

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS  
KERUGIANNYA AKIBAT WANPRESTASI PENJUAL DALAM  
TRANSAKSI JUAL BELI SECARA ONLINE**

**(Studi di kota malang)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Kesarjanaan  
Dalam Ilmu Hukum**

**Disusun Oleh:  
NANIK WAHYUNI  
0610110140**



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL  
FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
MALANG  
2010**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS  
KERUGIANNYA AKIBAT WANPRESTASI PENJUAL DALAM  
TRANSAKSI JUAL BELI SECARA ONLINE**

(Studi di kota malang)

Oleh

**NANIK WAHYUNI**

**NIM. 0610110140**

Skripsi ini telah disahkan oleh Dosen Pembimbing pada tanggal:

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

**Indrati, S.H.,M.S.**  
NIP. 19480222 198003 2 001

**Sentot. P. Sigito, S.H..M.Hum.**  
NIP. 19600423 198601 1 002

Mengetahui

Ketua Bagian Hukum Perdata

**Rachmi Sulistyarini, S.H.,M.H.**  
NIP. 19611112 198601 2 001

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN**  
**ATAS KERUGIANNYA AKIBAT WANPRESTASI PENJUAL**  
**DALAM TRANSAKSI JUAL BELI SECARA ONLINE**  
**(STUDI DI KOTA MALANG)**

Disusun Oleh :  
**NANIK WAHYUNI**  
**NIM. 0610110140**

Skripsi ini telah disahkan oleh Dosen Pembimbing Pada tanggal:

Pembimbing Utama  
Pendamping

Pembimbing

**(Indrati, SH. MS.)**  
**NIP. 19480222 198003 2 001**

**(Sentot P. Sigito, SH. MHum.)**  
**NIP. 19600423 198601 1 002**

Ketua Majelis Penguji

Ketua Bagian Hukum Perdata

**(Indrati, SH. MS.)**  
**NIP. 19480222 198003 2 001**

**(Rachmi Sulistyarini, SH. MH)**  
**NIP. 19611112 198601 2 001**

Mengetahui  
Dekan Fakultas Hukum Universitas Brawijaya

**(Herman Suryokumoro, SH. MS.)**  
**NIP. 19560528 198503 1 002**

## KATA PENGANTAR

Segala puji penulis panjatkan ke hadirat Allah Bapa Yang Maha Kuasa karena telah memberikan bimbingan, perlindungan, dan kekuatan kepada penulis, sehingga atas izinnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Kerugiannya Akibat Wanprestasi Penjual Dalam Transaksi Jual Beli Online” sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar kesejaraan dalam ilmu hukum pada Fakultas Hukum Universitas Brawijaya Malang.

Penulisan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Melalui kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan rasa penghargaan, penghormatan, dan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Herman Suryokumoro, S.H., M.S., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Brawijaya Malang.
2. Ibu Rachmi Sulistyarini, S.H., M.H., selaku Ketua Bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Brawijaya Malang, yang telah memberi masukan dan dukungan selama ini.
3. Ibu Indrati S.H., M.S., selaku Dosen Pembimbing Utama yang dengan segala kesabarannya telah memberikan masukan dan bimbingannya kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Bapak Sentot P. Sigito S.H., M.Hum., selaku Dose Pembimbing Pendamping yang telah meluangkan waktu serta kesabarannya dan memberikan ilmu serta masukan dan bimbingannya kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

5. Seluruh Dosen FH-UB atas ilmu hukum yang telah diberikan kepada penulis selama ini dan juga untuk seluruh staf karyawan FH-UB.
6. Seluruh responden toko online dan konsumen yang tidak dapat penulis sebutkan disini satu persatu atas informasi yang telah diberikan.

Selain itu perkenankanlah penulis menghaturkan rasa terimakasih dan rasa hormat kepada:

- Papa dan Mama yang selama ini mendukung, mendoakan, dan memberikan semangat kepada penulis dalam mengerjakan tugas akhir ini.
- KokoYudi, yang membantu memberikan pengarahan kepada penulis.
- Koko Hari tercinta yang selalu memberikan dukungan, doa, dan sarana dan prasarana dalam bentuk waktu ataupun tenaga.
- Nopi yang sudah memberi tambahan wawasan kepada penulis.
- Semua keluarga besar tongan yang ikut memberikan dukungan kepada penulis.
- Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu di sini, yang tanpa pertolongannya, penulis tidak akan mampu untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini, sehingga diharapkan saran dan kritik yang membangun demi kemajuan penulis. Semoga tulisan ini dapat menjadi ilmu yang bermanfaat bagi yang membacanya.

Malang, Oktober 2010

Penulis

**DAFTAR ISI**

|  |      |
|--|------|
| LEMBAR PERSETUJUAN .....                                     | i    |
| LEMBAR PENGESAHAN .....                                      | ii   |
| KATA PENGANTAR .....   | iii  |
| DAFTAR ISI .....   | v    |
| DAFTAR GAMBAR .....  | vii  |
| DAFTAR TABEL .....   | viii |
| DAFTAR LAMPIRAN .....  | ix   |
| ABSTRAKSI .....  | x    |
| <br><b>BAB I : PENDAHULUAN</b>                               |      |
| Latar belakang .....   | 1    |
| Rumusan Masalah .....  | 9    |
| Tujuan Penelitian .....                                      | 9    |
| Manfaat Penelitian .....                                     | 9    |
| Sistematika Penelitian .....                                 | 10   |
| <br><b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA</b>                         |      |
| Tinjauan Umum Tentang Perjanjian .....                       | 12   |
| Tinjauan Umum Tentang Perjanjian Jual Beli .....             | 25   |
| Tinjauan Umum Tentang Perdagangan Elektronik .....           | 29   |
| Tinjauan Umum Tentang Wanprestasi .....                      | 41   |
| Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen .....            | 47   |
| Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online ..... | 58   |



**BAB III: METODE PENELITIAN**

|  |    |
|--|----|
| Jenis Penelitian .....                         | 67 |
| Metode Pendekatan Penelitian .....             | 67 |
| Lokasi Penelitian .....                        | 68 |
| Jenis Data dan Sumber Data .....               | 68 |
| Populasi, Sampel, dan Responden .....          | 69 |
| Teknik Pengumpulan Data .....                  | 71 |
| Teknik Analisa Data .....                      | 72 |
| Definisi Operasional Variabel Penelitian ..... | 72 |

**BAB IV: PEMBAHASAN**

|  |     |
|--|-----|
| Gambaran Umum Transaksi Jual Beli Online .....   | 75  |
| Gambaran Umum Responden .....  | 90  |
| Jika Penjual Sebagai Pelaku Usaha Toko Online Melakukan Wanprestasi<br>Dalam Bentuk Penyerahan Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Yang<br>Diperjanjikan Kepada Konsumen ..... | 99  |
| Upaya Penyelesaian Yang Ditempuh Oleh Para Pihak Akibat<br>Wanprestasi Pelaku Usaha Toko Online .....  | 113 |

**BAB V: PENUTUP**

|                  |     |
|------------------|-----|
| Kesimpulan ..... | 122 |
| Saran .....      | 123 |

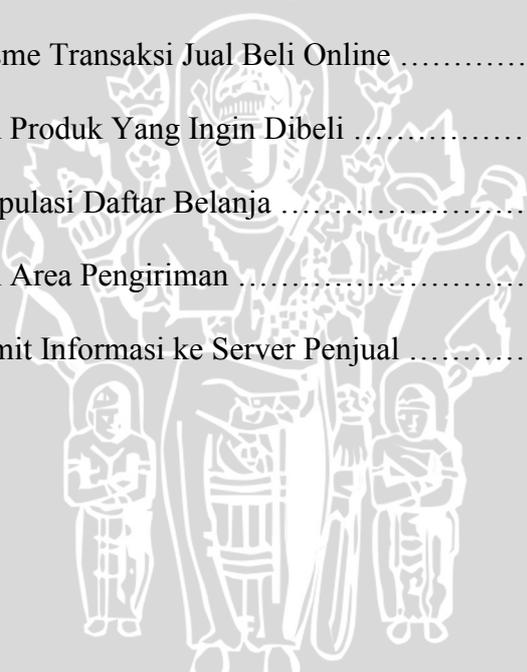
**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



**DAFTAR GAMBAR**

|              |  |    |
|--------------|--|----|
| Gambar 4.1.  | Mencari Barang Yang Diinginkan .....             | 76 |
| Gambar 4.2.  | Memasukkan Ke Keranjang Belanja .....            | 77 |
| Gambar 4.3.  | Proses Check Out .....                           | 78 |
| Gambar 4.4.  | Konfirmasi Pembayaran .....                      | 79 |
| Gambar 4.5.  | Mengisi Data Formulir Konfirmasi Pembayaran..... | 79 |
| Gambar 4.6.  | Pantau Status Barang .....                       | 81 |
| Gambar 4.7.  | Konfirmasi Penerimaan Barang .....               | 81 |
| Gambar 4.8.  | Mekanisme Transaksi Jual Beli Online .....       | 83 |
| Gambar 4.9.  | Memilih Produk Yang Ingin Dibeli .....           | 87 |
| Gambar 4.10. | Memanipulasi Daftar Belanja .....                | 87 |
| Gambar 4.11. | Memilih Area Pengiriman .....                    | 88 |
| Gambar 4.12. | Me-submit Informasi ke Server Penjual .....      | 89 |



**DAFTAR TABEL**

|            |  |     |
|------------|--|-----|
| Tabel 4.1. | Jumlah Pelaku Usaha Toko Online di Kecamatan Lowokwaru dan Kecamatan Blimbing .....                          | 90  |
| Tabel 4.2. | Jenis Produk Barang Atau Jasa Yang Ditawarkan oleh Pelaku Usaha Toko Online di Kota Malang .....             | 91  |
| Tabel 4.3. | Jenis Kelamin konsumen .....   | 96  |
| Tabel 4.4. | Alasan Konsumen Membeli barang melalui internet .....  | 97  |
| Tabel 4.5. | Kendala yang dihadapi Konsumen ketika melakukan transaksi jual beli online .....                             | 98  |
| Tabel 4.6  | Wanprestasi dalam bentuk penyerahan barang yang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan kepada konsumen ..... | 100 |
| Tabel 4.7. | Upaya Penyelesaian yang Ditempuh Para Pihak .....  | 113 |
| Tabel 4.9. | Bentuk Upaya penyelesaian yang ditempuh para pihak akibat wanprestasi oleh Pelaku Usaha Toko Online .....    | 115 |



## DAFTAR LAMPIRAN

### A. Surat-surat

1. Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
2. Surat Penelitian dari Badan Kesatuan Bangsa dan Perlindungan Masyarakat Kota Malang
3. Surat Pernyataan Keaslian Skripsi

- ### B.
1. Contoh Gambar Proses Penawaran Produk Barang atau Jasa melalui website Tokopedia
  2. Term & Conditions website Tokopedia
  3. Proses Transaksi Jual Beli di Tokopedia
  4. Contoh Gambar Proses Penawaran Produk Barang atau Jasa melalui website Indonetwork
  5. Term & Conditions website Indonetwork
  6. Contoh Perjanjian baku toko online di facebook
  7. Contoh Perjanjian baku toko online

## ABSTRAKSI

NANIK WAHYUNI, Hukum Perdata Bisnis, Fakultas Hukum Universitas Brawijaya Malang, Oktober 2010, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Kerugiannya Akibat Wanprestasi Penjual Dalam Transaksi Jual Beli Online (studi di Kota Malang)*, Indrati S.H.M.S.;Sentot P. SigitoS.H.M.Hum.

Dalam penulisan skripsi ini penulis membahas mengenai Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Kerugiannya Akibat Wanprestasi Penjual Dalam Transaksi Jual Beli Online. Hal ini dilatarbelakangi oleh banyaknya pelanggaran hak-hak konsumen dalam bentuk wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha toko online. Oleh sebab itu penulis ingin mengkaji bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen jika penjual sebagai pelaku usaha toko online melakukan wanprestasi dalam bentuk penyerahan barang yang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan kepada konsumen dan upaya penyelesaian yang ditempuh oleh pihak konsumen yang dirugikan akibat wanprestasi pelaku usaha toko online tersebut.

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan fakta-fakta hukum yang merupakan bentuk wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha toko online dan mengetahui dan mendeskripsikan kerugian yang diderita konsumen dan upaya yang ditempuh konsumen untuk memperjuangkan hak-haknya akibat dirugikan penjual termasuk meneliti hambatan-hambatan yang dialaminya.

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Blimbing dan Kecamatan Lowokwaru Kota Malang. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis sosiologis. Populasi terdiri dari pihak penjual barang dan jasa dan konsumen yang melakukan transaksi jual beli secara online.

Berdasarkan data di lapangan, diketahui bentuk-bentuk wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha bermacam-macam seperti konsumen menerima barang dalam kondisi rusak/cacat sebanyak 11 (sebelas) orang, barang terlambat dikirim sebanyak 30 (tiga puluh) orang, barang dan tidak dikirim meskipun telah dibayar sebanyak 3 (tiga) orang, dan barang yang diperjualbelikan tidak sesuai dengan kualitas yang diperjanjikan sebanyak 47 (empat puluh tujuh) orang. Wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha toko online tersebut, telah melanggar Pasal 4 U.U No. 8 Tahun 1999 (U.U.P.K) tentang hak-hak konsumen. Pelanggaran terhadap hak-hak konsumen menimbulkan konsekuensi bagi pelaku usaha untuk memenuhi tanggung jawabnya dengan memberikan ganti rugi baik dalam bentuk uang maupun barang kepada konsumen yang dirugikan tersebut. Tanggung jawab pelaku usaha diatur dalam Pasal 19, Pasal 20, Pasal 21, Pasal 24, Pasal 25, Pasal 26, dan Pasal 27 U.U.P.K.

Sedangkan upaya yang dapat digunakan dalam hal terjadi sengketa konsumen adalah Pasal 45 ayat (1) jo Pasal 48 U.U.P.K dan Pasal 45 ayat (2) jo Pasal 47 U.U.P.K, yaitu penyelesaian sengketa konsumen tersebut dapat dilakukan di luar pengadilan atau di dalam pengadilan. Menurut data yang diperoleh, mayoritas responden lebih menyukai penyelesaian sengketa dilakukan

di luar pengadilan dalam bentuk mengajukan klaim kepada penjual dan minta uang kembali sebanyak 50 (lima puluh) orang atau mengajukan klaim kepada penjual untuk ditukar dengan barang yang baru sebanyak 33 (tiga puluh tiga) orang. Yang memilih mengadakan ke lembaga perlindungan konsumen sebanyak 3 (tiga) orang dan ada juga konsumen yang membiarkan dan tidak membeli lagi di toko online tersebut sebanyak 1 (satu) orang. Sedangkan yang memilih menyelesaikan melalui pengadilan sebanyak 4 (empat) orang.

Dalam prakteknya ada beberapa pelaku usaha yang cenderung mengabaikan kewajibannya untuk memberikan ganti rugi kepada konsumen dengan membuat klausula baku yang isinya menyatakan bahwa pelaku usaha menolak penyerahan kembali barang oleh konsumen. Setiap konsumen yang membeli barang di tempat tersebut dianggap telah menyetujui klausula baku tersebut. Perbuatan pelaku usaha tersebut bertentangan dengan Pasal 18 U.U.P.K tentang klausula baku dan terancam batal demi hukum sesuai dengan ketentuan Pasal 18 ayat (4) U.U.P.K.

Dalam rangka memberikan perlindungan hukum bagi konsumen maka perlunya peningkatan pengawasan dari pemerintah terhadap perdagangan barang dan jasa yang dilakukan secara online dan pembentukan aturan pelaksana sebagaimana diamanatkan UU ITE serta peningkatan penyuluhan oleh dinas terkait. Bagi konsumen perlu pembudidayaan "*gethok tular*" dan bagi kedua pihak perlu menyadari hak dan kewajiban masing-masing sehingga transaksi jual beli online yang dilakukan tidak merugikan salah satu pihak.



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Hadirnya masyarakat informasi yang diyakini merupakan salah satu agenda penting masyarakat dunia di milenium ke tiga, antara lain ditandai dengan pemanfaatan teknologi informasi yang semakin meluas dalam berbagai aktivitas kehidupan manusia, bukan saja di negara-negara maju tetapi juga di negara-negara berkembang termasuk Indonesia. Fenomena ini pada gilirannya telah menempatkan informasi sebagai komoditas ekonomi yang sangat penting dan menguntungkan.

Komputer sebagai alat bantu manusia dengan didukung perkembangan teknologi informasi telah membantu akses dalam jaringan publik (*public network*) atau internet dalam melakukan pemindahan data dan informasi. Keberadaan internet dirasakan sebagai sesuatu yang penting, mengingat jangkauannya yang luas (*borderless*) dan bersifat global, sehingga mempermudah dalam menyebarkan informasi dan menjalin komunikasi dengan sesama pengguna internet.

Menurut sejarah, internet pertama kali muncul pada tahun 1969 di Amerika Serikat, dimana dibentuk suatu jaringan komputer di *University of California* di *Los Angeles*, *University of California* di *Santa Barbara*, *University of Utah* dan Institut *Penelitian Stanford*.<sup>1</sup> Proyek yang didanai oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat dengan nama *Advances Researches Project Agency* (ARPA). ARPA atau ARPANET ini didesain untuk mengadakan sistem

---

<sup>1</sup> Mariam Darus Badruzaman, *Kompilasi Hukum Perikatan*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001, hal 267

dsentralisasi internet.<sup>2</sup> Lalu sekitar tahun 1980, YAYASAN Nasional Ilmu Pengetahuan (National Science Foundation) memperluas ARPANET untuk menghubungkan komputer seluruh dunia. Internet, termasuk *electronic mail* (E-mail) yang berkembang sampai tahun 1994, memperkenalkan *World Wide Web* (www).

Penggunaan internet yang semakin luas dalam kegiatan bisnis, industri dan rumah tangga, telah mengubah pandangan masyarakat dari kegiatan yang sifatnya fisik, menjadi kegiatan di dunia maya yang tidak memerlukan kegiatan fisik. Transaksi jual beli yang pada awalnya bersifat konvensional perlahan-lahan beralih menjadi transaksi jual beli barang secara elektronik yang menggunakan media internet yang dikenal dengan *e-commerce* atau kontrak dagang elektronik.

*E-commerce* disadari atau tidak telah memberikan kemanjaan yang luar biasa kepada konsumen. Karena sifatnya, dimana pembeli dan penjual tidak harus bertemu, sehingga konsumen tidak perlu keluar rumah untuk sekedar berbelanja. Penjual dan pembeli hanya bertransaksi melalui media internet. Pihak penjual hanya menawarkan produknya dalam bentuk visualisasi yang dapat dilihat oleh calon pembeli melalui layar monitor komputer dengan detail harga dan spesifikasi dari produk yang ditawarkan tersebut. Kemudahan lainnya yang diberikan dalam *e-commerce* adalah pilihan barang/jasa yang beragam dengan harga yang relatif lebih murah.

Hal ini tentu saja berbeda dengan sistem perdagangan konvensional yang selama ini kita kenal. Pada sistem perdagangan konvensional, terdapat suatu keharusan bagi penjual dan pembeli untuk bertemu untuk melakukan proses jual

---

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

beli, dan bila diperlukan maka akan dibuat suatu bukti, yang biasanya berupa akta yang nantinya akan digunakan sebagai dokumen alat bukti bagi kedua belah pihak atas proses terjadinya jual beli tersebut.

Jika dibandingkan perdagangan konvensional dan perdagangan *e-commerce* maka, perdagangan *e-commerce* mempunyai sejumlah keunggulan antara lain terdapat efisiensi biaya dan waktu. Di samping itu, sifat internet yang mengglobal dan menjadikan dunia tanpa batas (*borderless*), serta kemampuannya untuk menyampaikan informasi produk secara cepat merupakan keunggulan dari sistem perdagangan melalui internet (*e-commerce*) daripada sistem perdagangan konvensional.

Akan tetapi yang perlu diketahui, bahwa perdagangan *e-commerce* juga memiliki sisi negatif. Hal ini dikarenakan posisi konsumen yang lebih lemah dalam perdagangan *e-commerce* dibandingkan pelaku usaha. Hal ini dikarenakan rendahnya kesadaran konsumen akan haknya. Hak-hak yang dimaksud seperti konsumen tidak mendapat penjelasan tentang manfaat barang atau jasa yang dikonsumsi, ketidakjelasan mengenai produk yang ditawarkan terutama bila barang yang ditawarkan membutuhkan pengenalan secara fisik seperti parfum dan obat-obatan, kepastian barang yang dikirim sesuai dengan barang yang dipesan atau tidak dan sebagainya. Di samping itu, konsumen juga tidak memiliki *bargaining position* (posisi tawar) yang berimbang dengan pihak pelaku usaha. Hal ini tampak jelas pada perjanjian baku yang disiapkan untuk ditandatangani dan tidak bisa ditawar-tawar lagi.

Di Indonesia sendiri, *e-commerce* telah banyak digunakan seiring dengan bertambahnya pengguna internet di Indonesia. Menurut Departemen

Telekomunikasi, jumlah pengguna internet pada bulan februari 2008 mencapai 25 juta pengguna dan diprediksi akan mencapai 40 juta pengguna pada akhir tahun 2008. Di samping itu, transaksi *e-commerce* di Indonesia juga menunjukkan tren kenaikan yang pesat. Nilai transaksi mencapai 100 juta per dollar US pada tahun 2000 dan akan naik menjadi 200 juta dollar pada tahun 2001.<sup>3</sup> Yang menarik untuk diketahui ternyata transaksi *e-commerce* di Indonesia sangat kecil dibandingkan dengan nilai transaksi didunia.

Fenomena *e-commerce* di Indonesia, sudah dikenal sejak tahun 1996 dengan munculnya situs <http://www.sanur.com/> sebagai toko buku online pertama.<sup>4</sup> Meskipun belum terlalu populer, pada tahun 1996 tersebut mulai bermunculan berbagai situs yang melakukan *e-commerce*. Tercatat beberapa situs yang memelopori *e-commerce* seperti [javacraft.com](http://javacraft.com), [radioclic.com](http://radioclic.com), [sentralayan.com](http://sentralayan.com) dan lain-lain. Sepanjang tahun 1997-1998 eksistensi *e-commerce* di Indonesia sedikit terabaikan karena krisis ekonomi. Namun di tahun 1999 hingga saat ini, kembali menjadi fenomena yang menarik perhatian meski tetap terbatas pada minoritas masyarakat Indonesia yang mengenal teknologi.<sup>5</sup>

Sebelum diundangkannya U.U. No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik atau yang biasa disebut U.U. ITE (oleh penulis selanjutnya disebut U.U. ITE), kegiatan yang berhubungan dengan *e-commerce* diatur dalam berbagai peraturan perundang-undangan seperti KUH Perdata khususnya pasal 1338 tentang asas kebebasan berkontrak, U.U. No. 12 tahun 2002 tentang Hak Cipta, Undang-Undang No. 14 tahun 2001 tentang Paten, Undang-Undang No. 15

---

<sup>3</sup> riyeke ustadiyanto, *framework e-commerce*, penerbit andi, Yogyakarta 2001 hal 12.

<sup>4</sup> Esther Dwi Magfirah, "Perlindungan Konsumen Dalam E-commerce", [www.solusihukum.com/artikel/artikel 31](http://www.solusihukum.com/artikel/artikel%2031), bahan diakses tanggal 22 April 2008.

<sup>5</sup> *Ibid.*

tahun 2001 tentang Merek, Undang-undang Telekomunikasi No. 36 tahun 1999, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen atau yang biasa disingkat U.U.P.K. (untuk selanjutnya oleh penulis dipergunakan istilah U.U.P.K.), dan lain-lain.

Kekosongan hukum yang mengatur tentang e-commerce menimbulkan masalah-masalah seperti:<sup>6</sup>

1. Otentikasi subyek hukum yang membuat transaksi melalui internet;
2. Saat perjanjian berlaku dan memiliki kekuatan mengikat secara hukum;
3. obyek transaksi yang diperjualbelikan;
4. mekanisme peralihan hak;
5. hubungan hukum dan pertanggungjawaban para pihak yang terlibat dalam transaksi baik penjual, pembeli, maupun para pendukung seperti perbankan, *internet service provider* (ISP), dan lain-lain;
6. Legalitas dokumen catatan elektronik serta tanda tangan digital sebagai alat bukti;
7. Mekanisme penyelesaian sengketa;
8. Pilihan hukum dan forum peradilan yang berwenang dalam penyelesaian sengketa;
9. Masalah perlindungan konsumen, HAKI (HKI), dan lain-lain.

Akan tetapi sejak diberlakukannya U.U. ITE yang baru disahkan pada 25 Maret 2008, dan berlaku sejak 12 april 2008, maka U.U. ITE menjadi dasar hukum untuk penyelenggaraan/pelaksanaan sistem perdagangan *e-commerce* ini.

---

<sup>6</sup> *Ibid.*

Munculnya U.U. ITE telah memberikan 2 hal penting yaitu pengakuan transaksi elektronik dan dokumen elektronik dalam kerangka hukum perikatan dan pembuktian, sehingga kepastian hukum transaksi elektronik dapat terjamin. Dan diklasifikasikannya tindakan-tindakan yang termasuk kualifikasi pelanggaran hukum terkait penyalahgunaan teknologi informasi disertai dengan sanksi pidananya.

Adanya U.U. ITE, maka konsekuensi logis, perjanjian-perjanjian jual beli melalui Internet di atas, tunduk pada peraturan perundang-undangan yang baru disahkan tersebut dan kepada hukum perjanjian yang berlaku. Artinya setiap perjanjian jual beli melalui internet tersebut tunduk terhadap segala ketentuan yang berlaku termasuk hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh para pihak.

Salah satu bentuk *e-commerce* yang telah dikenal oleh masyarakat Indonesia adalah toko online. Toko online adalah suatu sistem jual beli melalui internet hal mana penjual hanya menampilkan gambar barang yang ditawarkan, dan calon pembeli dapat memilih jenis barang yang dikehendaki untuk selanjutnya melakukan pemesanan barang tersebut. Semua aktivitas di atas dilakukan, tanpa ada pertemuan secara langsung antara penjual dan pembeli, karena hanya dilakukan melalui media internet. Pertumbuhan transaksi elektronik atau yang biasa dikenal *e-commerce* di Indonesia dapat kita lihat dari munculnya sejumlah toko online yang mmeperjualbelikan berbagai macam produk berupa komputer, buku, otomotif, *handphone*, CD, music, perabotan rumah tangga, makanan, maupun pakaian. Misalnya [www.tokopedia.com](http://www.tokopedia.com), [www.tokobagusonline.com](http://www.tokobagusonline.com), dan masih banyak lagi. Terdapat sejumlah fakta dalam transaksi jual beli online sebagai berikut:

1. Pembeli tidak melihat barang yang dibeli, pembeli hanya dapat melihat tampilan/gambar barang yang hendak dibeli tersebut;
2. Pembeli dan penjual tidak bertemu langsung sehingga menyulitkan untuk berkomunikasi apabila terdapat komplain;
3. Pembuktian terhadap pembelian yang masih kurang kuat;
4. apabila terjadi masalah seperti barang cacat, atau barang tidak sesuai dengan pesanan, akan terjadi permasalahan, dimana calon pembeli akan menuntut kerugian.

Salah satu kelemahan dalam transaksi jual beli pada toko online dapat kita lihat dalam kasus toko online kakilima.com yang menawarkan cakes (kue ulang tahun). Kaki lima menjanjikan untuk mengantarkan pesanan pembeli dalam waktu satu minggu setelah pesanan diterima. Apabila pembeli memesan kue ulang tahun tersebut pada tanggal 12 Juli 2001, seharusnya kue ulang tahun tersebut sampai di tempat pembeli pada tanggal 19 Juli 2001. Akan tetapi ternyata penjual tidak dapat melaksanakan kewajibannya tersebut, ia tidak mengirimkan kue itu sehingga dengan demikian penjual telah melakukan wanprestasi.<sup>7</sup>

Kasus tersebut di atas menunjukkan pentingnya perlindungan hukum terhadap hak konsumen. Masalah hukum yang menyangkut perlindungan hukum terhadap konsumen dirasakan semakin mendesak dalam melakukan transaksi jual beli melalui internet mengingat kecurangan-kecurangan yang mungkin saja terjadi. Kecurangan tersebut dapat berupa kecurangan yang menyangkut keberadaan penjual yang ternyata toko fiktif, menyangkut barang yang dibeli seperti barang yang tidak dikirimkan kepada pembeli, keterlambatan pengiriman,

<sup>7</sup> <http://www.mediakonsumen.com/artikel1732.html>, diakses pada tanggal 16 April 2010.

atau terjadi kerusakan atas barang yang dikirimkan, ketidaksesuaian barang yang dipesan konsumen dengan gambar yang ditampilkan. Di samping itu kecurangan menyangkut penawaran dan pembayaran oleh pembeli seperti harga perunit barang yang dipesan pembeli dikatakan lebih tinggi daripada harga yang dicantumkan dalam penawaran.<sup>8</sup> Kecurangan-kecurangan tersebut tentu saja berakibat pada kerugian konsumen.

Adapun pembeli sebagai konsumen seringkali mengalami kesulitan untuk memperoleh penyelesaian dari penjual, disebabkan sejumlah faktor antara lain ketidaktahuan konsumen pada mitra bisnisnya, kurang pemahannya konsumen pada mekanisme transaksi, kurang jelasnya informasi yang diberikan produsen mengenai segala sesuatu yang berkenaan dengan produk yang ditawarkan, dan sebagainya. Lemahnya posisi konsumen seringkali menjadi dimanfaatkan oleh pelaku usaha toko online untuk meraup keuntungan sebesar-besarnya.

Walaupun beberapa permasalahan yang ada secara normatif sudah dapat diselesaikan dengan munculnya U.U. ITE, namun mengenai masalah pelaksanaan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam *e-commerce* masih perlu dikaji lebih dalam, peraturan perundang-undangan yang ada sudah mampu memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen yang telah beritikad baik khususnya dalam hal terjadi wanprestasi dalam transaksi jual beli online. Berdasarkan uraian diatas, maka perlu dilakukan kajian dan telaah yang berkaitan dengan permasalahan diatas.

---

<sup>8</sup> Sutan Remi Sjahdeni, 2001, E-commerce Tinjauan dari Perspektif, dalam hukum bisnis volume 12, Yayasan Pengembangan Hukum Bisnis, hal 21.

## B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen jika penjual sebagai pelaku usaha toko online melakukan wanprestasi dalam bentuk penyerahan barang yang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan kepada konsumen?
2. Bagaimanakah upaya penyelesaian yang ditempuh oleh pihak konsumen yang dirugikan akibat wanprestasi pelaku usaha toko online tersebut?

## C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui dan mendeskripsikan fakta-fakta hukum yang merupakan bentuk wanprestasi yang dilakukan pelaku usaha toko online.
2. Mengetahui dan mendeskripsikan kerugian yang diderita konsumen dan upaya-upaya yang ditempuh konsumen untuk memperjuangkan hak-haknya akibat dirugikan oleh penjual termasuk meneliti hambatan-hambatan yang dialaminya.

## D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sumbangan atau kontribusi ilmiah untuk menunjang proses belajar bagi segenap civitas akademika khususnya di fakultas hukum Universitas Brawijaya.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi Pelaku usaha

Diharapkan hasil penelitian ini bermanfaat bagi pengusaha atau pelaku usaha toko online dalam upayanya untuk lebih menghargai hak-hak konsumen.

b. Bagi Masyarakat

Diharapkan hasil penelitian ini bermanfaat bagi masyarakat khususnya untuk menambah pengetahuan dan pengalamannya dalam melakukan transaksi jual beli secara online agar dapat secara preventik tidak mengalami kerugian akibat wanprestasi penjual.

c. Bagi Pemerintah

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan untuk memperkaya pertimbangan-pertimbangan hukum dalam merencanakan atau membuat kebijakan yang berkaitan secara langsung atau tidak langsung untuk mengatur transaksi jual beli secara online tersebut.

## **E. Sistematika Penulisan**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Merupakan pendahuluan yang menguraikan latar belakang yang akan dipecahkan untuk mencari solusi dalam penelitian ini, dari latar belakang permasalahan tersebut akan ditarik suatu rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini diuraikan tentang Tinjauan Umum tentang Toko Online, Tinjauan Umum Tentang Perjanjian, Tinjauan Umum Tentang Wanprestasi.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini berisi jenis dan pendekatan penelitian, jenis dan sumber data, teknik penelusuran bahan hukum, teknik analisis data dan sistematika penulisan.

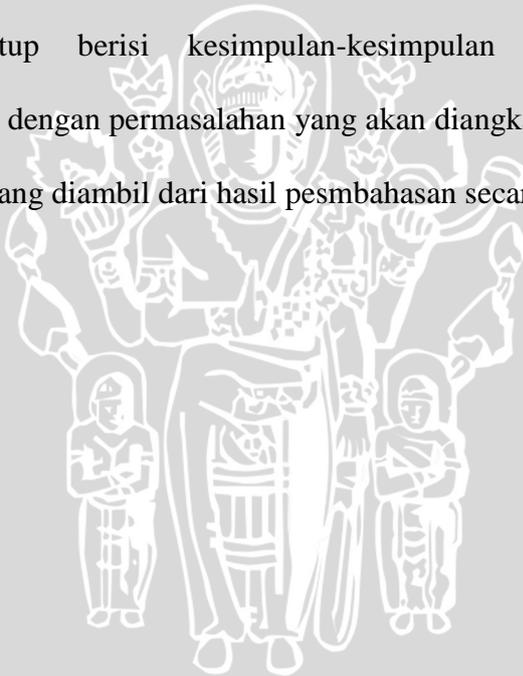
### **BAB IV : PEMBAHASAN**

Dalam bab ini berisi tentang permasalahan hukum yang diambil penulis dalam penelitian ini yaitu Perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli barang dalam toko online.

### **BAB V : PENUTUP**

Bab penutup berisi kesimpulan-kesimpulan dan saran-saran sehubungan dengan permasalahan yang akan diangkat dalam penulisan skripsi ini yang diambil dari hasil pembahasan secara keseluruhan.

### **DAFTAR PUSTAKA**



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian

##### 1. Pengertian perjanjian

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (selanjutnya oleh penulis disebut K.U.H. Perdata) tidak memberikan rumusan, definisi maupun arti istilah “perikatan”. Diawali dengan ketentuan Pasal 1233, yang menyatakan bahwa “tiap-tiap perikatan dilahirkan baik karena persetujuan, baik karena undang-undang”, ditegaskan bahwa setiap kewajiban perdata dapat terjadi karena dikehendaki oleh pihak-pihak yang terkait dalam perikatan yang secara sengaja dibuat oleh mereka, ataupun karena ditentukan oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku. Dengan demikian berarti Perikatan adalah hubungan hukum antara dua atau lebih orang (pihak) dalam bidang/lapangan harta kekayaan, yang melahirkan kewajiban pada salah satu pihak dalam hubungan hukum tersebut.<sup>9</sup>

Oleh para sarjana hukum istilah perjanjian diartikan sebagai Perikatan atau perjanjian adalah hubungan hukum antara dua pihak atau lebih di dalam lapangan harta kekayaan, di mana pihak yang satu (kreditur) berhak atas suatu prestasi dan pihak lain (debitur) berkewajiban memenuhi prestasi itu<sup>10</sup>, atau suatu perjanjian adalah semata-mata suatu persetujuan yang diakui oleh hukum.<sup>11</sup>

Prof. Subekti S.H., dalam bukunya berjudul Hukum Perjanjian menyatakan perikatan adalah suatu perhubungan hukum antara 2 (dua) orang atau

<sup>9</sup> Kartini Muldjadi dkk. *Perikatan Pada Umumnya*, PT Raja Grafindo Persada, 2003 Jakarta hal 15

<sup>10</sup> Syahrani, Riduan, *Seluk Beluk Dan Asas-Asas Hukum Perdata*, PT Alumni, Bandung 2004 Hal 196

<sup>11</sup> AbdulKadir Muhammad, *Hukum Perjanjian*, PT. Citra Adhya Bakti, Bandung 1995

2 (dua) pihak, berdasarkan mana pihak yang satu berhak menuntut suatu hal dari pihak yang lain, dan pihak yang lain berkewajiban memenuhi tuntutan itu. Pihak yang menuntut sesuatu disebut kreditur, sedangkan pihak yang berkewajiban memenuhi tuntutan dinamakan debitur. Hubungan keduanya adalah suatu hubungan hukum yaitu hak si kreditur/yang berpiutang dijamin oleh hukum atau undang-undang.

Dari rumusan pengertian perikatan di atas dapat diketahui bahwa suatu perikatan, sekurang-kurangnya membawa serta didalamnya empat unsur<sup>12</sup>, yaitu :

1. Bahwa perikatan itu adalah suatu hubungan hukum ;
2. Hubungan hukum tersebut melibatkan dua atau lebih orang (pihak);
3. Hubungan hukum tersebut adalah hubungan hukum dalam lapangan hukum harta kekayaan;
4. Hubungan hukum tersebut melahirkan kewajiban pada salah satu pihak dalam perikatan.

Sebagaimana uraian tersebut, bahwa menurut Pasal 1233 K.U.H. Perdata, hubungan hukum dalam perikatan dapat lahir karena kehendak daripada para pihak, sebagai akibat perintah peraturan perundang-undangan. Hubungan hukum ini dapat lahir sebagai akibat perbuatan hukum, baik disengaja maupun tidak disengaja, serta dari suatu peristiwa hukum, atau bahkan dari suatu keadaan hukum. Peristiwa hukum yang melahirkan perikatan misalnya tampak dari suatu putusan pengadilan atau suatu kematian yang mewariskan kekayaan seseorang pada ahli warisnya.<sup>13</sup>

<sup>12</sup> Kartini Muljadi, *op. Cit.* hal 17

<sup>13</sup> *Ibid.* hal 18

Hubungan hukum dalam perikatan ini melibatkan dua orang atau lebih yang merupakan para pihak dalam perikatan. Pihak-pihak dalam perikatan tersebut sekurangnya terdiri dari dua pihak, yaitu pihak yang berkewajiban pada satu sisi (debitor) dan pihak lain yang berhak atas pemenuhan kewajiban tersebut pada sisi lain (kreditor). Tidak mungkin lahir suatu perikatan yang terdiri dari satu pihak saja, meskipun dalam pihak tersebut lebih dari satu orang. Hal ini adalah kosekuensi logis dari sifat perikatan itu sendiri yang melahirkan kewajiban pada pihak yang satu dalam perikatan.

Hubungan hukum yang lahir adalah hubungan hukum di bidang hukum harta kekayaan. Rumusan tersebut memberikan arti bahwa dalam setiap perikatan terlibat dua macam hal. Pertama menunjuk pada keadaan wajib yang harus dipenuhi oleh pihak yang berkewajiban. Kedua berhubungan dengan pemenuhan kewajiban tersebut, yang dijamin dengan harta kekayaan pihak yang berkewajiban tersebut. Dalam perspektif ini maka setiap hubungan hukum yang tidak membawa pengaruh terhadap pemenuhan kewajiban yang bersumber dari harta kekayaan pihak yang berkewajiban tidaklah masuk dalam pengertian dan ruang lingkup batasan hukum perikatan<sup>14</sup>. Misalnya kewajiban orang tua dalam mengurus anaknya bukanlah termasuk dalam pengertian perikatan.

Menurut Prof. Subekti, perkataan “perikatan” (*verbinten*) mempunyai arti yang lebih luas dari perkataan “perjanjian”. Perikatan lebih luas dari perjanjian karena perikatan itu dapat terjadi karena undang-undang dan perjanjian. Dengan demikian dapat disimpulkan hubungan antara perikatan dengan perjanjian dapat digambarkan bahwa perjanjian merupakan sumber hukum untuk lahirnya

---

<sup>14</sup> *Ibid.* hal 19

suatu perikatan. Perjanjian bersifat kongkrit, sedangkan perikatan bersifat abstrak.<sup>15</sup>

Menurut Prof. Subekti S.H., suatu perjanjian adalah suatu peristiwa di mana seseorang berjanji kepada orang lain atau di mana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal. Dalam bentuknya perjanjian berupa suatu rangkaian perkataan yang mengandung janji-janji atau kesanggupan yang diucapkan atau ditulis.<sup>16</sup>

Menurut Prof. Dr. R. Wirjono Prodjodikoro, S.H., perjanjian adalah suatu perhubungan hukum mengenai harta benda antara dua pihak, dalam mana suatu pihak berjanji atau dianggap berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal atau untuk tidak melakukan sesuatu hal, sedang pihak lain berhak menuntut pelaksanaan janji itu.<sup>17</sup>

Menurut R. Setiawan, S.H., persetujuan adalah suatu perbuatan hukum, dimana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya atau saling mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih.<sup>18</sup>

Menurut Abdulkadir Muhammad, S.H., perjanjian adalah suatu persetujuan dengan mana dua orang atau lebih saling mengikatkan diri untuk melaksanakan suatu hal dalam lapangan harta kekayaan.<sup>19</sup>

Dari rumusan tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa unsur-unsur perjanjian meliputi:

- Adanya para pihak (dua pihak atau lebih);
- Ada persetujuan antara pihak-pihak tersebut;

<sup>15</sup> Simanjutak, *Pokok-pokok Hukum Perdata Indonesia*, Djambatan, Jakarta, 2005, hal 331

<sup>16</sup> *Ibid.*

<sup>17</sup> *Ibid.*

<sup>18</sup> *Ibid.* hal 332

<sup>19</sup> *Ibid.*

- Ada tujuan yang hendak dicapai;
- Ada prestasi yang akan dilaksanakan;
- Ada bentuk tertentu, baik lisan maupun tulisan;

## 2. Sumber-sumber perikatan

Menurut ketentuan Pasal 1233 K.U.H. Perdata perikatan bersumber pada perjanjian dan Undang-Undang. perikatan yang bersumber dari perjanjian diatur dalam titel II (Pasal 1313 sampai Pasal 1351) dan titel V sampai VIII (Pasal 1457 sampai Pasal 1864) buku III K.U.H. Perdata. Perikatan bersumber pada Undang-Undang menurut Pasal 1352 K.U.H. Perdata dibedakan atas perikatan yang lahir dari undang-undang saja atau perikatan yang lahir karena perbuatan manusia, sesuai Pasal 1353 K.U.H. Perdata dibedakan lagi atas perbuatan yang sesuai dengan hukum dan perbuatan yang melawan hukum.

Sumber hukum terpenting di samping sumber hukum-hukum lain adalah perjanjian. Perikatan bersifat abstrak dan perjanjian bersifat kongkrit. Perikatan tidak dapat dilihat dengan kasat mata. Akan tetapi kita dapat melihat atau membaca suatu perjanjian. Di dalam suatu perjanjian, pihak-pihak mempunyai kebebasan untuk membuat segala perikatan baik perikatan yang bernama yang tercantum dalam titel V sampai XVIII buku III K.U.H. Perdata maupun perikatan yang tidak bernama.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Syahrani, Riduan, *op. cit.* hal 30

### 3. Syarat-syarat Perjanjian

Dalam hukum perjanjian dikenal dengan suatu asas penting yakni asas kebebasan berkontrak Pasal 1338 K.U.H. Perdata, dengan artian bahwa pihak-pihak dalam perjanjian bebas menentukan isi perjanjian sepanjang tidak bertentangan dengan kesusilaan dan ketertiban umum (Pasal 1338 dan Pasal 1337 K.U.H. Perdata). Dengan kata lain para pihak bebas membuat perjanjian tetapi tetap dalam ruang lingkup tindakan yang dibenarkan. Adapun syarat-syarat sahnya suatu perjanjian disebutkan dalam Pasal 1320 yaitu :

1. Kata sepakat para pihak untuk mengikatkan dirinya pada perjanjian.
2. Cakap untuk membuat perjanjian
3. Suatu hal tertentu dan
4. Suatu sebab yang halal.

Dua syarat pertama dalam ilmu hukum dikenal dengan nama syarat subyektif oleh karena berhubungan dengan subjek perjanjian, apabila syarat subyektif tidak terpenuhi tidak mengakibatkan perjanjian batal demi hukum, melainkan harus dimintakan pembatalannya. Sedangkan dua syarat terakhir disebut syarat obyektif karena menyangkut obyek perjanjian, apabila syarat ini tidak terpenuhi maka perjanjian itu batal demi hukum.

#### a) Kesepakatan;

Yang dimaksud dengan kesepakatan adalah persesuaian pernyataan kehendak antara satu orang atau lebih dengan pihak lainnya, yang sesuai itu adalah pernyataannya, karena kehendak tidak dapat dilihat atau diketahui orang

lain<sup>21</sup>. terdapat lima cara terjadinya persesuaian pernyataan kehendak yaitu dengan:

1. Bahasa yang sempurna dan tertulis;
2. Bahasa yang sempurna lewat lisan;
3. Bahasa yang tidak sempurna asal dapat diterima oleh pihak lawan;
4. Bahasa isyarat asal dapat diterima oleh pihak lawannya diam atau membisu, tetapi dipahami dan diterima oleh pihak lawan.

b) Kecakapan bertindak;

Kecakapan bertindak adalah kecakapan atau kemampuan untuk melakukan perbuatan hukum. Dalam pasal 1330 K.U.H. Hukum Perdata disebut sebagai orang-orang yang tidak cakap untuk membuat perjanjian adalah:

1. Orang-orang yang belum dewasa;
2. Mereka yang dibawah pengampuan;
3. Orang perempuan dalam hal-hal yang ditetapkan oleh undang-undang dan semua orang kepada siapa Undang-Undang telah melarang membuat perjanjian-perjanjian tertentu.

c) Perjanjian harus mengenai suatu hal tertentu;

Syarat yang ketiga disebutkan bahwa perjanjian harus memuat sesuatu hal artinya dalam perjanjian harus memuat sesuatu yang dapat diperjanjikan hingga menimbulkan hak dan kewajiban kedua belah pihak.

d) Sebab yang halal.

Arti dari pada sebab yang halal ini tidak lain adalah isi perjanjian atau maksud dan tujuan dari pada persetujuan, demikian yang diungkapkan Hoge Raad

---

<sup>21</sup> Salim H.S, *Hukum Kontrak Teori dan Teknik penyusunan Kontrak*, Sinar Grafika jakarta 2003 hal 33

dalam Arrestnya tanggal 17 November 1922. Dengan kata lain bahwa isi atau maksud dan tujuan daripada perjanjian tersebut tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan.

#### 4. Batal dan Pembatalan Suatu Perjanjian

Diatas telah diungkap bahwa apabila syarat obyektif dari pada perjanjian tidak terpenuhi maka perjanjian tersebut dianggap batal demi hukum (*null and void*). Dalam hal yang demikian secara yuridis dari semula tidak ada suatu perjanjian dan tidak ada pula suatu perikatan antara orang-orang yang bermaksud membuat perjanjian itu<sup>22</sup> dengan demikian tujuan para pihak untuk meletakkan perikatan yang mengikat mereka satu sama lain telah gagal.

Apabila dalam pembuatan perjanjian ada kekurangan tentang syarat subyektif, maka perjanjian tersebut bukannya batal demi hukum melainkan dapat dimintakan pembatalan (*cenceling*) oleh salah satu pihak.

Persetujuan kedua belah pihak merupakan kesepakatan yang harus dilakukan secara bebas, dalam kaitannya dengan itu dalah Hukum Perjanjian terdapat tiga sebab yang membuat perjanjian tidak bebas yakni paksaan, kekhilafan dan penipuan<sup>23</sup>.

##### a) Paksaan;

Paksaan diartikan sebagai sesuatu yang sepantasnya menakutkan suatu pihak terhadap suatu ancaman, bahwa apabila ia tidak menyetujui perjanjian yang bersangkutan, maka ia akan menderita suatu kerugian yang nyata.<sup>24</sup>

<sup>22</sup> Subekti, *Hukum Perjanjian*, PT Intermedia, Jakarta, 1979, hal 22

<sup>23</sup> *Ibid.* hal 23

<sup>24</sup> Wirjono Prodjodikoro, *azas-azas Hukum Perjanjian*, Mandar Maju, Bandung 2000 hal 33

Apabila yang diancamkan ini, diperbolehkan oleh hukum misalnya satu pihak diancam dengan penyitaan barang-barangnya dalam menjalankan putusan pengadilan, maka kalau dengan ancaman ini lantas diadakan suatu persetujuan maka persetujuan tersebut tidak dapat dibatalkan.

Ancaman ini juga dapat dilakukan oleh orang ketiga atau terhadap suami atau istri atau sanak keluarga dalam garis lurus keatas atau ke bawah dari pihak yang bersangkutan (Pasal 1323 dan Pasal 1325 K.U.H. Perdata). dalam mempertimbangkan sifat ancaman ini juga harus memperhatikan kelamin serta kedudukan orang-orang yang bersangkutan (ayat 2 Pasal 1324 K.U.H. Perdata).

Kalau suatu pihak, untuk menyetujui suatu perjanjian, didorong oleh ketakutan saja karena hormat ayah, ibu atau lain sanak keluarga dalam garis lurus keatas, maka menurut Pasal 1326 K.U.H Perdata bukanlah merupakan alasan pembatalan persetujuan. Dalam Pasal 1327 K.U.H. Perdata pengesahan atau penguatan secara tegas maupun diam-diam dari suatu persetujuan yang diadakan dengan paksaan dapat terjadi bila tidak ada lagi paksaan tersebut.

b) Kekhilafan;

Kekhilafan atau kekeliruan terjadi, apabila salah satu pihak khilaf tentang hal-hal pokok dari apa yang diperjanjikan atau tentang sifat-sifat yang penting dari barang yang menjadi obyek perjanjian, ataupun mengenai orang dengan siapa diadakan perjanjian tersebut.<sup>25</sup>

Kekhilafan tersebut harus sedemikian rupa, hingga seandainya orang itu tidak khilaf mengenai hal-hal tersebut, ia tidak akan memberikan persetujuannya. Kekhilafan dapat dibedakan kedalam kekhilafan tentang hakikat benda dan

---

<sup>25</sup> Subekti, *loc.cit.* hal 23

kekhilafan tentang diri pihak lawan.<sup>26</sup> Kekhilafan tentang hakikat benda yakni kekhilafan yang terjadi terhadap obyek persetujuan maupun prestasi yang diharapkan pihak lawan. Sedangkan kekhilafan tentang diri pihak lawan dibedakan menjadi dua hal, pertama peristiwa dimana pihak lawan dianggap orang lain, yang kedua dapat terjadi bahwa kita mengadakan persetujuan dengan orang yang benar, namun kepadanya telah kita berikan kualifikasi-kualifikasi tertentu yang pada hakikatnya tidak ia miliki.

c) Penipuan;

Hal ini diatur dalam Pasal 1328 BW yang mengatakan, penipuan merupakan alasan untuk pembatalan persetujuan, apabila tipu muslihat yang dipakai salah satu pihak, adalah sedemikian rupa sehingga terang dan nyata bahwa pihak lain tidak akan menyetujui perjanjiannya andai kata tidak dilakukan tipu muslihat itu.<sup>27</sup> Penipuan terjadi apabila satu pihak dengan sengaja memberikan keterangan-keterangan palsu dan tidak benar disertai dengan tipu muslihat untuk membujuk lawan untuk memberikan persetujuan atau perizinannya.

## 5. Akibat Hukum Adanya Perjanjian

Dalam pasal 1338 K.U.H. Perdata dinyatakan "semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya". Kata "secara sah" mengingatkan kepada adanya perbedaan antara syarat-syarat untuk timbulnya perjanjian dan sahnya perjanjian. Ada kemungkinan bahwa suatu perjanjian yang sudah ada mengandung kekurangan yang apabila dituntut dapat dibatalkan oleh pihak lainnya.

<sup>26</sup> Van der Burght, *Buku Tentang Perikatan*, Mandar Maju, Bandung 1999 Hal 42

<sup>27</sup> Wirjono Prodjodikoro, *op.cit.* hal 34

Sedangkan kata “berlaku sebagai U.U.” berarti mengikat para pihak yang membuat perjanjian, hal ini seperti daya ikat U.U. Dengan demikian maka dapat diartikan bahwa pembuatan perjanjian merupakan pembuatan kewajiban-kewajiban bagi para pihak yang membuat perjanjian tersebut atau bahwa dengan membuat suatu perjanjian seakan-akan menetapkan U.U. bagi mereka sendiri. Dengan perjanjian yang berlaku seperti U.U. maka layaknya U.U. maka para pihak yang terikat perjanjian tersebut harus tunduk dan menaati segala apa yang telah disepakati bersama dalam suatu perjanjian.

Menurut Asser Rutten, Asas-asas hukum perjanjian diatur dalam Pasal 1338 K.U.H Perdata ada 3 yaitu:

- a. Asas konsensualisme, bahwa perjanjian yang dibuat umumnya bukan secara formal tetapi konsensual artinya perjanjian itu akan selesai karena persetujuan kehendak atau konsensus semata-mata.
- b. Asas kekuatan mengikat dari perjanjian, bahwa pihak-pihak harus memenuhi apa yang telah dijanjikan, sesuai dengan pasal 1338 K.U.H Perdata, bahwa perjanjian berlaku sebagai U.U. bagi para pihak dalam perjanjian.
- c. Asas kebebasan berkontrak, bahwa orang bebas membuat atau tidak suatu perjanjian, bebas menentukan isi dari perjanjian serta bebas menentukan syarat-syarat dan bentuk dari perjanjian.

Akibat hukum dari perjanjian adalah terikatnya para pihak yang telah bersepakat pada suatu perjanjian terhadap isi dari perjanjian yang memuat hak-hak dan kewajiban-kewajiban yang harus ditaati selayaknya mentaati sebuah Undang-Undang.

## 6. Teori Hukum Perjanjian

Salah satu teori dari hukum perjanjian adalah teori kehendak. Menurut teori kehendak suatu kontrak atau perjanjian menghadirkan suatu ungkapan kehendak di antara para pihak yang harus dihormati dan dipaksakan oleh pengadilan. Dalam teori kehendak terdapat asumsi bahwa suatu kontrak melibatkan kewajiban yang dibebankan kepada para pihak.<sup>28</sup>

Gr. Van der Brught menegemukakan bahwa selain teori kehendak sebagai teori klasik tetap dipertahankan terdapat beberapa teori yang digunakan untuk timbulnya suatu kesepakatan, yaitu:

- a. Ajaran kehendak (*wilsleer*), ajaran ini mengutarakan bahwa faktor yang menentukan terbentuk atau tidaknya suatu perjanjian adalah suara batin yang ada dalam kehendak subyektif para calon kotraktan;
- b. Pandangan normatif Van Dunne, menurut ajaran ini kehendak sedikitpun tidak memainkan peranan. Apakah suatu perjanjian telah terbentuk atau belum pada hakikatnya tergantung pada suatu penafsiran normatif para pihak dalam persetujuan ini tentang keadaan dan peristiwa yang dihadapi bersama;
- c. Ajaran kepercayaan (*virouwensleer*), ajaran ini mengandalkan kepercayaan yang dibangkitkan oleh pihak lawan, bahwa a sepakat dan oleh karena itu telah memenuhi persyaratan tanda persetujuannya bagi terbentuknya suatu perjanjian.

Dari berbagai teori tentang perjanjian tersebut di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa adanya suatu perjanjian selain dipengaruhi oleh kehendak para

<sup>28</sup> Ibrahim, Johannes, *Hukum Bisnis*, PT. Refika Aditama, Bandung, 2004, hal. 39

pihak juga diperlukan adanya suatu tindakan nyata agar perjanjian tersebut terlaksana.

Selain teori menegani timbulnya kesepakatan, juga ada beberapa teori mengenai momentum kapan terjadinya kontrak atau perjanjian. Dalam K.U.H Perdata sendiri tidak disebutkan secara jelas tentang momentum terjadinya kontrak. Dalam Pasal 1320 K.U.H Perdata hanya disebutkan cukup dengan adanya konsensus para pihak. Dalam berbagai literatur disebutkan empat teori yang membahas momentum terjadinya kontrak, yaitu teori pernyataan, pengirimasn, pengetahuan, dan penerimaan.

a. Teori Pernyataan (*Uitingstheorie*)

Menurut teori pernyataan, kesepakatan (*toesteming*) terjadi pada saat pihak yang menerima penawaran itu menyatakan bahwa ia menerima penawaran itu. Jadi, dilihat dari pihak yang menerima, yaitu pada saat baru menjatuhkan ballpoint untuk menyatakan menerima, kesepakatan sudah terjadi.

b. Teori Pengiriman (*Verzendtheorie*)

Menurut teori pengiriman, kesepakatan terjadi apabila pihak yang menerima penawaran mengirimkan telegram. Kritik terhadap teori ini, bagaimana hal itu bisa diketahui. Bisa saja, walau sudah dikirim tetapi tidak diketahui oleh pihak yang menawarkan. Teori ini juga sangat teoritis, dianggap terjadinya kesepakatan secara otomatis.

c. Teori Pengetahuan (*Vernemingstheorie*)

Teori pengetahuan berpendapat bahwa kesepakatan terjadi apabila pihak yang menawarkan itu mengetahui adanya *acceptatie* (penerimaan), tetapi penerimaan itu belum diterimanya (tidak diketahui secara langsung). Kritik

terhadap teori ini, bagaimana ia mengetahui isi penerimaan itu apabila ia belum menerimanya.

d. Teori Penerimaan (*Ontvangstheorie*)

Menurut teori penerimaan bahwa toesteming terjadi pada saat pihak yang menawarkan menerima langsung jawaban dari pihak lawan. Disamping keempat teori tersebut, Pitlo mengungkapkan teori yang kelima tentang momentum terjadinya kontrak, yaitu *geobjectiveerde vernemingstheorie*, bahwa yang menentukan ialah saat pengirim surat “*redelijkerwijs*”, dapat mengangap bahwa si pemilik alamat telah mengetahui isi surat itu.

Di dalam hukum positif Belanda, juga diikuti yurisprudensi, maupun doktrin, teori yang dianut adalah teori pengetahuan (*vernemingstheorie*) dengan sedikit koreksi dari *ontvangstheorie* (teori penerimaan). Maksudnya, penerapan teori pengetahuan tidak secara mutlak, sebab lalu lintas hukum menghendaki gerak cepat dan tidak menghendaki formalitas yang kaku sehingga *vernemingstheorie* yang dianut. Diperlukan waktu yang lama jika harus menunggu sampai mengetahui secara langsung adanya jawaban dari pihak lawan (*ontvangstheorie*).

## B. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian Jual Beli

### 1. Definisi Perjanjian Jual Beli

Dalam Pasal 1457 KUH Perdata tercantum ketentuan “jual beli adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan.”

Wirjono Prodjodikoro mengatakan “jual beli adalah suatu persetujuan dimana suatu pihak mengikat diri untuk berwajib menyerahkan suatu barang, dan pihak lain berwajib membayar harga, yang dimufakati mereka berdua.”

Volmar sebagaimana dikutip oleh Suryodiningrat mengatakan “jual beli adalah pihak yang satu penjual (verkopen) mengikat diri kepada pihak lainnya pembeli (loper) untuk memindah tangankan suatu benda dalam eigendom dengan memperoleh pembayaran dari orang yang disebut terakhir, sejumlah tertentu, berwujud uang.”

Pihak yang satu (penjual) berjanji menyerahkan atau memindahkan hak miliknya atas barang yang ditawarkannya, bukan sekedar kekuasaan atas barang yang ditawarkan tersebut. Dan pihak yang lain (pembeli) berjanji untuk membayar harga yang telah disetujuinya.

Jual beli merupakan suatu perjanjian konsensual. Perjanjian jual beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, seketika setelah kedua belah pihak mencapai kata sepakat tentang barang dan harganya (unsur essentialia), meskipun barang tersebut belum diserahkan maupun harganya belum dibayar (Pasal 1458 K.U.H. Perdata). Hal ini sesuai dengan asas konsensualisme dalam perjanjian.

Terdapat 3 macam unsur yang umumnya terkandung dalam suatu perjanjian jual beli yaitu:

I Unsur esensialia;

Yaitu unsur pokok yang harus ada dalam suatu perjanjian. Dalam perjanjian jual beli, unsure ini menyangkut jenis barang yang diperjualbelikan dan harga

barang tersebut. Jika para pihak lalai dalam mencantumkan kesepakatan tentang harga dan barang dalam perjanjian, maka jual beli dianggap tidak sah.

I Unsur naturalia;

Yaitu ketentuan hukum umum yang biasanya dicantumkan dalam perjanjian, seperti kesepakatan hak dan kewajiban para pihak. Apabila unsure ini tidak dicantumkan dalam suatu perjanjian jual beli, perjanjian tetap dianggap sah.

I Unsur aksidentalia.

Yaitu kesepakatan yang dibuat sendiri oleh para pihak dan dapat menyimpang dari apa yang ditentukan oleh K.U.H Perdata.

Jual beli menurut K.U.H. Perdata hanya obligatoir saja. Jual beli itu belum memindahkan hak milik, ia baru meletakkan hak dan kewajiban pada kedua belah pihak, yaitu memberikan kepada si pembeli, hak untuk menuntut diteruskannya hak milik atas barang yang dijual. Hak milik atas barang yang dijual tidaklah berpindah kepada si pembeli selama penyerahannya belum dilakukan.

Pada sistem jual beli hanya bersifat obligatoir, maka jika barang yang telah di jual tetapi belum diserahkan kemudian dijual lagi untuk kedua kalinya oleh si penjual dan dilever kepada si pembeli kedua, maka barang tadi menjadi milik pembeli kedua.

## 2. Resiko Dalam Perjanjian Jual Beli

Mengenai resiko dalam perjanjian jual beli dalam K.U.H. Perdata, pada umumnya resiko menjadi tanggungan pembeli, sebagaimana tercantum dalam Pasal 1460 K.U.H. Perdata, Pasal 1462 K.U.H. Perdata, Pasal 1466 K.U.H. Perdata, Pasal 1461 K.U.H. Peradata.

Pasal 1460 K.U.H. Perdata berbunyi “jika barang yang dijual itu berupa barang yang sudah ditentukan, maka sejak saat pembelian, barang itu menjadi tanggungan pembeli, meskipun penyerahannya belum dilakukan dan penjual berhak menuntut harganya”

Pasal 1461 K.U.H. Perdata berbunyi “jika barang yang dijual menurut berat, jumlah atau ukuran, maka barang-barang itu tetap atas tanggungan si penjual hingga barang-barang tersebut ditimbang, dihitung, atau diukur.”

Pasal 1462 K.U.H. Perdata berbunyi “jika barang yang dijual menurut tumpukan, maka barang-barang itu adalah atas tanggungan pembeli, meskipun belum ditimbang, belum dihitung atau diukur.”

Pasal 1466 K.U.H. Perdata berbunyi “biaya akta jual-beli dan lain-lain biaya tambahan dipikul oleh si pembeli, jika tidak telah diperjanjikan sebaliknya.”

### **3. Hak dan Kewajiban Para Pihak dalam Perjanjian Jual Beli**

Menurut Pasal 1474 K.U.H. Perdata seorang penjual memiliki 2 kewajiban utama yaitu:

- a. Menyerahkan barangnya;
- b. Menanggung barang yang dijual.

Penyerahan disini berarti suatu pemindahan barang yang telah dijual, ke dalam kekuasaan dan kepunyaan si pembeli (Pasal 1475 K.U.H. Perdata). Sedangkan penanggungan yang menjadi kewajiban si penjual terhadap si pembeli adalah untuk menjamin 2 hal, yaitu:

1. Menjamin penguasaan benda yang dijual secara aman dan tentram.
2. Menjamin tidak adanya cacat barang yang tersembunyi.

Adapun kewajiban pembeli adalah membayar harga pembelian, pada waktu dan tempat sebagaimana ditetapkan menurut perjanjian (Pasal 1513 K.U.H. Perdata). Jika pada waktu membuat perjanjian tidak ditetapkan tempat dan waktu pembayaran, maka si pembeli harus membayar di tempat dan pada waktu di mana penyerahan harus dilakukan (Pasal 1514 K.U.H. Perdata). Jika si pembeli tidak membayar harga pembelian, maka si penjual dapat menuntut pembatalan pembelian (Pasal 1517 K.U.H. Perdata).

### C. Tinjauan Umum tentang Perdagangan Elektronik

#### 1) Definisi E-commerce/Transaksi Perdagangan Elektronik

Pada masa era modernisasi, internet telah menjadi wahana komunikasi dan penyedia sarana informasi dunia. Demikian pentingnya peranan internet, hingga dirasakan sangat potensial untuk terciptanya suatu babak baru dalam perekonomian yang lebih dikenal sebagai *elektronic commerce (E-commerce)* atau perdagangan digital.

Secara garis besar, *E-commerce* merupakan suatu kontrak transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli melalui media internet. Artinya mulai dari proses pemesanan, pembayaran, dan pengiriman barang, semuanya dikomunikasikan lewat internet melalui email, Chat (*Real Time Communication*), dan FTP (*File Transfer Protocol*). Jadi untuk terjadinya transaksi tersebut, penjual dan pembeli tidak diharuskan bertemu secara langsung.

Darus Menurut Ridwan, Khairandy pengertian *electronic commerce* adalah konsep yang menjelaskan proses pembelian dan penjualan dari suatu produk, barang, jasa, dan informasi yang melingkupi internet.

Julian Ding seperti dikutip Mariam Badruzaman, menyatakan definisi tentang *E-commerce* yaitu:

*“Electronic Commerce, or E-Commerce as it is also know, is a commercial transaction between a vendor and purchaser or parties in similar contractual relationship for the supply of good, services or the acquisition of “right”. This Commercial transaction is executed or entered into in an electronic medium (or digital medium) where the physical presence of the parties is not required, and the medium exist in a public network or system as opposed to a private network (closed system). The public network or system must be considered an open system (e.g the internet or the world Wide Web). The transaction are concluded regardless of national boundaries or local requirements.”*

Yang dapat diartikan sebagai berikut: Transaksi *E-Commerce* adalah transaksi dagang antar penjual dengan pembeli untuk menyediakan barang maupun jasa. Transaksi ini dilakukan dengan media elektronik, dimana para pihak tidak hadir secara fisik. Sarana yang digunakan yaitu internet atau World Wide Web. Transaksi ini terjadi terlepas dari batas wilayah dan syarat nasional.

Pasal 1 angka 2 U.U. ITE mengatur *“Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan computer, jaringan computer, dan/atau media elektronik lainnya”*.

Meskipun istilah *e-commerce* memang baru muncul di Indonesia tetapi sebenarnya *e-commerce* telah muncul dengan bentuknya yang beraneka ragam sejak dua puluh tahun terakhir, seiring dengan semakin populernya teknologi *Electronic Data Interchange (EDI)* dan *Electronic Funds Transfer (EFT)* diperkenalkan pertama kalinya di akhir tahun 1970-an. Pertumbuhan dan penggunaan *Credit Cards, Automatic Teller Machines, dan Telephone banking* diperkenalkan tahun 1980-an. Dengan demikian dapat dikatakan hanya istilahnya

saja yang baru dipakai, padahal sebenarnya masyarakat telah mengenal *e-commerce* bahkan telah melakukan transaksi *e-commerce* itu sendiri.<sup>29</sup>

Berdasarkan ruang lingkupnya, maka dalam praktek bisnis yang berkembang berdasarkan lingkup aktivitasnya, dikenal juga perbedaan sebagai berikut.<sup>30</sup>

- a. *Electronic Business* adalah ditujukan untuk lingkup aktivitas perdagangan dalam arti luas;
- b. *Electronic Commerce* adalah ditujukan untuk lingkup perdagangan/perniagaan yang dilakukan secara elektronik dalam arti sempit termasuk;
  - Perdagangan via internet (*Internet Commerce*)
  - Perdagangan dengan fasilitas Web Internet (*Web Commerce*); dan
  - Perdagangan dengan sistem pertukaran data tersruktur secara elektronik (*Electronic Data Interchange*)

## 2) Asas-asas dalam Perdagangan *E-Commerce*

*E-commerce* yang merupakan bagian dari *e-bussiness*, termasuk dalam bidang hukum perdata, yaitu hukum perjanjian. Sehingga kontrak dagang elektronik memiliki asas-asas yang sama dengan hukum perjanjian. Terdapat sejumlah asas yang diatur dalam U.U. ITE antara lain:

- a) Asas kepastian hukum berarti landasan hukum bagi pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik serta segala sesuatu yang mendukung penyelenggaraannya yang mendapatkan pengakuan hukum didalam dan di luar pengadilan.

<sup>29</sup> Edmon Makarm, *Komplikasi Hukum Telematika*, PT. RajaGravindo Persada, 2003, hal 226

<sup>30</sup> *Ibid.* hal 225

- b) Asas manfaat berarti asas bagi pemanfaatan teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik diupayakan untuk mendukung proses berinformasi sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
- c) Asas kehati-hatian berarti landasan bagi pihak yang bersangkutan harus memperhatikan segenap aspek yang berpotensi mendatangkan kerugian, baik bagi dirinya maupun bagi pihak lain dalam pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik.
- d) Asas itikad baik berarti asas yang digunakan para pihak dalam melakukan Transaksi Elektronik tidak bertujuan untuk secara sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum mengakibatkan kerugian bagi pihak lain tanpa sepengetahuan pihak lain tersebut.
- e) Asas kebebasan memilih teknologi atau netral teknologi berarti asas pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik tidak terfokus pada penggunaan teknologi tertentu sehingga dapat mengikuti perkembangan pada masa yang akan datang.

### 3) Karakteristik Transaksi *E-Commerce*

Karakteristik transaksi *e-commerce* antara lain:

- Transaksi tanpa batas;  
Dewasa ini dengan adanya internet, perusahaan kecil atau menengah dapat memasarkan produknya ke luar negeri dengan hanya membuat website atau memajang iklan-iklannya di internet tanpa batas waktu, maka pelanggan dari seluruh dunia dapat mengaksesnya dan melakukan transaksi secara online.
- Transaksi bersifat anonim;

Para penjual dan pembeli dalam transaksi *e-commerce* tidak harus bertemu muka secara langsung satu sama lainnya. Bahkan penjual tidak memerlukan nama pembeli, selama pembayarannya telah diotorisasi oleh penyedia layanan yang ditentukan, biasanya pembayaran dilakukan dengan menggunakan kartu kredit atau transfer via bank.

- Produk yang diperdagangkan

Produk yang diperdagangkan melalui internet berupa produk digital maupun non digital, barang berwujud maupun tak berwujud, dan barang bergerak.

#### 4) Para Pihak dalam *E-Commerce*

Para pihak yang terlibat dalam transaksi *e-commerce* yaitu:<sup>31</sup>

- *User/cardholder* yaitu orang-orang yang ingin membeli secara *online*, biasanya disebut pembeli/konsumen;
- *Merchant* yaitu perusahaan yang ingin menjual produknya secara *online* disebut juga penjual /pedagang;
- *Acquirer* yaitu lembaga keuangan *merchant* biasanya bank;
- *Issuer* yaitu perusahaan *credit card* yang mengeluarkan biaya kartu *user*;
- *Certification Authority* yaitu pihak ketiga yang netral yang memegang hak untuk mengeluarkan sertifikasi kepada *merchant*, kepada *issuer*, dan dalam beberapa hal diberikan kepada *cardholder*.

<sup>31</sup> Wahana Komputer Semarang, *Apa dan Bagaimana E-Commerce*, Penerbit Andi Yogyakarta, 2001, hal 103

## 5) Mekanisme Transaksi E-commerce

Transaksi *e-commerce* antara pihak *e-merchant* (pihak yang menawarkan barang atau jasa melalui internet) dengan *e-customer* (pihak yang membeli barang atau jasa melalui internet) yang terjadi di dunia maya atau di internet pada umumnya berlangsung secara *paperless transaction*, sedangkan dokumen yang digunakan dalam transaksi tersebut bukanlah *paper document*, melainkan dokumen elektronik (*digital document*).<sup>32</sup>

Transaksi elektronik terjadi pada saat penawaran transaksi yang dikirim pengirim telah diterima dan disetujui penerima (Pasal 20 ayat 1 U.U. ITE). Transaksi Elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak (Pasal 18 ayat 1 U.U. ITE).

Macam-macam kontrak elektronik menurut Santiago Cavanillas dan A. Martines Nadal, seperti yang dikutip oleh Arsyad Sanusi memiliki banyak tipe dan variasi berdasarkan sarana yang digunakan untuk membuat kontrak, yaitu.<sup>33</sup>

### a. Kontrak melalui *chatting* dan *video conference*

Dengan *chatting* seseorang dapat berkomunikasi secara langsung dengan orang lain seperti layaknya telepon, hanya saja komunikasi melalui *chatting* ini berupa tulisan atau pernyataan yang terbaca pada computer masing-masing.

Sedangkan *video conference* adalah alat untuk berbicara dengan beberapa pihak dengan melihat gambar dan mendengar suara secara langsung pihak yang dihubungi dengan alat ini. Dengan demikian melakukan kontrak dengan menggunakan jasa *chatting* dan *video conference* ini dapat dilakukan secara langsung antara beberapa pihak dengan menggunakan sarana komputer.

<sup>32</sup> Nofie Iman, *Mengenal E-commerce*, [www.hasan-uad.com/?q=system/files/mengenal-e-commerce.pdf](http://www.hasan-uad.com/?q=system/files/mengenal-e-commerce.pdf), hal 5

<sup>33</sup> *Ibid.*

b. Kontrak melalui *e-mail*

Kontrak melalui *e-mail* dapat berupa penawaran yang dikirimkan kepada seseorang atau kepada banyak orang yang tergabung dalam sebuah *mailing list*, serta penerimaan dan pemberitahuan penerimaan yang seluruhnya dikirimkan melalui *e-mail*. Di samping itu kontrak *e-mail* dapat dilakukan dengan penawaran barangnya diberikan melalui situs web yang memposting penawarannya, sedangkan penerimaannya dilakukan melalui *e-mail*.

Transaksi menggunakan email-dapat dilakukan dengan mudah. Dalam hal ini kedua belah pihak harus sudah memiliki *e-mail address*. Selanjutnya, sebelum melakukan transaksi, *customer* sudah mengetahui *e-mail* yang akan ditujukan jenis barang serta jumlah yang akan dibeli. Kemudian *customer* menulis nama produk dan jumlah produk, alamat pengiriman dan metode pembayaran yang digunakan. *Customer* selanjutnya akan menerima konfirmasi dari *merchant* mengenai order barang yang dipesan.

c. Kontrak melalui *web* atau situs

Kontrak melalui *web* ini terjadi dimana pihak *merchant* menyediakan daftar atau catalog barang yang dijual yang disertai deskripsi produk barang atau jasa dalam suatu halaman *web* dan dalam halaman *web* tersebut terdapat form pemesanan, sehingga *customer* dapat mengisi formulir tersebut secara langsung apabila barang atau jasa yang ditawarkan hendak dibeli oleh *customer*.

Menurut Mariam Darus Badruzaman, ada 6 komponen penting dalam kontrak dagang elektronik:<sup>34</sup>

<sup>34</sup> Mariam Darus Badruzaman, *op.cit.* hal 103

1. Ada Kontrak dagang;
2. Kontrak itu dilaksanakan dengan media elektronik (digital);
3. Kehadiran fisik dari para pihak tidak diperlukan;
4. Kontrak itu terjadi dalam jaringan publik;
5. Sistemnya terbuka, yaitu dengan internet atau www;
6. Kontrak itu terlepas dari batas, yurisdiksi nasional.

Pada dasarnya proses transaksi jual beli secara online tidak jauh berbeda dengan jual beli biasa, sebagai berikut:<sup>35</sup>

1. Penawaran

Penawaran yang dilakukan oleh penjual atau pelaku usaha melalui *website* pada internet. Penjual menyediakan *storefront* yang berisi katalog produk dan pelayanan yang diberikan. Masyarakat yang memasuki *website* tersebut dapat melihat barang yang ditawarkan oleh penjual. Penawaran melalui internet terjadi ketika pihak lain yang menggunakan media internet memasuki situs milik penjual yang melakukan penawaran suatu produk.

2. Penerimaan

Dalam transaksi *e-commerce* melalui *website*, biasanya pengunjung/calon pembeli akan memilih barang tertentu yang ditawarkan oleh penjual. Jika memang calon pembeli tertarik maka *shopping cart* akan menyimpannya terlebih dahulu barang yang calon pembeli inginkan sampai calon pembeli yakin akan pilihannya. Setelah yakin dengan pilihannya maka calon pembeli akan masuk tahap pembayaran.

3. Pembayaran

---

<sup>35</sup> Edmon Makarim, *op.cit.* hal 228

Bentuk pembayaran yang digunakan di internet umumnya bertumpu pada system kuangan nasional, tapi ada juga beberapa yang mengacu pada keuangan local. Klasifikasi mekanisme pembayaran dapat dibagi menjadi:

a. Transaksi model ATM;

Transaksi ini hanya melibatkan institusi financial dan pemegang account yang akan melakukan pengambilan atau mendeposit uangnya dari account masing-masing.

b. Pembayaran dua pihak tanpa perantara;

Transaksi dilakukan langsung antara dua pihak tanpa perantara menggunakan uang nasionalnya.

c. Pembayaran dengan perantara pihak ketiga

Umumnya merupakan proses pembayaran yang menyangkut debit, kredit, mauoun cek masuk dalam kategori ini. Ada beberapa metode pembayaran yang dapat digunakan, yaitu sistem pembayaran melalui kartu kredit *online* dan system pembayaran *check online*.

Seorang konsumen dapat melakukan pembayaran terhadap barang yang di belinya dengan berbagai macam model pembayaran. Biasanya *e-commerce* memiliki alat pembayaran:<sup>36</sup>

▪ Kartu Kredit

Kartu kredit ini merupakan sistem pembayaran yang paling banyak digunakan para customer dalam sistem *e-commerce*. Dengan sistem pembayaran ini pembeli menetikkan nomor kartu kredit dan identitas pemilik kartu kredit.

▪ *E-cash*

<sup>36</sup> Rijanto Tosin dan Meiwanto, Catur, *Cara mudah belajar E-Commerce di Internet*, Dinastindo: Jakarta, 2000, hal 16

Untuk pembayaran dengan *e-cash* pembeli harus memiliki kartu kredit sehingga dapat merupakan suatu *account* khusus, apabila melakukan pembelian pembeli cukup mengisi pada *account e-cash*.

- *Smart Card*

*Smart card* ini fungsinya seperti ATM, yaitu ketika pembeli menggunakan smart card uangnya langsung di debet dari saldo bank. Untuk pembayaran dengan sistem ini pembeli harus memiliki smart card reader. Penggunaannya digesekkan ke smart card reader yang terhubung dengan komputer.

- Kartu Debet

Kartu debit ini hampir sama dengan smart card tetapi tidak memiliki perangkat tambahan seperti perangkat reader. Contoh kartu debit yang bisa dipakai ATM BCA, BNI.

#### 4. Pengiriman

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

### 6) Model Transaksi E-Commerce

Menurut Efraim Turban seperti yang dikutip Ridwan Khairandi memberikan model transaksi dengan *e-commerce* dapat diklasifikasikan seperti berikut:<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> H.R Daeng Naja, *Seri Keterampilan Merancang Kontrak Bisnis Contract Drafting*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006, hal 349

1. *Business to Business* (B2B), meliputi *Inter Organizational System* (IOS), yaitu transaksi dengan segera dari transaksi pasar elektronik antar organisasi.
2. *Business to consumer* (B2C), transaksi retail dengan pembelanjaan (*shopper*) individu.
3. *Consumer to consumer* (C2C), dalam kategori ini konsumen menjual dengan langsung untuk konsumen. Beberapa situs pelelangan (*auction*) membolehkan individu untuk meletakkan barang. Pada akhirnya banyak individu menggunakan internet dan jaringan organisasi internal lainnya ke pelelangan barang untuk penjualan atau pelayanan.
4. *Consumer to Business* (C2B), kategori ini meliputi individu yang menjual produk atau jasa untuk organisasi.
5. *Nonbusiness e-commerce*, meningkatkan sejumlah lembaga non bisnis, seperti lembaga akademi, organisasi *nonprofit*, organisasi keagamaan, organisasi social, dan lembaga pemerintahan menggunakan bentuk *e-commerce* akan mengurangi pembiayaan mereka atau memperbaiki operasional mereka dan pelayanannya.
6. *Intrabusiness organizational e-commerce*, dalam kategori ini meliputi semua kegiatan organisasi internal.

Dari keenam model transaksi *e-commerce* ini, dalam prakteknya yang banyak dipakai oleh *user*/konsumen saat ini adalah model pertama dan kedua yaitu *Business to business* (B2B) dan *business to customer* (B2C). Menurut Muhammad Aulia Adnan, dalam dataran praktis *e-commerce* hanya dikenal 2 macam yaitu:

- a. *Business to business e-commerce* (B2B e-commerce), bentuk transaksi perdagangan melalui internet yang dilakukan oleh 2 (dua) perusahaan atau lebih.
- b. *Business to consumer e-commerce* (B2C e-commerce): bentuk transaksi jual beli melalui internet antara penjual barang konsumsi dengan konsumen akhir.

### 7) Pengakuan Digital Elektronik Dalam Transaksi *E-commerce*

Pasal 1 angka 12 U.U. ITE berbunyi “*Tanda tangan elektronik adalah tanda tangan yang terdiri atas informasi elektronik yang dilekatkan, terasosiasi atau terkait dengan Informasi Elektronik lainnya yang digunakan sebagai alat verifikasi dan autentifikasi*”. Pasal 1 angka 13 memberikan definisi tentang penanda tangan adalah subjek hukum yang terasosiasikan atau terkait dengan tanda tangan elektronik.

Banyak pakar berpendapat bahwa tanda tanagn elektronik harus diterima keabsahannya sebagai tanda tangan dengan alasan sebagai berikut:<sup>38</sup>

- a. Tanda tangan elektronik merupakan tanda tangan yang bisa dibubuhkan oleh seseorang atau beberapa orang yang diberikan kuasa oleh kuasa oleh orang lain yang berkehendak untuk diikat secara hukum;
- b. Sebuah tanda tangan elektronik dapat dimasukkan dengan menggunakan peralatan mekanik, sebagaimana tanda tangan tradisional/konvensional;
- c. Sebuah tanda tangan elektronik sangat mungkin bersifat lebh aman atau lebih tidak aman sebagaimana kemungkinan ini juga terjadi pada tanda tanagn tradisional/konvensional;

---

<sup>38</sup> *Ibid.* hal 347

- d. Waktu membubuhkan tanda tangan elektronik, niat si penanda tangan yang menjadi keharusan juga bisa dipenuhi sebagaimana pada tanda tangan tradisional.

Pasal 11 ayat (1) UU ITE berbunyi Tanda Tangan Elektronik memiliki kekuatan hukum dan akibat hukum yang sah selama memenuhi persyaratan sebagai berikut:

- a. Data pembuatan Tanda Tangan Elektronik terkait hanya kepada Penanda Tangan;
- b. Data pembuatan Tanda Tangan Elektronik pada saat proses penandatanganan elektronik hanya berada dalam kuasa penandatanganan;
- c. Segala perubahan terhadap Tanda Tangan Elektronik yang terjadi setelah waktu penandatanganan dapat diketahui;
- d. Segala perubahan terhadap informasi yang terkait dengan Tanda Tangan Elektronik yang terjadi setelah waktu penandatanganan dapat diketahui;
- e. Terdapat cara tertentu yang dipakai untuk mengidentifikasi siapa penandatanganannya; dan
- f. Terdapat cara tertentu untuk menunjukkan bahwa Penanda Tangan telah memberikan persetujuan terhadap Informasi Elektronik yang terkait.

## **D. Tinjauan Umum Tentang Wanprestasi**

### **1. Kesalahan dan Kesengajaan**

#### **1.1 Kesalahan**

Pasal 1236 K.U.H. Perdata menyatakan bahwa :

“Si berhutang adalah wajib untuk memberikan ganti biaya, rugi dan bunga kepada si piutang, apabila ia telah membawa dirinya dalam keadaan tidak mampu untuk menyerahkan bendanya, atau telah tidak merawat sepatutnya guna menyelamatkannya”.

Kata-kata dalam pasal 1236 K.U.H. Perdata menunjukkan, bahwa kewajiban untuk mengganti biaya, rugi dan bunga baru ada, kalau debitur mempunyai kesalahan. Debitur yang mempunyai kesalahan sehingga ia tidak mampu lagi memenuhi penyerahannya sehingga benda-benda prestasinya tidak dapat terhindar dari kerugian. Sehingga inti dari pasal tersebut adalah harus adanya unsur kesalahan (*schuld*).

Kesalahan yang disebutkan diatas adalah kesalahan yang mempunyai akibat berupa suatu kerugian. Kita katakan orang yang mempunyai kesalahan dalam peristiwa tertentu, kalau ia sebenarnya dapat menghindarkan terjadinya peristiwa yang merugikan itu, baik dengan tidak berbuat atau berbuat lain dan timbulnya kerugian itu dapat dipersalahkan kepadanya. Sudah barang tentu kesemuanya memperhitungkan keadaan dan suasana saat peristiwa itu terjadi.<sup>39</sup>

## 1.2 Kesengajaan

Dalam hal kesengajaan, maka timbulnya kerugian memang dikehendaki, bahwa disini orang melakukan tindakan atau mengambil suatu sikap yang menimbulkan kerugian, memang diniati dan dikehendaki. Harus diwaspadai, bahwa tidaklah disyaratkan bahwa debitur bertujuan untuk merugikan kreditur, tetapi kalau kenyataannya menimbulkan kerugian bagi kreditur sekalipun bukan

<sup>39</sup> Mariam Darus Badruzaman, *op.cit.* hal 90

tujuannya dan ia tahu dan memang menghendaki tindakan dan timbulnya kerugian, maka disana tetap ada unsur kesengajaan.<sup>40</sup>

## 2. Wujud Wanprestasi

### b) Debitur sama sekali tidak berprestasi

Dalam hal ini debitur sama sekali tidak memberikan prestasi. Hal ini bisa disebabkan, karena debitur memang tidak mau berprestasi atau bisa juga disebabkan, karena memang kreditur objektif tidak mungkin berprestasi lagi atau secara subjektif tidak ada gunanya lagi untuk berprestasi. Pada peristiwa yang pertama memang kreditur tidak bisa lagi berprestasi sekalipun mau.

### c) Debitur keliru berprestasi

Disini debitur memang pada pikirannya telah memberikan prestasinya, tetapi pada kenyataannya, yang diterima kreditur lain daripada yang diperjanjikan. Kreditur membeli bawang putih, ternyata yang dikirim bawang merah. Dalam hal ini tetap terjadi anggapan bahwa debitur tidak atau belum berprestasi. Jadi dalam kelompok ini termasuk "*penyerahan yang tidak sebagaimana mestinya*" dalam arti tidak sesuai dengan yang diperjanjikan.

### d) Debitur terlambat berprestasi

Disini debitur berprestasi, objek prestasinya betul, tetapi tidak sebagaimana yang diperjanjikan. Sebagaimana yang disebutkan diatas, debitur digolongkan kedalam kelompok "terlambat berprestasi". Orang yang dikatakan terlambat berprestasi dikatakan sebagai dalam keadaan lalai.<sup>41</sup>

<sup>40</sup> *Ibid.* hal 122

<sup>41</sup> *Ibid.* hal 133

### 3. Pernyataan Lalai

Akibat yang sangat penting dari tidak terpenuhinya perikatan ialah kreditur dapat meminta ganti kerugian atas ongkos, rugi dan bunga yang dideritanya. Untuk adanya kewajiban ganti rugi bagi debitur maka Undang-Undang menentukan bahwa debitur harus terlebih dahulu dinyatakan dalam keadaan lalai (*ingebrekestelling*).

Lembaga pernyataan lalai ini adalah merupakan upaya hukum untuk sampai kepada suatu fase, dimana debitur dinyatakan “ingkar janji” (*wanprestasi*).

Dalam hal ini dapat dibaca dalam Pasal 1243 K.U.H. Perdata yang mengatakan :

“pengantian biaya, rugi dan bunga tidak dipenuhinya suatu perikatan, barulah mulai diwajibkan kepada debitur setelah dinyatakan lalai memenuhi perikatannya, tanpa melalaikannya atau jika sesuatu harus diberikan atau dibuatnya dalam tenggang waktu tertentu telah dilampauinya”.

Jadi maksud “berada dalam keadaan lalai” ialah peringatan atau pernyataan dari kreditur tentang saat selambat-lambatnya debitur wajib memenuhi prestasi. Apabila saat ini dilampauinya, maka debitur ingkar janji atau *wanprestasi*.<sup>42</sup>

### 4. Akibat Wanprestasi Pada Umumnya

Dalam hal kreditur tidak memenuhi kewajibannya atau tidak memenuhi kewajibannya sebagaimana mestinya dan tidak dipenuhinya kewajibannya itu karena ada unsur salah padanya, maka terdapat akibat-akibat hukum yang atas

---

<sup>42</sup> *Ibid.* hal 19

tuntutan dari kreditur bisa menimpa dirinya. Adapun akibat yang dapat menimpa debitur adalah;

*Pertama*, sebagaimana yang disebutkan dalam Pasal 1236 K.U.H. Perdata dan Pasal 1243 K.U.H. Perdata dalam hal debitur lalai untuk memenuhi kewajiban perikatannya, kreditur berhak untuk menuntut pengantian kerugian, yang berupa ongkos-ongkos, kerugian dan bunga. Akibat hukum seperti ini menimpa debitur baik dalam perikatan untuk memberikan sesuatu, untuk melakukan sesuatu ataupun tidak melakukan sesuatu.

*Kedua*, Pasal 1237 K.U.H. Perdata mengatakan, bahwa sejak debitur lalai, maka resiko atas objek perikatan menjadi tanggung jawab debitur.

*Ketiga*, bahwa apabila perjanjian tersebut berupa perjanjian timbal balik, maka berdasarkan Pasal 1266 K.U.H. Perdata kreditur berhak untuk menuntut pembatalan perjanjian, dengan atau tanpa disertai tuntutan ganti rugi. Tetapi kesemuanya itu tidak mengurangi hak dari kreditur untuk tetap menuntut pemenuhan.<sup>43</sup>

## 5. Yurisprudensi Atas Wanprestasi Dalam Transaksi Jual Beli

Kewajiban pelaku usaha untuk memberikan kompensasi/ganti rugi atas wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha dapat dilihat dari amar putusan Mahkamah Agung tanggal 6 oktober 1976 dengan nomer perkara Reg. No.319 K/Sip/1974 dalam perkara mengenai kewajiban dan tanggung jawab penjual; cacat tersembunyi; wanprestasi dengan para pihak Liem Min Sin (penggugat

<sup>43</sup> J.Satrio, *hukum perikatan, perikatan pada umumnya*, Alumni, Bandung, 1999, hal 144

untuk kasasi dahulu tergugat pembanding) dan Rachmat Gozaly (tergugat dalam kasasi dahulu penggugat terbanding) yang memutuskan:

- a. Menghukum tergugat untuk di dalam tempo 8 (delapan) hari terhitung mulai hari/tanggal putusan ini menyerahkan kepada penggugat sebuah jeep pengganti merek Nissan Patrol yang sama tahun pembuatan dan kondisinya seperti yang pernah diserahkan olehnya dan yang sekarang berada dalam sitaan pihak kepolisian.
- b. Menghukum tergugat untuk membayar kepada penggugat uang paksa (dwangsom) sebesar (sepuluh ribu rupiah) uang baru untuk tiap-tiap hari tergugat tidak mentaati putusan ini.

Dalam kasus tersebut di atas Mahlamah Agung dalam pertimbangan dalam amar putusan tersebut antara lain:

1. Cacat tersembunyi

Obyek jual beli dalam hal ini kendaraan bermotor, yang ternyata berasal dari kejahatan dikategorikan barang yang mengandung cacat yang tersembunyi yang menyebabkan pihak pembelinya tidak dapat menikmatinya dengan aman serta tentram.

2. Kewajiban dan tanggung jawab penjual

Menurut hukum pihak penjual bertanggung jawab atas adanya cacat yang tersembunyi pada barang yang dijualnya.

3. Wanprestasi

Berdasarkan kewajibannya untuk bertanggung jawab atas adanya cacat yang tersembunyi pada barang yang dijualnya, maka penjual, yang dalam hal ternyata adanya cacat termaksud tidak mengganti barang yang mengandung cacat

semacam itu baik dengan barang yang lain yang serupa, ataupun dalam bentuk uang sebesar harga barang yang bersangkutan adalah ingkar janji.

## E. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen

### 1. Pengertian Konsumen

Istilah Konsumen dalam bahasa Indonesia berasal dari istilah asing Inggris yang berarti “*Consumer*” dan Belanda “*Consument*” yang secara harafiah diartikan sebagai “orang atau perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu, atau sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang.” Dan ada pula yang mngartikan “setiap orang yang menggunakan barang atau jasa”. Dari pengertian diatas, dapat kita lihat ada perbedaan antara konsumen sebagai orang alami dan badan hukum sebagai konsumen.<sup>44</sup>

Adapun dalam definisi lain dikemukakan oleh Kotler, konsumen didefinisikan sebagai berikut “*Consumers are individuals and housesold for personal us, prosuders are individual and organizations buying for the purpose of producing.*” Konsumen adalah individu dan kaum rumah tangga yang melakukan pembelian untuk tujuan penggunaan personal, produsen adalah individu atau organisasi yang melakukan pembelian untuk tujuan produksi.

Berdasarkan U.U.P.K. Pasal 1 butir 2 mendefinisikan konsumen sebagai berikut: “Setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan sendiri, keluarga, atau orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.” Pencantuman syarat “tidak

---

<sup>44</sup> Dr.Abdul Halim Barkatulah, *Hukum perlindungan konsumen Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*, FH Unlam Press, Banjarmasin, hal 7

untuk diperdagangkan” ini memberikan pengertian konsumen sebagai *end user* / pengguna terakhir dan sekaligus membedakannya dari konsumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk. Sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya. Pengertian konsumen dalam U.U.P.K termasuk dalam pengertian konsumen sebagai konsumen akhir.

Menurut A.Z. Nasution, orang yang dimaksudkan dalam pengertian U.U.P.K. adalah *natuurlijke person* dan bukan *recht person*. Hal ini dikarenakan yang memakai, menggunakan, memanfaatkan, barang atau jasa untuk kepentingan sendiri, keluarga, orang lain, ataupun makhluk hidup lain tidak untuk diperdagangkan hanyalah manusia.

Adapun permasalahan yang dihadapi konsumen Indonesia, ternyata juga dialami konsumen di negara-negara berkembang lainnya. Tidak hanya sekedar memilih barang, tetapi menyangkut kesadaran semua pihak, baik pengusaha, pemerintah, maupun konsumen sendiri tentang pentingnya perlindungan konsumen. Pengusaha menyadari bahwa mereka harus menghargai hak-hak konsumen, memproduksi barang dan jasa yang berkualitas, aman dimakan/digunakan, mengikuti standar yang berlaku, dengan harga yang sesuai. Sedangkan bagi pemerintah sendiri menyadari bahwa diperlukannya suatu undang-undang serta peraturan-peraturan disegala sektor yang berkaitan dengan berpindahnya barang dan jasa dari pengusaha ke konsumen. Pemerintah juga bertugas untuk mengawasi berjalannya peraturan serta Undang-Undang tersebut dengan baik. Sedangkan Konsumen harus sadar akan hak-hak yang mereka punyai sebagai seorang konsumen sehingga dapat melakukan sosial kontrol terhadap

perbuatan dan perilaku pengusaha dan pemerintah. Sadarnya konsumen akan haknya, adalah sangat penting mengingat kedudukan konsumen yang sering lemah. Oleh karena itu, perlu adanya suatu perlindungan hukum terhadap hak-hak konsumen tersebut.

## 2. Pengertian Perlindungan Konsumen

Menurut U.U.P.K. Pasal 1 ayat (1) mengartikan “Perlindungan Kosumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.” Batasan tentang definisi perlindungan konsumen yang dijumpai dalam U.U.P.K. sebagai wujud adanya kepastian hukum yang diberikan oleh Pemerintah Indonesia melalui kebijakannya guna memberikan perlindungan bagi Konsumen.

Pengaturan perlindungan konsumen dilakukan dengan:

1. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses dan informasi akses, serta menjamin kepatian hukum;
2. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha pada umumnya;
3. meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa;
4. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktek usaha yang menipu dan menyesatkan;
5. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan, dan pengaturan perlindungan kosumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lain.

### 3. Asas Dan Tujuan UUPK

Pengaturan hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha dalam U.U.P.K. merupakan perwujudan dari pengaturan sejumlah asas yang terkandung dalam U.U.P.K. Adapun asas-asas dalam U.U.P.K:

1. Asas Manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
2. 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.
3. Asas Keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti material maupun spiritual.
4. 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.
5. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Perlindungan konsumen merupakan masalah kepentingan manusia, oleh karenanya menjadi harapan bagi semua bangsa di dunia, untuk dapat mewujudkannya. Mewujudkan perlindungan konsumen adalah mewujudkan

hubungan berbagai dimensi yang satu sama lain mempunyai keterkaitan dan saling ketergantungan antar konsumen, pengusaha, dan pemerintah.

Perlindungan terhadap kepentingan konsumen pada dasarnya sudah diakomodasi oleh banyak perangkat hukum sejak lama. Secara terpisah berbagai kepentingan konsumen sudah dimuat dalam berbagai undang-undang yang berlaku. Akan tetapi dengan munculnya U.U.P.K. maka berlaku asas *Lex specialis derogat lex generalis* terhadap ketentuan-ketentuan peraturan perundang-undangan yang sudah ada sebelum U.U.P.K. Dengan kata lain, ketentuan-ketentuan diluar U.U.P.K. tetap berlaku sepanjang tidak diatur secara khusus dalam U.U.P.K. dan/atau tidak bertentangan dengan U.U.P.K.

U.U.P.K. dengan jelas mempunyai tujuan:

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian untuk melindungi diri;
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
5. Menumbuhkan 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.

#### 4. Hak dan Kewajiban Para Pihak

Wujud perlindungan kepada konsumen dilakukan sebagai perwujudan tanggung jawab pengusaha yang diatur dalam U.U.P.K. Perwujudan perlindungan konsumen yang diatur dalam U.U.P.K antara lain berupa hak dan kewajiban konsumen dan pengusaha serta tanggung jawab pengusaha. Aturan tentang hak dan kewajiban tersebut berfungsi sebagai unsur naturalia perjanjian jual beli secara online. Adapun hak dan kewajiban konsumen yang diatur dalam Pasal 5 U.U.P.K. adalah:

- Kewajiban Konsumen (Pasal 5 U.U.P.K.)
  - a. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
  - b. beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
  - c. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
  - d. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- Hak Konsumen (Pasal 4 U.U.P.K.)
  - a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi 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 mendapat 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.
- Hak Pelaku Usaha (Pasal 6 U.U.P.K)
    - a. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
    - b. hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;

- c. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
  - d. hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
  - e. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.
- Kewajiban Pelaku Usaha (Pasal 7 U.U.P.K.)
    - a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
    - b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
    - c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
    - d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
    - e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
    - f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;

- g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

## 5. Perbuatan Yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha Dalam UUPK

Disamping dibebani sejumlah kewajiban, pelaku usaha dalam menjalankan usahanya juga dibatasi dengan berbagai larangan yang diatur dalam sejumlah pasal. Salah satu ketentuan yang bersifat umum yang mengatur kegiatan usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha baik pabrik maupun distributor di Indonesia dapat kita lihat pada pasal 8 ayat (1) U.U.P.K. yang berbunyi bahwa Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:

1. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
2. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
3. tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
4. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
5. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;

6. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
7. tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
8. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
9. tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus di pasang/dibuat;
10. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Pasal 8 ayat (2) U.U.P.K. berbunyi *“Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud”*.

Pasal 8 ayat (3) U.U.P.K. berbunyi *“Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar”*.

Pasal 8 ayat (4) U.U.P.K. berbunyi *“Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran”*.

## 6. Prinsip Perlindungan Konsumen

Adapun prinsip tanggung jawab dalam perlindungan konsumen antara lain:<sup>45</sup>

- a. Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan;

Prinsip ini dikenal juga dengan nama *fault liability* atau *liability based on fault*) bahwa tanggung jawab pelaku usaha berdasarkan adanya unsur kesalahan seperti disebutkan dalam Pasal 1365 K.U.H. Perdata yaitu, adanya perbuatan, adanya unsur kesalahan, adanya kerugian yang diderita, adanya hubungan kausalitas antara kesalahan dan kerugian. Hal tersebut harus dibuktikan terlebih dahulu oleh penggugat dalam persidangan.

- b. Prinsip praduga untuk selalu bertanggungjawab (*presumption of liability principle*);

Dalam prinsip ini pelaku usaha pelaku usaha dianggap untuk bertanggung jawab, sampai pelaku usaha (tergugat) dapat membuktikan ia tidak bersalah..

- c. Prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggungjawab (*presumption nonliability principle*);

Pada prinsip ini pelaku usaha dianggap tidak harus bertanggung jawab dalam hal transaksi konsumen. Jadi konsumen yang harus membuktikan adanya kesalahan.

- d. Prinsip tanggung jawab mutlak;

Asas tanggung jawab ini dikenal dengan nama *product liability*. Menurut prinsip ini, produsen wajib bertanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen atas penggunaan produk yang dipasarkan. Dengan diterapkannya

---

<sup>45</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, 2008, Jakarta: Sinar Grafika, hal 92.

prinsip tanggung jawab mutlak ini, maka setiap konsumen yang merasa dirugikan akibat produk atau barang yang cacat atau tidak aman dapat menuntut kompensasi tanpa harus mempermasalahkannya ada atau tidaknya unsur kesalahan di pihak produsen.<sup>46</sup>

- e. Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan (*limitation of liability principle*) bahwa tanggung jawab pelaku usaha dibatasi pada yang telah dicantumkan dalam perjanjian sebelumnya. Biasanya pelaku usaha menerapkannya dalam klausula eksonerasi.

## **F. Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online**

### **1) Tanggung jawab pelaku usaha**

Tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian konsumen dalam U.U.P.K. diatur khusus dalam satu bab yaitu Bab VI Pasal 19 sampai dengan Pasal 28 yang dapat dijabarkan sebagai berikut:<sup>47</sup>

1. Tujuh pasal yaitu Pasal 19, Pasal 20, Pasal 21, Pasal 24, Pasal 25, Pasal 26, dan Pasal 27 mengatur pertanggungjawaban pelaku usaha;
2. Dua pasal yaitu Pasal 22 dan Pasal 28 mengatur pembuktian;
3. Satu pasal yaitu Pasal 23 yang mengatur penyelesaian sengketa dalam hal pelaku usaha tidak memenuhi kewajibannya untuk memberikan ganti rugi kepada konsumen.

Sebagai pelaku usaha, maka harus bertanggung jawab untuk (Pasal 19 U.U.P.K.):

<sup>46</sup> Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen*, FH Unlam Press, Banjarmasin, 2008, hal 66

<sup>47</sup> Gunawan Widjaja, Yani, Ahmad, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001, hal 64

1. Memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan;
2. Ganti rugi tersebut dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku;
3. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi
4. Dan pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud tersebut (poin 1,2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan;
5. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada poin 1 dan 2 tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Bagi pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut (Pasal 20 U.U.P.K.). Kemungkinan pasal ini tidak dipakai dalam transaksi jual beli secara onlin karena promosi yang ada di internet hanya berupa informasi perusahaan.

Sedangkan Pasal 21 mengatur bahwa importir barang bertanggung jawab sebagai pembuat barang yang diimpor apabila importasi barang tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan produsen luar negeri. Dan untuk importir jasa bertanggung jawab sebagai penyedia jasa asing apabila penyediaan jasa asing tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan penyedia jasa asing.

Sedangkan bagi pelaku usaha yang menjual barang dan/atau jasa kepada pelaku usaha lain bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila (Pasal 24 U.U.P.K.):

- a. Pelaku usaha lain menjual kepada konsumen tanpa melakukan perubahan apapun atas barang dan/atau jasa tersebut;
- b. Pelaku usaha lain, di dalam transaksi jual beli tidak mengetahui adanya perubahan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha atau tidak sesuai dengan contoh, mutu, dan komposisi.

Pasal 24 ayat (2) U.U.P.K. mengatur bahwa pelaku usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dibebaskan dari tanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila pelaku usaha lain yang membeli barang dan/atau jasa menjual kembali kepada konsumen dengan melakukan perubahan atas barang dan/atau jasa tersebut.

Pasal 25 U.U.P.K. berbunyi *“Pelaku usaha yang memproduksi barang yang pemanfaatannya berkelanjutan dalam batas waktu sekurang-kurangnya 1 (satu) tahun wajib menyediakan suku cadang dan/atau fasilitas purna jual dan wajib memenuhi jaminan atau garansi sesuai dengan yang diperjanjikan”*.

Dalam hal pelaku usaha tidak menyediakan atau lalai menyediakan suku cadang dan fasilitas perbaikan; serta tidak memenuhi atau gagal memenuhi jaminan atau garansi yang diperjanjikan, maka pelaku usaha tersebut harus bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan dari konsumen. Pelaku usaha yang memperdagangkan jasa wajib memenuhi jaminan dan/atau garansi yang disepakati dan/atau diperjanjikan (Pasal 26 U.U.P.K.).

Dalam pasal 27 U.U.P.K. disebutkan bahwa pelaku usaha yang memproduksi barang dibebaskan dari tanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen apabila:<sup>48</sup>

a. Barang tersebut terbukti seharusnya tidak diedarkan atau tidak dimaksudkan untuk diedarkan;

b. Cacat barang timbul kemudian hari;

Cacat timbul dikemudian hari adalah sesudah tanggal yang mendapat jaminan dari pelaku usaha sebagaimana diperjanjikan, baik tertulis maupun lisan.

c. Cacat timbul akibat ditaatinya ketentuan mengenai kualifikasi barang;

Yang dimaksud dengan kualifikasi barang adalah ketentuan standarisasi yang telah ditetapkan pemerintah berdasarkan kesepakatan semua pihak.

d. Kelalaian yang diakibatkan oleh konsumen;

e. Lewatnya jangka waktu penuntutan 4 (empat) tahun sejak barang dibeli atau lewatnya jangka waktu yang diperjanjikan. Jangka waktu yang diperjanjikan itu adalah masa garansi.

Demikianlah ketujuh pasal di atas merupakan bentuk perlindungan konsumen yang diatur dalam U.U.P.K. yang mana setiap penjual barang atau jasa harus bertanggung jawab kepada konsumen atas barang atau jasa yang dihasilkannya.

## 2) Macam-macam upaya hukum dalam transaksi e-commerce

I Upaya hukum Preventif adalah segala upaya yang dilakukan guna mencegah terjadinya suatu peristiwa atau keadaan yang tidak diinginkan yaitu timbulnya

<sup>48</sup> Rahayu Hartini, *Hukum Komersial*, UMM Pres, Malang, 2006, hal 228

kerugian pada pihak konsumen. Bentuk-bentuk upaya hukum preventif antara lain:

a. Pembinaan

Pasal 29 ayat 1 U.U.P.K. mengatur "*Pemerintah bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha*". Pasal 29 ayat (4) menyebutkan bahwa pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen bertujuan untuk:

1. Terciptanya iklim usaha dan hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen;
2. Berkembangnya lembaga konsumen swadaya masyarakat;
3. Meningkatnya kualitas sumber daya manusia dan meningkatkan kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen.

Pembinaan terhadap konsumen bertujuan agar konsumen mengetahui hak-haknya sebagai konsumen dan mendorong pelaku usaha agar berusaha secara sehat. Pembinaan konsumen oleh pemerintah dilakukan oleh menteri dan/atau menteri teknis terkait (Pasal 29 ayat 2 U.U.P.K.).

b. Pengawasan dan perlindungan oleh pemerintah maupun badan yan terkait

Pasal 30 ayat (1) berbunyi "*Pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangannya diselenggarakan oleh pemerintah, masyarakat, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat*". Pengawasan oleh masyarakat

dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dilakukan terhadap produk barang dan/atau jasa yang beredar di pasar (Pasal 30 ayat 3 U.U.P.K.).

II. Upaya hukum Represif adalah upaya hukum yang dilakukan untuk menyelesaikan suatu permasalahan hukum yang sudah terjadi. Upaya hukum ini digunakan apabila telah terjadi sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen. Macam-macam bentuk upaya hukum represif:

a. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan

Penyelesaian ini diatur dalam Pasal 45 ayat (2) jo Pasal 47 U.U.P.K. sebagai berikut:

Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa (Pasal 45 ayat 2). Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita konsumen (Pasal 47 U.U.P.K.)

Cara penyelesaian sengketa ini merupakan cara yang terbaik karena bisa terhindar dari proses pengadilan yang berbelit-belit dan mendapatkan penyelesaian yang tidak mengeluarkan banyak biaya cepat bagi pihak pelaku usaha dan konsumen serta keuntungan lain yang bisa didapat oleh pelaku usaha yaitu menjaga nama baik perusahaannya.

b. Penyelesaian sengketa melalui pengadilan

Pasal 45 ayat 1 jo pasal 48 U.U.P.K., dijelaskan sebagai berikut:

Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum (Pasal 45 ayat 1 U.U.P.K.). Penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mengacu pada ketentuan tentang peradilan umum yang berlaku dengan memperhatikan ketentuan dalam pasal 45 (Pasal 48 U.U.P.K.).

Berdasarkan isi pasal tersebut di atas adanya kemungkinan bagi konsumen dapat melakukan gugatan melalui lembaga penyelesaian sengketa atau instansi tertentu.

Sedangkan pembuktian kasus terhadap terjadinya kerugian yang dialami konsumen digunakan pembuktian terbalik. Hal ini dijelaskan dalam Pasal 22 U.U.P.K. bahwa pembuktian dapat dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya unsur kesalahan yang merupakan tanggung jawab dan dibuktikan oleh pelaku usaha tanpa menutup kemungkinan jaksa untuk melakukan pembuktian.

Dengan demikian, Penulis berpendapat tentang bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli secara online dan upaya-upaya yang dapat dilakukan konsumen apabila menderita kerugian maka eksistensi U.U.P.K. dapat dipergunakan sepanjang tidak bertentangan.

### 3) Perlindungan konsumen terhadap klausula baku dalam transaksi e-commerce

Klausula baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen (Pasal 1 angka 10 U.U.P.K.).

Terhadap sejumlah klausula baku yang ditetapkan oleh pelaku usaha dalam perjanjian jual beli online, Pasal 18 ayat 1 U.U.P.K. mengatur *Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila:*

- a. Menyatakan pengalihan tanggungjawab pelaku usaha;
- b. Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen;
- c. Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen;
- d. Menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung, maupun tidak langsung untuk melakukan segala tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran;
- e. Mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen;
- f. Memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi obyek jual beli jasa;

- g. Menyatakan tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, lanjutan dan/atau pengubahan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang dibelinya;
- h. Menyatakan bahwa konsumen memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai, atau hak jaminan terhadap barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran;

Dalam Pasal 18 ayat (2) dijelaskan bahwa pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti.

Pasal 18 ayat (3) mengatur *“Setiap klausula baku yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian yang memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) dinyatakan batal demi hukum”*. Ini berarti perjanjian yang memuat ketentuan mengenai klausula baku yang dilarang dalam pasal 18 ayat (1) atau yang memiliki format sebagaimana dilarang dalam pasal 18 ayat (2) dianggap tidak pernah ada dan mengikat para pihak, pelaku usaha, dan konsumen yang melaksanakan transaksi perdagangan barang dan/atau jasa tersebut.

### BAB III

#### METODE PENELITIAN

Agar penelitian yang dilakukan dapat menghasilkan suatu pemecahan yang sejalan dengan pokok permasalahan, maka metode penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut:

##### 1) Jenis Penelitian

Jenis penelitian penulisan ini adalah penelitian empiris. Di dalam penelitian hukum empiris ini, penulis berupaya untuk mengetahui dan menganalisis pelaksanaan perlindungan hukum bagi konsumen atas wanprestasi yang dilakukan penjual barang atau jasa dalam suatu transaksi jual beli yang dilakukan secara online.

##### 2) Metode Pendekatan Penelitian

Dalam skripsi ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode yuridis sosiologis. Metode penelitian dilakukan dengan berpedoman pada peraturan yang dijadikan dasar untuk menganalisa gejala hukum yang timbul khususnya yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli pada toko online, kemudian hasil pembahasan yuridis akan diarahkan pada aspek sosiologis. Pembahasan yuridis berkaitan dengan Pasal 17 - Pasal 22 U.U. ITE yang menjadi dasar sahnya transaksi elektronik, dan Pasal 4 - Pasal 7 U.U.P.K. tentang hak dan kewajiban pelaku usaha dan konsumen, serta K.U.H. Perdata. Sedangkan aspek sosiologisnya berkaitan dengan penerapan norma-norma hukum yang ada dalam kenyataannya di masyarakat.

### 3) Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di kecamatan Lowokwaru dan Kecamatan Blimbing Kota Malang. Alasan penulis memilih lokasi tersebut dikarenakan kota Malang sebagai kota besar dan letaknya yang strategis sebagai kota perdagangan. Di samping itu berdasarkan hasil survei pada bulan Mei bahwa kecamatan Blimbing dan kecamatan Lowokwaru merupakan kecamatan yang paling banyak ditemukan pelaku usaha toko online yang melakukan transaksi jual beli online baik produk barang maupun jasa.

### 4) Jenis data dan sumber data

Jenis data dalam penelitian ini memakai jenis data primer dan jenis data sekunder, antara lain:<sup>49</sup>

#### 1) Jenis Data

1. Jenis data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari masyarakat atau subyek yang menjadi responden penelitian. Dalam penelitian ini, jenis data primer diperoleh dari hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan responden pelaku usaha toko online dan responden konsumen.
2. Jenis data sekunder yaitu data yang diperoleh dari studi kepustakaan. Dalam penelitian ini, jenis data sekunder diperoleh dari literature, artikel di internet dan penjelasan pasal-pasal dan peraturan perundang-undangan.

#### 2) Sumber Data Penelitian antara lain:<sup>50</sup>

<sup>49</sup> Ronny, Hanitijo Soemitro, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Jakarta, Ghalia Indonesia, 1988, hal 52

<sup>50</sup> *Ibid.*

1. Sumber data primer penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dengan pelaku usaha toko online dan hasil kuesioner yang didapat dari para responden konsumen toko online.
2. Sumber data sekunder diperoleh dari studi kepustakaan berupa buku literature, doktrin, penelusuran situs di internet dan penelusuran perundang-undangan dari berbagai sumber yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online.

### 5) Populasi, Sampel, dan Responden

#### a. Populasi

Populasi adalah seluruh pembeli sebagai konsumen dan penjual sebagai pelaku usaha toko online yang berkedudukan di wilayah kecamatan Lowokwaru dan kecamatan Blimbing Kota Malang.

#### b. Sampel

Pengambilan sample dilakukan dengan cara *simple random sampling*, yaitu suatu teknik pengambilan sample yang didasarkan pada teori probabilitas yaitu bahwa semua elemen dalam populasi mendapat kesempatan yang sama untuk menjadi sampel. Sampel terdiri dari:

- Jumlah pelaku usaha toko online di Kecamatan Blimbing dan Kecamatan Lowokwaru yang melakukan transaksi jual beli online. Diketahui total jumlah pelaku usaha toko online di Kecamatan Blimbing dan Kecamatan Lowokwaru kota Malang sebanyak 132 orang. Dari populasi tersebut diambil sample sebanyak 20% (dua puluh persen) sehingga jumlah sample

diketahui sebanyak 23 pelaku usaha toko online. Sample tersebut dianggap cukup mewakili keseluruhan populasi.

- Cara pengambilan populasi pelaku usaha toko online dilakukan dengan menetikkan kata Malang pada *search engine* pada situs indonetwork, tokopedia, dan Facebook. Selanjutnya penulis memisahkan daftar toko online yang ada di kota Malang dengan yang di kabupaten Malang. Daftar toko online yang di Kota Malang selanjutnya dipilah-pilah berdasarkan kecamatannya, dan selanjutnya yang dijadikan populasi adalah toko online yang ada di Kecamatan Blimbing dan Kecamatan Lowokwaru Kota Malang.
- Jumlah konsumen toko online yang melakukan transaksi jual beli online pada toko online yang berada di Kecamatan Blimbing dan Kecamatan Lowokwaru. Diketahui jumlah konsumen toko online di kota Malang yang membeli barang melalui internet pada bulan juli tahun 2010 sebanyak 456m orang. Populasi konsumen toko online diketahui dari wawancara yang dilakukan dengan responden toko online untuk pembeli aktif selama 1 bulan terakhir dan kemudian jumlah pembeli dari sample 23 toko online dijumlahkan hingga diketahui ada 456 orang. Dari populasi 456 orang tersebut kemudian diambil sample sebanyak 20% (dua puluh persen) sehingga jumlah sample diketahui sebanyak 91 orang. Sample tersebut dianggap cukup mewakili keseluruhan populasi.

#### c. Responden

Responden adalah orang yang menjawab pertanyaan yang diajukan peneliti, untuk tujuan peneliti itu sendiri.<sup>51</sup> Responden terdiri dari:

- Pelaku usaha toko online sebagai penjual

Dari jumlah sample sebanyak 23 pelaku usaha tersebut, yang menjadi responden di Lowokwaru sebanyak 13 orang, dan responden di Kecamatan Blimbing sebanyak 10 orang.

- Konsumen toko online sebagai Pembeli

Dari jumlah sample sebanyak 91 konsumen tersebut yang menjadi responden di Kecamatan Lowokwaru sebanyak 45 orang, dan yang menjadi responden di Kecamatan Blimbing juga sebanyak 45 orang.

## 6) Teknik Pengumpulan Data

### a. Wawancara

Wawancara yaitu teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab yang dilakukan secara lisan kepada responden.<sup>52</sup> Disamping dilakukan secara lisan wawancara juga dilakukan melalui email/*chatting*, dan telepon kepada responden pelaku usaha toko online sebagai penjual dan konsumen toko online sebagai pembeli. Dalam hal ini penulis akan menggunakan jenis wawancara terarah yaitu dilakukan dengan cara membuat daftar pertanyaan untuk membatasi aspek-aspek dari masalah yang diteliti dengan pihak-pihak yang terkait yang berhubungan dengan permasalahan diatas. Cara ini ditempuh karena praktis untuk mendapatkan data dengan menggunakan

<sup>51</sup> Burhan Ashofa, *op.cit.* hal 22

<sup>52</sup> Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta, UII Press, 1986, hal 221

pedoman pertanyaan sebagai pengontrol teradap relevansi data yang dikumpulkan.

b. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan adalah suatu teknik pengumpulan data dengan mempelajari dan mengumpulkan data yang berhubungan dengan objek penelitian melalui berbagai literature, karya ilmiah, majalah, surat kabar, dan sejenisnya. Studi kepustakaan terkait dengan penelitian penulis yaitu perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi perniagaan dengan media elektronik.

**7) Teknik Analisis Data**

Setelah data yang akan dipergunakan dalam penyusunan skripsi ini diperoleh, baik yang berasal dari studi lapang maupun dari studi kepustakaan dan dipandang cukup, maka data akan diolah dengan menggunakan metode deskriptif analisis yaitu pemecahan masalah yang diteliti dengan cara memaparkan data yang diperoleh dari sumber data, kemudian dianalisa dengan dasar logika atau melihat dari teori-teori dan peraturan perundang-undangan yang terkait, sehingga akhirnya diperoleh suatu kesimpulan menyangkut perlindungan hukum terhadap konsumen atas kerugiannya akibat wanprestasi penjual dalam transaksi jual beli secara online.

**8) Definisi Operasional Variabel Penelitian**

1. Perlindungan hukum adalah perlindungan akan harkat dan martabat, serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang dimiliki oleh subyek hukum dalam Negara hukum, berdasarkan ketentuan hukum.
2. Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.
3. Wanprestasi penjual adalah pelaksanaan kewajiban yang tidak tepat pada waktunya atau dilakukan tidak menurut selayaknya oleh salah satu pihak dalam hal ini penjual.
4. Jual beli adalah suatu perjanjian/persetujuan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu produk/jasa, dan pihak lainnya membayar harga yang telah dijanjikan.
5. Jual beli secara online adalah kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, manufaktur, service providers, dan pedagang pranata dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer yaitu internet.
6. Klausula baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang ditunangkan dalam suatu dokumen dan/perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen.
7. Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri-sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

8. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.
9. Barang adalah setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan, maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen.
10. Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.



## BAB IV

### PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Transaksi Jual Beli Online

Dasar hukum sahnya transaksi jual beli online dapat kita lihat dari pasal 17 sampai dengan pasal 22 UU ITE tentang transaksi elektronik. Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan computer, jaringan computer, dan/atau media elektronik lainnya (Pasal 1 angka 2 UU ITE).

Pasal 20 ayat 1 UU ITE mengatur *“kecuali ditentukan lain oleh para pihak, Transaksi Elektronik terjadi pada saat penawaran transaksi yang dikirim Pengirim telah diterima dan disetujui Penerima”*. Pasal 20 ayat 2 UU ITE menjelaskan *“Persetujuan atas penawaran Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus dilakukan dengan pernyataan penerimaan secara elektronik”*.

Pasal 8 ayat 1 UU ITE mengatur *“Kecuali diperjanjikan lain, waktu pengiriman suatu informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik ditentukan pada saat informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik telah dikirim dengan alamat yang benar oleh pengirim ke suatu sistem elektronik yang ditunjuk atau dipergunakan penerima dan telah memasuki system elektronik yang berada di luar kendali pengirim”*.

Sedangkan waktu penerimaan suatu informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik ditentukan pada saat informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik

memasuki sistem elektronik di bawah kendali penerima yang berhak (Pasal 8 ayat 2 UU ITE).

Transaksi Jual Beli online pada website Tokopedia dapat digambarkan dalam sejumlah langkah yaitu:

1. Cari Barang yang diinginkan

Pertama-tama, tentunya Anda harus mencari terlebih dahulu barang yang diinginkan. Anda bisa menggunakan fitur pencarian yang tersedia di Tokopedia atau mencari menggunakan Directory Product maupun Shop.

2. Masukan ke keranjang Belanja

#### Gambar 4.1

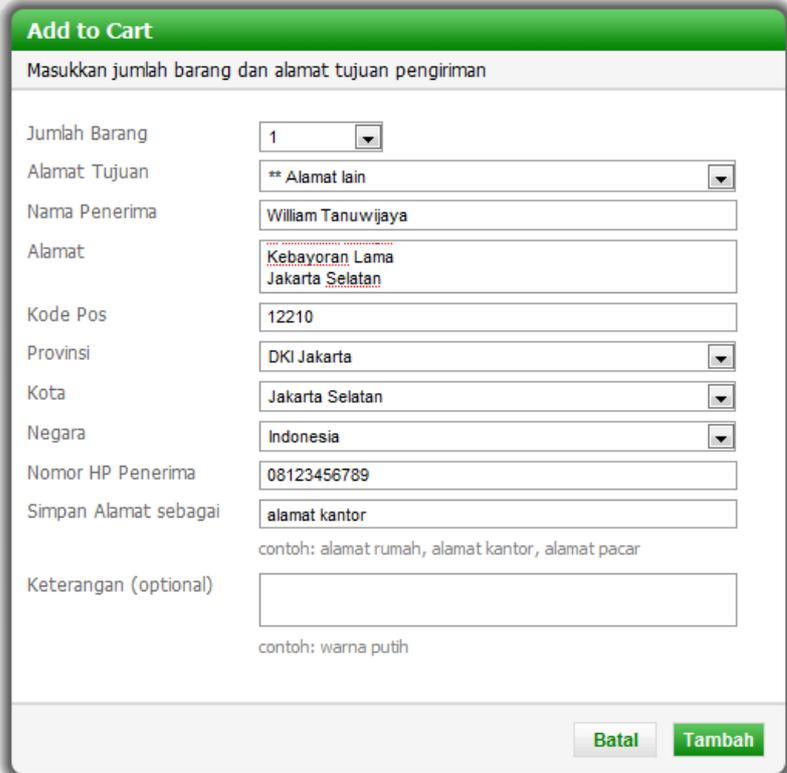
#### Mencari Barang Yang Diinginkan

The screenshot shows a product page on Tokopedia. At the top, there are navigation tabs: 'Product Info' (selected), 'Product Gallery', 'Review (0)', and 'Talk About It! (0)'. Below the tabs, the product is identified as 'Produk ke-3 dari 4 di etalase Meg Cabots Collection'. The product title is 'Every Boy's Got One' by Meg Cabot. The price is listed as 'Rp 99.000,-' and the weight is '0.4 kg'. There is a 'Share on Facebook' button. The product description reads: 'Adult/High School? This charming urban fairy tale about an elopement pits maid-of-honor Jane, famous for her "Wonder Cat" cartoons, against best man Cal, an international journalist who has never heard of her work. The author captures the rustic charm of Castelfidardo, a small Italian town that happens to be the accordion-making capital of the world and is full of unpredictable electricity, dubious public restrooms, and bureaucratic snafus that nearly derail the nuptials.' On the right side, there are buttons for 'add to cart', 'write review', and 'talk about it!'. Below these buttons, it says 'dilihat: 12x' and shows a star rating. At the bottom, there are two boxes: one for the URL 'http://www.tokopedia.public.dev2/product.pl?id=508' and another for the BB code '[uri=http://www.tokopedia.public.dev2/product.pl?id=508] Every Boy's Got One [uri]'.

Setelah menemukan barang yang Anda ingin beli, click menu "Add to Cart" yang berada di sisi kanan layar produk. Kemudian isi formulir Add to Cart dengan alamat tujuan pengiriman barang (ongkos kirim akan dihitung otomatis sesuai dengan lokasi penjual, alamat tujuan pengiriman barang, dan berat kemasan), setelah selesai Anda bisa click tombol Tambah.

Gambar 4.2

## Memasukkan Ke Keranjang Belanja



**Add to Cart**

Masukkan jumlah barang dan alamat tujuan pengiriman

Jumlah Barang: 1

Alamat Tujuan: \*\* Alamat lain

Nama Penerima: William Tanuwijaya

Alamat: Kebayoran Lama  
Jakarta Selatan

Kode Pos: 12210

Provinsi: DKI Jakarta

Kota: Jakarta Selatan

Negara: Indonesia

Nomor HP Penerima: 08123456789

Simpan Alamat sebagai: alamat kantor

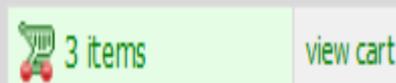
Keterangan (optional):

contoh: alamat rumah, alamat kantor, alamat pacar

contoh: warna putih

Batal Tambah

Keranjang Belanja berfungsi untuk menampung barang-barang yang ingin Anda beli. Anda bisa meneruskan berbelanja dan sewaktu-waktu apabila Anda ingin melihat isi keranjang belanja Anda kembali, Anda bisa click tombol "view cart" yang berada di sisi kiri layar.



### 3. Lakukan Proses Check Out

Setelah puas berbelanja, proses check-out diperlukan sebagai konfirmasi berbelanja. Caranya Anda masuk ke daftar keranjang belanja Anda terlebih dahulu (bisa dengan click "view cart" di panel sebelah kiri, atau melalui menu Profile ->

Transaksi). Setelah itu Anda tinggal click tombol "checkout" untuk barang yang Anda yakin ingin dibeli.

**Gambar 4.3**

**Proses Check Out**

William Tanuwijaya - Transaksi

**Keranjang Belanja (3)**

- Konfirmasi Pembayaran
- Status Pemesanan Barang
- Konfirmasi Penerimaan
- Daftar Transaksi Pembelian

**KERANJANG BELANJA**

Daftar Belanjaan dari toko  
**Bookoholic**  
 (Surabaya)

Tujuan Pengiriman [ubah](#) Pilihan kurir: **Tiki JNE - Re...** [ubah](#)

**William Tanuwijaya**  
 PT Tokopedia Rukan Permata Senayan E8 Jl  
 Tentara Pelajar Kebayoran Lama Jakarta  
 Selatan, Jakarta Selatan, 12210, Indonesia

Total barang: 1 buah (0,4 kg)  
 Harga barang: Rp. 99.000,-  
 Biaya pengiriman: Rp. 15.000,-  
 Total harga: Rp. **114.000,-**

**Every Boy's Got One - Rp 99.000,-**  
 Jumlah Pembelian: 1 buah (0.4 kg)  
 Total Harga: Rp 99.000,-  
 Keterangan:

batal  checkout

**4. Lakukan Pembayaran dan Konfirmasi Pembayaran**

Setelah melakukan proses check-out, Anda akan menerima invoice melalui email berisi informasi nomor rekening dan nominal yang harus Anda transfer. Lakukanlah pembayaran sesegera mungkin. Pastikan Anda telah membaca cara dan ketentuan pembayaran. Setelah pembayaran selesai dilakukan, Anda wajib melakukan konfirmasi pembayaran. Kami tidak bisa memproses pembayaran tanpa adanya konfirmasi pembayaran. Caranya klik menu "konfirmasi pembayaran" di panel To do sebelah kiri layar login Anda, atau masuk ke menu Profile -> Transaksi -> Konfirmasi Pembayaran. Kemudian Anda tinggal memilih nomor Invoice yang telah Anda bayarkan dengan cara mencentang kotak di sebelah kanan layar, dan kemudian menekan tombol konfirmasi.

**Gambar 4.4**  
**Konfirmasi Pembayaran**

Transaksi William Tanuwijaya Alamat Rekening

William Tanuwijaya - Transaksi

**Keranjang Belanja**

- Konfirmasi Pembayaran (3)**
- Status Pemesanan Barang
- Konfirmasi Penerimaan
- Daftar Transaksi Pembelian

**Panduan & Ketentuan**

1. Pilih nomor invoice yang Anda ingin konfirmasi dengan mencentang kotak di sebelah kanan, kemudian tekan tombol Konfirmasi, dan isi seluruh data Konfirmasi Pembayaran dengan benar.
2. Pastikan Anda telah melakukan pembayaran terlebih dahulu sebelum melakukan konfirmasi pembayaran.

**KONFIRMASI PEMBAYARAN**  batal  konfirmasi

|   |  |  |   |
|---|--|--|---|
|  | <b>Bookoholic</b><br><a href="#">▼ detil transaksi</a> | 26 August 2009<br>29 August 2009<br>INV/20090826/IX/VIII/201 | Total Harga: <b>Rp. 131.600,-</b> <input checked="" type="checkbox"/><br>Total Barang: 1 buah |
|  | <b>Bookoholic</b><br><a href="#">▼ detil transaksi</a> | 26 August 2009<br>29 August 2009<br>INV/20090826/IX/VIII/200 | Total Harga: <b>Rp. 70.900,-</b> <input checked="" type="checkbox"/><br>Total Barang: 1 buah  |
|  | <b>Bookoholic</b><br><a href="#">▼ detil transaksi</a> | 26 August 2009<br>29 August 2009<br>INV/20090826/IX/VIII/199 | Total Harga: <b>Rp. 114.000,-</b> <input checked="" type="checkbox"/><br>Total Barang: 1 buah |

Setelah itu isi data pada formulir konfirmasi pembayaran dengan sebenarnya. Konfirmasi pembayaran paling lambat 3 hari setelah tanggal check-out dilakukan. Verifikasi pembayaran akan kami proses dalam 1x24 jam waktu kerja.

**Gambar 4.5**  
**Mengisi Data Formulir Konfirmasi Pembayaran**

**Konfirmasi Pembayaran**

Isi data konfirmasi pembayaran dengan benar.

Invoice yang akan di bayar **INV/20090826/IX/VIII/200, INV/20090826/IX/VIII/201, INV/20090826/IX/VIII/199**

Jumlah yang harus dibayar **Rp 316.500,-**

Tanggal Pembayaran

Jumlah Pembayaran

Masukkan jumlah pembayaran tanpa tanda titik atau koma. Contoh: 157500

Keterangan

Cara Pembayaran

Dari Rekening

Nama Pemilik

Nomor Rekening

Nama Bank

Cabang

Untuk bank selain BCA diharuskan mengisi Kantor Cabang beserta kota tempat Bank berada. contoh: Pondok Indah - Jakarta Selatan

Verifikasi Password

Rekening Tujuan



#### 5. Menunggu Konfirmasi Penjual

Setelah berhasil diverifikasi, penjual akan langsung mendapatkan notifikasi order baru. Penjual diberi waktu hingga 3 hari untuk memproses order. Apabila penjual menolak order karena habis stock, perubahan harga, maupun alasan lainnya yang menyebabkan pengiriman barang tidak dapat dilakukan maka dana yang sudah dibayarkan akan dikembalikan ke saldo deposito pembeli.

Apabila penjual tidak memberikan konfirmasi status dalam 3 hari setelah pembayaran diterima, maka order akan otomatis dibatalkan, dana akan dikembalikan sepenuhnya ke saldo deposito pembeli. Penjual yang sudah memberikan konfirmasi kesediaan memproses barang, diberikan waktu hingga 5 hari dari tanggal pembayaran diterima Tokopedia untuk menginput nomor resi sebagai bukti pengiriman barang. Jika tidak, dana akan dikembalikan sepenuhnya ke saldo deposito pembeli.

#### 6. Pantau Status Barang

Apabila penjual sudah menginput nomor resi sebagai bukti pengiriman barang, maka Anda bisa menggunakan fitur Track Order untuk memantau sudah sampai dimana pengiriman barang Anda.

**Gambar 4.6**  
**Pantau Status Barang**

Transaksi William Tanuwijaya Alamat Rekening

William Tanuwijaya - Transaksi

- Keranjang Belanja
- Konfirmasi Pembayaran
- Status Pemesanan Barang (1)**
- Konfirmasi Penerimaan
- Daftar Transaksi Pembelian

**STATUS PEMESANAN BARANG**

**Bookholic**  
INV/20090827/IX/VIII/203  
▼ detail transaksi

27 August 2009 15:55:49  
Pemesanan telah dikirim  
No. Resi: 12848436002 Track It!  
▲ detail status

|                         |  |           |
|-------------------------|--|-----------|
| 27 August 2009 15:43:23 | Melakukan proses Check Out order<br>Menunggu konfirmasi pembayaran       | buyer     |
| 27 August 2009 15:43:43 | Melakukan Konfirmasi Pembayaran<br>Menunggu proses verifikasi pembayaran | buyer     |
| 27 August 2009 15:45:49 | Verifikasi Konfirmasi Pembayaran<br>Pembayaran telah diterima Tokopedia  | tokopedia |
| 27 August 2009 15:55:17 | Pemesanan sedang diproses  | seller    |
| 27 August 2009 15:55:49 | Pemesanan telah dikirim  | seller    |

**7. Konfirmasi Penerimaan Barang**

Setelah barang sampai, Anda diberikan waktu hingga 3 hari untuk melakukan konfirmasi penerimaan barang. Jika tidak melakukan konfirmasi penerimaan barang hingga akhir waktu yang ditentukan, maka transaksi dianggap selesai, dan dana akan kami masukkan ke saldo deposito penjual.

**Gambar 4.7**  
**Konfirmasi Penerimaan Barang**

Transaksi William Tanuwijaya Alamat Rekening

William Tanuwijaya - Transaksi

- Keranjang Belanja
- Konfirmasi Pembayaran
- Status Pemesanan Barang
- Konfirmasi Penerimaan (1)**
- Daftar Transaksi Pembelian

**KONFIRMASI PENERIMAAN BARANG**

**Bookholic**  
INV/20090827/IX/VIII/203  
▼ detail transaksi

27 August 2009 16:12:06  
Pesanan telah tiba di tujuan  
No. Resi: 12848436002

27 August 2009

30 August 2009

▼ detail status

**sudah diterima**

tidak diterima

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

## 8. Review

Karena Tokopedia tidak berjualan langsung, reputasi penjual akan tergantung sekali terhadap setiap pembeli yang melakukan transaksi di Tokopedia. Oleh karenanya luangkanlah waktu Anda untuk menulis review singkat untuk setiap transaksi yang telah berhasil, sehingga Anda bisa membantu Tokopedia menyediakan iklim transaksi yang lebih nyaman. Anda bisa memberikan review kepada penjual terkait:

### a. Kecepatan

Seberapa cepat penjual memberikan konfirmasi pemrosesan barang yang Anda inginkan dan seberapa cepat pengiriman dilakukan.

### b. Akurasi

Seberapa tepat barang yang sampai di tangan Anda dengan barang yang dijanjikan lewat gambar dan deskripsi di etalase penjual.

### c. Pelayanan

Seberapa baik penjual menanggapi pertanyaan-pertanyaan Anda di Talk About It atau di Private Message

Berikan review Anda dengan bahasa yang sopan. Andaikan Anda tidak puas dengan kualitas barang yang dikirimkan, sampaikan dengan bahasa yang sopan dan berikan rating sesuai dengan tingkat kepuasan Anda. Di masa akan datang, kami akan memberlakukan sistem reputasi dua arah, dimana penjual juga bisa memberikan review kepada pembeli dengan parameter kesopanan.

Mekanisme gambaran transaksi jual beli online dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 4.8**  
**Mekanisme Transaksi Jual Beli Online**



Berdasarkan gambar 4.8 di atas, diketahui bahwa transaksi jual beli online melibatkan beberapa pihak mulai dari proses terjadinya transaksi sampai dengan pembayaran. Budhiyanto mengidentifikasi pihak-pihak yang terlibat terdiri dari:<sup>53</sup>

1. Pelaku usaha toko online (*merchant*) yaitu perusahaan/produsen yang menawarkan produknya melalui internet. Untuk menjadi *merchant*, maka seseorang harus mendaftarkan diri sebagai *merchant account* pada sebuah bank, tentunya ini dimaksudkan agar *merchant* dapat menerima pembayaran dari *customer* dalam bentuk *credit card*.
2. Konsumen/*card holder* yaitu orang-orang yang ingin memperoleh produk (barang atau jasa) melalui pembelian secara *online*. Konsumen yang akan

<sup>53</sup> Mansur Arief dan Elisatris Gultom, 2005, *Cyber Law Aspek Hukum Teknologi Informasi*, Bandung, Refika Aditama, hlm 152

berbelanja di internet dapat berstatus perorangan atau perusahaan. Tidak semua konsumen yang akan berbelanja di internet adalah pemegang kartu kredit/*card holder*. Pemegang kartu kredit adalah seorang yang namanya tercetak pada kartu kredit yang dikeluarkan oleh penerbit berdasarkan perjanjian yang telah dibuat.

3. Acquirer yaitu pihak perantara penagihan (antara penjual dan penerbit) dan perantara pembayaran (antara pemegang dan penerbit). Perantara penagihan adalah pihak yang meneruskan tagihan kepada penerbit berdasarkan tagihan yang masuk kepadanya yang diberikan penjual barang/jasa. Pihak perantara pembayaran (antara pemegang dan penerbit) adalah bank dimana pembayaran kredit dilakukan oleh pemilik kartu kredit/*card holder*, selanjutnya bank yang menerima pembayaran ini akan mengirimkan uang pembayaran tersebut kepada penerbit kartu kredit (*issuer*).
4. Issuer yaitu perusahaan credit card yang menerbitkan kartu.
5. Certification Authority yaitu pihak ketiga yang netral yang memegang hak untuk mengeluarkan sertifikasi kepada *merchant*, kepada *issuer*, dan dalam beberapa hal diberikan kepada *cardholder*.

Apabila dalam transaksi jual beli online, ternyata hanya proses transaksinya saja yang online, sedangkan pembayaran dilakukan secara manual atau cash, maka pihak *acquirer*, *issuer*, dan *certification authority* tidak terlibat didalamnya. Di samping pihak-pihak tersebut di atas, pihak lain yang keterlibatannya tidak secara langsung dalam transaksi jual beli online yaitu jasa pengiriman (ekspedisi).

Sedangkan pasal 21 ayat 1 UU ITE mengatur “*Pengirim atau Penerima dapat melakukan Transaksi Elektronik sendiri, melalui pihak yang dikuasakan olehnya, atau melalui Agen Elektronik*”. Pasal 1 angka 18 mendefinisikan pengirim sebagai subjek hukum yang mengirimkan informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik. Pasal 1 angka 19 memberikan definisi Penerima adalah subjek hukum yang menerima Informasi Elektronik dan/atau dokumen elektronik dari pengirim.

Pasal 17 ayat 2 mengatur bahwa para pihak yang melakukan transaksi elektronik wajib beritikad baik dalam melakukan interaksi dan/atau pertukaran informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik selama transaksi berlangsung.

Berdasarkan gambar 4.8 di atas, dapat diketahui terdapat sejumlah proses yang harus ditempuh para pihak dalam melakukan transaksi jual beli online yaitu:<sup>54</sup>

- a. Konsumen toko online dan pelaku usaha toko online bertemu dalam dunia maya melalui server yang disewa dari *Internet Service Provider (ISP)* oleh pelaku usaha toko online sebagai penjual.
- b. Transaksi jual beli online disertai klausula standar/baku yang pada umumnya oleh pelaku usaha toko online telah meletakkan klausula standar pada websitenya, sedangkan konsumen toko online yang berminat tinggal memilih tombol *accept* atau menyetujui.
- c. Penerimaan konsumen toko online melalui mekanisme “klik” tersebut sebagai perwujudan dari kesepakatan kedua belah pihak.

---

<sup>54</sup> Nofie Iman, op.cit, hal 3

- d. Pada saat kedua belah pihak mencapai kesepakatan, kemudian diikuti dengan proses pembayaran, yang melibatkan dua bank perantara dari masing-masing pihak yaitu *acquiring merchant bank* dan *issuing customer bank*. Prosedurnya konsumen toko online memerintahkan kepada *issuing customer bank* untuk dan atas nama konsumen toko online melakukan sejumlah pembayaran atas harga barang kepada *acquiring merchant bank* yang ditujukan kepada pelaku usaha toko online.
- e. Setelah proses pembayaran selesai kemudian diikuti dengan proses pemenuhan prestasi oleh pihak pelaku usaha toko online berupa pengiriman barang sesuai dengan kesepakatan mengenai saat penyerahan dan spesifikasi barang.

Langkah-langkah transaksi jual beli online di atas dapat digambarkan sebagai berikut:<sup>55</sup>

1. Konsumen masuk ke website penjual dan mencari produk yang diinginkannya. Konsumen yang berminat pada produk yang ditawarkan dapat menekan tombol beli sehingga daftar belanjaan akan bertambah sesuai dengan barang yang telah konsumen pilih.

<sup>55</sup> [http://www.orbit.co.id/frequently-asked-questions/Cara-belanja-Online-di-www-orbit-co-id.html?orbit\\_sesi=cb6071b1405848b02d728fe7c4eb790b](http://www.orbit.co.id/frequently-asked-questions/Cara-belanja-Online-di-www-orbit-co-id.html?orbit_sesi=cb6071b1405848b02d728fe7c4eb790b)

**Gambar 4.9**  
**Memilih Produk Yang Ingin Dibeli**



2. Konsumen dapat memanipulasi daftar belanja dengan mengganti produk yang hendak dibeli, dengan cara mencentang kotak yang tersedia. Konsumen juga dapat membatalkan pembelian produk dengan menekan tombol *cancel*. Setelah selesai, konsumen dapat menekan tombol *checkout* untuk melanjutkan transaksi jual beli online.

**Gambar 4.10**  
**Memanipulasi Daftar Belanja**

**Daftar Barang Belanjaan Anda**

| No                 | Gambar  | Nama Product              | Berat | Harga        | Qty                              | Hapus                      | Total Berat | Total Harga          |
|--------------------|---|---------------------------|-------|--------------|----------------------------------|----------------------------|-------------|----------------------|
| 1                  |  | AXIOO NEON MLC0122 Red    | 9.00  | 6.350.000,00 | <input type="text" value="1"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | 9           | 6.350.000,00         |
| 2                  |  | AXIOO NEON MNC 025 PV3HBW | 9.00  | 5.250.000,00 | <input type="text" value="1"/>   | <input type="checkbox"/>   | 9           | 5.250.000,00         |
| <b>Sub Total :</b> |   |                           |       |              |                                  |                            | <b>18</b>   | <b>11.600.000,00</b> |

3   
  4   
  5



3. Selanjutnya konsumen memilih area tujuan pengiriman dan jenis pengiriman. Konsumen diberikan kebebasan memilih fast delivery dengan harga sedikit lebih mahal atau normal delivery dengan harga terjangkau.

Gambar 4.11

## Memilih Area Pengiriman

**Pilih Jenis Pengantaran : Normal Delivery**

Normal Delivery  Fast Delivery  **1**

**Daftar Area pengiriman barang  
Wilayah JAWA TENGAH**

| Area   | Biaya @ Eg | Estimasi | Area                               | Biaya @ Eg | Estimasi |
|--|------------|----------|------------------------------------|------------|----------|
| <input type="radio"/> AMBARAWA                     | 9999 99    | 1 bar    | <input type="radio"/> BANJARNEGARA | 9999 99    | 3 bar    |
| <input type="radio"/> BATANG                       | 9999 99    | 2 bar    | <input type="radio"/> BLORA        | 9999 99    | 3 bar    |
| <input type="radio"/> BOYOLALI                     | 9999 99    | 3 bar    | <input type="radio"/> BREBES       | 9999 99    | 2 bar    |
| <input type="radio"/> CLACAP                       | 9999 99    | 3 bar    | <input type="radio"/> DEMAK        | 9999 99    | 2 bar    |
| <input type="radio"/> JEPARA                       | 9999 99    | 2 bar    | <input type="radio"/> KARANGANYAR  | 9999 99    | 2 bar    |
| <input type="radio"/> KEBUMEH                      | 9999 99    | 3 bar    | <input type="radio"/> KENDAL       | 9999 99    | 1 bar    |
| <input type="radio"/> KLATEN                       | 9999 99    | 2 bar    | <input type="radio"/> KUDUS        | 9999 99    | 1 bar    |
| <input type="radio"/> OTHERS JATENG                | 9999 99    | 4 bar    | <input type="radio"/> PATI         | 9999 99    | 3 bar    |
| <input type="radio"/> PEKALONGAN                   | 9999 99    | 1 bar    | <input type="radio"/> PEMALANG     | 9999 99    | 2 bar    |
| <input type="radio"/> PURBALINGGA                  | 9999 99    | 2 bar    | <input type="radio"/> PURWODADI    | 9999 99    | 1 bar    |
| <input type="radio"/> PURWOKERTO                   | 9999 99    | 1 bar    | <input type="radio"/> PURWOREJO    | 9999 99    | 2 bar    |
| <input type="radio"/> REMBANG                      | 9999 99    | 2 bar    | <input type="radio"/> SALATIGA     | 9999 99    | 1 bar    |
| <input checked="" type="radio"/> SEMARANG <b>2</b> | 9999 99    | 1 bar    | <input type="radio"/> SOLO         | 9999 99    | 1 bar    |
| <input type="radio"/> SRADEH                       | 9999 99    | 2 bar    | <input type="radio"/> SUKOHARJO    | 9999 99    | 3 bar    |
| <input type="radio"/> TEGAL                        | 9999 99    | 1 bar    | <input type="radio"/> WONOGIRI     | 9999 99    | 3 bar    |
| <input type="radio"/> WONOSOBO                     | 9999 99    | 2 bar    |                                    |            |          |

Back Lanjutkan **3**

4. Pada tahap terakhir ini, konsumen dapat membatalkan transaksi dengan menekan tombol *cancel*. Selanjutnya konsumen mengisi formulir nformasi tentang pengiriman barang secara lengkap. Dengan menekan tombol *submit* maka daftar barang belanja konsumen beserta informasi dari formulir tersebut akan masuk di daftar Antrian Order barang. Pelaku usaha akan mengkonfirmasi kepada konsumen selama kurang lebih 2x24 jam dengan

mengirimkan email yang berisi data pengiriman beserta kode email ke email konsumen.

Gambar 4.12

Me-Submit Informasi ke Server Penjual

**Daftar Barang Belanjaan Anda**

| No                   | Gambar | Name Product            | Berat | Harga        | Qty                            | Hapus                    | Total Berat          | Total Harga          |
|----------------------|--------|-------------------------|-------|--------------|--------------------------------|--------------------------|----------------------|----------------------|
| 1                    |        | ASUS MEON MLC 9122 Red  | 9.00  | 6.350.000,00 | <input type="text" value="1"/> | <input type="checkbox"/> | 9                    | 6.350.000,00         |
| 2                    |        | ASUS MEON MWC 925 PV3RW | 9.00  | 5.250.000,00 | <input type="text" value="2"/> | <input type="checkbox"/> | 18                   | 10.500.000,00        |
| <b>Sub Total :</b>   |        |                         |       |              |                                |                          | <b>27</b>            | <b>16.850.000,00</b> |
| <b>Grand Total :</b> |        |                         |       |              |                                |                          | <b>269.999,73</b>    | <b>16.850.000,00</b> |
| <b>Total Akhir :</b> |        |                         |       |              |                                |                          | <b>17.119.999,73</b> |                      |

**1**

Estimasi Pengiriman : 1 hari  
 Biaya Pengiriman @ Kg : Rp. 9999.99 x 27 = 269.999,73  
 Tujuan Pengiriman : JAWA TENGAH => SEMARANG/  
 UNGARAN

**Informasi Data Pribadi dan Pengiriman Barang** **2**

Nama Lengkap \*\* :

E-mail \*\* :  *Accept to receive the latest information about products and articles*

Telephone \*\* :

Propinsi \*\* :

Kota \*\* :

Alamat Anda \*\* :

Alamat Pengiriman \*\* :

Pesan Pengiriman :

**3**

Jenis Transfer :

Beban Bank :

Estimasi Biaya :

\* Privacy anda akan kami jaga sepenuhnya dan seluruh data di dalam database kami tidak akan kami sebar-luaskan



## B. Gambaran Umum tentang Responden

### 1. Pelaku Usaha Toko Online sebagai penjual

Responden di kota Malang khususnya kecamatan Blimbing dan kecamatan Lowokwaru dalam penelitian ini terdiri dari 2 pihak, yaitu pihak pelaku usaha toko online sebagai penjual barang atau jasa dan pihak konsumen sebagai pembeli. Keduanya merupakan pihak yang ada pada saat terjadinya transaksi jual beli online.

Cara pengambilan populasi pelaku usaha toko online dilakukan dengan mengetikkan kata Malang pada *search engine* pada situs indonetwork, tokopedia, dan Facebook. Selanjutnya penulis memisahkan daftar toko online yang ada di kota Malang dengan yang di kabupaten Malang. Daftar toko online yang di Kota Malang selanjutnya dipilah-pilah berdasarkan kecamatannya, dan selanjutnya yang dijadikan populasi adalah toko online yang ada di Kecamatan Blimbing dan Kecamatan Lowokwaru Kota Malang.

**Tabel 4.1**  
**Jumlah Pelaku Usaha Toko Online**  
**di Kecamatan Lowokwaru dan Kecamatan Blimbing**  
**N (populasi) =132 orang**

| No | Kecamatan     | Jumlah pelaku usaha toko online di kota malang | %           |
|----|---------------|--|-------------|
| 1. | Blimbing      | 45   | 34%         |
| 2. | Lowokwaru     | 87   | 66%         |
|    | <b>Jumlah</b> | <b>132</b>                                     | <b>100%</b> |

Sumber: data primer diolah, April 2010

Dari tabel 4.1 dapat diketahui, jumlah pelaku usaha toko online di Kecamatan Blimbing sebanyak 45 (empat puluh lima) orang atau sekitar 34% (tiga puluh empat persen) dari total keseluruhan. Sedangkan di Kecamatan

Lowokwaru terdapat sebanyak 87 (delapan puluh tujuh) orang atau sekitar 66% (enam puluh enam persen) dari total keseluruhan.

Daftar adanya pelaku usaha toko online yang berada di Kota Malang diperoleh dari sejumlah jaringan publik yang terkenal seperti [www.indonetwork.co.id](http://www.indonetwork.co.id), [www.facebook.com](http://www.facebook.com), [www.tokopedia.com](http://www.tokopedia.com). Melalui pengaksesan website tersebut di atas, konsumen dapat menemukan bermacam-macam bidang usaha yang dicari sesuai dengan kebutuhannya. Terdapat sejumlah bidang usaha yang ditawarkan di Kecamatan Lowokwaru dan Kecamatan Blimbing di peroleh data sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Jenis produk barang atau jasa yang ditawarkan**  
**oleh pelaku usaha toko online di kota malang**  
**N (populasi) =132 orang**

| No.           | Jenis Produk                     | Kecamatan Blimbing | Kecamatan Lowokwaru | Jumlah     | %           |
|---------------|----------------------------------|--------------------|---------------------|------------|-------------|
| 1.            | Agraris                          | 1                  | 10                  | 11         | 8%          |
| 2.            | Elektronik, telekomunikasi       | 6                  | 10                  | 16         | 12%         |
| 3.            | Keb. Rumah tangga, mebel         | 3                  | 1                   | 4          | 3%          |
| 4.            | Kerajinan                        | 1                  | 3                   | 4          | 3%          |
| 5.            | Kesehatan, kecantikan            | 1                  | 3                   | 4          | 3%          |
| 6.            | Komputer                         | 3                  | 11                  | 14         | 11%         |
| 7.            | Layanan bisnis, dan Transportasi | 10                 | 23                  | 33         | 25%         |
| 8.            | Makanan & minuman                | 11                 | 10                  | 21         | 16%         |
| 9.            | Olahraga dan hiburan             | 4                  | 3                   | 7          | 5%          |
| 10.           | Otomotif                         | 4                  | 4                   | 8          | 6%          |
| 11.           | Pakaian, tekstil dan kulit       | 1                  | 9                   | 10         | 8%          |
| <b>Jumlah</b> |                                  |                    |                     | <b>132</b> | <b>100%</b> |

Sumber: Data Primer diolah, April 2010

Dari tabel 4.2 dapat dilihat bahwa produk yang paling banyak ditawarkan secara online di Kota Malang adalah produk layanan bisnis dan jasa transportasi sebanyak 33 (tiga puluh tiga) orang atau sebanyak 25% (dua puluh lima persen) dari total keseluruhan, dan produk makanan dan minuman sebanyak 21 (dua puluh satu) orang atau sekitar 16% (enam belas persen), serta produk elektronik sebanyak 16 (enam belas) orang atau sekitar 12% (dua belas persen) dan produk komputer sebanyak 14 (empat belas) orang atau sekitar 11% (sebelas persen). Sedangkan produk yang sedikit ditawarkan antara lain kebutuhan rumah tangga, produk kerajinan, serta produk kesehatan dan kecantikan. Masing-masing berjumlah 4 (empat) orang pelaku usaha toko online atau sekitar 3% (tiga persen) dari total keseluruhan populasi.

Menurut keterangan tabel 4.2 bahwa di Kecamatan Blimbing, produk makanan dan minuman lebih banyak ditawarkan. Sedangkan produk yang paling sedikit ditawarkan adalah produk agraris, dan kerajinan, dan kesehatan dan kecantikan, serta produk pakaian dan tekstil. Sedangkan di Kecamatan Lowokwaru produk yang paling banyak ditawarkan adalah produk jasa layanan bisnis dan jasa transportasi sebanyak 23 (dua puluh tiga) orang dan produk makanan dan minuman sebanyak 10 (sepuluh) orang. Produk yang paling sedikit ditawarkan di Kecamatan Lowokwaru adalah produk kebutuhan rumah tangga seperti peralatan dapur yaitu sebanyak 1 (satu) orang.

Menurut Budhi Suryono salah seorang responden pelaku usaha toko online, salah satu penyebab ditemukannya bermacam-macam bidang usaha yang ditawarkan secara online disebabkan oleh setiap informasi penawaran barang atau jasa dapat dipasang oleh siapapun dengan bebas dan tidak dipungut biaya

sehingga tidak membebani anggaran perusahaan, dan meningkatkan jumlah penghasilan.<sup>56</sup>

Tujuan diadakannya daftar produk barang atau jasa pada sejumlah website di atas adalah untuk memberitahukan kepada masyarakat bahwa konsumen tidak lagi mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhannya. Terutama untuk konsumen yang tinggal di tempat yang jauh atau berada di lain daerah dapat menjangkau segala informasi tentang produk barang atau jasa yang ditawarkan hanya dengan mengakses website tersebut.<sup>57</sup>

Berdasarkan pendapat tersebut di atas, dapat diketahui bahwa dengan tidak dipungutnya biaya operasional baik ketika mendaftarkan jenis produk maupun ketika melakukan transaksi, telah memberikan kemudahan kepada pelaku usaha toko online di Kecamatan Lowokwaru dan Kecamatan Blimbing dalam mempromosikan dan menjual produk barang atau jasa yang ditawarkan. Hal tersebut dirasakan menguntungkan pihak pelaku usaha toko online di Kecamatan Blimbing dan Kecamatan Lowokwaru.

Di samping keuntungan tersebut di atas, terdapat sejumlah kendala yang dihadapi pelaku usaha toko online antara lain kendala waktu, kendala dalam mengakses internet dan tersedianya fasilitas internet, serta penyediaan fasilitas internet, kendala modal, kendala bahan baku, dan kendala yang berasal dari kebijakan pemerintah. Menurut salah seorang responden yaitu mega pemilik Shukufuku Shipline mengatakan bahwa kendala waktu disebabkan karena mayoritas penjual toko online merupakan remaja yang sedang menempuh

---

<sup>56</sup> Hasil wawancara dengan Budhi Suryono, pemilik usaha toko online Wong Butik, Responden di Kecamatan Lowokwaru, Juni 2010

<sup>57</sup> Hasil wawancara dengan Megumi, pemilik usaha toko online Megumi Online Shop, Responden di Kecamatan Lowokwaru, Juni 2010

pendidikan di perguruan tinggi, sehingga transaksi jual beli online hanya dilakukan pada jam-jam tertentu saja atau pada waktu senggang.<sup>58</sup>

Kendala lain yang dihadapi pelaku usaha toko online adalah kendala dalam mengakses internet dan tersedianya fasilitas internet. Terdapat sejumlah pelaku usaha toko online yang kegiatan transaksinya tergantung pada tersedianya fasilitas internet seperti warnet atau area *hotspot*. Penyediaan fasilitas tersebut dirasakan sangat penting, dikarenakan transaksi jual beli online menggunakan media internet. Disamping itu tidak semua pelaku usaha toko online memiliki anggaran yang cukup untuk membeli modem USB atau modem *handphone*. Menurut salah seorang narasumber yang penulis wawancarai, ia merasa terbantu dengan adanya area *hotspot* yang disediakan oleh pemerintah kota Malang secara gratis sehingga meringankan beban anggaran perusahaan.<sup>59</sup>

Sedangkan kendala dalam mengakses internet seringkali berkaitan dengan maraknya pembajakan website pelaku usaha oleh *hacker*, dan akses internet yang lambat sehingga menyebabkan transaksi jual beli online tidak berjalan secara lancar.<sup>60</sup> Salah seorang responden yang penulis wawancarai mengatakan bahwa salah satu dasar terjadinya transaksi jual beli online adalah kepercayaan. Sehingga ketika website pelaku usaha toko online dibajak oleh *hacker* dan kemudian disalahgunakan, hal ini akan menyebabkan tingkat kepercayaan konsumen kepada pelaku usaha tersebut turun.<sup>61</sup>

---

<sup>58</sup> Hasil wawancara dengan Mega, pemilik usaha toko online Shukufuku Shoptline, Responden di Kecamatan Lowokwaru, Juni 2010

<sup>59</sup> Hasil wawancara dengan Megumi, pemilik usaha toko online Megumi Online Shop, Responden di Kecamatan Lowokwaru, Juni 2010

<sup>60</sup> Hasil wawancara dengan pipi, pemilik toko online Pi-pi Shop, responden di Kecamatan Lowokwaru, Juni 2010

<sup>61</sup> Hasil wawancara dengan Budhi Suryono, pemilik usaha toko online Wong Butik, Responden di Kecamatan Lowokwaru, Juni 2010

Dalam penelitian ini, penulis juga menemukan kendala modal dan bahan baku yang dihadapi oleh sejumlah pelaku usaha toko online. Dalam menghadapi kendala modal tersebut, sejumlah pelaku usaha toko online memilih untuk melakukan pinjaman kredit ke bank.<sup>62</sup> Sedangkan untuk kendala bahan baku, sejumlah responden pelaku usaha memilih untuk menjadi reseller.

Sedangkan kendala yang berasal dari kebijakan dari pemerintah berupa rencana pemerintah untuk melarang membuka website untuk kepentingan pribadi pada jam kantor. Kebijakan ini dianggap pelaku usaha toko online memberatkan karena akan berimbas pada omzet penjualan mereka.<sup>63</sup>

## **2. Konsumen Toko Online sebagai pembeli**

Dalam penelitian ini, konsumen toko online di kecamatan Lowokwaru dan kecamatan Blimbing sebagai pihak pembeli produk barang atau jasa merupakan konsumen yang pernah atau terbiasa melakukan transaksi jual beli online. Dalam hal ini setiap responden mempunyai kesempatan yang sama.

Responden konsumen toko online diperoleh melalui hasil wawancara dengan responden pelaku usaha toko online mengenai jumlah pembeli yang aktif membeli produk barang atau jasa di toko online tersebut selama 1 bulan terakhir. Selanjutnya oleh penulis, jumlah pembeli dari sample 23 toko online dijumlahkan hingga diketahui ada 456 orang konsumen toko online yang aktif membeli dalam kurun waktu 1 bulan terakhir.

---

<sup>62</sup> Hasil wawancara dengan Fajar, pemilik usaha toko online Marketing Boneka Horta, responden di Kecamatan Blimbing, Mei 2010

<sup>63</sup> Hasil wawancara dengan Budhi Suryono, pemilik usaha toko online Wong Butik, Responden di Kecamatan Lowokwaru, Juni 2010 orang

Berdasarkan keterangan dari sejumlah pelaku usaha toko online, konsumen toko online dapat diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin konsumen di Kecamatan Blimbing dan Kecamatan Lowokwaru Kota Malang.

**Tabel 4.3**  
**Jenis Kelamin Konsumen**  
**di Kecamatan Blimbing dan Kecamatan Lowokwaru**

N (populasi) = 456 orang

N (sample) = 91 orang

| No.           | Jenis Kelamin | Kec. Lowokwaru | Kec. Blimbing | Jumlah responden | %           |
|---------------|---------------|----------------|---------------|------------------|-------------|
| 1.            | Laki-laki     | 10             | 87            | 97               | 21%         |
| 2.            | Perempuan     | 260            | 99            | 359              | 79%         |
| <b>Jumlah</b> |               |                |               | <b>456</b>       | <b>100%</b> |

Sumber: Data primer diolah, Juni 2010

Berdasarkan keterangan tabel 4.3 diketahui bahwa mayoritas konsumen di kecamatan Blimbing dan kecamatan Lowokwaru yang melakukan transaksi jual beli online adalah perempuan yaitu sebanyak 79% (tujuh puluh sembilan persen) dari total populasi atau sebanyak 359 (tiga ratus lima puluh sembilan) orang. Sisanya merupakan konsumen laki-laki sebanyak 97 (sembilan puluh tujuh) orang atau sekitar 21% (dua puluh satu persen). Hasil tabel di atas berkaitan dengan gambaran umum responden yang membeli barang melalui internet.

Menurut Budhi Suryono salah seorang responden penulis, alasan yang menjadi penyebab konsumen perempuan suka berbelanja di internet adalah pada umumnya mereka sudah bekerja dan tidak memiliki waktu yang cukup untuk berbelanja secara konvensional. Di samping itu, perempuan cenderung mengikuti mode yang ada, sehingga mereka membutuhkan sesuatu yang baru dan unik

terutama dalam hal berbusana. Sehingga mereka mengalihkan dari cara berbelanja konvensional ke belanja online.<sup>64</sup>

Pada umumnya, konsumen toko online mempunyai sejumlah alasan membeli barang melalui internet.

**Tabel 4.4**

**Alasan Konsumen Membeli barang melalui internet**

**N (populasi) = 456 orang**

**n (sample) = 91 orang**

| No            | Alasan                 | Jumlah responden | %           |
|---------------|------------------------|------------------|-------------|
| 1.            | Praktis                | 33               | 36%         |
| 2.            | Murah                  | 10               | 11%         |
| 3.            | Barang unik/jarang ada | 45               | 49%         |
| 4.            | Lain-lain              | 3                | 3%          |
| <b>Jumlah</b> |                        | <b>91</b>        | <b>100%</b> |

Sumber data primer diolah, Juli 2010

Berdasarkan keterangan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa 49% (empat puluh sembilan persen) responden mengatakan alasan mereka membeli barang dari internet karena barang itu unik, atau tidak di jual di di pasaran. Sebanyak 36% (tiga puluh enam persen) responden menyatakan memilih belanja online karena praktis, menghemat tenaga dan waktu. Sisanya 11% (sebelas persen) responden memilih murah sebagai alasan mereka berbelanja online. Dan 3 (tiga) orang responden lainnya memilih alasan yang berlainan seperti mengikuti trend gaul belanja di internet.

Meskipun terdapat sejumlah keuntungan yang dirasakan konsumen dengan berbelanja online, terdapat sejumlah kendala yang dihadapi konsumen ketika berbelanja online sebagaimana dapat dilihat dalam tabel 4.5 di bawah ini.

<sup>64</sup> Hasil wawancara dengan Budhi Suryono, pemilik usaha toko online Wong Butik, Responden di Kecamatan Lowokwaru, Juni 2010

Tabel 4.5

**Kendala yang dihadapi Konsumen  
ketika melakukan transaksi jual beli online**

N (populasi) = 456 orang

n (sample) = 91 orang

| No            | Kendala yang dihadapi konsumen | Jumlah responden | %           |
|---------------|--------------------------------|------------------|-------------|
| 1.            | Tidak tahu kondisi barang      | 47               | 51%         |
| 2.            | Tidak punya kartu kredit       | 9                | 10%         |
| 3.            | Rawan penipuan                 | 35               | 38%         |
| <b>Jumlah</b> |                                | <b>91</b>        | <b>100%</b> |

Sumber data primer diolah, Juli 2010

Sebanyak 47 (empat puluh tujuh) responden konsumen atau sekitar 51% (lima puluh satu persen) dari total sampel menyatakan kendala yang dihadapi ketika melakukan transaksi jual beli online adalah tidak mengetahui kondisi barang, sehingga mereka merasa ragu untuk berbelanja melalui internet. Sebanyak 35 (tiga puluh lima) orang responden atau sekitar 38% (tiga puluh delapan persen) berpendapat bahwa kendala yang dihadapi berupa rawannya penipuan dalam melakukan transaksi jual beli online. Sisanya 9 (sembilan) orang responden menyatakan tidak memiliki kartu kredit adalah kendala mereka ketika melakukan transaksi.

Kendala tidak tahu mengetahui kondisi barang dan kendala rawan penipuan adalah 2 kendala yang paling sering dialami konsumen. Konsumen tidak mengetahui kondisi barang yang dibelinya, karena hanya melihat dari gambar saja. Sehingga konsumen tidak mengetahui apakah barang itu memiliki cacat tersembunyi atau tidak. Konsumen juga tidak mengenal pelaku usaha sehingga rawan terjadi penipuan.

### **C. Jika Penjual Sebagai Pelaku Usaha Toko Online Melakukan Wanprestasi Dalam Bentuk Penyerahan Barang yang Tidak Sesuai Dengan Yang Diperjanjikan Kepada Konsumen**

Pembelian produk barang atau jasa melalui internet dapat menimbulkan tidak dipenuhinya hak-hak konsumen oleh pelaku usaha toko online. Meskipun sudah didasarkan pada kesepakatan kedua belah pihak, pelaku usaha toko online cenderung berbuat hal-hal yang merugikan konsumen. Lemahnya kedudukan konsumen toko online juga didasari oleh kesadaran konsumen toko online akan hak-haknya selama melakukan proses transaksi jual beli online yang minim.

Salah satu bentuk lemahnya kedudukan konsumen toko online dapat kita lihat dari sejumlah bentuk-bentuk wanprestasi oleh pelaku usaha toko online dan penetapan klausula baku oleh pelaku usaha yang cenderung merugikan konsumen karena mempersulit pemberian ganti rugi oleh pelaku usaha yang melakukan wanprestasi. Sejumlah wanprestasi yang dilakukan pelaku usaha toko online tersebut dapat dikelompokkan ke dalam beberapa bentuk wanprestasi. Menurut Subekti wanprestasi (kelalaian atau kealpaan) seorang debitur dapat berupa empat macam.<sup>65</sup>

1. Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukannya;
2. Melaksanakan apa yang dijanjikan, tetapi tidak sebagaimana diperjanjikan;
3. Melakukan apa yang dijanjikannya tetapi terlambat;
4. Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya.

Bentuk-bentuk wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha toko online selama transaksi jual beli online dapat kita lihat dapat pada tabel 4.6 di bawah ini.

---

<sup>65</sup> Subekti, *op.cit*, hal 45

Tabel 4.6

**Wanprestasi Dalam Bentuk Penyerahan Barang Yang Tidak Sesuai Dengan  
Yang Diperjanjikan Kepada Konsumen**

**N (populasi) = 456 orang**

**n (sample) = 91 orang**

| No            | Bentuk Wanprestasi<br>Oleh pelaku usaha toko<br>online                             | Jumlah pelanggaran<br>Di kota malang | %           |
|---------------|--|--------------------------------------|-------------|
| 1.            | Pelaku usaha tidak<br>mengirimkan barang yang<br>sudah dibayar oleh konsumen       | 3                                    | 3%          |
| 2.            | Keterlambatan pengiriman<br>barang sampai tangan<br>konsumen                       | 30                                   | 32%         |
| 3.            | Barang rusak/expired/kemasan<br>produk cacat                                       | 11                                   | 12%         |
| 4.            | Barang yang diperjualbelikan<br>tidak sesuai dengan kualitas<br>yang diperjanjikan | 47                                   | 52%         |
| <b>Jumlah</b> |  | <b>91</b>                            | <b>100%</b> |

Sumber: data primer diolah, Agustus 2010

Dari tabel 4.6 diketahui jumlah konsumen di Kecamatan Blimbing dan Kecamatan Lowokwaru yang mengalami wanprestasi dalam bentuk tidak mengirimkan barang yang sudah dibayar oleh konsumen sebanyak 3 (tiga) responden atau sekitar 3% (tiga persen) dari total keseluruhan sample yang ada. Konsumen yang menuturkan pernah mengalami keterlambatan pengiriman sebanyak 30 (tiga puluh) orang atau sekitar 32% (tiga puluh dua persen). Yang mengalami kasus barang rusak/produk cacat sebanyak 11 (sebelas) orang, dan sisanya menyatakan barang yang diperjualbelikan tidak sesuai dengan kualitas barang yang diperjanjikan sebanyak 47 (empat puluh tujuh) orang atau 52% (lima puluh dua persen).

Pembahasan berdasarkan hasil survei tentang bentuk pelanggaran hak-hak konsumen yang terjadi di Kecamatan Blimbing dan Lowokwaru dapat diuraikan sebagai berikut:

### **1. Pelaku Usaha Tidak Mengirimkan Barang Yang Sudah Dibayar Oleh Konsumen**

Salah satu bentuk pelanggaran hak konsumen yang dilakukan oleh pelaku usaha toko online adalah pelaku usaha tidak mengirim barang padahal barang tersebut sudah dibayar oleh konsumen. Bentuk wanprestasi pelaku usaha ini dialami oleh Fisilia dan Dqafrian yang mengaku telah melakukan pembayaran dengan menstransfer sejumlah uang ke rekening Yulia Rahmadani, akan tetapi ternyata barang tidak pernah sampai tangan konsumen.<sup>66</sup>

Hal serupa juga pernah dialami oleh Tiara, responden di Blimbing yang menuturkan pernah membeli produk jenis *handphone blackberry* di <http://www.cellindo.co.cc>, akan tetapi setelah mentransfer sejumlah uang yang diminta, ternyata pelaku usaha tidak bisa dihubungi dan barang pernah tidak dikirim.<sup>67</sup>

Tindakan wanprestasi oleh pelaku usaha toko online tersebut telah mengakibatkan kerugian yang diderita oleh konsumen yang beritikad baik. Adapun wanprestasi yang dilakukan pelaku usaha tersebut dapat digolongkan sebagai bentuk wanprestasi debitur tidak melaksanakan apa yang disanggupi akan dilakukannya.

Dalam kasus di atas, konsumen telah membayar sejumlah uang atas barang yang dibelinya dari penjual, akan tetapi penjual ternyata tidak melakukan

<sup>66</sup> Hasil wawancara dengan Fisilia dan Dqafrian, respoden konsumen di Kecamatan Blimbing, Juli 2010

<sup>67</sup> Hasil wawancara dengan Tiara, responden konsumen di Kecamatan Blimbing, Juli 2010

kewajibannya untuk menyerahkan barang kepada konsumen. Justru sebaliknya, tidak ada itikad baik dari penjual, hal ini dibuktikan dari penuturan konsumen dimana setelah konsumen mentrasfer uang ke rekening penjual, penjual tidak bisa dihubungi lagi dan barang tidak dikirim.

Tindakan pelaku usaha dengan tidak menyerahkan obyek jual beli di atas, telah melanggar Pasal 4 U.U.P.K. tentang hak konsumen 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. Hak ini dimaksudkan untuk melindungi konsumen dari perbuatan curang pelaku usaha.

## **2. Keterlambatan Pengiriman Barang Sampai Tangan Konsumen**

Kasus keterlambatan pengiriman barang sampai tangan konsumen pernah dialami oleh seorang responden di Kecamatan Blimbing. Wulan Uwa menyatakan pernah mengajukan klaim kepada toko online Jep2 atas keterlambatan produk Kyusoku Bihaku Whitening Supplement.<sup>68</sup> Kasus serupa juga dialami oleh Sony Eko Sudarmawan yang membeli produk Meili Bahenling Penghilang Bekas Luka dari toko online Princess-EQdluvers.Com, akan tetapi barang ternyata tidak dikirim sesuai dengan waktu yang telah disepakati.<sup>69</sup>

Keterlambatan pengiriman barang dapat menyebabkan konsumen toko online merasa tidak nyaman. Hal ini dikarenakan kebutuhan untuk segera mengkonsumsi barang atau jasa tersebut merupakan bagian dari kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Disamping itu adanya rasa khawatir rawannya

<sup>68</sup> Hasil wawancara dengan Wulan Uwa, responden konsumen di Kecamatan Blimbing, Juli 2010

<sup>69</sup> Hasil Wawancara dengan Sony Eko Sudarmawan, responden di Kecamatan Blimbing, Juli 2010

penipuan dalam transaksi jual beli online karena toko online tersebut ternyata fiktif sehingga barang yang sudah dipesan tidak kunjung datang.<sup>70</sup>

Sejumlah pelaku usaha yang penulis wawancarai menyatakan bahwa penyebab keterlambatan barang sampai ke tangan konsumen dikarenakan jasa kurir yang dipakai, dan ada juga yang disebabkan karena stok produk di pabrik yang tidak memungkinkan untuk dikirim sesuai jadwal.<sup>71</sup>

Menurut Responden Cherish Shop, penyebab barang terlambat sampai tangan konsumen adalah karena barang dari tempat Cherish Shop memesan, terlambat datang. Ada juga barang dari tempat Cherish Shop memesan barang ternyata barang yang dikirim salah sehingga harus ditukar dan tentu saja hal ini akan berpengaruh pada waktu penerimaan barang oleh konsumen.<sup>72</sup>

Tindakan wanprestasi yang dilakukan pelaku usaha di atas termasuk dalam bentuk wanprestasi debitur melaksanakan apa yang dijanjikannya, tetapi terlambat.

Tindakan pelaku usaha yang mengirimkan barang tidak sesuai dengan waktu yang diperjanjikan, telah melanggar hak konsumen yang tercantum dalam Pasal 4 U.U.P.K yaitu hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Hak atas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk menjamin keamanan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan barang atau jasa yang diperolehnya, sehingga konsumen dapat terhindar dari kerugian fisik maupun psikis ketika mengkonsumsi suatu produk.

---

<sup>70</sup> Hasil wawancara dengan Budhi Suryono, pemilik usaha toko online Wong Butik, Responden di Kecamatan Lowokwaru, Juni 2010

<sup>71</sup> Hasil wawancara dengan Baskoro Adi, pemilik usaha toko online Baskoro Adi, Responden di Kecamatan Blimbing, Mei 2010

<sup>72</sup> Hasil wawancara dengan toko online Cherish Shop, Responden di Kecamatan Lowokwaru, Juni 2010

### 3. Barang rusak/Expired/Kemasan produk cacat

Arianti Indah Sari, salah seorang responden yang penulis wawancarai menuturkan pengalamannya selama berbelanja online di sebuah toko film online. Pada waktu diterima, produk DVD yang ia beli dari toko tersebut macet pada awal dimainkan.<sup>73</sup> Kasus serupa juga pernah dialami oleh Tamimi Godam yang membeli produk alarm pintu dan jendela rumah dari toko online Ravi Ponsel, akan tetapi ketika barang diterima ternyata ada 1 buah yang mati, hal ini menunjukkan lemahnya kontrol kualitas dari pelaku usaha.<sup>74</sup>

Responden lain, cherish shop bahkan pernah menerima komplain dari konsumennya karena produk barang berupa bando yang dia kirim ternyata rusak sampai tangan konsumen. Kerusakan tersebut berupa lepasnya hiasan bando yang diduga karena pengemasan yang buruk.<sup>75</sup>

Toko Online boneka Horta juga pernah mengalami klaim dari konsumen karena barang rusak. Beliau memang tidak mengetahui barang rusak karena hal apa, namun beliau menduga barang rusak karena pengemasan yang buruk seperti produk boneka horta yang dipas-paskan di kardus meskipun kardus sudah tidak mencukupi lagi untuk dimasuki barang.<sup>76</sup>

Tindakan pelaku usaha di atas dapat digolongkan sebagai bentuk wanprestasi debitur melaksanakan apa yang dijanjikannya, tetapi tidak sebagaimana dijanjikan. Hal ini dibuktikan dari sejumlah penuturan responden, yang menerima barang dalam kondisi cacat/rusak.

---

<sup>73</sup> Hasil wawancara dengan Arianti Indah Sari, responden konsumen di Kecamatan Blimbing, Juli 2010

<sup>74</sup> Hasil wawancara dengan Tamimi Godam, responden konsumen di Kecamatan Blimbing, Agustus 2010

<sup>75</sup> Hasil wawancara dengan toko online Cherish Shop, Responden di Kecamatan Lowokwaru, Juni 2010

<sup>76</sup> Hasil wawancara dengan Fajar, pemilik usaha toko online Marketing Boneka Horta, responden di Kecamatan Blimbing, Mei 2010

Adapun yang menjadi kewajiban penjual terhadap pembeli adalah untuk menjamin 2 hal yaitu:<sup>77</sup>

- a. Menjamin penguasaan barang yang dijual secara aman dan tentram;
- b. Menjamin terhadap adanya cacat barang tersebut yang tersembunyi.

Si penjual diwajibkan menanggung cacat-cacat tersembunyi pada barang yang dijualnya yang membuat barang itu tidak dapat dipakai untuk keperluan yang dimaksud atau yang mengurangi pemakaian itu, sehingga seandainya si pembeli mengetahui cacat-cacat tersebut, ia sama sekali tidak akan membeli barang itu atau ia tidak akan membelinya selain dengan harga yang kurang. Penjual diwajibkan menanggung terhadap cacat-cacat tersembunyi, meskipun ia sendiri tidak mengetahui tentang adanya cacat-cacat tersembunyi itu, kecuali ia dalam hal yang demikian itu, telah meminta diperjanjikan bahwa ia tidak diwajibkan menanggung suatu apapun.

Tindakan pelaku usaha tersebut juga melanggar hak konsumen yang tercantum dalam Pasal 4 U.U.P.K. yaitu hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Terhadap tindakan wanprestasi di atas, konsumen dapat menuntut kompensasi/ganti rugi sebagai bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha. Hak konsumen untuk mendapat ganti rugi diatur dalam Pasal 4 huruf h yang berbunyi "*hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya*". Dan Pasal 7 huruf h tentang kewajiban pelaku usaha yang berbunyi "*memberi*

---

<sup>77</sup> Subekti, *op.cit*, hal 85

*kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian”.*

Pasal 19 ayat (2) mengatur *“Ganti rugi tersebut dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku”.*

Pasal 23 U.U.P.K. berbunyi *“Bagi pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (1), ayat (2), ayat (3), dan ayat (4) dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen (BPSK) atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen”.*

Pasal 8 ayat (2) U.U.P.K. berbunyi *“pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang yang dimaksud”.* Sedangkan Pasal 8 ayat 4 U.U.P.K. mengatur *“pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran”.*

#### **4. Barang Yang Diperjualbelikan Tidak Sesuai Dengan Kualitas Barang Yang Diperjanjikan**

Menurut Herlina, salah seorang responden konsumen yang penulis wawancarai, ia mengatakan bahwa penyebab perbedaan kualitas barang yang diperjualbelikan dengan barang yang diperjanjikan adalah karena banyak toko online yang menjual replica dari produk barang tersebut. Jika produk yang

diperjualbelikan itu adalah produk *original*/asli maka tidak akan ditemukan perbedaan yang signifikan dengan gambar produk yang dipasang di website penjual.<sup>78</sup>

Toko-toko online tersebut mengimpor atau membeli barang dari online wholesaler china yang menjual replica dari produk asli yang mereknya terkenal tersebut. Wholesaler tersebut mengambil gambar dari produk katalog asli atau majalah untuk ditempel di situs mereka kemudian membuat tiruannya menggunakan konveksi masing-masing, sehingga hasil replikanya pun berbeda-beda kualitasnya. Ada produk replika yang mendekati kualitas produk asli dan ada juga yang kualitasnya berbeda jauh dengan produk aslinya.

Contoh perbedaan kualitas itu seperti perbedaan di warna yang cenderung lebih pudar, motif yang agak berbeda dengan produk asli, bahan produk replika yang kasar sedangkan produk asli bahannya bersifat halus, ukuran dan potongan produk barang yang berbeda dari produk asli.

Alasan yang melatarbelakangi toko online tersebut membeli barang dari online wholesaler china dikarenakan harga yang jauh lebih murah sehingga pelaku usaha bisa bersaing dan memperoleh laba yang cukup besar.

Salah satu pelaku usaha toko online di Blimbing, menjelaskan ketidaksesuaian kualitas gambar barang dengan barang yang diterima konsumen dikarenakan ketika melakukan transaksi jual beli online, konsumen tidak langsung datang dan hanya melihat gambar produk dan keterangan barang yang diperjualbelikan.

---

<sup>78</sup> Hasil wawancara dengan Herlina, responden konsumen di Kecamatan Lowokwaru, Agustus 2010

Kasus lain ketidaksesuaian barang yang diperjualbelikan dengan barang yang diperjanjikan pernah dialami oleh sejumlah konsumen. Darma Juwono yang membeli sebuah jaket Manchester United Nike Polyester V tipe merah ukuran L dari toko online Andos Warehouse, akan tetapi ternyata yang dikirim adalah jaket dengan ukuran M, sehingga ia mengaku tidak puas dan menunggu tindak lanjut dari Mirsandi Madjid selaku pemilik toko online Andos Warehouse.<sup>79</sup>

Tindakan pelaku usaha di atas dapat digolongkan sebagai bentuk wanprestasi debitur melaksanakan apa yang dijanjikannya, tetapi tidak sebagaimana dijanjikan.

Kerugian yang diderita konsumen atas ulah pelaku usaha di atas merupakan bentuk pelanggaran terhadap ketentuan U.U.P.K. Pasal 4 tentang hak konsumen dan Pasal 7 tentang kewajiban pelaku usaha. Pasal 4 huruf a berbunyi *“hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa”*. Pasal 4 huruf c mengatur *“hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa”*.

Pasal 7 huruf a tentang kewajiban pelaku usaha mengatur *“beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.”* Sedangkan pada Pasal 7 huruf b berbunyi *“memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan”*.

Perbuatan pelaku usaha dengan tidak memberikan informasi secara jelas, dan jujur kepada konsumen mengenai kondisi barang yang diperjualbelikan merupakan bentuk kecurangan pelaku usaha yang berakibat pada kerugian yang

---

<sup>79</sup> Hasil wawancara dengan Darma Juwono, responden konsumen di Kecamatan Blimbing, Juli 2010

diderita konsumen. Hal ini bertentangan dengan tujuan U.U.P.K. yaitu menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha. Perbuatan curang pelaku usaha juga bertentangan dengan sejumlah asas dalam U.U.P.K. yaitu asas manfaat, asas keadilan, asas keseimbangan, asas keamanan dan keselamatan konsumen, serta asas kepastian hukum. Sejumlah tindakan wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha di atas bertentangan dengan asas itikad baik yang terkandung dalam Pasal 3 U.U. ITE. Adapun asas itikad baik adalah asas yang digunakan para pihak dalam melakukan transaksi elektronik tidak bertujuan untuk secara sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum mengakibatkan kerugian bagi pihak lain tanpa sepengetahuan pihak lain tersebut (Pasal 3 Penjelasan U.U. ITE).

Terhadap tindakan wanprestasi yang dilakukan pelaku usaha toko online, konsumen dapat menuntut ganti rugi sebagaimana diatur dalam Pasal 4 huruf h yaitu hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Dan Pasal 7 huruf g tentang kewajiban pelaku usaha untuk memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Ganti rugi tersebut dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Pasal 19 ayat (2)).

Pasal 23 U.U.P.K. berbunyi “*Bagi pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (1), ayat (2), ayat (3), dan ayat (4) dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen (BPSK) atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen*”.

Terhadap sejumlah wanprestasi yang tersebut di atas, pelaku usaha yang melakukannya dapat dikenai sanksi atau akibat hukum berupa:<sup>80</sup>

1. Debitur diharuskan membayar ganti kerugian yang diderita oleh kreditur (Pasal 1243 K.U.H. Perdata);
2. Pembatalan perjanjian disertai dengan pembayaran ganti kerugian (Pasal 1267 K.U.H. Perdata);
3. Peralihan resiko kepada debitur sejak saat terjadinya wanprestasi (Pasal 1237 ayat (2) K.U.H. Perdata);
4. Pembayaran biaya perkara apabila diperkarakan di muka hakim (Pasal 181 ayat (1) HIR).

Sesuai dengan ketentuan Pasal 1267 K.U.H. Perdata, maka dalam hal debitur melakukan wanprestasi, maka kreditur dapat memilih tuntutan-tuntutan haknya berupa:<sup>81</sup>

- 1) Pemenuhan perjanjian;
- 2) Pemenuhan perjanjian disertai ganti rugi;
- 3) Ganti rugi saja;
- 4) Pembatalan perjanjian;
- 5) Pembatalan perjanjian disertai ganti rugi.

<sup>80</sup> Simanjutak, *op.cit.*, hal 341

<sup>81</sup> *Ibid.*

Kewajiban membayar ganti kerugian bagi debitur baru dapat dilaksanakan apabila kreditur telah memenuhi 4 syarat yaitu:<sup>82</sup>

1. Debitur memang telah lalai melakukan wanprestasi;
2. Debitur tidak berada dalam keadaan memaksa;
3. Tidak adanya tangkisan dari debitur untuk melumpuhkan tuntutan ganti rugi;
4. Kreditur telah melakukan somasi/peringatan.

Akan tetapi seorang debitur dapat membela dirinya dengan mengajukan beberapa macam alasan untuk membebaskan dirinya dari hukuman-hukuman itu.

Pembelaan tersebut ada 3 macam yaitu:<sup>83</sup>

- 1) Menyatakan adanya keadaan memaksa (*overmacht*);
- 2) Menyatakan bahwa kreditur telah lalai;
- 3) Menyatakan bahwa kreditur telah melepaskan haknya.

Akan tetapi dalam prakteknya, penjual cenderung menyulitkan konsumen untuk memperoleh ganti rugi atas wanprestasi yang dilakukan oleh penjual dengan menetapkan klausula baku yang cenderung merugikan hak-hak konsumen.

Salah satu contoh klausula baku yang penulis kutip dari website Megumi Online Shop sebagai berikut “*Barang yang sudah dibeli tidak dapat ditukar atau dikembalikan dengan alasan apapun.*” atau ketentuan klausula baku pada Frenzy Shop yang berbunyi “*Barang yang sudah diterima tidak dapat dikembalikan lagi. Kerusakan dan keterlambatan yang disebabkan pada saat pengiriman BUKAN tanggung jawab Frenzy Shop*”. Adanya penetapan klausula baku di atas membuat konsumen kesulitan untuk menuntut ganti rugi ketika pelaku usaha melakukan wanprestasi.

---

<sup>82</sup> *Ibid.* hal 342

<sup>83</sup> *Ibid.*

Pasal 18 U.U.P.K. tentang ketentuan pencantuman klausula baku mengatur Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila:

- a. Menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha;
- b. Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen;
- c. Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen.

Berdasarkan ketentuan Pasal 18 huruf b dan c U.U.P.K. telah mengatur secara jelas, bahwa klausula baku yang ditetapkan oleh pelaku usaha toko online dengan tidak menerima pengembalian barang oleh konsumen merupakan pelanggaran terhadap ketentuan ini.

Terhadap klausula baku yang ditetapkan sejauh pelaku usaha diatas berlaku ketentuan sebagaimana tercantum dalam Pasal 18 ayat 3 U.U.P.K. yang berbunyi "*Setiap klausula baku yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian yang memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) dinyatakan batal demi hukum*". Pasal 62 ayat (1) U.U.P.K. mengatur Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2), dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp. 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

#### D. Upaya Penyelesaian yang Ditempuh Oleh Para Pihak akibat Wanprestasi

##### Pelaku Usaha Toko Online

Upaya hukum represif adalah upaya hukum yang dilakukan untuk menyelesaikan suatu permasalahan hukum yang sudah terjadi. Upaya hukum ini digunakan apabila telah terjadi sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen.

Salah satu hak konsumen yang diatur dalam U.U.P.K. adalah hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan secara patut (pasal 4 huruf e U.U.P.K.).

Pasal 45 ayat 2 UUPK mengatur “*Penyelesaian sengketa konsumen tersebut dapat dilakukan melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela dari pihak yang bersengketa*”.

Berdasarkan ketentuan diatas, dalam hal terjadi sengketa antara konsumen dan pelaku usaha dalam suatu transaksi jual beli online, terdapat 2 macam proses penyelesaian sengketa yang dapat kita lihat dalam tabel 4.7 di bawah ini:

**Tabel 4.7**

##### Upaya Penyelesaian yang Ditempuh Para Pihak

N (populasi) = 456

n (sample) = 91

| No.           | Upaya Penyelesaian                        | Kec. Blimbing | Kec. Lowokwaru | Jumlah responden | %           |
|---------------|---|---------------|----------------|------------------|-------------|
| 1.            | Penyelesaian sengketa di dalam pengadilan | 3             | 1              | 4                | 4%          |
| 2.            | Penyelesaian sengketa di luar pengadilan  | 40            | 47             | 87               | 96%         |
| <b>Jumlah</b> |   |               |                | <b>91</b>        | <b>100%</b> |

Sumber data primer diolah, Agustus 2010

Dari tabel 4.7 diketahui bahwa sebanyak 87 (delapan puluh tujuh) orang atau 96% responden konsumen memilih penyelesaian sengketa dilakukan di luar pengadilan. Hanya 4 (empat) orang yang memilih penyelesaian sengketa dilakukan melalui pengadilan. Berdasarkan tabel 4.8 responden di Kecamatan Blimbing yang memilih penyelesaian sengketa di dalam pengadilan sebanyak 3 (tiga) orang lebih banyak dibandingkan responden di kecamatan lowokwaru yang berjumlah 1 (satu) orang. Sedangkan yang memilih penyelesaian sengketa dilakukan di luar pengadilan di Kecamatan Blimbing sebanyak 40 (empat puluh) orang, dan di Kecamatan Lowokwaru sebanyak 48 (empat puluh delapan) orang.

Menurut Yusi Nur, salah seorang responden konsumen alasan mengapa ia lebih menyukai penyelesaian sengketa di luar pengadilan adalah karena nominal yang dibelinya umumnya kecil di bawah 1 juta sehingga ia merasa tidak perlu untuk memperkarakan penjual yang melakukan wanprestasi di depan pengadilan.<sup>84</sup>

Hal ini berbeda dengan Peter, salah seorang konsumen yang lebih memilih penyelesaian sengketa dilakukan melalui pengadilan karena menurutnya, Negara Indonesia adalah Negara hukum sehingga segala sesuatunya harus diselesaikan secara hukum, selain itu hal ini bisa memberikan efek jera bagi pelaku usaha yang curang.<sup>85</sup>

Upaya penyelesaian sengketa yang dilakukan kedua belah pihak ketika terjadi transaksi jual beli online dapat digambarkan lebih rinci dalam tabel 4.8 dibawah ini:

<sup>84</sup> Hasil wawancara dengan Yusi Nur, responden konsumen di Kecamatan Lowokwaru, Juli 2010

<sup>85</sup> Hasil wawancara dengan Peter, responden konsumen di Kecamatan Lowokwaru, Juli 2010

**Tabel 4.8**  
**Bentuk Upaya penyelesaian yang ditempuh para pihak**  
**akibat wanprestasi oleh Pelaku Usaha Toko Online**

**N (Populasi) = 456**

**n (sample) = 91**

| No.           | Upaya penyelesaian  | Jumlah responden | %           |
|---------------|---|------------------|-------------|
| 1.            | Konsumen membiarkan dan tidak membeli lagi di toko online tersebut                    | 1                | 1%          |
| 2.            | Mengajukan klaim kepada pelaku usaha toko online dan minta uang dikembalikan          | 50               | 55%         |
| 3.            | Mengajukan klaim kepada pelaku usaha toko online dan minta ditukar dengan barang baru | 33               | 36%         |
| 4.            | Mengadukan ke lembaga perlindungan konsumen   | 3                | 3%          |
| 5.            | Mengajukan gugatan ke pengadilan  | 4                | 4%          |
| <b>Jumlah</b> |   | <b>91</b>        | <b>100%</b> |

Sumber data primer diolah, Agustus 2010

Dari keterangan tabel 4.8 diatas diketahui, jumlah responden konsumen yang membiarkan dan tidak membeli lagi di toko online tersebut sebanyak 1 (satu) orang. Sedangkan jumlah responden yang memilih untuk mengadukan ke lembaga perlindungan konsumen sebanyak 3 (tiga) orang atau sekitar 3% (tiga persen) dari total keseluruhan sample. Sebanyak 4 (empat) orang responden memilih untuk menyelesaikan sengketa melalui pengadilan, dan 50 (lima puluh) orang responden lainnya memilih untuk mengajukan klaim kepada pelaku usaha untuk mengembalikan uang yang telah dibayarkan oleh konsumen. Sisanya sebanyak 33 (tiga puluh tiga) orang responden memilih mengajukan klaim kepada pelaku usaha dan meminta ditukar dengan barang yang baru.

Salah seorang responden Fhenie Gemini Pratama menyatakan alasan memilih menukar barang karena itu kesalahan penjual, disamping itu jika hendak mengembalikan akan lebih banyak uang yang harus dikeluarkan. Dalam

wawancara tersebut responden juga mengatakan bahwa ia baru akan mengajukan gugatan ke pengadilan jika nilai nominal barang tersebut besar.<sup>86</sup> Berbeda dengan Hatma Hatake yang memilih mengajukan klaim dengan tujuan untuk mendapatkan pengurangan biaya karena barang terlambat dikirim.<sup>87</sup> Tapi ada juga responden yang lebih menyukai mengajukan klaim kepada penjual untuk meminta uang dikembalikan karena menurut responden tersebut jika mengembalikan barang akan lebih memakan waktu dan biaya.<sup>88</sup>

Responden lain yang penulis wawancarai, Tiara memilih melaporkan ke polisi dan berniat mengajukan gugatan kepada <http://www.cellindo.co.cc> atas perbuatan penjual yang wanprestasi dengan mengirimkan barang yang telah disepakati, padahal Tiara telah menransfer sejumlah uang sesuai dengan yang tertera diwebsite tersebut.<sup>89</sup> David, responden yang penulis wawancarai lebih memilih membiarkan dan tidak membeli lagi barang di toko online tersebut dikarenakan nilai nominal barang yang dibeli tidak terlalu besar.<sup>90</sup>

### 1) Proses penyelesaian sengketa di luar pengadilan (non litigasi)

Berdasarkan keterangan tabel 4.7 dan tabel 4.8 diketahui bahwa penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan (*Alterative Dispute Resolution*) merupakan alternatif penyelesaian sengketa yang banyak disukai responden. Sejumlah alasan responden menyukai penyelesaian sengketa di luar

<sup>86</sup> Hasil wawancara dengan Fhenie Gemini Pratama, responden konsumen di Kecamatan Lowokwaru, Agustus 2010.

<sup>87</sup> Hasil wawancara dengan Hatma Hatake, responden konsumen di Kecamatan Lowokwaru, Agustus 2010.

<sup>88</sup> Hasil wawancara dengan Arianti Indah Sari, responden konsumen di Kecamatan Blimbing, Juli 2010

<sup>89</sup> Hasil wawancara dengan Tiara, responden konsumen di Kecamatan Blimbing, Juli 2010

<sup>90</sup> Hasil wawancara dengan David, responden konsumen di Kecamatan Lowokwaru, Agustus 2010.

pengadilan adalah karena prosesnya yang cepat, tidak berbelit-belit sehingga tidak memakan waktu yang lama. Nilai nominal barang yang kecil juga menjadi salah satu faktor mengapa mereka lebih menyukai penyelesaian sengketa di lakukan di luar pengadilan.<sup>91</sup>

Penyelesaian sengketa di luar pengadilan mengacu pada ketentuan pasal 45 ayat (1) U.U.P.K. dan Pasal 39 ayat (2) U.U. ITE. Pasal 39 ayat (2) U.U. ITE mengatur *“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”*.

Tujuan diadakannya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan adalah untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita konsumen. Tercapainya kesepakatan ini dalam praktek transaksi jual beli secara online terjadi dalam bentuk kesepakatan antara penjual dan pembeli mengenai ganti rugi dalam bentuk uang atau ditukar dengan barang sejenis.

Untuk memperoleh ganti rugi tersebut, konsumen dapat mengajukan klaim secara langsung atau bisa juga melalui BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen). Bagi konsumen yang memilih untuk mengadakan kerugian yang dialami ke BPSK, maka penyelesaian sengketa dapat dilakukan melalui konsiliasi, atau mediasi. Hal ini sesuai dengan ketentuan Pasal 52 U.U.P.K. mengenai tugas dan wewenang BPSK, salah satu diantaranya adalah melaksanakan penanganan

---

<sup>91</sup> Hasil wawancara dengan Yusi Nur, responden konsumen di Kecamatan Lowokwaru, Juli 2010.

dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi.

Prosedur ganti rugi yang ditempuh konsumen untuk memperoleh ganti rugi diawali dengan mengajukan klaim kepada penjual atas wanprestasi yang dilakukan penjual seperti barang rusak, barang terlambat, atau barang yang tidak sesuai dengan kualitas gambar/foto yang terpampang di website baik melalui email penjual atau melalui website penjual. Selanjutnya penjual akan memberitahukan kepada pembeli/konsumen perihal mengenai wanprestasi tersebut dan solusinya dalam bentuk barang ditukar dengan barang baru atau diganti dengan uang, atau menggratiskannya. Akan tetapi dalam prakteknya, ada juga pelaku usaha toko online yang tidak bersedia mengganti barang dengan alasan barang yang sudah dibeli tidak bisa dikembalikan lagi. Terhadap perbuatan pelaku usaha yang curang tersebut, menurut penulis konsumen dapat mengajukan penyelesaian sengketa melalui pengadilan.

## 2) Proses Penyelesaian Sengketa di Dalam Pengadilan (Litigasi)

Salah satu upaya penyelesaian sengketa yang dapat ditempuh konsumen ketika terjadi sengketa dalam transaksi jual beli secara online adalah penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan. Hal ini mengacu pada ketentuan Pasal 38 ayat (1) U.U. ITE dan Pasal 45 ayat (1) U.U.P.K.

Pasal 38 ayat (1) U.U. ITE berbunyi *“Setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau menggunakan Teknologi Informasi yang menimbulkan kerugian”*. Pasal 38 ayat 2 berbunyi *“Masyarakat dapat mengajukan gugatan secara perwakilan terhadap*

pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau menggunakan Teknologi Informasi yang berakibat merugikan masyarakat, sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan”. Gugatan yang dapat diajukan berupa gugatan perdata (Pasal 39 ayat 1 UU ITE).

Pasal 45 ayat (1) U.U.P.K. yaitu “*setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum*”.

Penunjukan Pasal 45 U.U.P.K. lebih banyak tertuju pada ketentuan ayat (4) yang berbunyi sebagai berikut “*Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa*”. Pasal 45 ayat (4) mengatur bahwa penyelesaian sengketa melalui pengadilan hanya dimungkinkan apabila:

- a. Belum ada upaya dari para pihak untuk memilih penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan;
- a. Dinyatakan tidak berhasil upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan oleh salah satu pihak yang bersengketa.

Mengenai pembuktian dalam proses pengadilan, terdapat sejumlah barang bukti yang dapat diajukan oleh konsumen di pengadilan antara lain:

- a. Bukti transfer atau bukti pembayaran;
- b. SMS atau email yang menyatakan kesepakatan untuk melakukan pembelian (Pasal 20 U.U. ITE);
- c. Nama, alamat, nomor telepon, dan nomor rekening pelaku usaha.

Beberapa responden yang penulis wawancarai memilih bukti transfer ke rekening penjual toko online sebagai alat bukti yang akan mereka ajukan dalam persidangan nantinya jika terjadi sengketa konsumen. Hal ini sesuai dengan ketentuan Pasal 5 U.U. ITE mengatur *“informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah”*. Sedangkan dalam Pasal 5 ayat (2) dijelaskan bahwa informasi elektronik atau dokumen elektronik atau hasil cetaknya merupakan perluasan dari alat bukti yang sah sesuai dengan hukum acara yang berlaku di Indonesia.

Pembuktian tersebut di atas dilakukan untuk mengetahui unsur kesalahan yang merupakan tanggung jawab dan harus dibuktikan oleh pelaku usaha tanpa menutup kemungkinan jaksa melakukan pembuktian (Pasal 22 U.U.P.K). Pembuktian ada tidaknya unsur kesalahan merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha, hal ini karena U.U.P.K. menganut asas pertanggungjawaban produk (*product liability*) sebagaimana diatur dalam Pasal 19 juncto Pasal 28 U.U.P.K.<sup>92</sup>

Pasal 19 ayat (1) mengatur *“Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan”*. Sedangkan Pasal 28 mengatur *“Pembuktian ada tidaknya unsure kesalahan dalam gugatan ganti rugi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19, Pasal 22, dan Pasal 23 merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha”*.

Ini berbeda dengan teori beban pembuktian pada acara biasa, dimana beban pembuktian merupakan tanggung jawab penggugat (konsumen) untuk

<sup>92</sup> <http://digilib.itb.ac.id/gdl.php?mod=browse&op=read&id=jiptumm-gdl-s1-2002-dewi-5881-e-commerce&q=Usaha>, bahan diakses tanggal 5 Agustus 2010

membuktikan adanya unsur kesalahan. Dengan adanya prinsip *product liability* ini, maka konsumen yang mengajukan gugatan kepada pelaku usaha cukup menunjukkan bahwa produk yang diterimanya dari pelaku usaha telah mengalami kerusakan pada saat diserahkan oleh pelaku usaha dan kerusakan tersebut menimbulkan kerugian atau kecelakaan bagi konsumen.<sup>93</sup>



<sup>93</sup> N.H.T Siahaan, *opcit*, hal 17

## BAB V

### PENUTUP

#### I. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan atas permasalahan di atas, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan data di lapangan terdapat sejumlah wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha toko online antara lain pelaku usaha tidak mengirimkan barang yang telah dibayar konsumen pernah dialami oleh 3 (tiga) orang, pelaku usaha mengirim barang tapi terlambat dialami sebanyak 30 (tiga puluh) orang, barang diterima konsumen dalam kondisi rusak/cacat dialami oleh 11 (sebelas) orang, dan barang yang diperjualbelikan tidak sesuai dengan kualitas yang diperjanjikan sebanyak 47 (empat puluh tujuh) orang. Perbuatan pelaku usaha tersebut telah melanggar sejumlah pasal dalam U.U.P.K. yaitu Pasal 4 tentang hak konsumen, Pasal 8 tentang perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, dan Pasal 19 tentang tanggung jawab pelaku usaha. Di samping itu, perbuatan pelaku usaha toko online juga bertentangan dengan K.U.H. Perdata dan U.U. ITE. Dalam prakteknya, konsumen merasa kesulitan untuk memperoleh ganti rugi dikarenakan adanya sejumlah klausula baku yang ditetapkan oleh pelaku usaha pada waktu melakukan transaksi jual beli secara online. Hal tersebut melanggar Pasal 18 U.U.P.K. tentang klausula baku dan berakibat batal demi hukum.
2. Dalam hal terjadi sengketa konsumen maka upaya penyelesaian yang ditempuh para pihak khususnya konsumen yang dirugikan akibat wanprestasi



pelaku usaha toko online meliputi penyelesaian di dalam pengadilan dan penyelesaian sengketa di luar pengadilan. Berdasarkan data di lapangan diketahui bahwa mayoritas responden lebih suka menyelesaikan sengketa konsumen di luar pengadilan yaitu 96% (sembilan puluh enam persen) atau sebanyak 87 (delapan puluh tujuh) orang dari total keseluruhan sampel. Sedangkan yang memilih penyelesaian sengketa konsumen di pengadilan hanya sekitar 4% (empat persen) atau 4 (empat) orang. Bentuk penyelesaian sengketa di luar pengadilan seperti mengajukan klaim kepada pelaku usaha untuk minta ganti rugi dalam bentuk uang lebih disukai mayoritas responden yaitu 50 (lima puluh) orang. Ditukar dengan barang baru yang sejenis disukai sebanyak 33 (tiga puluh tiga) orang. Sisanya 3 (tiga) orang lebih memilih mengadakan ke lembaga perlindungan konsumen dan ada juga konsumen yang membiarkan dan tidak membeli lagi di toko online tersebut sebanyak 1 (satu) orang.

## II. SARAN

### 1. Bagi pembuat kebijakan

Perlunya peningkatan pengawasan pemerintah terhadap barang atau jasa yang ditawarkan secara online sehingga dapat memberikan rasa aman bagi konsumen yang melakukan transaksi jual beli online. Mengingat masih terbukanya kesempatan bagi pelaku usaha untuk melakukan wanprestasi, perlu dibuat suatu aturan pelaksana yang mengatur tentang perdagangan melalui internet sebagaimana diamanatkan oleh U.U. ITE guna memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen. Disamping itu perlu ditingkatkannya

penyuluhan oleh dinas terkait mengenai hak-hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha dalam melakukan suatu transaksi jual beli hal ini sesuai dengan tujuan dari U.U.P.K.

2. Bagi konsumen dan pelaku usaha

Bagi konsumen perlu adanya pembudidayaan “*gethok tular*” (dari mulut ke mulut) untuk saling memberitahu satu sama lain mengenai hak-hak konsumen.

Bagi kedua belah pihak untuk menyadari hak-hak dan kewajiban masing-masing dalam melakukan transaksi jual beli secara online sehingga transaksi jual beli yang dilakukan secara online yang terjadi tidak merugikan salah satu pihak.



## DAFTAR PUSTAKA

## BUKU

- Abdul Kadir Muhammad, 1995, *Hukum Perjanjian*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Budi Agus Riswandi, 2003, *Hukum dan Internet di Indonesia*, Yogyakarta: UII Press.
- Dr.Abdul Halim Barkatulah, Hukum perlindungan konsumen,
- Edmon Makarim, 2003, *Komplikasi Hukum Telematika*, Jakarta: PT. RajaGravindo Persada.
- H.R Daeng Naja, 2006, *Seri Keterampilan Merancang Kontrak Bisnis Contract Drafting*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Ibrahim, Johannes, 2004, *Hukum Bisnis*, Bandung: Refika Aditama.
- J.Satrio, 1999, *Hukum Perikatan, Perikatan Pada Umumnya*, Bandung: Alumni.
- Kartini Muldjadi dkk., 2003 *Perikatan Pada Umumnya*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Mariam Darus Badruzaman, 2001, *Kompilasi Hukum Perikatan*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Philipus M. Hadjon, 1987, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat di Indonesia*, Surabaya: PT. Bina Ilmu.
- Rachmadi Usman, 2003, *Pilihan Penyelesaian Sengketa di Luar Pengadilan*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

- Rijanto Tosin dan Catur Meiwanto, 2000, *Cara mudah belajar E-Commerce di Internet*, Jakarta: Dinastindo.
- Ridwan Khairandy dkk, 1999, *Pengantar Hukum Dagang Indonesia I*, Jakarta: Gama Media.
- riyeke ustadiyanto, 2001, *framework e-commerce*, Yogyakarta: Andi.
- Salim H.S, 2003, *Hukum Kontrak Teori dan Teknik penyusunan Kontrak*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Simanjutak, 2005, *Pokok-pokok Hukum Perdata Indonesia*, Jakarta: Djambatan.
- Subekti, 1979, *Hukum Perjanjian*, Jakarta: PT. Intermasa.
- Sutan Remi Sjahdeni, 2001, *E-commerce Tinjauan dari Perspektif dalam hukum bisnis volume 12*, Jakarta: Yayasan Pengembangan Hukum Bisnis
- Syahrani,Riduan, 2004, *Seluk Beluk Dan Asas-Asas Hukum Perdata*, Bandung: PT Alumni.
- Van der Burght, 1999, *Buku Tentang Perikatan*, Bandung: Mandar Maju.
- Wahana Komputer Semarang, 2001, *Apa dan Bagaimana E-commerce*, Yogyakarta: Andi.
- Wirjono Prodjodikoro, 2000, *azas-azas Hukum Perjanjian*, Bandung: Mandar Maju.

#### WEB

- <http://malangkota.go.id/index2.php?id=1606076/geografismalang>
- <http://www.mediakonsumen.com/artikel1732.html>, diakses pada tanggal 16 April 2010

- Esther Dwi Magfirah, “Perlindungan Konsumen Dalam E-commerce”, [www.solusihukum.com/artikel/artikel 31](http://www.solusihukum.com/artikel/artikel%2031), bahan diakses tanggal 22 April 2008
- Nofie Iman, Mengenal E-commerce, [www.hasan-uad.com/?q=system/files/mengenal-e-commerce.pdf](http://www.hasan-uad.com/?q=system/files/mengenal-e-commerce.pdf),

