi perlindungan hukum dan menjamin bahwa setiap pihak memahami dan mematuhi hak dan kewajiban mereka dalam transaksi elektronik.

4. Pasal 19 ITE

Pasal 19 ITE mengatur mengenai kesepakatan yang harus dicapai antara para pihak dalam transaksi E-Commerce. Pasal ini menyatakan bahwa dalam transaksi E-Commerce, para pihak harus mencapai kesepakatan mengenai persyaratan transaksi yang berlaku.

3. Pasal 20 ITE

Pasal 20 ITE mengatur mengenai transaksi dalam konteks *E-Commerce* yang terjadi jika terdapat penawaran. Pasal 20 ITE menyatakan bahwa dalam transaksi *E-Commerce*, transaksi akan dianggap terjadi jika terdapat penawaran yang cukup jelas dan tegas. Penawaran tersebut harus memiliki unsur kepastian yang cukup untuk dianggap sebagai suatu tawaran yang mengikat. Penjelasan Pasal 20 ITE menjelaskan bahwa penawaran dalam *E-Commerce* dapat berupa penawaran harga, penawaran produk atau jasa, atau penawaran lainnya yang ditampilkan secara jelas melalui platform *E-Commerce* atau mekanisme elektronik lainnya

1.1.5. Kedudukan Hukum *E-Commerce* dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Salah satu pasal yang mengatur *E-Commerce* dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah Pasal 4B, Pasal 4B dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur tentang kewajiban produsen, distributor, atau penjual dalam melakukan transaksi jual beli melalui *E-Commerce*. Pasal ini menekankan pentingnya memberikan informasi yang jelas, akurat, dan lengkap kepada konsumen mengenai barang atau jasa yang ditawarkan. Informasi yang harus disampaikan meliputi harga, spesifikasi, kondisi, penggunaan, serta ketentuan lain yang relevan.

Tujuan utama dari Pasal 4B ini adalah memberikan kepastian dan perlindungan kepada konsumen dalam mengambil keputusan pembelian yang tepat. Dengan adanya informasi yang jelas dan lengkap, konsumen dapat membuat pertimbangan yang baik mengenai barang atau jasa yang akan mereka beli. Informasi ini membantu konsumen untuk membandingkan produk, menilai kualitas, dan mengetahui hak dan kewajiban mereka sebagai konsumen. Selain itu, Pasal ini juga bertujuan untuk mencegah praktik penipuan atau manipulasi informasi yang merugikan konsumen. Dengan menegaskan kewajiban produsen, distributor, atau penjual untuk memberikan informasi yang akurat, konsumen dapat menghindari pembelian yang tidak sesuai dengan harapan atau adanya ketidaksesuaian antara apa yang dijanjikan dan apa yang diterima.

Melalui Pasal 4B ini, Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan perlindungan hukum yang penting dalam konteks *E-Commerce*. Konsumen memiliki hak untuk memperoleh informasi yang jelas dan lengkap mengenai produk atau jasa yang akan mereka beli secara online. Dengan adanya ketentuan ini, diharapkan konsumen dapat melakukan pembelian yang cerdas dan dapat mempercayai

transaksi yang dilakukan melalui platform *E-Commerce* dengan keyakinan akan kualitas dan integritas informasi yang disampaikan.

Pasal lain yang relevan adalah Pasal 4C yang menekankan hak konsumen, Pasal 4C dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur tentang hak konsumen dalam melakukan pembatalan atau pengembalian barang atau jasa yang dibeli melalui *E-Commerce*. Pasal ini memberikan perlindungan bagi konsumen dalam menghadapi situasi di mana barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan harapan atau terdapat cacat pada produk. Pasal 4C menegaskan bahwa konsumen memiliki hak untuk membatalkan atau mengembalikan barang atau jasa yang telah dibeli melalui *E-Commerce* dalam waktu yang ditentukan. Konsumen dapat melakukan pembatalan atau pengembalian jika terdapat ketidaksesuaian dengan apa yang telah dijanjikan, cacat pada produk, atau ada ketentuan lain yang memberikan hak tersebut. Tujuan dari Pasal 4C ini adalah untuk memberikan kepastian dan perlindungan kepada konsumen dalam melakukan transaksi *E-Commerce*. Dalam lingkungan online, konsumen tidak dapat melihat secara langsung atau mencoba barang atau jasa sebelum membelinya. Oleh karena itu, penting bagi konsumen untuk memiliki jaminan bahwa jika terdapat masalah pada produk yang dibeli, mereka memiliki hak untuk membatalkan atau mengembalikannya. Melalui Pasal ini, Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan keadilan kepada konsumen yang berbelanja secara online. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan barang atau jasa yang sesuai dengan harapan mereka, serta mendapatkan kompensasi jika terdapat cacat atau ketidaksesuaian. Pasal 4C juga mendorong penjual atau penyedia jasa dalam *E-Commerce* untuk menjaga kualitas dan integritas produk yang ditawarkan, serta memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis hukum yang di buat oleh penulis, penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

Berdasarkan hasil penelitian ini penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara keseluruhan, perjanjian jual beli dan kontrak jual beli dalam *E-Commerce* memiliki peran penting dalam menciptakan hubungan hukum yang sah dan mengikat antara penjual dan pembeli. Kedudukan hukum kontrak jual beli dalam *E-commerce* tersebut diantaranya diatur dalam Hukum perjanjian perdata, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Konsumen), dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008

tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang memiliki kaitan erat dalam konteks kontrak jual beli dalam *E-Commerce*. Undang-undang ini salah satunya mengatur tentang kewajiban para penyedia jasa atau penjual, termasuk platform *E-Commerce*, untuk memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen.

2. Dalam konteks jual beli *E-commerce* penjual yang tidak jujur menggunakan platform *E-Commerce* untuk menawarkan produk palsu atau menipu pembeli dengan mengirimkan produk yang tidak sesuai atau kesalahan produk dengan deskripsi atau gambar yang ditampilkan. Platform *E-Commerce* memiliki tanggungjawab terhadap transaksi yang dilakukan melalui platform mereka, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur tanggung jawab perlindungan konsumen yakni bertanggung jawab untuk menjaga hak-hak konsumen, termasuk hak untuk memperoleh informasi yang jelas, hak untuk mendapatkan produk atau jasa yang sesuai dengan yang dijanjikan, dan hak untuk mendapatkan penyelesaian sengketa secara adil. Dengan adanya kaitan erat antara hukum perjanjian perdata, UU Konsumen, dan UU ITE, diharapkan tercipta lingkungan *E-Commerce* yang adil, transparan, dan memberikan perlindungan hukum yang memadai bagi para konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Dagang.

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Buku

Abdul R. Saliman. 2017. *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan: Teori dan Contoh Kasus*. Jakarta: Kencana

Fitria Dewi Navisa, dkk, 2022, *Hukum Kenotariatan Indonesia Jilid I*

-----, 2022, *Asas Kepentingan (Insurable Interest) Dalam Perjanjian Asuransi*, Thalibul Ilmi Publishing & Education

-----, dkk, 2023, Konsep Jual Beli dalam Bisnis Afiliasi: Perspektif Hukum Perjanjian, Thalibul Ilmi Publishing & Education
Syamsumar, (2009), *Masalah Illegal Fishing*” Dalam Bab I Pendahuluan, Dalam Japanton Sitohang Masalah Perbatasan Wilayah Laut Indonesia Di Laut Arafura Dan Laut Timor.

Jurnal

Risma, Andi. “Analisis Yuridis Jual Beli Barang Melalui Toko Online (E-Commerce).”

Jurisprudence Universitas Islam Indonesia 1, no. 2 (Desember 2014).

Anjani, M. R., dan B. Santoso. “Urgensi Rekonstruksi Hukum E-Commerce Di Indonesia.”

Law Reform, 2018.

<https://ejournal.undip.ac.id/index.php/lawreform/article/view/20239..>

Fitria Dewi Navisa, 2019, Urgensi Asuransi Investasi Sebagai Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Investor Penanaman Modal Dari Risiko Politik, Proceeding Asosiasi Pengajar Hukum Keperdataan

-----, dkk, 2020, Penyimpanan Protokol Notaris Dalam Pengembangan Dan Kemajuan Teknologi Informasi, Konferensi Nasional Hukum Birokrasi untuk Indonesia Tangguh

Internet

Riskita, Amelia. “22 Marketplace di Indonesia yang Paling Banyak Dikunjungi.” *Bisnis & E-Commerce*, September 2022. <https://store.sirclo.com/blog/marketplace-di-indonesia/>. Diakses 12 Juli 2023.

“E-Commerce Indonesia Paling Banyak Dikunjungi Menurut Data,” 2021. <https://info.populix.co/articles/ecommerce-indonesia/>. Diakses 12 Juli 2023.