

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, harus berhubungan satu sama lainnya. Artinya manusia itu tidak dapat hidup sendiri. Manusia sebagai makhluk sosial membutuhkan manusia lain untuk saling melengkapi dalam memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Maka untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, manusia perlu melakukan interaksi dengan orang lain, salah satunya yaitu melakukan proses transaksi jual-beli.

Transaksi jual-beli merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari dunia perdagangan. Pengertian jual beli berdasarkan pasal 1457 Kitab Undang-undang Hukum Perdata yaitu suatu persetujuan, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Sehingga transaksi jual beli memiliki unsur perjanjian di dalam pelaksanaannya. Jual-beli dapat didefinisikan sebagai proses tukar menukar, dalam hal ini yang ditukar adalah uang dengan barang dan/atau jasa. Objek jual beli terdiri atas benda yang berwujud dan benda yang tidak berwujud, dan yang bergerak maupun tidak bergerak. Dengan syarat objek jual beli barang tersebut memiliki spesifikasi yang jelas.

Seiring dengan semakin berkembangnya teknologi, transaksi jual beli semakin dimudahkan dengan semakin banyaknya jual beli dengan dihubungkan oleh koneksi internet atau disebut dengan jual beli online. Internet merupakan jaringan penghubung dari berbagai perangkat komputer yang saling menghubungkan satu sama lain secara global. Melalui jaringan internet kita dapat mengakses berbagai macam situs, salah satunya yaitu situs jual beli online. Jual beli

online sendiri merupakan transaksi pertukaran barang dengan uang yang dilakukan melalui media elektronik dengan menggunakan bantuan koneksi internet atau secara online. Jual beli secara elektronik ini disebut dengan istilah *E-Commerce*.

Menurut Alimin (2004:76) mendefinisikan jual beli online sebagai satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik.

R. E. Van Esch, dalam bukunya yang berjudul *Electronic Commerce* (1999: 4), menyatakan bahwa *E-Commerce* dapat didefinisikan sebagai seluruh tindakan kebendaan yang dilaksanakan dengan cara yang lebih baik, efisien, dan efektif tentang pemasaran.<sup>1</sup>

Kamlesh K Bajaj dan Debjani Nag pengarang buku *E-Commerce The Cutting Edge of Business* (1999: 12) menyatakan bahwa *e-commerce* adalah pertukaran informasi bisnis tanpa menggunakan kertas (*the paperless exchange of business information*), melainkan melalui EDI (*Electronic Data Exchange*) E-mail, EBB (*Electronic Bulletin Board Electronic Fund Transfer*) dan teknologi-teknologi lainnya yang menggunakan jasa jaringan (net).<sup>2</sup>

*E-Commerce* menurut David Baum (diterjemahkan oleh Onno W. Purbo) adalah suatu satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Niniek Suparni, *Cyberspace : Problematika & Antisipasi Pengaturannya*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009) Hlm.32

<sup>2</sup> *Ibid.*

<sup>3</sup> <https://sharingvision.com/2015/definisi-ecommerce/diakses> pada tanggal 9 Agustus 2021 pukul 13:21

Dengan kata lain jual beli online merupakan contoh dari transaksi elektronik. Transaksi elektronik diatur dalam Peraturan Pemerintah No 71 Tahun 2019 pasal 1 ayat 2 yang merupakan aturan penyelenggara dari Undang-undang No 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dikatakan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.

Dalam transaksi elektronik, terdapat unsur perjanjian yang merupakan salah satu bentuk perikatan. Ciri yang membedakan kontrak perjanjian jual beli online dari kontrak lain pada umumnya adalah bahwa kesepakatan tidak diberikan dalam bentuk tertulis maupun lisan, melainkan melalui komunikasi dengan media elektronik.<sup>4</sup> Sehingga kontrak perjanjian jual beli merupakan bentuk dari kontrak elektronik. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No 71 Tahun 2019 pasal 1 ayat 17 yang merupakan aturan penyelenggara dari Undang-undang No 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dikatakan bahwa yang dimaksud dengan kontrak elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik.

Akan tetapi kemajuan internet dapat berdampak buruk bagi masyarakat karena dengan mudah diaksesnya internet maka banyak terjadi penipuan informasi atau jasa dan barang yang tidak sesuai dengan pemufakatan bersama yang disepakati pada laman internet yang dibuat oleh pelaku usaha. Dimana hal itu merupakan wanprestasi oleh pelaku usaha online (penjual) kepada konsumen serta akibat hukumnya. Karena pada dasarnya pelaku usaha harus mempunyai kewajiban itikad baik dalam suatu kegiatan usahanya kepada suatu customer.<sup>5</sup> Itikad baik dapat menimbulkan kepercayaan satu dengan yang lain antara penjual dan customer sehingga

---

<sup>4</sup> Niniek Suparni, *Cyberspace : Problematika & Antisipasi Pengaturannya*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009) Hlm.67

<sup>5</sup> Darmawan, I. Putu Adi, and Anak Agung Ketut Sukranatha. "Pertanggungjawaban Distributor Telepon Pintar Akibat Kerugian Pada Konsumen Ditinjau Dari Hukum Perlindungan Konsumen." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 8, no. 3: 1-19. hlm.9

menimbulkan hubungan yang baik.<sup>6</sup> Pelaku usaha online (penjual) dan konsumen (pembeli) masih kurang memahami tentang cara menjual suatu barang atau jasa ataupun cara membeli suatu barang dengan perantara internet. Serta perjanjian yang biasa dilakukan dalam perjanjian jual beli online itu merupakan perjanjian baku sehingga pelaku usaha lebih leluasa dalam melakukan kecurangan atau kenakalan demi menguntungkan dirinya yang menimbulkan akibat hukum kepada customer.<sup>7</sup>

Ketika suatu pihak melakukan kelalaian atau tidak memenuhi kewajibannya dalam transaksi jual beli, maka pihak tersebut telah melakukan wanprestasi. wanprestasi menurut J. Satrio (Satrio : 1999, hal 122), adalah suatu keadaan dimana debitur tidak memenuhi janjinya atau tidak memenuhi sebagaimana mestinya dan kesemuanya itu dapat dipersalahkan kepadanya. Sederhananya, wanprestasi adalah tidak menepati janji.

Karena terdapat resiko pelaku usaha online melakukan wanprestasi yang dapat merugikan pembeli, maka diperlukan perlindungan hukum bagi pihak pembeli dalam transaksi jual beli online. Dalam pasal 4 ayat 2 Undang-undang Perlindungan Konsumen disebutkan juga sejumlah hak konsumen yang mendapat jaminan dan perlindungan dari hukum yaitu: hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Konsumen yang telah menentukan/menetapkan

---

<sup>6</sup> Putra, Gede Nopta Ari, and I. Made Dedy Priyanto. "ASAS ITIKAD BAIK DALAM MEMPERKUAT KEKUATAN MENGIKAT MEMORANDUM OF UNDERSTANDING." Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum 8, no. 3: 1-17. hlm.13

<sup>7</sup> M. Rizqa Anas Fawzi Suatra Putrawan. "AKIBAT HUKUM WANPRESTASI DALAM PERJANJIAN JUAL BELI ONLINE BERDASARKAN UNDANG-UNDANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK" Jurnal Kertha Semaya, Vol. 8 No. 4 Tahun 2020, hlm. 647

pilihannya atas suatu produk berdasarkan informasi yang tersedia berhak untuk mendapatkan produk tersebut sesuai dengan kondisi serta jaminan yang tertera di dalam informasi.<sup>8</sup>

Permasalahan diatas cukup sering terjadi di kehidupan masyarakat, sehingga menurut penulis diperlukan kajian lebih lanjut mengenai topik tersebut dan menuangkannya dalam penelitian yang berjudul “ **WANPRESTASI PELAKU USAHA DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MELALUI MEDIA ELEKTRONIK (*E-COMMERCE*) DALAM HUBUNGAN PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PEMBELI ”**

## **B. Rumusan Masalah**

Permasalahan yang mendasari penulis untuk melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana akibat hukum terhadap pelaku usaha apabila melakukan wanprestasi dalam transaksi jual beli online ?
2. Bagaimana perlindungan hukum terhadap pihak pembeli dalam transaksi jual beli online apabila pelaku usaha wanprestasi?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui akibat hukum terhadap pelaku usaha apabila melakukan wanprestasi dalam transaksi jual beli online.
2. Untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum terhadap pihak pembeli dalam transaksi jual beli online apabila pelaku usaha wanprestasi.

## **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

---

<sup>8</sup> Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Bandung: PT.Citra Aditya Bakti, 2018) Hlm.41

Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan pemikiran dalam pengembangan ilmu hukum khususnya dalam bidang hukum perdata mengenai wanprestasi pelaku usaha dalam jual beli media internet (E-Commerce) dalam hubungan perlindungan hukum terhadap pembeli.

## 2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan memiliki manfaat praktis yang dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi praktisi yang bergerak di bidang hukum perdata, serta berperan dalam pembaharuan dan perkembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang ilmu hukum.

## 3. Manfaat Bagi Penulis

Manfaat penelitian ini bagi penulis adalah sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan perkuliahan untuk memperoleh gelar sarjana di fakultas hukum Universitas HKBP Nommensen medan, serta sebagai penambahan pengetahuan tentang wanprestasi pelaku usaha dalam jual beli online melalui media elektronik (E-Commerce) dalam hubungan perlindungan hukum terhadap pembeli.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Tinjauan Umum Tentang Jual Beli Online**

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

Jual beli melalui media internet atau jual beli online disebut sebagai *E-Commerce*. *Electronic Commerce* atau yang disingkat *E-Commerce* adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *service providers* dan pedagang perantara (*intermediateries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer network*) yaitu internet. Penggunaan sarana internet merupakan suatu kemajuan teknologi yang dapat dikatakan menunjang secara keseluruhan kegiatan komersial.<sup>9</sup>

Jual beli online (*E-Commerce*) merupakan bentuk perjanjian jual beli dengan yang berbeda dengan model transaksi jual beli biasa, apalagi dengan daya jangkauan yang tidak hanya lokal tapi juga bersifat global. Dari perkembangan bentuk transaksi jual beli dan pemasaran itulah kemudian sekarang kita mengenal istilah online shop. Pengertian online shop adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual melalui internet.

Jual beli online (*E-Commerce*) juga dapat diartikan sebagai suatu proses berbisnis dengan memakai teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan

---

<sup>9</sup> Abdul Hakim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik* (Bandung : Nusa Media, 2020). hlm.11.

masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran/penjualan barang, *service*, dan informasi secara elektronik.<sup>10</sup>

Sehingga bisa disimpulkan jual beli online (*E-Commerce*) adalah suatu bentuk perjanjian mengikat yang berbentuk transaksi jual beli melalui media internet dimana penjual sebagai pihak yang menjual barang dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang sesuai dengan yang telah disepakati..

## **2. Asas – Asas dan Prinsip Transaksi Jual Beli Online**

Dalam transaksi jual beli online, terdapat beberapa asas-asas yang digunakan dalam membuat dan melaksanakan perjanjian jual beli online, yaitu:

### 1) Asas Kebebasan Berkontrak

Asas kebebasan berkontrak merupakan salah satu hukum perjanjian yang artinya para pihak bebas membuat suatu perjanjian dan mengatur sendiri isi perjanjian itu, sepanjang memenuhi ketentuan sebagai berikut:

- a) memenuhi syarat sebagai suatu perjanjian.
- b) tidak dilarang oleh undang-undang
- c) sesuai dengan kebiasaan yang berlaku
- d) sepanjang perjanjian tersebut dilaksanakan dengan iktikad baik.

Asas kebebasan berkontrak ini merupakan refleksi dari sistem terbuka (*open system*) dari hukum perjanjian.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis*, (Bandung : Citra Aditya Bakti).hlm.47.

<sup>11</sup> Munir Fuady, *Hukum Kontrak (dari Sudut Pandang Hukum Bisnis)*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2001), hlm. 30.



## 2) Asas konsensualisme.

Dalam hukum perjanjian berlaku asas yang dinamakan asas konsensualisme. Perkataan ini berasal dari “*consensus*” yang berarti sepakat. Asas konsensualisme merupakan dasarnya perjanjian dan perikatan yang dilahirkan sejak detik tercapainya kesepakatan. Dengan kata lain, perjanjian sudah sah apabila sudah sepakat mengenai hal-hal pokok dan tidaklah diperlukan sesuatu formalitas tertentu, kecuali untuk perjanjian yang memang oleh undang-undang dipersyaratkan suatu formalitas tertentu.

## 3) Asas Iktikad Baik.

Hukum perjanjian mengenal pula asas iktikad baik yang terbagi 2 (dua), yaitu:<sup>12</sup> (1) Iktikad baik dalam pengertian subjektif yang merupakan sikap batin seseorang pada waktu melakukan hubungan hukum yang sah yakni kejujuran. Seseorang yang tahu bahwa dia telah mampu melakukan hubungan hukum adalah dirinya sendiri dan pihak lawan juga harus berhati-hati. Untuk mendeteksi kejujuran dalam perjanjian adalah perjanjian yang timbul dari kesepakatan yang diperoleh tidak karena paksaan, penipuan, kekhilafan, dan penyalahgunaan keadaan. (2) Iktikad baik dalam pengertian objektif adalah kepatutan dari isi perjanjian itu sendiri. Hal ini yang dimaksud dengan iktikad baik pada pasal 1338 ayat 3 KUHPerdara: “*suatu perjanjian harus dilakukan dengan iktikad baik*”. Asas iktikad baik ini menghendaki bahwa suatu perjanjian dilaksanakan secara jujur, yakni dengan mengindahkan norma-norma kepatutan dan kesusilaan. Asas ini adalah salah satu sendi terpenting dari hukum perjanjian.<sup>13</sup>

Ketentuan Pasal 9 UU ITE menjelaskan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan

---

<sup>12</sup> *Ibid.*

<sup>13</sup> *Ibid.*, hlm. 86.

dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Ketentuan Pasal 10 ayat (1) UU ITE mewajibkan setiap pelaku usaha yang menyelenggarakan Transaksi Elektronik harus disertifikasi oleh lembaga Sertifikasi keandalan”. Berdasarkan PP No.82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Dalam penyelenggaraan Agen Elektronik, penyelenggara Agen Elektronik wajib memperhatikan prinsip:

- a. prinsip kehati-hatian;
- b. pengamanan dan terintegrasinya sistem Teknologi Informasi;
- c. pengendalian pengamanan atas aktivitas Transaksi Elektronik;
- d. efektivitas dan efisiensi biaya; dan
- e. perlindungan konsumen sesuai dengan ketentuan peraturan perundang- undangan.<sup>14</sup>

Berarti dalam pelaksanaan transaksi *e-commerce*, para pihak harus menalankan prinsip-prinsip tersebut di atas dengan baik dan konsisten. Prinsip utama transaksi secara online di Indonesia masih lebih mengedepankan aspek kepercayaan atau “*trust*” terhadap penjual maupun pembeli. Prinsip keamanan infrastruktur transaksi secara online seperti jaminan atas kebenaran identitas penjual/pembeli, jaminan keamanan jalur pembayaran (*payment gateway*), jaminan keamanan dan keandalan web site electronic commerce belum menjadi perhatian utama bagi penjual maupun pembeli, terlebih pada transaksi berskala kecil sampai medium dengan nilai nominal transaksi yang tidak terlalu besar (misalnya transaksi jual beli melalui jejaring sosial, komunitas online, toko online, maupun blog).<sup>15</sup>

### **3. Prosedur Transaksi Jual Beli Media Internet**

---

<sup>14</sup> Setia Putra. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui E-Commerce* Volume 4 No. 2 Februari-Juli 2014, hlm 295-296

<sup>15</sup> *Ibid.*, hlm 296

Transaksi jual beli online biasanya telah didahului oleh penawaran jual beli. Sebelum itu mungkin terjadi penawaran secara online melalui website, situs di internet atau posting di mailing list atau news group dengan modul *business to business*.<sup>16</sup>

Prosedur transaksi jual beli *e-commerce*, sama halnya dengan transaksi jual beli biasa yang dilakukan di dunia nyata, dilakukan oleh para pihak yang terkait, walaupun dalam jual beli secara internet ini pihak-pihaknya tidak bertemu secara langsung satu sama lain, akan tetapi berhubungan melalui internet. Perjanjian dapat dilakukan via sms, dan mencapai kesepakatan antara penjual dan pembeli.<sup>17</sup> Pihak-pihak yang terkait dalam transaksi jual beli online antara lain:

- a. Penjual 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.
- 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 bank.
- d. Provider sebagai penyedia jasa layanan akses internet.<sup>18</sup>

Prosedur transaksi jual beli media internet Carousell, antara lain :

---

<sup>16</sup> Ahliwan Ardhinata. *Keridhaan (Antaradhin) Dalam Jual Beli Online (Studi Kasus UD. Kuntajaya Kabupaten Gresik)*, JESTT Vol. 2 No. 1 Januari 2015, hlm 50-51

<sup>17</sup> Dwi Yunita, *Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik Pada Website Online Ditinjau Dari Aspek Hukum Islam*. Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum Uin Alauddin Makassar 2016Fakultas Syariah dan Hukum Uin Alauddin Makassar 2016Fakultas Syariah dan Hukum Uin Alauddin Makassar 2016, hlm 33-34

<sup>18</sup> *Ibid*.hlm34

a. Penawaran

Penawaran dilakukan oleh penjual/pelaku usaha melalui website pada Internet. Penjual/pelaku usaha menyediakan katalog produk dan pelayanan yang akan diberikan. Konsumen yang memasuki website penjual/pelaku usaha tersebut dan melihat barang yang ditawarkan oleh penjual/pelaku usaha. Penawaran melalui internet terjadi apabila pihak lain yang menggunakan media internet memasuki situs milik penjual atau pelaku usaha yang melakukan penawaran.

b. Penerimaan

Penerimaan dapat dilakukan tergantung penawaran yang terjadi, apabila penawaran dilakukan melalui e-mail address, maka penerimaan dilakukan melalui e-mail, karena penawaran hanya ditujukan sebuah e-mail yang ditujukan untuk seluruh konsumen yang membuka website yang berisikan penawaran atas suatu barang yang ditawarkan oleh penjual/pelaku usaha.

Setiap orang yang berminat untuk membeli barang yang ditawarkan itu dapat membuat kesepakatan dengan penjual/pelaku usaha yang menawarkan barang yang dijualnya.

c. Pembayaran

Klasifikasi pembayaran dapat dilakukan, yaitu melalui transfer melalui ATM, Kartu Kredit.

d. Pengiriman

Pengiriman merupakan suatu proses yang dilakukan setelah pembayaran atas barang yang telah ditawarkan oleh penjual kepada pembeli, dalam hal ini pembeli berhak atas penerimaan barang. Barang yang dijadikan objek perjanjian dikirimkan oleh penjual/pelaku usaha kepada pembeli dengan biaya pengiriman sebagaimana telah diperjanjikan antar penjual dan pembeli, biasanya biaya pengiriman terpisah dari harga barang yang tercantum pada penawaran. Dalam mengirimkan barang ke pembeli, penjual bisa memberikan langsung barang yang dibeli kepada pembeli sesuai perjanjian *cash on delivery* (COD) atau bekerjasama dengan pengusaha jasa pengiriman barang seperti TIKI, JNE.

#### **4. Pengamanan dalam Transaksi Electronic Commerce**

Dalam jual beli online banyak para konsumen mengeluh, disebabkan tidak semua produk yang ditawarkan pada jual beli online itu sama persis dengan senyatanya, maka untuk melindungi kepentingan konsumen pada Pasal 28 ayat 1 Undang-Undang Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menjelaskan bahwa setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik.<sup>19</sup>

### **B. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian**

#### **1. Pengertian Perjanjian Jual Beli Online**

Istilah perjanjian merupakan terjemahan dari bahasa belanda yaitu *overeenkomst* yang diterjemahkan dengan persetujuan atau perjanjian. Menurut Pasal 1457 KUHPerdara, jual beli adalah suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk

---

<sup>19</sup> Tira Nur Fitria. “*Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam dan Hukum Negara*”, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 03 No. 01, Maret 2017, hlm 58-59

menyerahkan suatu kebendaan dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Dari pengertian jual beli menurut Pasal 1457 KUHPerdara, dapat disimpulkan bahwa jual beli adalah suatu bentuk perjanjian bertimbal balik, dimana pihak penjual berjanji untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang dan pihak pembeli berjanji untuk membayar sejumlah uang sebagai imbalan. Hak milik suatu barang yang semula dimiliki pihak penjual, akan berpindah tangan kepada si pembeli apabila sudah ada penyerahan secara yuridis sesuai dengan ketentuan Pasal 1459 KUHPerdara. Perjanjian jual beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, seketika setelahnya orang-orang ini mencapai sepakat tentang kebendaan tersebut dan harganya, meskipun kebendaan itu belum diserahkan, maupun harganya belum dibayar (Pasal 1458 KUHPerdara). Barang dan harga inilah yang menjadi unsur pokok dari perjanjian jual beli.

Perjanjian jual beli Online adalah kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, manufaktur, service providers, dan pedagang perantara dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer yaitu internet.<sup>20</sup> Sedangkan dalam pengertian lain perjanjian jual beli online (e-commerce) adalah suatu transaksi komersial yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam suatu hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, jasa, dan peralihan hak.<sup>21</sup> Pada transaksi jual beli online, para pihak yang terkait di dalamnya melakukan hubungan hukum yang berbentuk perjanjian atau kontrak yang dilakukan secara elektronik (kontrak Elektronik). Pengertian kontrak elektronik dijelaskan dalam pasal 1 angka 17 UU ITE yang berbunyi sebagai berikut: “Kontrak elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui Sistem Elektronik.”

---

<sup>20</sup> [www.suduthukum.com/2017/04/perjanjian-jual-beli-online.html?m=1](http://www.suduthukum.com/2017/04/perjanjian-jual-beli-online.html?m=1) Diakses pada tanggal 29 Juli 2021 pukul 21.23 WIB

<sup>21</sup> Burhanuddin S., *Hukum Kontrak Syariah* (Yogyakarta : BPFE, 2009), hlm. 214.

## 2. Syarat Sahnya suatu Perjanjian Jual Beli

Perjanjian sah dan mengikat adalah perjanjian yang memenuhi unsur- unsur dan syarat-syarat yang ditetapkan oleh undang-undang. Perjanjian yang sah dan mengikat diakui dan memiliki akibat hukum.

Suatu perjanjian secara umum lahir karena tercapainya kesepakatan antara para pihak, sebagai contoh, apabila dalam perjanjian jual beli telah tercapai kesepakatan tentang barang dan harga, maka lahirlah sebuah perjanjian jual beli.

Suatu perjanjian walaupun lahir karena adanya kesepakatan antara kedua belah pihak, masih ada syarat-syarat lain yang harus dipenuhi agar perjanjian tersebut sah dan mengikat bagi para pihak. Syarat-syarat tersebut diatur dalam Pasal 1320 KUHPerduta. Isi dari Pasal 1320 KUHPerduta tersebut, yaitu :

### 1) Kesepakatan

Kedua belah pihak dalam suatu perjanjian harus mempunyai kemauan bebas untuk mengikatkan dirinya dan kemauan-kemauan tersebut harus dinyatakan. Pernyataan dapat dilakukan secara tegas maupun diam-diam. Kemauan yang bebas sebagai syarat pertama untuk suatu perjanjian yang sah, dianggap tidak ada jika perjanjian itu telah terjadi karena paksaan (dwang), kekhilafan (dwaling) atau penipuan (bedrog).<sup>22</sup>

### 2) Kecakapan Bertindak

Kecakapan untuk membuat suatu perjanjian diatur lebih lanjut dalam Pasal 1329 KUHPerduta, yaitu bahwa setiap orang adalah cakap untuk membuat perikatan-perikatan jika oleh undang-undang tidak dinyatakan tidak cakap. Seseorang yang dianggap memiliki kecakapan untuk membuat perjanjian adalah orang yang mampu melakukan suatu tindakan hukum. Pada

---

<sup>22</sup> R. Subekti, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*,(Jakarta : Intermasa, 2005). hlm. 135.

umumnya yang mampu melakukan tindakan hukum adalah orang yang telah dewasa menurut undang-undang, orang yang sehat akal budinya, bukan orang yang sedang berada di bawah pengampuan. Mengenai batas kedewasaan seseorang adalah sudah mencapai umur 21 tahun atau sudah menikah, walaupun belum berumur 21 tahun.<sup>23</sup>

### 3) Suatu Hal Tertentu

Hal ini seperti ditentukan dalam Pasal 1333 KUHPerdara bahwa suatu persetujuan harus mempunyai syarat sebagai pokok suatu barang, paling sedikit ditentukan jenisnya. Maksud suatu hal tertentu adalah bahwa objek dalam perjanjian itu harus mengenai sesuatu tertentu. Objek atau prestasi tersebut sekurang-kurangnya jenisnya dapat ditentukan baik mengenai benda berwujud atau tidak berwujud. Objek perjanjian adalah prestasi, maka objek perjanjian ini dapat berupa memberikan sesuatu, melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu. Dengan demikian, maka objek perjanjian tidak selalu berupa benda.<sup>24</sup>

### 4) Suatu Sebab Yang Halal

Menurut J. Satrio, suatu perjanjian tanpa sebab yang halal akan berakibat bahwa perjanjian tersebut batal demi hukum. Jadi disamping isi perjanjian harus tertentu (dapat ditentukan), juga harus halal (tidak terlarang), sebab isi perjanjian itulah yang akan dilaksanakan. Para pihak mengadakan perjanjian dengan maksud untuk melaksanakan isi perjanjian tersebut berdasarkan Pasal 1320 Jo. Pasal 1337 KUHPerdara. Isi perjanjian tidak boleh bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan dan ketertiban umum.<sup>25</sup>

## 3. Hak dan Kewajiban Dalam Perjanjian Jual Beli

---

<sup>23</sup> Soepomo, *Hukum Perdata Jawa Barat*, (Djambatan, Jakarta, 1986), hlm. 25.

<sup>24</sup> R. Subekti, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, (Jakarta : Intermasa, 2005), hlm. 137.

<sup>25</sup> J. Satrio, *Hukum Perikatan, Perikatan Yang Lahir dari Perjanjian* (buku 1), (PT. Citra AdityaBakti, Bandung, 2001), hlm. 305-306



Dalam perjanjian jual beli terdapat beberapa hak dan kewajiban para pihak yaitu pembeli (konsumen) dan pelaku usaha sebagaimana yang telah diatur berdasarkan Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Hak dan Kewajiban konsumen berdasarkan Pasal 4 dan Pasal 5 Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1999 yaitu:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan; hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
4. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa; beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
5. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
6. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.
7. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
8. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;

Hak dan Kewajiban pelaku usaha berdasarkan Pasal 6 dan Pasal 7 Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1999 yaitu:

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
2. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
3. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
4. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
5. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
6. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
7. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;

#### **4. Prestasi dan Wanprestasi Dalam Perjanjian**

##### **a. Prestasi**

Prestasi merupakan kewajiban yang harus dipenuhi para pihak dalam suatu kontrak.

Prestasi pokok tersebut dapat berwujud:

- 1) Benda;
- 2) Tenaga atau keahlian;
- 3) Tidak berbuat sesuatu.

Prestasi berupa benda harus diserahkan kepada pihak lainnya. Penyerahan tersebut dapat berupa penyerahan hak milik atau penyerahan kenikmatannya saja, sedangkan prestasi yang

berupa tenaga atau keahlian harus dilakukan oleh pihak-pihak yang “menjual” tenaga atau keahlian.<sup>26</sup>

Prestasi yang berupa benda yang harus diserahkan kepada pihak lain, apabila benda tersebut belum diserahkan, pihak yang berkewajiban menyerahkan benda tersebut berkewajiban merawat benda tersebut sebagaimana dia merawat barangnya sendiri atau yang sering diistilahkan dengan “sebagai bapak rumah yang baik”. Sebagai konsekuensi dari kewajiban tersebut adalah apabila ia melalaikannya, ia dapat dituntut ganti rugi, apalagi kalau ia lalai menyerahkannya.

Antara prestasi yang berupa tenaga dan prestasi yang berupa keahlian ini terdapat perbedaan karena prestasi yang berupa tenaga pemenuhannya dapat diganti oleh orang lain karena siapa pun yang mengerjakannya hasilnya akan sama sedangkan prestasi yang berupa keahlian, pemenuhannya tidak dapat diganti oleh orang lain tanpa persetujuan pihak yang harus menerima hasil dari keahlian tersebut. Oleh karena itu, apabila diganti oleh orang lain, hasilnya mungkin akan berbeda.<sup>27</sup>

Adapun prestasi tidak berbuat sesuatu menuntut sikap pasif salah satu pihak atau para pihak karena dia tidak dibolehkan melakukan sesuatu sebagaimana yang diperjanjikan. Pada umumnya literature yang ada sekarang membagi prestasi ke dalam tiga macam, sebagaimana yang diatur dalam pasal 1234 KUHPer, yaitu :<sup>28</sup>

- 1) Menyerahkan sesuatu;
- 2) Berbuat sesuatu; dan

---

<sup>26</sup> Ahmad Miru, *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak* (Jakarta : Rajawali Pers, 2014), hlm. 68.

<sup>27</sup> *Ibid.*, hlm. 68.

<sup>28</sup> R. Subekti dan R. Tjitrosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata* (Jakarta: PT Pradnya Paramita, 2004), hlm. 323.

### 3) Tidak berbuat sesuatu

Walaupun pada umumnya prestasi para pihak secara tegas ditentukan dalam kontrak, prestasi tersebut juga dapat lahir karena diharuskan oleh kebiasaan, kepatutan, atau undang-undang. Oleh karena itu, prestasi yang harus dilakukan oleh para pihak telah ditentukan dalam perjanjian atau diharuskan oleh kebiasaan, kepatutan atau undang-undang, tidak dilakukannya prestasi tersebut berarti telah terjadi ingkar janji atau disebut wanprestasi.

Apa yang merupakan prestasi dari para pihak pada umumnya dicantumkan dalam kontrak yang dengan jelas menerangkan tentang apa yang harus dilakukan oleh para pihak dalam memenuhi kontrak tersebut, namun kadang-kadang rumusan dalam suatu kontrak tidak begitu jelas sehingga masih perlu penafsiran-penafsiran. Adapun cara penafsiran tersebut adalah sebagai berikut :

- 1) Penafsiran atas rumusan kontrak tersebut disesuaikan dengan maksud para pihak, jadi walaupun kalimat dalam kontrak tersebut dirumuskan tidak begitu jelas, namun maksud dari para pihak ketika merumuskan kontrak yang dijadikan landasan dalam penafsiran kontrak tersebut.
- 2) Penafsiran kontrak tersebut diarahkan kepada kemungkinan dapat terlaksananya kontrak tersebut. Jadi kalau suatu kontrak bermakna ganda, maka harus ditafsirkan ke arah bagaimana kontrak itu dapat terlaksana dari pada kalau ditafsirkan kepada kemungkinan penafsiran lainnya yang menyebabkan kontrak tersebut tidak dapat dilaksanakan.
- 3) Penafsiran kontrak tersebut kearah yang paling selaras dengan sifat kontrak.

- 4) Penafsiran kontrak diarahkan kepada kebiasaan setempat. Jadi, kalau suatu kalimat yang tidak jelas bahkan tidak diatur secara tegas, harus ditafsirkan sesuai dengan kebiasaan setempat.
- 5) Penafsiran diarahkan pada hal-hal yang selamanya dicantumkan dalam kontrak, walaupun hal itu tidak secara tegas diperjanjikan.
- 6) Penafsiran diarahkan kepada suatu kesatuan kontrak atau setiap klausul kontrak harus ditafsirkan dalam rangka kontrak seluruhnya.
- 7) Penafsiran diarahkan kepada kerugian bagi orang yang meminta ditetapkannya suatu hak dan atas keuntungan orang yang mengikatkan dirinya. Maksudnya, kalau dalam kontrak itu terdapat keragu-raguan tentang maksud kontrak, kontrak itu diarahkan untuk mengurangi hak pihak yang satu yang berarti pula mengurangi kewajiban pihak lainnya.
- 8) Penafsiran diarahkan untuk membatasi suatu kontrak hanya terhadap hal yang nyata-nyata dimaksudkan oleh para pihak pada waktu membuat kontrak, walaupun kata-kata dalam kontrak tersebut cakupannya lebih luas dari maksud para pihak tersebut.<sup>29</sup>

b. Wanprestasi

Wanprestasi atau tidak dipenuhinya janji dapat terjadi baik karena disengaja maupun tidak disengaja. Pihak yang tidak sengaja wanprestasi ini dapat terjadi karena memang tidak mampu untuk memenuhi prestasi tersebut atau juga karena terpaksa untuk tidak melakukan prestasi tersebut. Wanprestasi terdapat dalam pasal 1243 KUHPer, wanprestasi dapat berupa :<sup>30</sup>

- 1) Sama sekali tidak memenuhi prestasi
- 2) Prestasi yang dilakukan tidak sempurna

---

<sup>29</sup> Ahmad Miru, *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak* (Jakarta : Rajawali Pers, 2014), hlm. 70-74

<sup>30</sup> R. Subekti dan R. Tjitrosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata* (Jakarta: PT Pradnya Paramita, 2004), hlm. 324.

- 3) Terlambat memenuhi prestasi
- 4) Melakukan apa yang dalam perjanjian dilarang untuk dilakukan.

Terjadinya wanprestasi mengakibatkan pihak lain (lawan dari pihak yang wanprestasi) dirugikan, apalagi kalau pihak lain tersebut adalah pedagang maka bisa kehilangan keuntungan yang diharapkan.

Oleh karena pihak lain dirugikan akibat wanprestasi tersebut, pihak wanprestasi harus menanggung akibat dari tuntutan pihak lawan yang dapat berupa tuntutan : pembatalan kontrak (disertai atau tidak disertai ganti rugi) dan pemenuhan kontrak (disertai atau tidak disertai ganti rugi).

Dengan demikian, ada dua kemungkinan pokok yang dapat dituntut oleh pihak yang dirugikan, yaitu pembatalan atau pemenuhan kontrak. Namun, jika dua kemungkinan pokok tersebut diuraikan lebih lanjut, kemungkinan tersebut dapat dibagi menjadi empat, yaitu :

- 1) Pembatalan kontrak saja
- 2) Pembatalan kontrak disertai tuntutan ganti rugi
- 3) Pemenuhan kontrak saja
- 4) Pemenuhan kontrak disertai tuntutan ganti rugi.
- 5) Tuntutan apa yang harus ditanggung oleh pihak yang wanprestasi tersebut tergantung pada jenis tuntutan yang dipilih oleh pihak yang dirugikan. Bahkan apabila tuntutan itu dilakukan dalam bentuk gugatan di pengadilan, pihak yang wanprestasi tersebut juga dibebani biaya perkara.<sup>31</sup>

### **C. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen dalam jual beli online**

---

<sup>31</sup> Ahmad Miru, *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak* (Jakarta : Rajawali Pers, 2014), hlm.75.

## 1. Pengertian Konsumen dan Perlindungan Konsumen

Konsumen umumnya diartikan sebagai pemakai terakhir dari produk yang diserahkan kepada mereka oleh pengusaha, yaitu setiap orang yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak diperdagangkan atau diperjualbelikan lagi.<sup>32</sup>

Sebagai suatu konsep, “konsumen” telah diperkenalkan beberapa puluh tahun lalu diberbagai Negara dan sampai saat ini sudah puluhan Negara memiliki undang-undang atau peraturan khusus yang memberikan perlindungan kepada konsumen termasuk penyediaan sarana peradilanannya. Sejalan dengan perkembangan itu, berbagai Negara telah pula menetapkan hak-hak konsumen yang digunakan sebagai landasan pengaturan perlindungan kepada konsumen. Disamping itu telah pula berdiri organisasi konsumen Internasional, yaitu *International Organization of Consumer Union (IOCU)*. DI Indonesia telah pula berdiri berbagai organisasi konsumen seperti Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) di Jakarta, dan organisasi konsumen lain di Bandung, Yogyakarta, Surabaya dan sebagainya.<sup>33</sup>

Istilah konsumen berasal dari alih bahasa dari kata *consumer* (Inggris- Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda). Pengertian dari *consumer* atau *consument* itu tergantung dalam posisi mana ia berada. Secara harfiah arti kata *consumer* adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang. Tujuan penggunaan barang dan atau jasa nanti menentukan termasuk konsumen kelompok mana pengguna tersebut. Begitu pula Kamus Bahasa Inggris-Indonesia memberi arti kata *consumer* sebagai pemakai atau konsumen.<sup>34</sup> Pengertian konsumen di Amerika Serikat dari *consumer* sebenarnya berarti “pemakai”. Namun, di Amerika Serikat,

---

<sup>32</sup> Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Bandung : Citra Aditya Bakti, 2000), hlm.17.

<sup>33</sup> Nurmadjito, makalah “Kesiapan Perangkat Peraturan Perundang-undangan tentang Perlindungan Konsumen dalam Menghadapi Era Perdagangan Bebas” dalam buku *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Bandung : Mandar Maju, Bandung, 2000), hlm 12

<sup>34</sup> Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Jakarta : Diadit Media, 2001), hlm 3

kata ini dapat diartikan lebih luas lagi yang khusus berkaitan dengan masalah kerugian. Konsumen diartikan sebagai sebagai “korban pemakaian produk yang cacat”, baik korban tersebut pembeli, bukan pembeli tetapi pemakai, bahkan juga korban yang bukan pemakai, karena perlindungan hukum dapat dinikmati pula bahkan oleh korban yang bukan pemakai.

Menurut Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Hukum Perlindungan Konsumen dalam Pasal 1 ayat 2, pengertian konsumen yakni : setiap orang pemakai barang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Sedangkan menurut Mariam Darus Badrul Zaman mendefinisikan konsumen dengan cara mengambil alih pengertian yang digunakan oleh kepustakaan Belanda, yaitu : “Semua individu yang menggunakan barang dan jasa secara konkret dan riil.”<sup>35</sup>

Berdasarkan dari beberapa pengertian konsumen yang telah dikemukakan diatas, maka konsumen dapat dibedakan kepada tiga batasan, yaitu :

1. Konsumen Komersial (*commercial consumer*), adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk memproduksi barang dan/atau jasa lain dengan tujuan mendapatkan keuntungan.
2. Konsumen Antara (*Intermediate consumer*), adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk diperdagangkan kembali dengan tujuan mencari keuntungan.
3. Konsumen Akhir (*Ultimate consumer/end user*), adalah setiap orang yang mendapatkan dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan kehidupan

---

<sup>35</sup> Mariam Darus Badrul Zaman, *Pembentukan Hukum Nasional dan Permasalahannya*, (Bandung : Alumni, 1981), hlm 48



pribadi, keluarga, orang lain, dan makhluk hidup lainnya dan untuk diperdagangkan kembali dan/atau untuk mencari keuntungan kembali.<sup>36</sup>

Pengertian perlindungan dalam bahasa Inggris adalah *Prediction*. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan perlindungan adalah sebagai tempat berlindung. Dengan kata lain, perlindungan mengandung makna yaitu, suatu tindakan perlindungan atau tindakan melindungi dari pihak-pihak tertentu yang ditujukan untuk pihak tertentu dengan menggunakan cara-cara tertentu.

Pengertian perlindungan konsumen termaktub didalam pasal 1 ayat 1 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang menegaskan “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan hukum kepada konsumen”.

Menurut *Business English Dictionary*, perlindungan konsumen adalah *protecting consumers against unfair or legal traders*.<sup>37</sup> Adapun *Black's Law Dictionary* mendefinisikan *a statute that safeguards consumers in the use goods and services*.<sup>38</sup> Perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang merugikan konsumen itu sendiri. Undang-undang Perlindungan Konsumen Pasal 1 Ayat 1 menyatakan bahwa, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas, meliputi perlindungan konsumen terhadap barang dan jasa , yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga sampai akibat-akibat dai pemakaian barang dan/atau jasa tersebut.

---

<sup>36</sup> *Ibid*, hlm 13

<sup>37</sup> Peter Colin, *Business English Dictionary*, (London: Linguuaphone Institute Limited), hlm 60

<sup>38</sup> Bryan A. Garner, *Black's Law Dictionary*, (St. Paul, Minnesota : West Publishing, 2004), hlm 335

Perlindungan konsumen merupakan bagian tak terpisahkan dengan kegiatan bisnis yang sehat. Dalam kegiatan bisnis yang sehat terdapat keseimbangan perlindungan hukum antara konsumen dengan produsen. Tidak adanya perlindungan yang seimbang menyebabkan konsumen berada pada posisi yang lemah. Lebih-lebih jika produk yang dihasilkan oleh produsen merupakan jenis produk yang terbatas, produsen dapat menyalahgunakan posisinya yang monopolistik tersebut. Hal itu tentu saja akan merugikan konsumen.

## **2. Asas - Asas dan Tujuan Hukum Perlindungan Konsumen**

### a.) Asas – Asas Hukum Perlindungan Konsumen

Ada (5) lima asas yang terdapat di dalam perlindungan konsumen berdasarkan pasal 2 Undang – Undang Perlindungan Konsumen yaitu :

#### 1) Asas Manfaat

Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan. Asas ini menghendaki bahwa pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen tidak dimaksudkan untuk menempatkan salah satu pihak diatas pihak yang lain atau sebaliknya, tetapi adalah untuk memberikan kepada masing-masing pihak, produsen dan konsumen, apa yang menjadi haknya masing- masing. Dengan demikian, diharapkan bahwa pengaturan dan penegakkan hukum perlindungan konsumen bermanfaat bagi seluruh lapisan masyarakat dan pada gilirannya bermanfaat bagi kehidupan berbangsa.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup> Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Bnadung : Citra Aditya Bakti, 2000), hlm 31

## 2) Asas Keadilan

Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil. Asas ini menghendaki bahwa melalui pengaturan dan penegakkan hukum perlindungan konsumen ini, konsumen dan produsen dapat berlaku adil melalui perolehan hak dan penunaian kewajiban secara seimbang. Karena itu, undang-undang ini mengatur sejumlah hak dan kewajiban konsumen dan produsen.<sup>40</sup>

## 3) Asas Keseimbangan

Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual. Asas ini menghendaki agar konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah memperoleh manfaat yang seimbang dari pengaturan dan penegakkan hukum perlindungan knsumen. Kepentingan antara konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah diatur dan harus diwujudkan secara seimbang sesuai dengan hak dan kewajibannya masing-masing dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Tidak ada salah satu pihak yang mendapat perlindungan atas kepentingannya yang lebih bear dari pihak lain sebagai komponen bangsa dan Negara.<sup>41</sup>

## 4) Asas Keamanan dan Keselamatan

Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan. Asas ini menghendaki adanya jaminan hukum bahwa konsumen akan memperoleh manfaat dari produk yang

---

<sup>40</sup> Ibid, hlm 32

<sup>41</sup> Ibid.

dikonsumsi/dipakainya, dan sebaiknya bahwa produk itu tidak akan mengancam ketentraman dan keselamatan jiwa dan harta bendanya. Karena itu, undang-undang ini membebaskan sejumlah kewajiban yang harus dipatuhi oleh produsen dalam memproduksi dan mengedarkan produknya.<sup>42</sup>

#### 5) Asas Kepastian Hukum.

Asas kepastian hukum dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta Negara menjamin kepastian hukum. Artinya, undang-undang ini mengharapkan bahwa aturan-aturan tentang hak dan kewajiban yang terkandung didalam undang-undang ini harus diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari sehingga masing-masing pihak memperoleh pengadilan. Oleh karena itu, Negara bertugas dan menjamin terlaksananya undang-undang ini sesuai dengan bunyinya.<sup>43</sup> Setiap peraturan perundang-undangan yang mengatur hubungan antara pelaku usaha dan konsumen harus mengacu dan mengikuti kelima asas tersebut, karena dijunjung tinggi dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen.

#### b.) Tujuan Hukum Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen merupakan tujuan dan sekaligus usaha yang akan dicapai atau keadaan yang akan diwujudkan. Oleh karena itu, tujuan perlindungan konsumen perlu dirancang dan dibangun secara berencana dan dipersiapkan secara dini. Tujuan perlindungan konsumen meliputi atau mencakup aktivitas-aktivitas penciptaan dan penyelenggaraan perlindungan konsumen. Dalam pasal 3 UUPK telah dijelaskan mengenai tujuan konsumen, yaitu :

---

<sup>42</sup> Ibid.

<sup>43</sup> Ibid, hlm 33

- 1) Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri,
- 2) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negative pemakaian barang dan/atau jasa,
- 3) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen,
- 4) Menciptakan system perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi,
- 5) Menmbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha,
- 6) Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Tujuan perlindungan konsumen seolah-olah disusun secara bertahap, mulai dari penyadaran hingga pemberdayaan. Padahal, pencapaian tujuan perlindungan konsumen tidak harus melalui pertahapan berdsarkan susunan tersebut. Tetapi dengan melihat pada urgensinya. Misalnya, tujuan meningkatkan kualitas barang, merupakan tujuan nomor enam, pencapaiannya tidak harus menunggu tujuan pertama tercapai, tetapi meningkatkan kesadaran konsumen. Idealnya, pencapaian tujuan perlindungan konsumen dilakukan secara simultan atau serempak.<sup>44</sup>

Dengan memperhatikan kepentingan dan keperluan konsumen di berbagai Negara, khususnya di Negara-negara yang sedang berkembang, harus diakui bahwa konsumen mengalami kondisi ketidakseimbangan ekonomi, tingkat pendidikan, daya tawar menawar, dang

---

<sup>44</sup> Wahyu Sasongko, *Op.Cit*, hlm 41

dengan memperhatikan bahwa pada dasarnya konsumen mempunyai hak terhadap produk yang tidak berbahaya, juga mempunyai hak untuk memajukan pembangunan social ekonomi dan perlindungan lingkungan secara adil dan berkesinambungan, maka rambu-rambu perlindungan konsumen ini mempunyai tujuan sebagai berikut :

- 1) Membantu pemerintah mencapai dan mempertahankan perlindungan yang memadai bagi masyarakat sebagai konsumen,
- 2) Memfasilitasi pola produksi dan distribusi yang responsive terhadap kebutuhan konsumen,
- 3) Membuat kode etik produksi serta distribusi barang dan jasa kepada konsumen,
- 4) Membantu pemerintah mencegah praktik bisnis yang kotor dari seluruh pelaku usaha secara nasional dan internasional yang berdampak pada konsumen,
- 5) Memfasilitasi pembuatan lembaga konsumen independen,
- 6) Mewujudkan kerjasama internasional dalam bidang perlindungan konsumen,
- 7) Membangun kondisi pasar yang memberikan kesempatan kepada konsumen dengan pilihan yang luas dengan harga yang murah,<sup>45</sup>

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

Metodologi penelitian adalah untuk memperoleh data yang maksimal dan menunjukkan hasil yang baik, sehingga tulisan ini mencapai sasaran dan tujuan sesuai dengan judul yang telah ditetapkan.

##### **A. Ruang Lingkup Penelitian**

---

<sup>45</sup> M. Sadar, Moh.Taufik Makarao, *Habloel Mawadi, Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*, (Jakarta : Akademia, 2012), hlm 21

Adapun tujuan dari ruang lingkup penelitian adalah untuk membatasi topik atau permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini, supaya penelitian ini terarah sesuai dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini dan tidak melenceng dari pembahasan dalam penelitian ini. Adapun ruang lingkup penelitian yang dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana akibat hukum terhadap pelaku usaha apabila melakukan wanprestasi dalam transaksi jual beli online dan Bagaimana perlindungan hukum terhadap pihak pembeli dalam transaksi jual beli online apabila pelaku usaha wanprestasi.

## **B. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan penulis dalam skripsi ini adalah yuridis normatif. Penelitian hukum yuridis normatif adalah jenis penelitian hukum yang membutuhkan data sekunder sebagai data utama. Data sekunder terdiri dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang berupa peraturan perundang-undangan dan bahan hukum sekunder merupakan pendapat hukum yang diperoleh dari buku, internet, surat kabar, hasil penelitian, data statistik dari instansi atau Lembaga resmi.

## **C. Sumber Bahan Hukum**

Penelitian ini menggunakan sumber bahan hukum yang meliputi bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, bahan hukum tersier.

1. Bahan hukum primer terdiri dari perundang-undangan, catatan-catatan resmi atau risalah dalam pembuatan perundang-undangan dan putusan-putusan hakim.<sup>46</sup> Adapun sumber bahan hukum primer yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:
  - a. Undang-undang Dasar 1945

---

<sup>46</sup> Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2005), Hlm.181

- b. Kitab Undang-undang Hukum Perdata
  - c. Undang-undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
  - d. Undang-undang No 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-undang No 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
  - e. Peraturan Pemerintah No 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik
2. Bahan hukum sekunder memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer dan dapat membantu menganalisa dan memahami bahan hukum primer yang berupa semua publikasi tentang hukum yang bukan merupakan dokumen-dokumen resmi meliputi buku-buku teks, kamus-kamus hukum, jurnal-jurnal hukum, dan komentar-komentar atas putusan pengadilan.
  3. Bahan hukum tersier yaitu bahan-bahan hukum yang memberikan informasi tentang bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, seperti kamus hukum, majalah, jurnal, artikel, makalah, ensiklopedia, dari internet dan sebagainya.

#### **D. Metode Penelitian**

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan cara studi kepustakaan dengan mengumpulkan sumber-sumber hukum baik itu bahan hukum primer, bahan hukum sekunder maupun bahan hukum tersier. Dan mencari konsep-konsep serta pendapat-pendapat prosedural hukum dan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan masalah hukum yang teliti dan menyusunnya dengan sistematis untuk menjawab permasalahan.

#### **E. Analisis Data**

Data yang diperoleh dari data sekunder, yaitu bahan hukum primer maupun bahan hukum sekunder, dianalisis dengan metode analisis kualitatif. Analisis kualitatif adalah cara penelitian yang menghasilkan data deskriptif analitis, yaitu apa yang dari pengkajian dari peraturan dan



pendapat para sarjana/peneliti sebagai sesuatu yang utuh. Bahan hukum yang dikumpulkan akan disajikan secara utuh, kemudian dianalisis. Adapun analisis yang dikemukakan bersifat deskriptif, artinya uraian apa adanya terhadap suatu kondisi atau posisi dari proporsi-proporsi hukum atau non-hukum untuk selanjutnya menarik kesimpulan.

Adapun analisis yang dikemukakan bersifat deskriptif, artinya uraian apa adanya terhadap suatu kondisi atau posisi dari proporsi-proporsi hukum atau non-hukum untuk selanjutnya menarik kesimpulan. Tujuan analisis ini adalah untuk mendapatkan pandangan-pandangan baru yang selanjutnya diharapkan mampu memberikan solusi baru terhadap masalah yang mungkin timbul dalam praktik, dalam hal ini untuk mengetahui, menganalisis dan mengkaji tentang wanprestasi pelaku usaha dalam jual beli online melalui media elektronik (E-Commerce) dalam hubungan perlindungan hukum terhadap pembeli.

