
Tinjauan Yuridis Transaksi Jual-Beli Melalui Media Online dan Konsekuensi Hukumnya

Syaiful

Fakultas Ilmu Pendidikan dan Humaniora, Universitas Pelita Bangsa

E-mail: saifululum123456@gmail.com

Article History:

Received: 25 Juni 2024

Revised: 16 Juli 2024

Accepted: 18 Juli 2024

Keywords: *Perlindungan Hukum, Perjanjian Baku, E-Commerce.*

Abstract: *Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peraturan transaksi jual-beli melalui media online di Indonesia, serta untuk mengetahui dan menguji perlindungan hukum pada pembeli selaku konsumen dari adanya suatu perjanjian jual-beli online yang dibuat secara baku atau sepihak oleh penjual. Metode penelitian ini adalah penelitian normatif dengan menggunakan kajian pustaka, yaitu jenis penelitian dengan cara mengkaji dan meneliti berbagai literatur berupa buku, jurnal, makalah, peraturan, atau dokumen-dokumen lainnya yang berkaitan tentang transaksi jual beli melalui media online (e-commerce) dan konsekuensi hukumnya. Data hasil penelitian tersebut diperoleh melalui studi pustaka dan dianalisis secara deskriptif-kualitatif yuridis. Adapun hasil dari penelitian ini, Pertama, hingga hari ini Indonesia belum memiliki peraturan yang mengatur penggunaan perjanjian baku pada transaksi e-commerce. Kedua, perlindungan tersebut dinilai belum cukup mengingat masih banyaknya aduan perjanjian baku yang merugikan pembeli serta tidak terdapatnya peraturan atau undang-undang yang secara khusus mengatur penggunaan perjanjian baku pada transaksi jual beli melalui media online.*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang berlandaskan ideologi Pancasila, yang berarti Indonesia adalah negara yang menjunjung tinggi hukum. Sebagaimana disebutkan dalam Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Dasar 1945 yang berbunyi “Negara Indonesia adalah negara hukum” artinya bahwa setiap orang yang berada di wilayah Indonesia harus patuh dan tunduk terhadap hukum yang berlaku di Indonesia, dalam hal ini dapat dijelaskan bahwa dalam peraturan yang berlaku di Indonesia tidak ada seorangpun yang kebal terhadap hukum, segala perbuatan harus didasarkan dan memiliki konsekuensi sesuai dengan hukum dan peraturan Perundang-Undangan di Negara Republik Indonesia, sehingga hukum bertujuan untuk mewujudkan kehidupan masyarakat, bangsa, dan negara yang tertib, sejahtera, berkeadilan dalam rangka mencapai tujuan negara sebagaimana diamanatkan dalam pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Manusia adalah makhluk sosial, yaitu makhluk yang berkodrat hidup dalam masyarakat.

Sebagai makhluk sosial, dalam hidupnya manusia memerlukan adanya manusia-manusia lain yang bersama-sama hidup dalam masyarakat. Dalam hidup bermasyarakat, disadari atau tidak manusia selalu berhubungan satu sama lain untuk mencukupkan kebutuhan-kebutuhan hidupnya (Miru Ahmad, 2014). Untuk memenuhi kebutuhannya, masyarakat sering menggunakan transaksi jual-beli. Jual-beli merupakan suatu perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang memiliki nilai yang disepakati oleh kedua belah pihak, yang satu menerima benda dan pihak lain yang menerima atau membayarnya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang dibenarkan oleh hukum.

Pengaruh globalisasi dengan penggunaan sarana teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola hidup masyarakat, dan berkembang dalam tatanan kehidupan baru serta mendorong terjadinya perubahan sosial, ekonomi, budaya, keamanan, dan penegakan hukum (Siswanto Sunarso, 2009). Di tengah globalisasi komunikasi yang semakin terpadu ini, internet menjadi populer dan sekaligus memudahkan batas negara berikut kedaulatan dan tatanan masyarakat. Banyak pengamat ekonomi, konsultan manajemen dan futuris (orang yang berpandangan maju ke depan) yang menyepakati, bahwa era milenium baru ditandai dengan revolusi baru yang membawa dampak transformasional yang lebih dahsyat dibandingkan dengan revolusi industri, yang paling populer adalah era informasi (*Information Age*) (Anista Diana, 2001).

Salah satu produk inovasi teknologi telekomunikasi adalah internet, yaitu suatu koneksi antar jaringan komputer. Internet sebagai suatu media informasi dan komunikasi elektronik telah banyak dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan antara lain untuk menjelajah (*browsing*), mencari data dan berita, saling mengirim pesan melalui *email*, komunikasi melalui situs jaringan sosial, dan termasuk untuk perdagangan. Kegiatan perdagangan dengan memanfaatkan media internet ini dikenal dengan istilah *electronic commerce*, atau disingkat *Online* (Ahmad M, 2004).

Para pihak dalam perjanjian jual-beli *online* yaitu penjual, pembeli, *Acquirer* (pihak perantara penagihan dan perantara pembayaran), *issuer* (perusahaan *credit card* yang memberikan kartu), dan *Certification Authorities* (pihak ketiga yang netral yang memegang hak untuk mengeluarkan sertifikat kepada penjual, kepada *issuer*, dan dalam beberapa hal diberikan juga kepada *card holder*). Kegiatan manusia sebagai pencipta, pengembang dan pengguna teknologi-teknologi informasi dan komunikasi saat ini sedang mengarah kepada sesuatu yang memudahkan pengguna itu sendiri. Salah satunya dapat dilihat dari perkembangan media internet yang sangat pesat. Internet sebagai suatu media informasi dan komunikasi elektronik telah banyak dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan, antara lain yaitu untuk perdagangan. Kegiatan perdagangan dengan memanfaatkan media internet ini dikenal dengan istilah *electronic commerce*, atau disingkat *e-commerce*. *E-commerce* sebagai kontrak dagang elektronik yang terletak dalam bidang hukum perdata, khususnya hukum kontrak. Kontrak dagang elektronik ialah kontrak dagang yang menggunakan elektronik sebagai medianya dan juga mempunyai tempat di dunia internet (Mariam, 2001)

Transaksi jual-beli melalui toko *online* ini menjadi alternatif yang menarik dan sangat diminati pembeli, karena lebih mudah mencari barang yang diinginkan, dapat membandingkan harga, kemudian membayarnya dapat dilakukan dengan sangat mudah yaitu hanya dengan transfer atau bayar di tempat "*Cash On Delivery*" (COD), dan hanya menunggu barang datang tanpa harus keluar rumah sehingga lebih mudah dan simpel karena dapat dilakukan oleh siapa saja, kapan saja dan dimanapun juga. Seiring dengan berjalannya waktu, ternyata perkembangan teknologi dalam praktik jual-beli ini juga menimbulkan akses positif dan akses negatif. Internet membawa akses positif bagi pihak produsen, perantara, dan pelanggan. Produsen bisa

menjangkau lebih banyak konsumen, menentukan pasar sasaran secara lebih efektif, melayani konsumen lebih baik, memuaskan. Dalam transaksi melalui *online* semua formalitas yang bisa digunakan dalam transaksi konvensional dikurangi, di samping tentunya konsumen pun memiliki kemampuan mengumpulkan dan membandingkan informasi seperti barang dan jasa secara lebih leluasa tanpa dibatasi oleh batas wilayah (*borderless*).

Seorang pengusaha, pedagang (*vendor*) ataupun korporasi dapat *mendisplay* atau memostingkan iklan atau informasi mengenai produk-produknya melalui sebuah *website* atau situs, baik melalui situsnya sendiri atau melalui penyedia layanan *website* komersial lainnya. Jika tertarik, konsumen dapat menghubungi melalui *website* atau *guestbook* yang tersedia dalam situs tersebut dan memprosesnya lewat *website* tersebut dengan menekan tombol “*accept*”, “*agree*” atau “*order*”. Pembayaran pun dapat segera diajukan melalui penelitian nomor kartu kredit dalam situs tersebut.

Namun disamping beberapa keuntungan yang ditawarkan seperti yang telah disebutkan di atas, transaksi *online* juga menyodorkan beberapa permasalahan baik yang bersifat psikologis, hukum maupun ekonomis. Permasalahan yang bersifat psikologis misalnya kebanyakan calon pembeli dari suatu toko *online* merasa kurang nyaman dan aman ketika pertama kali melakukan keputusan pembelian secara *online* (Unggul Pambudi Putra & Java Creativity, 2013). Adanya keraguan atas kebenaran data, informasi atau *massage* karena para pihak tidak pernah bertemu secara langsung. Oleh karena itu, masalah kepercayaan (*trust*) dan itikad baik (*goodfaith*) sangatlah penting dalam menjaga kelangsungan transaksi. Objek dari suatu perjanjian intinya berupa prestasi baik berupa memberikan sesuatu, berbuat sesuatu, ataupun tidak berbuat sesuatu. Prestasi berupa benda harus diserahkan kepada pihak lainnya. Penyerahan tersebut dapat berupa penyerahan hak milik atau kenikmatannya saja, sedangkan prestasi yang berupa tenaga atau keahlian harus dilakukan oleh pihak-pihak yang “menjual” tenaga atau keahlian. Pihak yang berhak atas prestasi disebut kreditor, sedangkan pihak yang wajib memenuhi prestasi adalah debitor. Menurut Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih.

Dalam suatu perjanjian terkadang para pihak baik penjual ataupun pembeli melakukan wanprestasi, yaitu tidak berhasil memenuhi prestasi sesuai dengan yang diperjanjikan. Prof. Subekti mengklasifikasikan wanprestasi menjadi empat macam, yaitu: tidak berprestasi sama sekali, berprestasi tetapi terlambat atau tidak tepat waktu, berprestasi secara tidak sempurna, dan melakukan sesuatu yang dilarang dalam perjanjian. Ujung dari semua itu juga bisa berupa pemutusan kontrak. Wanprestasi ini adalah ganti kerugian berupa biaya, rugi atau bunga.

Perkembangan jual-beli *online* diatur di dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang disingkat dengan (UU ITE) hingga direvisi menjadi Undang-Undang No. 1 Tahun 2024 tentang ITE. Sebagai konsumen, harus jeli didalam membeli suatu barang. Biasanya di dalam suatu transaksi jual-beli secara *online* terdapat suatu perjanjian antara pelaku usaha dan konsumen. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Pasal 19 UU ITE menyatakan bahwa para pihak yang melakukan transaksi jual-beli melalui media elektronik maka harus menggunakan sistem elektronik juga yang disepakati. Sebelum melakukan transaksi elektronik, para pihak akan menyepakati sistem elektronik yang akan digunakan untuk melakukan transaksi, kecuali ditentukan lain oleh para pihak, transaksi elektronik terjadi pada saat penawaran transaksi yang dikirim pengirim telah diterima dan disetujui oleh penerima sebagai mana yang ditentukan dalam Pasal 20 ayat (1) Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Maka, transaksi elektronik baru terjadi apabila ada penawaran yang dikirimkan kepada penerima dan adanya persetujuan untuk menerima penawaran yang diterima secara elektronik. Pasal 20 ayat (2) Undang-Undang No. 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menyebutkan bahwa

“Persetujuan atas penawaran transaksi elektronik harus dilakukan dengan pernyataan penerimaan secara elektronik”

Tahapan selanjutnya setelah dicapainya persetujuan dari para pihak adalah melakukan pembayaran. Pembayaran dapat dilakukan dengan 6 sistem yaitu, tunai (*cash*), transfer melalui ATM, kartu kredit, acquirer, *Cash On Delivery*, atau perantara pihak ketiga seperti rekber (rekening bersama).

Jual-beli merupakan salah satu jenis perjanjian yang diatur dalam KUHPerdara, sedangkan jual-beli *online* pada dasarnya merupakan model transaksi jual-beli modern yang mengimplikasikan inovasi teknologi seperti internet sebagai media transaksi. Pelaksanaan jual-beli secara *online* dalam praktiknya menimbulkan beberapa permasalahan, misalnya, penjual yang seharusnya memberikan barang yang sesuai dengan yang diperjanjikan tetapi pada kenyataannya barang tersebut tidak sesuai, atau pembeli yang seharusnya bertanggung jawab untuk membayar sejumlah harga dari produk atau jasa yang dibelinya, tetapi tidak melakukan pembayaran. Bagi para pihak yang tidak melaksanakan tanggung jawabnya sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati maka dapat digugat oleh pihak yang merasa dirugikan untuk mendapatkan ganti rugi. Pasal 1320 KUHPerdara mengatur bahwa perjanjian harus memenuhi syarat sahnya perjanjian, yaitu 1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya, 2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan, 3. Suatu hal tertentu. 4. Suatu sebab yang halal.

Apabila empat syarat sahnya perjanjian tersebut terpenuhi, maka perjanjian tersebut sah dan mengikat bagi para pihak. Dalam hal ini, KUHPerdara menjadi regulasi hukum perikatan *non elektronik*, sehingga asas ini memberikan kebebasan kepada para pihak yang sepakat untuk membentuk suatu perjanjian dan menentukan sendiri bentuk serta isi suatu perjanjian.

Mengingat bahwa perjanjian yang dibuat melalui media internet adalah perjanjian standar atau perjanjian baku, maka seharusnya perjanjian tersebut juga harus memenuhi persyaratan yang telah ditentukan dalam Pasal 18 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), yaitu terkait dengan ketentuan pencantuman klausula baku dalam suatu perjanjian standar. Adapun ketentuan-ketentuan yang di kecualikan dalam Pasal 18 Ayat 1 huruf b Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) yaitu pelaku usaha atau pengusaha berhak tidak menerima barang atau jasa yang dikembalikan oleh konsumen. Bunyi ketentuan tersebut termasuk klausul yang tidak boleh dicantumkan atau ditaruh dalam perjanjian baku, karena tidak memenuhi hak-hak konsumen.

Hak-hak konsumen dalam Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah:

- a) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa

perlindungan konsumen secara patut;

- f) Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Perjanjian baku selalu dipersiapkan oleh pihak penjual/pelaku usaha secara sepihak, yang di dalamnya biasanya memuat syarat-syarat yang membatasi kewajiban penjual/pelaku usaha. Syarat-syarat tersebut dikenal dengan klausula eksensorasi, yang memiliki konsekuensi yuridis bahwa pihak pembelis

hanya memiliki dua alternatif, yaitu menerimanya atau menolaknya. Dari hal-hal yang telah diuraikan di atas itu telah menimbulkan rasa ketertarikan bagi penulis untuk menganalisis lebih lanjut mengenai perjanjian jual-beli *online*, maka dari itu penulis bermaksud menuangkannya dalam judul “tinjauan yuridis transaksi jual-beli melalui media *online* dan konsekuensi hukumnya”.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah penelitian normatif dengan menggunakan kajian pustaka, yaitu jenis penelitian dengan cara mengkaji dan meneliti berbagai literatur berupa buku, jurnal, makalah, peraturan, atau dokumen-dokumen lainnya yang berkaitan tentang transaksi jual beli melalui media online (e-commerce) dan konsekuensi hukumnya. Data hasil penelitian tersebut diperoleh melalui studi pustaka dan dianalisis secara deskriptif-kualitatif yuridis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Peraturan Jual Beli Melalui Media *Online* di Indonesia

Semakin pesatnya kemajuan teknologi, juga semakin mempengaruhi perkembangan perdagangan tanpa tatap muka (*faceless trading*). Seiring dengan kemunculan internet atau *interconnected network*, berkembang pula sistem perdagangan melalui transmisi elektronik atau *e-commerce*. Keberadaan *e-commerce* menawarkan praktek dagang yang lebih praktis dan lebih cepat bagi pihak penjual dan pembeli, serta mampu mempertemukan banyak pihak yang berada dalam wilayah berbeda dalam satu fasilitas yang bersifat *borderless* atau tanpa batas. Terdapat beberapa tahap pelaksanaan transaksi melalui *e-commerce*, yaitu (Onno W. Purbo & Aang Arif Wahyudi, 2001):

1. Tahap pra kontraktual sebelum pelaksanaan transaksi *e-commerce*. Secara umum ada lima tahapan pra kontraktual dalam jual beli melalui media *online* (internet), yaitu sebagai berikut (Sri Anggraini Kusuma Dewi, 2015):
 - a) Menentukan ide untuk berbisnis;
 - b) Melaksanakan riset pasar tentang prospek bisnis;
 - c) Menyiapkan bahan-bahan penunjang untuk menjalankan bisnis;
 - d) Membuat website sebagai identitas untuk perusahaan;
 - e) Menyebarkan promosi untuk mengundang pengunjung.

Berdasarkan transaksi *online order*nya, *e-commerce* terbagi menjadi lima tahapan dalam proses transaksi bisnis, yakni sebagai berikut (Haris Faulidi Asnawi, 2004):

- a) *Find it*, pada tahapan ini pembeli harus mengetahui dengan pasti dan mudah jenis barang yang dia inginkan, dengan fitur *search* (pencarian), pembeli dapat memperoleh tipe-tipe

barang yang diinginkannya, dan dengan fitur *browse* (menjelajah), pembeli dapat yang mengetahui jenis-jenis barang;

- b) *Explore it*, pada tahap ini pembeli akan menemukan keterangan lebih jelas mengenai barang yang dipilih tersebut yang terdiri dari informasi produk seperti harga dan gambar barang;
- c) *Select it*, pada tahap ini pembeli akan mendapatkan fitur *shopping cart* yang berguna untuk menyimpan terlebih dahulu barang yang diinginkan hingga siap untuk *check out*;
- d) *Buy it*, dalam tahap ini pembeli memproses *check out* yang dilakukan setelah proses transaksi pembayaran. Pihak *merchant* (penjual) tidak akan menarik pembayaran pada *credit card* hingga pembeli menyelesaikan proses perintah untuk pengiriman;
- e) *Ship it*, pada tahap ini pihak penjual akan mengirimkan *email* lain pada pembeli yang akan memberitahukan pengiriman barang yang telah dilakukan.

Tidak semua tawaran dalam prakontraktual *e-commerce* memiliki konsekuensi hukum. Terdapat beberapa kriteria tawaran yang tidak termasuk dalam arti hukum, yaitu (Muhammad Syaifuddin, 2012):

- a) Tawaran berupa ajakan melayani semata-mata, dalam hal ini terdapat suatu indikasi bahwa seseorang berkehendak untuk melakukan perundingan, namun tidak berkehendak untuk terikat dengan syarat-syarat yang telah disebutkan, daftar barang dagangan atau media dalam mengiklankan barang-barang untuk dijual adalah tawaran ajakan semacam itu;
- b) Tawaran yang berupa isapan jempol atau bualan semata, tidak ada seorang pun yang akan memperhatikan secara serius terhadap tawaran ini, seperti tawaran merek yang tertera dalam paket bahwa 'Merek X mencuci paling bersih'. Tawaran tersebut tidak akan dianggap sebagai tawaran tetap, namun tawaran tersebut hanya berupa bualan semata atau janji-janji yang akan diterima serius oleh orang awam;
- c) Tawaran yang hanya berupa pernyataan kehendak, artinya tawaran tersebut tidak bermaksud untuk membentuk dasar perjanjian. Misalnya, pada iklan pelelangan umum, terdapat informasi yang menyangkut suatu barang bahkan sampai harga dari barang tersebut.

Pelaksanaan hak dan kewajiban akan terjadi apabila para pihak dalam hal ini adalah pihak penjual dan pembeli telah menemukan kesepakatan untuk membuat dan memenuhi perjanjiannya, maka selanjutnya akan dilaksanakan proses pembayaran dan pengiriman barang atau jasa.

- 2. Tahap Kontraktual, pada tahap ini, pelaksanaan transaksi jual beli *e-commerce* muncul ketika penjual menyetujui pesanan pembeli atau konsumen tersebut yang dilakukan melalui fitur pada aplikasi tersebut atau melalui fitur komunikasi teks yang dikirim melalui *email* atau melalui *personal chat* lainnya yang ditujukan kepada pembeli. Hal ini sesuai dengan ketentuan Pasal 20 ayat (1) dan ayat (2) Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yaitu:

"(1) Kecuali ditentukan lain oleh para pihak, transaksi elektronik terjadi pada saat penawaran transaksi yang dikirim pengirim telah diterima dan disetujui penerima;

(2) Persetujuan atas penawaran transaksi elektronik sebagaimana yang dimaksud 2019 pada ayat (1) harus dilakukan dengan pernyataan penerimaan secara elektronik."

Penerimaan dapat terjadi tergantung pada penawaran yang ditawarkan kepada pembeli. Apabila penawaran dilakukan melalui *email* maka penerimaannya dilakukan melalui *email*, karena penawaran hanya ditujukan melalui sebuah *email* yang dituju sehingga hanya

pemegang *email* tersebut yang mendapatkan balasan atas penawaran. Apabila penawaran terjadi melalui *website*, maka penawaran tersebut ditujukan untuk seluruh masyarakat yang membuka *website* tersebut, karena semua pihak dapat masuk ke dalam *website* yang berisikan penawaran atas suatu barang yang ditawarkan oleh penjual.

Setiap orang yang berminat untuk membeli barang yang ditawarkan tersebut dapat membuat kesepakatan dengan penjual atau pelaku usaha yang menawarkan barang atau jasa tersebut. Pada transaksi jual beli *online* khususnya melalui *website*, biasanya calon pembeli akan memilih barang tertentu yang ditawarkan oleh penjual atau pelaku usaha, dan apabila calon pembeli atau konsumen tersebut tertarik untuk membeli salah satu barang yang ditawarkan, maka barang itu akan disimpan (*keep*) terlebih dahulu sampai calon pembeli atau konsumen merasa yakin akan pilihannya, selanjutnya pembeli akan memasuki tahap pembayaran.

Pembayaran dalam jual beli dalam media *online* dilakukan atas kesepakatan antara pembeli dan penjual. Umumnya, pembeli akan menghubungi penjual melalui *email* atau nomor telp/Hp yang tertera pada produk yang diiklankan. Kemudian Penjual akan menyodorkan perjanjian yang sudah dipersiapkannya terlebih dahulu kepada pembeli dalam bentuk perjanjian baku. Lalu kedua belah pihak akan menyepakati transaksi tersebut, dan menentukan metode pembayarannya seperti pembayaran melalui transfer bank atau *cash on delivery* (COD). Jika terjadi kendala pada jarak pengiriman barang, maka setelah pembeli telah mengirimkan bukti pembayaran barang atau jasa yang telah mereka pesan, pihak penjual akan mengirimkan barang tersebut melalui jasa pengiriman dengan ongkos kirim yang dibebankan kepada pihak pembeli atau sesuai dengan kesepakatan antara penjual dengan pembeli.

Pada dasarnya, jual beli melalui media *online* sama dengan jual beli pada umumnya. Jual beli terjadi ketika ada kesepakatan mengenai barang atau jasa yang diperjualbelikan serta harga atas barang atau jasa tersebut, yang membedakan hanya pada media yang digunakan. Jika pada jual beli konvensional para pihak harus bertemu langsung disuatu tempat guna menyepakati mengenai apa yang akan diperjualbelikan serta berapa harga atas barang atau jasa tersebut. Sedangkan dalam transaksi *e-commerce*, proses transaksi yang terjadi memerlukan media *online* (internet) sebagai media utamanya, sehingga proses jual beli terjadi tanpa perlu adanya pertemuan langsung antar para pihak. Selain itu, biasanya pada transaksi jual beli melalui media *online* penjual akan menyediakan perjanjian yang telah dibuatnya terlebih dahulu dalam bentuk perjanjian baku kepada pembeli untuk disetujui, sehingga pembeli hanya dapat memiliki pilihan untuk menerima atau menolak kesepakatan tersebut.

Transaksi jual beli melalui media *online* melibatkan beberapa pihak, baik yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung, tergantung pada kompleksitas transaksi yang dilakukan. Pihak-pihak dalam transaksi jual beli melalui media elektronik, antara lain (Edmond Makarim, 2000):

- a) Penjual atau pelaku usaha (*merchant*) yang menawarkan produknya melalui media online sebagai pelaku usaha. Untuk menjadi penjual, maka suatu pihak harus mendaftarkan dirinya sebagai *merchant account* pada sebuah bank, tentunya ini dimaksudkan agar penjual dapat menerima bayaran dari *customer* dalam bentuk *credit card*;
- b) Pembeli atau konsumen yaitu setiap pihak yang tidak dilarang oleh Undang-Undang untuk menerima penawaran dari penjual atau pelaku usaha yang berkeinginan untuk melakukan transaksi jual beli produk yang ditawarkan oleh penjual atau pelaku usaha. Konsumen yang berbelanja melalui media *online* dapat berstatus perorangan atau

perusahaan. Apabila konsumen merupakan pihak perorangan, maka yang perlu diperhatikan dalam transaksi jual beli melalui media *online* adalah sistem pembayaran yang akan digunakan, apakah pembayaran dilakukan dengan mempergunakan transfer bank, *credit card* (kartu kredit), *Cash on Delivery* (COD) atau dimungkinkan pembayaran dilakukan secara manual/*cash*. Hal ini penting untuk diperhatikan mengingat tidak semua konsumen yang akan berbelanja di internet adalah pemegang kartu kredit/*card holder*;

- c) Bank sebagai media penyalur dana dari pembeli sebagai konsumen kepada penjual atau pelaku usaha. Pada transaksi jual beli melalui media *online* penjual dan pembeli tidak berhadapan langsung, sebab kedua belah pihak berada pada lokasi yang berbeda sehingga pembayaran dapat dilakukan melalui perantara bank;
- d) Provider atau penyedia jasa layanan akses internet. Penyedia jasa layanan internet provider berkewajiban untuk dapat menyediakan layanan akses internet selama 24 jam.

Setelah proses pembayaran, proses selanjutnya adalah pengiriman. Pengiriman merupakan suatu proses yang dilakukan setelah pembayaran atas barang yang ditawarkan oleh penjual kepada pembeli selesai dilakukan, dalam hal ini pembeli berhak atas penerimaan barang termaksud dan penjual memiliki kewajiban untuk mengirimkan barang yang telah dipesan oleh pembeli. Kemudian, barang yang dijadikan sebagai objek perjanjian dikirimkan oleh penjual kepada pembeli dengan biaya pengiriman sebagaimana harga yang telah disepakati oleh penjual dan pembeli dalam perjanjian tersebut.

3. Tahap pasca kontraktual dalam transaksi jual beli *e-commerce*. Pada tahap ini jika di kemudian hari terjadi sengketa antara penjual dengan pembeli setelah selesainya transaksi, maka para pihak dapat menentukan penyelesaian sengketa pada forum litigasi (Pengadilan) atau penyelesaian sengketa alternatif seperti negosiasi, mediasi, konsiliasi, atau arbitrase.

Transaksi jual beli yang terjadi melalui media internet itu sah dan mengikat para pihak apabila perjanjian elektroniknya memenuhi syarat sahnya suatu perjanjian. Hal ini sesuai dengan ketentuan Pasal 1338 ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata), yang berbunyi:

“Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”.

Transaksi jual beli melalui media *online* dapat dilakukan berdasarkan kontrak elektronik atau bentuk kontraktual lainnya sebagai bentuk kesepakatan yang dilakukan oleh para pihak. Perjanjian jual beli online dianggap sah apabila telah memenuhi syarat sahnya kontrak pada transaksi jual beli melalui media online. Syarat sah kontrak pada transaksi jual beli *online* atau *e-commerce* tercantum pada Pasal 46 ayat (2) Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggara Sistem dan Transaksi Elektronik, yaitu:

“(2) Perjanjian elektronik dianggap sah apabila:

- a) Terdapat kesepakatan para pihak;
- b) Dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau subjek hukum yang berwenang mewakili sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- c) Terdapat hal tertentu;
- d) Objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, serta ketertiban umum.”

Ketentuan ini selaras dengan ketentuan pasal 1320 KUHPerdata tentang syarat sahnya perjanjian (R. Subekti & R. Tjitrosudibio, 2006). Pemenuhan terhadap syarat sahnya suatu perjanjian khususnya mengenai perjanjian jual beli secara *online*, tidak dapat terlepas dari konsep

dasar hukum perjanjian sebagaimana yang termuat dalam pasal 1313 KUHPerdara:

“Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih”.

Bentuk-bentuk tanggung jawab penjual dalam transaksi jual beli melalui media *online* berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, antara lain yaitu:

- a) *Contractual liability* yaitu tanggung jawab perdata terhadap dasar perjanjian atau kontrak dari penjual atas kerugian yang dialami oleh pembeli akibat mengkonsumsi barang yang dihasilkan.
- b) *Produk liability* yaitu tanggung jawab perdata terhadap produk secara langsung (*strict liability*) dari penjual selaku pelaku usaha, atas kerugian yang dialami oleh pembeli selaku konsumen akibat menggunakan produk yang dihasilkan oleh penjual. Pertanggungjawaban tersebut didasarkan pada pertanggungjawaban terhadap perbuatan melawan hukum (*tortius liability*). Unsur-unsur dalam *tortius liability* antara lain unsur perbuatan melawan hukum, kesalahan, hubungan kausal antara perbuatan melawan hukum dengan kerugian yang timbul, dan kerugian.
- c) *Professional liability* yaitu tanggung jawab penjual sebagai pemberi jasa atas kerugian yang dialami oleh pembeli selaku konsumen sebagai akibat memanfaatkan atau menggunakan jasa yang telah diberikannya.
- d) *Criminal liability* yaitu pertanggungjawaban pidana dari penjual selaku pelaku usaha sebagai hubungan antara penjual dengan negara.

Tanggung jawab dari penjual terhadap permasalahannya dengan pembeli dibagi menjadi 3 (tiga) bagian dasar, antara lain (Mariam Darus Badruzaman, 2001):

- a) Tanggung jawab terhadap informasi

Penjual wajib memberikan informasi atas produk (barang) yang ditawarkannya kepada pembeli agar pembeli tidak salah untuk mengkonsumsi produk tersebut. Standar umum terkait informasi yang harus diberitahukan kepada pembeli antara lain mengenai harga, kualitas, dan keterangan-keterangan lainnya yang dapat membantu pembeli dalam memutuskan untuk membeli barang sesuai dengan kebutuhan dan kualitas dari barang tersebut. Tanggung jawab informasi dalam transaksi melalui media *online* terbagi menjadi 3 (tiga) bagian dasar, yaitu:

- I. Tanggung jawab informasi atas iklan, maksudnya penawaran yang dilakukan oleh penjual atas produk berupa barang bergerak maupun barang tidak bergerak atau jasa. Sehingga barang atau jasa tersebut harus dapat memuat keterangan yang tidak menimbulkan salah interpretasi terhadap pembeli, serta melaksanakan kode etik dalam periklanan, yaitu iklan yang dibuat harus jujur, bertanggungjawab dan tidak bertentangan dengan ketentuan, kesusilaan dan hukum yang berlaku, iklan tidak boleh menyinggung perasaan atau merendahkan martabat, agama, tata susila, adat, budaya, suku, golongan, serta iklan harus dijiwai oleh asas persaingan yang sehat.
- II. Tanggung jawab informasi atas perjanjian elektronik, yaitu kewajiban dalam memberikan keterangan yang diberikan oleh pihak penjual kepada pembeli untuk melakukan pengikatan pada tahapan transaksi yang menghasilkan hak dan kewajiban terhadap masing-masing pihak.
- III. Tanggung jawab informasi atas pilihan hukum (*choise of law*) dan yurisdiksi. Salah satu kondisi yang harus ada dalam transaksi jual beli melalui media *online* adalah

mengenai yurisdiksi dan pilihan hukum. Yurisdiksi merupakan kekuasaan atau kompetensi hukum suatu negara terhadap orang, benda atau peristiwa hukum, maksudnya kewenangan untuk mengadili suatu kasus atau sengketa.

b) Tanggung jawab atas produk

Tanggung jawab atas penjual didasarkan pada pertanggungjawaban produk (*product liability*), yaitu tanggung jawab perdata secara langsung atas produk yang juga terdapat pertanggungjawaban didasarkan pada perbuatan melawan hukum (*tortius liability*). Unsur yang terdapat dalam *tortius liability* merupakan unsur perbuatan melawan hukum, kerugian, kesalahan, dan hubungan kausal antara perbuatan melawan hukum dengan kerugian yang muncul.

c) Tanggung jawab atas keamanan

Jaringan transaksi jual beli melalui media *online* harus memiliki kemampuan untuk menjamin keamanan dan keandalan arus informasi. Penjual harus menyediakan sistem jaringan untuk mengontrol keamanan. Sistem keamanan dalam media internet harus menjadi mekanisme yang aman dalam hal pembayaran yang dilakukan oleh pembeli pada suatu *website*.

Ketentuan yang mengatur tentang perjanjian terdapat pada Buku III KUHPerdata. Ketentuan tersebut memiliki sifat terbuka artinya ketentuan-ketentuannya dapat dikesampingkan, sehingga berfungsi hanya mengatur saja. *E-commerce* merupakan dampak dari perkembangan teknologi yang memberikan implikasi pada berbagai sektor. Implikasi tersebut juga berdampak pada sektor hukum. Secara khusus, belum terdapat pengaturan terhadap *e-commerce* di Indonesia yang mengatur mengenai masalah tersebut. Umumnya, pengaturan mengenai *e-commerce* masih menggunakan ketentuan-ketentuan dalam Buku III KUHPerdata khususnya pengaturan mengenai masalah perjanjian, selain itu pengaturan jual beli melalui media *online* juga masih diatur dalam Undang-Undang No. 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dan Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.

Berdasarkan pembahasan di atas, Menurut penulis perjanjian dalam *e-commerce* dapat terjadi antara kedua belah pihak apabila salah satu pihak telah berjanji kepada pihak yang lain untuk melakukan sesuatu, dimana perjanjian yang terjadi dalam *e-commerce* itu menggunakan dasar pasal 1313 KUHPerdata sebagai pedomannya. Sehingga syarat sahnya suatu perjanjian yang termuat dalam KUHPerdata harus diperhatikan agar penggunaan atas aturan perjanjian di Indonesia yang secara umum menggunakan KUHPerdata dapat diterapkan, serta perjanjian dalam *e-commerce* dapat diakui keabsahannya.

Perjanjian dalam *e-commerce* jika ditinjau dengan hukum perjanjian di Indonesia yang bersumber pada KUHPerdata adalah sah karena telah memenuhi syarat yang diharuskan baik syarat objektif maupun syarat subjektif. Sebagaimana halnya perjanjian pada umumnya (konvensional), perjanjian dalam transaksi *e-commerce* secara tidak langsung harus memenuhi asas-asas perjanjian dalam KUHPerdata:

a) Asas Kebebasan Berkontrak

Bahwa setiap pihak bebas untuk membuat atau tidak membuat perjanjian, bebas untuk menentukan dengan siapa akan membuat perjanjian, bebas untuk menentukan apa saja yang menjadi obyek perjanjian, serta bebas untuk menentukan penyelesaian sengketa apabila terjadi sengketa dikemudian hari. Namun kebebasan tersebut juga memiliki batasan yang tidak dapat dilanggar, dalam artian bahwa para pihak dilarang membuat perjanjian yang

bertentangan dengan hukum, agama, kesopanan, kesusilaan, dan ketertiban umum yang berlaku di masyarakat (Abdul Ghafur Anshori, 2010). Asas kebebasan berkontrak ini termaktub dalam ketentuan pasal 1338 KUHPerdara yang menyatakan bahwa:

“Semua perjanjian yang dibuat secara sah, berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”.

Dengan menekankan kata ‘semua’ maka pasal tersebut seakan-akan berisikan suatu pernyataan kepada masyarakat tentang diperbolehkannya untuk membuat suatu perjanjian apa saja selama dibuat secara sah dan perjanjian tersebut akan mengikat mereka yang membuatnya seperti undang-undang (Subekti & R. Tjitrosudibio, 2006). Penulis memahami bahwa ‘asas kebebasan para pihak untuk berkontrak’ memberikan kebebasan kepada para individu untuk membuat suatu perjanjian.

Sifat Buku III KUHPerdara yang bersifat terbuka memiliki arti bahwa KUHPerdara memungkinkan untuk adanya perjanjian yang belum diatur dalam KUHPerdara, jadi para pihak dapat membuat perjanjian yang belum diatur secara konkrit, namun tetap harus sesuai dengan asas dan syarat sahnya suatu perjanjian dalam KUHPerdara, dengan kata lain perjanjian tersebut boleh mengkesampingkan peraturan-peraturan yang termuat dalam Buku III KUHPerdara. Kontrak/perjanjian jual beli dalam transaksi *e-commerce* merupakan suatu bentuk kesepakatan antara kedua belah pihak terhadap suatu perjanjian yang telah ada, dimana kesepakatan terhadap perjanjian tersebut menimbulkan keterikatan antar para pihaknya yang dalam hal ini yaitu antara penjual selaku pelaku usaha dengan pembeli sebagai konsumen. Sehingga berdasarkan hal tersebut, maka asas kebebasan berkontrak seharusnya juga dipraktikkan dalam kontrak/perjanjian transaksi *e-commerce*.

Perjanjian dalam transaksi *e-commerce* merupakan suatu hasil dari kesepakatan antara para pihak yang terlibat didalamnya, meskipun dalam kenyataannya perjanjian tersebut bukanlah merupakan suatu hasil negosiasi yang berimbang antara kedua belah pihak. Namun perjanjian tersebut merupakan suatu bentuk perjanjian yang dapat dikategorikan sebagai perjanjian baku yaitu suatu perjanjian yang dibuat sebelum adanya suatu kesepakatan, dan dibuat oleh salah satu pihak untuk diberikan kepada pihak yang lainnya, kemudian pihak yang lain tersebut hanya dapat menyetujui perjanjian tersebut.

Tanpa adanya kesepakatan maka perjanjian tersebut dapat dibatalkan. Suatu pihak tidak dapat dipaksa untuk menyetujui atau memberi kata sepakatnya dalam suatu perjanjian (Yosi Krisharyawan, 2015). Asas kebebasan berkontrak berkaitan dengan isi perjanjian, yaitu kebebasan menentukan untuk menentukan ‘apa’ dan ‘dengan siapa’ perjanjian itu diadakan. Perjanjian yang dibuat sesuai dengan pasal 1320 KUHPerdara mempunyai kekuatan hukum mengikat bagi pihak yang sepakat untuk mengikat dirinya dengan perjanjian tersebut, sehingga dengan adanya asas kebebasan berkontrak serta sifat terbuka dari Buku III KUHPerdara, maka para pihak dalam perjanjian jual beli *e-commerce* seharusnya bebas untuk menentukan isi dari perjanjian yang disepakati yang pada akhirnya akan mengikat bagi kedua belah pihak. Berdasarkan penjelasan tersebut maka pemenuhan asas kebebasan berkontrak dalam membuat perjanjian jual beli dalam *e-commerce* belum terpenuhi.

b) Asas Konsensualisme

Asas konsensualisme sering didefinisikan bahwa kesepakatan dibutuhkan untuk lahirnya suatu perikatan dalam perjanjian. Pengertian ini tidak tepat karena maksud asas konsensualisme ini adalah perjanjian dapat muncul ketika terjadi suatu kesepakatan. Dengan demikian, apabila tercapai kesepakatan antara para pihak, maka lahir pula

perjanjian, walaupun perjanjian tersebut belum dilaksanakan pada saat itu. Hal ini menunjukkan bahwa dengan tercapainya kesepakatan oleh para pihak melahirkan hak dan kewajiban bagi mereka atau bisa juga disebut bahwa perjanjian tersebut sudah bersifat *obligatoir*, yakni melahirkan kewajiban bagi para pihak untuk memenuhi perjanjian yang telah mereka sepakati tersebut.

Asas konsensualisme ini tidak berlaku bagi semua jenis perjanjian karena asas ini hanya berlaku terhadap perjanjian konsensual sedangkan terhadap perjanjian formal dan perjanjian real, asas tersebut tidak berlaku (Ahmadi Miru, 2014). Dalam transaksi jual beli melalui *e-commerce* perjanjian yang terjadi antara penjual dengan pembeli bukan hanya sekedar perjanjian yang diucapkan secara lisan, namun suatu perjanjian yang tertulis, dimana perjanjian tertulis tersebut dalam transaksi jual beli melalui *e-commerce* tidak seperti perjanjian konvensional yang menggunakan kertas, melainkan suatu bentuk tertulis yang menggunakan data digital atau *digital message* atau kontrak *paperless*, yang berarti kehendak untuk mengikatkan diri dari para pihak timbul karena adanya persamaan kehendak, perjanjian dalam *e-commerce* terjadi ketika pihak penjual menyerahkan *form* yang berisi perjanjian sedangkan pembeli melakukan persetujuan terhadap isi perjanjian tersebut.

c) Asas Itikad Baik

Asas itikad baik ini tercantum dalam ketentuan Pasal 1338 KUHPerdara, yang intinya menyatakan bahwa setiap perjanjian yang sah wajib untuk dilaksanakan oleh pihak-pihak yang sepakat untuk mengadakannya dengan itikad baik. Doktrin mengenai itikad baik ini, merupakan doktrin yang esensial dari suatu perjanjian yang sudah dikenal sejak lama dengan doktrin *Pacta Sunt Servanda*. Doktrin *Pacta Sunt Servanda* memiliki makna bahwa objek dari suatu perjanjian intinya berupa prestasi baik berupa:

- a) Untuk memberikan sesuatu (*to give something*),
- b) Berbuat sesuatu (*to do something*), ataupun
- c) Tidak berbuat sesuatu (*not to do something*).

Pihak yang berhak atas prestasi disebut kreditor, sedangkan pihak yang wajib memenuhi prestasi adalah debitor. Dalam suatu perjanjian terkadang pihak debitor melakukan wanprestasi, yaitu tidak berhasil memenuhi prestasi sesuai dengan yang diperjanjikan (Abdul Ghafur Anshari, 2010). Itikad baik tidak dapat disamakan dengan niat, tetapi itikad baik dapat didefinisikan sebagai pelaksanaan terhadap suatu perjanjian secara adil, patut, dan layak.

Perjanjian dalam *e-commerce* dapat terjadi ketika salah satu pihak setuju dengan apa yang telah ditawarkan oleh pihak lainnya. Sebelum pembeli setuju untuk melakukan transaksi jual beli, pihak pembeli diharuskan untuk membaca mengenai persyaratan atau yang biasa dikenal dengan *user agreement* atau *conditions of use*, sehingga ketika pembeli telah membaca dan memahami apa yang menjadi persyaratan, maka dibutuhkan sesuatu itikad baik dan kejujuran untuk memenuhi apa yang telah disyaratkan, seperti mengenai batasan umur. Begitu pula dengan penjual, setelah adanya perjanjian yang telah disepakati oleh kedua belah pihak, maka penjual harus segera melaksanakan kewajibannya untuk melakukan pengiriman barang yang dibeli sesuai dengan kondisi yang dimaksud oleh pembeli, tentunya dengan ketentuan setelah adanya pembayaran lunas dari pembeli (Yosi Krisharyawan, 2015).

Informasi elektronik adalah isi percakapan atau komunikasi melalui media internet antara penjual dengan pembeli yang dapat dijadikan salah satu alat untuk membuktikan dan

menerangkan perjanjian yang terjadi antara para pihak. Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang No. 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menyebutkan bahwa:

“Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah.”

Ketika terjadi sengketa atau pelanggaran pada transaksi jual beli melalui media *online*, maka harus ada pembuktian. Berdasarkan Pasal 1865 KUHPdata, suatu peristiwa yang menjadi dasar hak harus dibuktikan oleh penggugat. Artinya, jika terdapat gugatan atas ganti kerugian didasarkan peristiwa wanprestasi, penggugat perlu membuktikan (Zulham, 2013):

- a) Adanya hubungan perikatan (kontrak, perjanjian);
- b) Adanya bagian-bagian dari kewajiban yang tidak dipenuhi oleh pelaku usaha; dan
- c) Timbulnya kerugian bagi konsumen.

Dalam hal pembuktian pada transaksi jual beli melalui media *online*, sebagaimana yang diatur dalam Pasal 44 Undang-Undang No. 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, alat pembuktian dalam kegiatan transaksi elektronik meliputi alat bukti (Firman Tumantara, 2016):

- a) Alat bukti sebagaimana yang dimaksud dalam Perundang-undangan; dan
- b) Alat bukti lain berupa dokumen elektronik dan informasi elektronik.

Berdasarkan Pasal 44, menurut penulis suatu transaksi jual beli tidak dapat disangkal keabsahannya hanya karena bukti transaksi jual beli tersebut semata-mata dalam bentuk elektronik. Semua hal yang berkaitan dengan proses tawar-menawar atau percakapan yang terjadi melalui situs *online* (*email, fax, sms, dan media elektronik lainnya*) artinya dapat juga digunakan sebagai alat untuk membuktikan dan menerangkan kontrak atau perjanjian yang terjadi antara para pihak dalam hal ini adalah penjual dan pembeli.

Dalam proses jual beli melalui media *online*, sebelum lahirnya kontrak terdapat kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi secara lengkap dan benar mengenai identitas pelaku usaha, syarat dan ketentuan kontrak, serta deskripsi produk sebagaimana tercantum dalam Pasal 9 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik:

“Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik harus menyediakan informasi secara lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Yang dimaksud sebagai “informasi yang lengkap dan benar” meliputi:

- a) Informasi mengenai identitas, status subjek hukum, dan kompetensinya, baik sebagai produsen, pemasok, penyelenggara ataupun perantara;
- b) Informasi lain yang menjelaskan hal-hal tertentu yang menjadi syarat sahnya perjanjian serta menjelaskan barang atau jasa yang ditawarkan, seperti nama, alamat, dan deskripsi barang atau jasa.”

Berdasarkan Pasal 9 Undang-Undang No. 1 Tahun 2024, pihak penjual harus memberikan keterangan secara lengkap terkait dengan penawaran atau promosi/iklan terhadap barang atau jasa yang mereka tawarkan secara *online* untuk menghindari kemungkinan adanya tuntutan hukum dari pihak pembeli dan terjadinya pembatalan demi hukum atas perjanjian yang dibuat. Menurut penulis, ketentuan di atas merupakan salah satu dari syarat sahnya suatu perjanjian berdasarkan Pasal 1320 KUHPdata yaitu suatu kausa/sebab yang halal, yang artinya tidak boleh bertentangan dengan Undang-Undang, dan jika tidak dipenuhi maka perjanjian tersebut dikatakan batal demi hukum.

Para pihak yang melakukan transaksi jual beli melalui media *online* khususnya penjual wajib untuk beriktikad baik dalam menyediakan informasi mengenai syarat-syarat kontrak, produsen dan produk secara lengkap dan benar, dalam Pasal 17 Undang-Undang No. 1 Tahun 2024 tentang

Informasi dan Transaksi Elektronik ayat (1) dan (2). Kontrak elektronik dalam transaksi elektronik, harus memiliki kekuatan hukum yang sama dengan kontrak konvensional. Oleh karena itu, kontrak elektronik harus juga mengikat para pihak sebagaimana Pasal 18 ayat (1) Undang-Undang No. 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menyebutkan bahwa:

“Transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak”.

Seperti halnya perjanjian konvensional, berdasarkan Pasal 18 ayat (2) Undang-Undang No. 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik para pihak memiliki kebebasan untuk dapat memilih hukum yang berlaku untuk perjanjian transaksi jual beli melalui media *online* yang sifatnya internasional. Berkaitan dengan hal ini, Pasal 18 ayat (3) Undang-Undang No. 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menyatakan bahwa:

“apabila para pihak tidak melakukan pilihan hukum dalam transaksi elektronik, maka hukum yang berlaku didasarkan pada asas hukum perdata internasional.”

Pada Pasal 18 ayat (4) Undang-Undang No. 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik disebutkan bahwa para pihak memiliki kewenangan untuk menetapkan forum pengadilan, arbitrase, atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya yang berwenang menangani sengketa yang mungkin timbul dari transaksi elektronik internasional. Sehingga baik pihak penjual atau pembeli dapat memilih forum penyelesaian sengketa yang timbul dalam transaksi jual beli melalui *e-commerce*.

Berdasarkan apa yang telah penulis uraikan diatas, pengaturan jual beli melalui media *online* telah diatur dalam beberapa peraturan dimulai dari Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, serta Buku III KUHPerdata. Peraturan yang lebih spesifik mengenai transaksi *e-commerce* juga diatur di dalam Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

B. Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dari Perjanjian Baku dalam Praktik Jual Beli Melalui Media *Online*

Perlindungan hukum merupakan kewajiban Negara Republik Indonesia terhadap warganya demi menciptakan ketertiban umum dan melindungi warga negaranya dari kerugian yang diakibatkan oleh tindak kejahatan atau pelanggaran pihak lainnya. Pada transaksi jual beli melalui media *online* juga membutuhkan perlindungan hukum terlebih terhadap pembeli atau konsumen yang memiliki posisi daya tawar menawar yang lebih rendah daripada penjual atau pelaku usaha. Hal ini disebabkan oleh penggunaan klausula baku. Pada perjanjian baku dalam transaksi bisnis, perjanjian yang dihasilkan bukan melalui proses negosiasi yang seimbang antara para pihak, tetapi perjanjian tersebut terjadi dengan cara penjual telah menyiapkan syarat-syarat baku pada suatu formulir perjanjian yang sudah dicetak dan kemudian ditunjukkan kepada pembeli untuk disetujui dengan hampir tidak memberikan kebebasan sama sekali kepada pembeli untuk melakukan negosiasi atas syarat-syarat yang disodorkan. Perjanjian inilah yang dinamakan dengan kontrak standar atau klausula baku atau perjanjian adhesi (Sutan Remy Sjahdeini, 1993).

Klausula baku merupakan model perjanjian yang merupakan subsistem dalam sistem hukum perdata. Sebagai subsistem hukum perdata, maka isi perjanjian baku haruslah tunduk pada prinsip-prinsip (asas-asas) hukum perjanjian dan norma-norma hukum perjanjian yang diatur dalam Buku III KUHPerdata (Abdul Hakim Siagian, 2014). Namun seringkali, klausula baku

bersifat berat sebelah dan mengandung klausul yang tidak wajar sehingga memberatkan bagi pihak lainnya, akibatnya perjanjian antara penjual dan pembeli menjadi perjanjian yang menindas dan tidak adil. Dalam suatu transaksi, tidak adanya keseimbangan dalam tawar menawar tersebut menyebabkan posisi tawar-menawar pembeli kalah dari posisi penjual, karena pembeli tidak dapat memiliki posisi dominan seperti penjual. Selain itu, pembeli atau konsumen tidak memiliki pilihan lain selain mengikuti keinginan penjual atau pelaku usaha.

Klausula baku dalam perjanjian merupakan upaya pengalihan tanggung jawab dari penjual kepada pembeli yang seharusnya tidak diperbolehkan oleh undang-undang. Menurut Sluijter, klausula baku bukanlah sebuah perjanjian, sebab kedudukan pengusaha dalam perjanjian tersebut adalah seperti pembentuk undang-undang swasta (*legio particuliere wetgever*). Syarat-syarat yang ditentukan pengusaha dalam klausula itu adalah undang-undang, bukan perjanjian (Abdul Kadir Muhammad, 2006). Sedangkan menurut Sutan Remy Sjahdeini, klausula baku adalah perjanjian yang hampir seluruh klausul-klausulnya dibakukan oleh pemakainya dan pihak yang lain tidak memiliki peluang untuk menegosiasikan atau meminta perubahan (Celina Tri Sini Kristiyanti, 2008). Ciri-ciri perjanjian baku atau klausula baku antara lain adalah sebagai berikut (Melisa Aquaria Putri, 2020):

- a) Isinya ditetapkan secara sepihak oleh kreditor yang memiliki posisi relatif lebih kuat daripada debitor;
- b) Debitor sama sekali tidak dapat ikut serta dalam menentukan isi perjanjian tersebut;
- c) Terdorong oleh kebutuhannya, debitor terpaksa untuk menerima perjanjian tersebut;
- d) Bentuknya dibuat tertulis;
- e) Dipersiapkan terlebih dahulu secara masal atau individual oleh salah satu pihak.

Faktor-faktor penyebab perjanjian baku menjadi sangat berat sebelah adalah sebagai berikut (M. Arsyad Sanusi, 2001):

- a) Kurangnya atau tidak adanya kesempatan bagi konsumen untuk melakukan tawar menawar, sehingga konsumen hanya disodorkan perjanjian dan tidak memiliki kesempatan untuk mengetahui isi kontrak tersebut;
- b) Karena penyusunan perjanjian secara sepihak, maka pihak penyedia dokumen (penjual) memiliki cukup banyak waktu untuk memikirkan klausul-klausul dalam dokumen tersebut, bahkan mungkin saja penjual sudah berkonsultasi dengan para ahli atau dokumen tersebut justru dibuat oleh para ahli, sedangkan pembeli tidak memiliki kesempatan dan seringkali tidak familiar dengan klausul-klausul tersebut;
- c) Pembeli menempati posisi tawar yang sangat tertekan, akibatnya pembeli hanya dapat bersikap *'take it or leave it'*.

Ketentuan mengenai klausula baku dalam suatu perjanjian diatur secara ringkas oleh Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pada prinsipnya Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tidak melarang penjual untuk membuat perjanjian yang memuat klausula baku atas setiap dokumen atau perjanjian transaksi usaha perdagangan barang dan jasa, selama perjanjian baku atau klausula baku tersebut tidak mencantumkan ketentuan sebagaimana yang dilarang dalam Pasal 18 ayat (1) Undang-Undang No. 1 Tahun 2024 tentang Perlindungan Konsumen, serta tidak 'berbentuk' seperti yang dimaksud pada Pasal 18 ayat (1) dan ayat (2). Apabila ketentuan tersebut dilanggar, maka mengacu pada Pasal 1320 KUHPerdara mengenai salah satu syarat sah perjanjian yang berupa 'suatu kausa/sebab yang halal' maka perjanjian tersebut dinyatakan batal demi hukum.

Perjanjian baku berkaitan dengan 2 (dua) ruang lingkup hukum yaitu hukum perjanjian dan

hukum perlindungan konsumen. Dalam ruang lingkup hukum perlindungan konsumen, perjanjian baku diperbolehkan dan diakui eksistensinya selama tidak melanggar syarat-syarat yang telah ditentukan oleh Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Larangan dalam penggunaan klausula baku ini bertujuan demi melindungi pembeli atau konsumen dari kemungkinan diterapkannya syarat-syarat yang merugikan atau tidak adil dalam perjanjian baku (Melisa Aquaria Putri, 2020). Berdasarkan Pasal 18 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, larangan klausula baku dikaitkan dengan dua hal, yaitu konten dan bentuk penelitiannya. Dari segi kontennya, perjanjian baku dilarang memuat klausula-klausula yang tidak adil. Sedangkan dari segi bentuk penelitiannya, klausula-klausula itu harus dituliskan secara sederhana, jelas dan terang, sehingga dapat mudah dibaca dan dimengerti dengan baik oleh konsumen.

Dalam ruang lingkup hukum perjanjian, perjanjian baku berbeda dengan perjanjian pada umumnya. Sebab perjanjian baku hampir tidak memberikan kebebasan sama sekali kepada pembeli sebagai konsumen untuk melakukan negosiasi atas syarat-syarat yang disodorkan, sehingga seringkali perjanjian baku bertentangan dengan asas 'kebebasan berkontrak'. Sementara, jika salah satu pihak sudah menandatangani suatu perjanjian maka perjanjian tersebut mengikat dan menjadi undang-undang bagi mereka yang mengikatkan dirinya.

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen merupakan bentuk campur tangan negara untuk memberikan perlindungan terhadap pembeli atau konsumen, dalam Pasal 18 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen memuat peraturan yang membatasi kebebasan subjek hukum untuk membuat perjanjian baku. Pasal 18 ayat (1) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menentukan melarang penjual untuk membuat perjanjian baku berupa:

- a) Pernyataan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha (penjual);
- b) Pernyataan bahwa pelaku usaha (penjual) berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen (pembeli);
- c) Pernyataan bahwa pelaku usaha (penjual) berhak untuk menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang atau jasa yang dibeli oleh konsumen (pembeli);
- d) Pernyataan pemberian kuasa dari konsumen (pembeli) kepada pelaku usaha (penjual) baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melakukan semua tindakan sepihak berkaitan dengan barang yang dibeli oleh konsumen (pembeli) secara angsuran;
- e) Mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli dan dimanfaatkan oleh konsumen (pembeli);
- f) Pemberian hak kepada pelaku usaha (penjual) untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen (pembeli) yang menjadi objek jual beli jasa;
- g) Pernyataan tentang tunduknya konsumen (pembeli) kepada aturan baru, tambahan, lanjutan atau pengubahan lanjutan yang dibuat secara sepihak oleh pelaku usaha (penjual) ketika masa konsumen (pembeli) masih memanfaatkan jasa yang dibelinya;
- h) Pernyataan bahwa konsumen (pembeli) memberikan kuasa kepada pelaku usaha (penjual) untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai, atau hak jaminan terhadap barang yang dibeli oleh konsumen (pembeli) secara angsuran.

Selanjutnya Pasal 18 ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen melarang penjual (pelaku usaha) untuk mencantumkan klausula baku pada perjanjian yang letak atau bentuknya sulit terlihat, atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau klausula baku yang pengungkapannya sulit untuk dimengerti. Apabila penjual melanggar ketentuan terkait pencantuman klausula baku sebagaimana yang termaktub dalam Pasal 18 ayat (1) dan (2), maka sesuai dengan ketentuan Pasal 18 ayat (3) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, perjanjian baku tersebut dinyatakan

batal demi hukum. Batal demi hukum artinya syarat-syarat dalam perjanjian tersebut dianggap tidak pernah ada.

Apabila ketentuan Pasal 18 dilanggar maka selain perjanjian tersebut dianggap tidak pernah ada, penjual juga dapat dikenakan sanksi pidana. Berdasarkan Pasal 62 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, sanksi terhadap pelanggaran Pasal 18 tersebut diancam hukuman pidana penjara maksimal 5 (lima) tahun atau pidana denda maksimal sebesar Rp.2.000.000.000,00 (dua miliar) rupiah.

Hak pembeli untuk mengajukan gugatan sengketa jual beli melalui media *online* terdapat pada Pasal 38 ayat (1) dan ayat (2) yang menyatakan bahwa:

(1) “Setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap para pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik atau menggunakan teknologi informasi yang menimbulkan kerugian”.

(2) “Masyarakat dapat mengajukan gugatan secara perwakilan terhadap pihak yang menyelenggarakan sistem elektronik atau menggunakan teknologi informasi yang berakibat merugikan masyarakat, sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Perlindungan hukum terhadap konsumen terhadap pembeli dapat dilakukan pada saat sebelum terjadinya transaksi (*no conflict/pre-purchase*) dan setelah terjadinya transaksi (*conflict/post-purchase*). Perlindungan hukum terhadap pembeli sebelum terjadinya transaksi (*no conflict/pre-purchase*) dapat dilakukan dengan cara antara lain (Johanes Gunawan, 1999):

- a) *Legislation*, yaitu perlindungan hukum terhadap pembeli atau konsumen yang dilakukan sebelum terjadinya transaksi dengan memberikan perlindungan kepada pembeli melalui peraturan perundang-undangan yang telah dibuat. Sehingga dengan adanya peraturan perundang-undangan tersebut diharapkan pembeli dapat memperoleh perlindungan sebelum terjadinya transaksi, karena terdapat batasan-batasan dan ketentuan yang telah mengatur transaksi antara pembeli dengan penjual. Pada kasus transaksi jual beli melalui media *online*, peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang perlindungan hukum terhadap pembeli adalah Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik peraturan tentang *e-commerce* juga tercantum di dalam Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, dan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dan Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 tentang Pedangangan
- b) *Voluntary Self Regulation*, yaitu perlindungan hukum terhadap pembeli yang dilakukan pada saat sebelum terjadinya transaksi, yaitu penjual atau pelaku usaha secara sukarela membuat peraturan bagi dirinya sendiri untuk berhati-hati dan waspada dalam menjalankan usahanya.

Perlindungan hukum konsumen pada saat setelah terjadinya transaksi (*conflict/post purchase*) dapat dilakukan melalui tiga forum berdasarkan pilihan para pihak yang bersengketa khususnya bagi pembeli atau konsumen dalam transaksi jual beli melalui media *online* untuk menyelesaikan sengketa berkaitan dengan penggunaan perjanjian baku yang merugikan pembeli, sebagaimana berikut (Himawan Bayu Aji, 2022):

- a) Penyelesaian penyelesaian sengketa alternatif forum negosiasi, konsultasi, konsiliasi, mediasi, dan penilaian ahli;
- b) Penyelesaian sengketa konsumen melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK);
- c) Penyelesaian sengketa konsumen melalui Pengadilan.

Hal ini selaras dengan ketentuan Pasal 45 ayat (2) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang memberikan pilihan terhadap pembeli selaku konsumen untuk menentukan bentuk penyelesaian sengketa yang akan dipilihnya. Pasal 45 ayat (2)

menyatakan:

“penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa”.

Berdasarkan ketentuan ini, dapat disimpulkan bahwa terdapat dua bentuk penyelesaian sengketa transaksi jual beli melalui media *online*, yaitu melalui jalur pengadilan dan di luar jalur pengadilan (penyelesaian sengketa alternatif. Hal ini dikuatkan dengan ketentuan Pasal 39 ayat (2) Undang-Undang No. 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang menjelaskan bahwa gugatan yang dimaksud untuk penyelesaian sengketa dapat melalui proses penyelesaian sengketa melalui peradilan atau penyelesaian sengketa alternatif. Pasal 39 ayat (2) berbunyi:

“Selain penyelesaian gugatan perdata sebagaimana dimaksud pada ayat (1), para pihak dapat menyelesaikan sengketa melalui arbitrase, atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan”.

Meski terdapat sanksi untuk penggunaan perjanjian baku, namun penggunaan perjanjian baku yang dinilai merugikan pembeli masih banyak terjadi. Pada tahun 2021, Kementerian Perdagangan mencatat sebanyak 8.949 konsumen membuat pengaduan pada sektor jual beli melalui media *online* (*e-commerce*). Pengaduan di sektor jual beli melalui media *online* meliputi sektor makanan dan minuman, jasa transportasi, pengembalian dana (*refund*), pembelian barang yang tidak sesuai dengan perjanjian atau rusak, barang tidak diterima konsumen, pembatalan sepihak oleh penjual atau pelaku usaha, waktu kedatangan barang tidak sesuai dengan yang dijanjikan, penipuan belanja daring, penggunaan aplikasi media social yang tidak berfungsi, dan penggunaan perjanjian baku yang samar dan sulit dimengerti (Veri Angrijono, 2021).

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian yang telah dipaparkan, penulis dapat memberikan analisis bahwa pelaksanaan transaksi jual beli barang melalui media *online* atau *e-commerce* belum dapat memberikan perlindungan hukum yang lengkap kepada pembeli atau konsumen khususnya pada permasalahan perjanjian baku yang merugikan pembeli. Selain Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik peraturan tentang *e-commerce* juga tercantum di dalam Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dan Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Indonesia masih belum memiliki perangkat hukum yang khusus mengatur tentang *cyberspace*, *e-commerce* terlebih peraturan tersebut juga secara tegas mengatur mengenai penggunaan perjanjian baku dalam transaksi *e-commerce* antara pembeli dan penjual.

Berdasarkan pemaparan penulis, perlu adanya perlindungan hukum terhadap pembeli atau konsumen dalam transaksi jual beli melalui media *online* (*e-commerce*) yang juga mengatur tentang penggunaan perjanjian baku pada transaksi jual beli melalui media *online*. Karena perlindungan hukum tersebut merupakan suatu kebutuhan yang mendesak, maka dibutuhkan suatu peraturan perundang-undangan yang mengatur secara khusus mengenai transaksi jual beli melalui media *online* (*e-commerce*) yang juga mengatur penggunaan perjanjian baku dalam transaksi *e-commerce*. Hal ini disebabkan karena peraturan perundang-undangan yang ada terutama peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai perlindungan konsumen tidak cukup untuk mengakomodasi kebutuhan tersebut.

KESIMPULAN

1. Peraturan jual beli melalui media *online* hanya diatur dalam beberapa peraturan seperti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang ITE, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, serta Buku III KUHPerdata. Peraturan yang lebih spesifik mengenai transaksi *e-commerce* juga diatur di dalam Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Namun hingga hari ini Indonesia belum memiliki peraturan yang mengatur penggunaan perjanjian baku pada transaksi jual beli melalui media *online*.
2. Perlindungan hukum terhadap pembeli sebelum terjadinya transaksi (*no conflict/pre-purchase*) dapat dilakukan dengan cara *legislation* yaitu membuat peraturan demi melindungi pembeli dari kerugian akibat ketidakseimbangan isi dari kontrak baku, seperti ketentuan Pasal 18 ayat (1) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 yang memuat bentuk klausula baku yang dilarang dan Pasal 18 ayat (2) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 yang melarang adanya klausula baku yang sulit dimengerti dan samar untuk dibaca oleh pembeli, serta berdasarkan Pasal 62 ayat (1) bagi yang melanggar ketentuan Pasal 18 ayat (1) dan (2) dapat dikenakan pidana berupa pidana penjara maksimal 5 tahun atau pidana denda maksimal sebesar Rp.2.000.000.000 rupiah. Sedangkan perlindungan hukum terhadap pembeli setelah terjadinya transaksi (*conflict/post-purchase*) dapat dilakukan melalui Pengadilan Negeri atau penyelesaian sengketa oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen sesuai pilihan pihak yang bersengketa. Namun perlindungan tersebut dinilai belum cukup mengingat masih banyaknya aduan perjanjian baku yang merugikan pembeli.

DAFTAR REFERENSI

- Abdul Halim dan Teguh Prasetyo. 2006. *Bisnis E-Commerce*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, 2011. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Raja grafindo Persada.
- Asser's, C. 1991. *Pengkajian Hukum Perdata Belanda*. Diterjemahkan oleh Sulaeman. Jakarta: Dian Rakyat.
- Asyhadie, Zaeni. 2012. *Hukum Bisnis Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ayu, Dewi. 2014. *Kontrak Jual-beli Elektronik*. Jakarta: Permata.
- Asnawi, Haris Faulidi. 2004. *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*. Yogyakarta: Magistra Insania Press.
- Candra Ahmdi & Dadang hermawan. 2017. *E-Business dan E-Commerce*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Danim, Sudarwan. 2002. *Menjadi Penulis Kualitatif Rancangan Metodologi, Presentasi, dan Publikasi Hasil Penelitian untuk Mahasiswa dan Penelitian Pemula Bidang Ilmu Sosial, Pendidikan, dan Humaniora*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Darus Badruzaman, Mariam. 1996. *K.U.H. Perdata Buku III Hukum Perikatan, dengan Penjelasan*. Cetakan I. Bandung: Alumni.
- Darus Badruzaman, Mariam. 2001. *Kompilasi Hukum Perikatan*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2005. *Kamus Besar Ikhtisar Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Diana, Anastasia. 2001. *Mengenal E-Business*. Yogyakarta: Andi Offset.

-
- Ghofur Anshori, Abdul. 2010. *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Gunawan, Johanes. 1999. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung. Universitas Katolik Parahyangan.
- Harahap, Yahya. 1986. *Segi-Segi Hukum Perjanjian*. Bandung: Alumni.
- HS, Salim. 2008. *Hukum Kontrak, Teori & Teknik Penyusunan Kontrak*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Jehani, Libertus. 2007. *Pedoman Menyusun Surat Perjanjian*. Jakarta Selatan: Transmedia Pustaka.
- Mahmud Marzuki, Peter. 2005. *Penelitian Hukum*, Edisi Pertama, Cetakan Ke-5. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- M. Ramli, Ahmad. 2004. *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia*. Jakarta: Refika Aditama.
- Miru, Ahmadi. 2007. *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Miru, Ahmadi. 2014. *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Moleong, Lexy. J. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, Abdulkadir. 2006. *Hukum Perikatan*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Oka Setiawan, I Ketut. 2014. *Hukum Perdata Mengenai Perikatan*. Jakarta: FH-Utama.
- Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi. 2001. *Mengenal e-Commerce*. Jakarta. Elex Media Komputindo.
- Pamungkasih, Rini. 2009. *101 Draf Surat Perjanjian (Kontrak)*. Yogyakarta: Gradien Mediatama.
- Prodjodikoro, Wirjono. 2003. *Hukum Perdata Tentang Persetujuan-Persetujuan Tertentu*. Bandung: Sumur.
- Remy Sjahdeini, Sutan. 1993. *Kebebasan Berkontrak dan Perlindungan yang Seimbang Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Kredit Bank di Indonesia*. Jakarta: Institut Bankir Indonesia.
- Riyanto, Adi. 2004. *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*. Jakarta: Granir.
- Sanusi, M. Arsyad. 2001. *E-Commerce: Hukum dan Solusinya*. Bandung: Mizan Geafika Sarana.
- Siagian, Abdul Hakim. 2014. *Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Melalui Perjanjian Baku dan Asas Kepatutan Dalam Perlindungan Konsumen*. Medan: UMSU Press.
- Soerjo Soekanto & Sri Mamudji. 2003. *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tujuan Singkat*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Subekti & R. Tjitrosudibio. 2006. *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Buku III, tentang Perikatan-Perikatan Yang Dilahirkan Dari Kontrak Atau Perjanjian*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Subekti. 2005. *Hukum Perjanjian*. Jakarta: Intermasa.
- Suharnoko. 2012. *Hukum Perjanjian (Teori dan Analisis Kasus)*. Jakarta: Kencana.
- Sukandar, Dadang. *Membuat Surat Perjanjian*. Yogyakarta: Andi Offset, 2011.
- Sunarso, Siswanto. 2009. *Hukum Informasi Dan Transaksi Elektronik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Syahroni, Ridwan. 2000. *Seluk Beluk dan Asas-Asas Hukum Perdata*. Bandung: Alumni.
- Syaifuddin, Muhammad. 2012. *Hukum Kontrak Memahami Hukum Kontrak dalam Perspektif Filsafat, Teori, Dogmatik, dan Praktik Hukum (Seri Pengayaan Hukum Perikatan)*. Bandung: Mandar Maju.
- Tiena Masriani, Yulies. 2008. *Pengantar Hukum Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Tumantara, Firman. 2016. *Hukum Perlindungan Konsumen (Filosofi Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Politik Hukum Negara Kesejahteraan)*. Malang: Setara Press.
-

- Tri Siwi Kristiyanti, Celina. 2008. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Unggul Pambudi Putra dan Java Creativity. 2013. *Sukses Jual-beli Online*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Yudha Hernoko, Agus. 2003. *Hukum Perjanjian (Azas Proporsionalitas Dalam Kontrak Komersial)*. Jakarta: Kencana.
- Zad, Mestika. 2008. *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Zulham. 2013. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

JURNAL

- Achjari, Didi. "Potensi Manfaat dan Problem di E-Commerce", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol.15 No.3 (2011).
- Atikah, Ika. "Pengaturan Hukum Transaksi Jual Beli Online (E-Commerce) Di Era Teknologi". *Muamalatuna Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*. Vol. 10 No. 2 (2018).
- Bayu Aji, Himawan. "Pengaturan Jual Beli secara Online berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik". *Jurnal Hukum Progresif*. Vo. 10 No. 1c(April 2022).
- Ikhsan, Viola Annisa. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Melalui Platform E-Commerce Di Indonesia". *Dharmasisya Jurnal Program Magister Hukum FH UI*. Vol. 2 No. 10 (2020).
- Iskandar, M. Roji. "Pengaturan Klausula Baku Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dan Hukum Perjanjian Syariah". *Amwaluna Jurnal Ekonomi Syariah*. Vol. 1 No. 2 (2017).
- Kalangi, Alice. "Kedudukan Dan Kekuatan Mengikat Perjanjian Transaksi Melalui Internet (E-Commerce)". *Lex Privatum*. Vol. 2 No. 4 (2015).
- Kasmi & Adi Nurdian Candra. "Penerapan E-Commerce Berbasis *Business To Consumers* untuk Meningkatkan Penjualan Produk Makanan Ringan Khas Pringsewu", *Jurnal: Prodi Manajemen Informatika*. Vol.15 No.2, (2017).
- Krisharyawan, Yosi. "Tinjauan Hukum Mengenai Transaksi Jual Beli Melalui Situs Belanja Online Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen". *Jurnal Privat Law*. Vol. 7 (2015).
- Kusuma Dewi, Sri Anggraini. "Perjanjian Jual Beli Barang Melalui Elektronik Commerce (E-Com)". *Jurnal Ilmiah Teknologi dan Informasi ASIA (JITIKA)*. Vol. 9 No. 2 (2015).
- Latianingsih, Nining. "Prinsip Tanggung jawab Pelaku Usaha Dalam Transaksi Elektronik Menurut Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 11 No. 2 (2012).
- Putri, Melisa Aquaria. "Klausula Baku Dalam Suatu Perjanjian Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen". *Jurnal Gagasan Hukum*, Vol. 2 No. 2 (2020).
- Rizka Astari, Fenty. "Perlindungan Hak Konsumen Akibat Aturan Klausula Baku Usaha Karaoke Keluarga Di Pekanbaru Ditinjau Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen". *JOM Fakultas Hukum*, Vol. 3 No. 1 (2016).
- Wahyudiyono, "Transaksi E-Commerce Masyarakat Jawa Timur". *Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*. Vol.6 No. 3 (2016).

INTERNET

- Anggrijono, Veri. 7 Januari 2022. Catat Pengaduan Konsumen 2021, E-Commerce Kembali Mendominasi. Diakses pada tanggal 25 April 2024. [Kemendag Catat Pengaduan Konsumen 2021, E-Commerce Kembali Mendominasi - Kementerian Perdagangan Republik Indonesia](#).