



Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Jual Beli Melalui Media E-Commerce

Andi Hardiansyah Bakri^{1,2}, Syahrudin Nawi¹ & Hasan Kadir¹

¹Magister Ilmu Hukum, Universitas Muslim Indonesia.

²Koresponden Penulis, E-mail: hardiansyah.bakri@gmail.com

Tujuan penelitian menganalisis Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Jual Beli Melalui Media E-Commerce terhadap perlindungan dari Konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Pendekatan yang di gunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan tipe penelitian Hukum Empiris. Hasil penelitian yang telah dilakukan menyimpulkan bahwa Perlindungan hukum bagi para pihak dalam perjanjian jual beli melalui media internet meliputi perlindungan hukum dalam perjanjian dan perlindungan hukum di luar perjanjian. UUIITE menambahkan suatu bentuk system pembuktian elektronik yaitu adanya tanda tangan elektronik (digital signature) yang merupakan suatu sistem pengamanan yang bertujuan untuk memastikan otentisitas dari suatu dokumen elektronik. Pelaksanaan jual beli melalui media internet terdiri dari empat proses, yaitu penawaran, penerimaan, pembayaran, dan pengiriman, namun masih ada faktor yang mempengaruhi terjadinya hambatan-hambatan dalam transaksi di internet, khususnya mengenai cacat produk, informasi dan webvertising yang tidak jujur atau keterlambatan pengiriman barang, dan umumnya mengenai pola pikir, minat, dan kultur atau budaya masyarakat Indonesia.

Kata Kunci: Perjanjian; Jual-Beli; E-Commerce

ABSTRACT

The research objective is to analyze the legal protection for the parties in the sale and purchase agreement through the e-commerce media for protection from consumers and the factors that influence it. The approach used in this research is to use the type of empirical law research. The results of the research that have been done conclude that the legal protection for the parties in the sale and purchase agreement through the internet media includes legal protection in the agreement and legal protection outside the agreement. UUIITE adds a form of electronic proof system, namely the existence of an electronic signature (digital signature) which is a security system that aims to ensure the authenticity of an electronic document. The implementation of buying and selling through internet media consists of four processes, namely offering, receiving, payment, and sending, however, there are still factors that influence the occurrence of obstacles in transactions on the internet, especially regarding product defects, dishonest information and webvertising or late delivery. goods, and generally regarding the mindset, interests, and culture or culture of the Indonesian people.

Keywords: Agreement; Buy and sell; E-Commerce

PENDAHULUAN

Teknologi informasi dan komunikasi saat ini sedang mengarah kepada *konvergensi* yang memudahkan kegiatan manusia sebagai pencipta, pengembang dan pengguna teknologi itu sendiri. Salah satunya dapat dilihat dari perkembangan media internet yang sangat pesat (Hanım, 2014). Internet sebagai suatu media informasi dan komunikasi elektronik telah banyak dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan, antara lain untuk menjelajah (*browsing, surfing*), mencari data dan berita, saling mengirim pesan melalui email, dan perdagangan. Kegiatan perdagangan dengan memanfaatkan media internet ini dikenal dengan istilah *electronic commerce*, atau disingkat *e-commerce* (Sumadi, 2016).

Saat ini transaksi *e-commerce* telah menjadi bagian dari perniagaan nasional dan internasional. Contoh untuk membayar zakat atau berkorban pada saat Idul Adha, atau memesan obat-obatan yang bersifat sangat pribadi, orang cukup melakukannya melalui internet (Rohendi, 2015). Bahkan untuk membeli majalah orang juga dapat membayar tidak dengan uang tapi cukup dengan mendebit pulsa telepon seluler melalui fasilitas SMS. Kenyataan ini menunjukkan bahwa *konvergensi* di bidang *telematika* berkembang terus tanpa dapat dibendung, seiring dengan ditemukannya Hak Cipta dan paten baru di bidang teknologi informasi.

Hampir semua barang dapat menjadi objek perdagangan melalui internet, hal itu karena internet merupakan media yang paling efektif saat ini. Namun perlu batasan bahwa hanya benda bergerak saja yang dapat diperdagangkan melalui media internet saat ini, karena jual beli benda tidak bergerak misalnya tanah, harus dengan akta jual beli yang dibuat dihadapan Pejabat Pembuat Akta Tanah, dan hal tersebut tidak dapat dilakukan di dalam dunia maya (internet) (Yusra & Sari, 2012).

Di dalam dunia internet saat ini, mulai tumbuh *komunitas-komunitas* yang mengkhususkan diri dalam memperdagangkan barang-barang tertentu. Mereka tergabung dalam *situs-situs* yang mewadahi *komunitas* mereka (Anggraeni & Rizal, 2019). Ada *situs-situs* yang mewajibkan penggunaanya untuk menjadi anggotanya terlebih dahulu, namun ada juga yang tidak. Sebagaimana sebuah toko *online* yang menawarkan barangnya melalui internet.

Pelaksanaan jual beli melalui media internet ini dalam prakteknya menimbulkan beberapa permasalahan, misalnya pembeli yang seharusnya bertanggung jawab untuk membayar sejumlah harga dari produk atau jasa yang dibelinya, tapi tidak melakukan pembayaran (Putra, 2014). Bagi para pihak yang tidak melaksanakan tanggung jawabnya sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dapat digugat oleh pihak yang merasa dirugikan untuk mendapatkan ganti rugi (Setyawati, Ali & Rasyd, 2017).

Suatu kontrak atau perjanjian harus memenuhi syarat sahnya perjanjian, yaitu kata sepakat, kecakapan, hal tertentu dan suatu sebab yang halal, sebagaimana ditentukan dalam Pasal 1320 KUH Perdata. Dengan dipenuhinya empat syarat sahnya perjanjian tersebut, maka suatu perjanjian menjadi sah dan mengikat secara hukum bagi para pihak yang membuatnya (Sinaga, 2018). Jika melihat salah satu syarat sahnya perjanjian dalam Pasal 1320 KUH Perdata, yaitu adanya kecakapan maka akan menjadi permasalahan jika pihak dalam jual beli melalui internet adalah anak di bawah umur, hal ini mungkin terjadi karena untuk mencari identitas yang benar melalui media internet tidak mudah, juga apabila melihat unsur yang lain seperti

terjadinya kesepakatan menjadi pertimbangan untuk menentukan *relevansi* penerapan asas-asas hukum yang selama ini berlaku dalam dunia internet.

Kunci pokok perlindungan hukum bagi konsumen adalah bahwa konsumen dan pelaku usaha saling membutuhkan. Produksi tidak ada artinya kalau tidak ada yang mengkonsumsinya dan atau mempergunakannya dan produk yang dikonsumsi secara aman dan memuaskan, pada gilirannya akan merupakan promosi gratis bagi pelaku usaha. Berbelanja melalui social media internet disenangi oleh semua kalangan khususnya kalangan muda dan wanita. Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan penelitian pada lingkungan sosial dan memilih mahasiswa yang sekaligus sebagai penjual atau pembeli online sebagai informan. Pada umumnya, mahasiswa adalah kalangan muda yang ketergantungan gadget.

Pemanfaatan media *e-commerce* dalam dunia perdagangan sangat membawa dampak pada masyarakat internasional pada umumnya dan masyarakat Indonesia pada khususnya (Anjani & Santoso, 2018). Bagi masyarakat Indonesia hal ini terkait masalah hukum yang sangat penting. Pentingnya permasalahan hukum di bidang *e-commerce* adalah terutama dalam memberikan perlindungan terhadap para pihak yang melakukan transaksi melalui internet (Djanggih & Qamar, 2017). Mengingat pentingnya hal tersebut maka Indonesia pada tahun 2008 lalu mengeluarkan peraturan khusus yang mengatur transaksi melalui internet yaitu Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang untuk selanjutnya disingkat UU ITE. Dalam Pasal 1 butir 2 UUIITE, disebutkan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer atau media elektronik lainnya. Transaksi jual beli secara elektronik merupakan salah satu perwujudan ketentuan tersebut.

Selanjutnya menyangkut penyelesaian hukum jika terjadi sengketa antara para pihak yang melakukan jual beli melalui media internet tersebut. Persoalan tersebut akan menjadi semakin rumit, jika para pihak berada dalam wilayah negara yang berbeda, menganut sistem hukum yang berbeda pula. Hal ini bisa terjadi, karena internet merupakan dunia maya yang tidak mengenal batas-batas kenegaraan dan dapat di akses dari berbagai belahan dunia manapun selama masih terdapat jaringan ekonomi elektronik.

Kontrak elektronik dalam transaksi elektronik, harus memiliki kekuatan hukum yang sama dengan kontrak konvensional. Oleh karena itu, kontrak elektronik harus juga mengikat para pihak sebagaimana Pasal 18 ayat (1) UUIITE menyebutkan bahwa “transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak.

METODE PENELITIAN

Tipe penelitian yang digunakan pada penelitian ini yakni tipe penelitian hukum empiris. Penelitian hukum empiris yakni dilakukan untuk menganalisis apakah semua perangkat hukum yang berkaitan dengan obyek penelitian telah dilaksanakan dengan benar oleh semua pihak sesuai ketentuan yang berlaku. Penulis memilih pendekatan *empiris* karena disamping melalui pendekatan *yuridis*, penelitian ini juga memerlukan data yang ada di lapangan berdasarkan pengalaman-pengalaman nyata

yang kemudian dipergunakan untuk menganalisis data dan membuat kesimpulan mengenai masalah yang diteliti.

Penulis memilih lokasi objek penelitian ini di Shopee tepatnya pada transaksi *online* di www.Shopee.co.id dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut peneliti anggap memperoleh potensi yang besar di dalam menemukan data yang dibutuhkan untuk penelitian ini, baik dari data primer maupun sekunder yang berkaitan dengan penelitian.

PEMBAHASAN

A. Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak dalam Perjanjian Jual Beli Melalui Media Internet.

Dengan kemudahan berkomunikasi secara elektronik, maka perdagangan pada saat ini sudah mulai merambat ke dunia elektronik. Transaksi dapat dilakukan dengan kemudahan teknologi informasi, tanpa adanya halangan jarak.

Dalam e-commerce terdapat lima unsur yang saling terkait, berikut ini akan dijelaskan dengan bagan :



Subyek hukum, dalam hal ini merchant dan customer, melakukan transaksi perdagangan melalui teknologi informasi berupa internet sehingga melahirkan perjanjian. Dalam perjanjian tersebut terdapat dokumen elektronik yang dapat dijadikan sebagai alat bukti elektronik untuk menghindari adanya penyalahgunaan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab yang berupa kejahatan perdagangan secara elektronik. Untuk itu diperlukan perlindungan hukum untuk melindungi para subyek hukum yang melakukan transaksi perdagangan melalui internet.

Berikut ini akan dijelaskan perlindungan hukum dalam hal perjanjian, alat bukti elektronik, dan tanggung jawab para pihak berdasarkan penelitian penulis :

a. Perlindungan hukum di dalam perjanjian.

Perlindungan hukum Dalam perjanjian terdapat dokumen elektronik, biasanya dokumen tersebut dibuat oleh pihak merchant yang berisi aturan dan kondisi yang harus dipatuhi oleh customer tetapi isinya tidak memberatkan customer. Aturan dan kondisi tersebut juga dipakai sebagai perlindungan hukum bagi kedua belah pihak.

Perlindungan hukum bagi kedua belah pihak adalah :

1. Perlindungan hukum untuk merchant terutama ditekankan dalam hal pembayaran, merchant mengharuskan customer untuk melakukan pelunasan pembayaran dan kemudian melakukan konfirmasi pembayaran, baru setelah itu akan dilakukan pengiriman barang yang dipesan.

2. Perlindungan hukum untuk customer terletak pada garansi berupa pengembalian atau penukaran barang jika barang yang diterima tidak sesuai dengan yang dipesan.
3. Privacy Data pribadi pengguna media elektronik harus dilindungi secara hukum. Pemberian informasinya harus disertai oleh persetujuan dari pemilik data pribadi. Hal ini merupakan bentuk perlindungan hukum bagi para pihak yang melakukan transaksi e-commerce, yang termuat dalam Pasal 25 UU ITE “Informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang disusun menjadi karya intelektual, situs internet, dan karya intelektual yang ada di dalamnya dilindungi sebagai hak kekayaan intelektual berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan”.

b. Perlindungan hukum di luar perjanjian.

Perlindungan hukum untuk merchant juga menyangkut tentang Hak Atas Kekayaan Intelektual atas nama domain yang dimilikinya seperti terdapat dalam Pasal 23 UU ITE. Informasi elektronik yang disusun menjadi suatu karya intelektual dalam bentuk apapun harus dilindungi undang-undang yang berkaitan dengan Hak Kekayaan Intelektual. Hal ini disebabkan informasi elektronik memiliki nilai ekonomis bagi pencipta atau perancang. Oleh karena itu, hak-hak mereka harus dapat dilindungi oleh undang-undang HAKI.

Dengan disahkannya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada tanggal 20 April 1999, telah menjadikan masalah perlindungan konsumen menjadi masalah yang penting, yang artinya kehadiran undang-undang tersebut tidak saja memberikan posisi tawar yang kuat pada konsumen untuk menegakkan hak-haknya, melainkan juga agar dapat tercipta aturan main yang lebih fair bagi semua pihak. Dalam penjelasan UUPK disebutkan bahwa piranti hukum yang melindungi konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan pelaku usaha, tetapi justru sebaliknya, karena perlindungan konsumen akan dapat mendorong iklim berusaha yang sehat serta lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/jasa yang berkualitas. Dalam kaitannya dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi di mana barang dan/atau jasa dapat diperdagangkan kepada konsumen melewati batas-batas wilayah, maka perlindungan konsumen akan selalu menjadi isu penting yang menarik untuk diperhatikan.

Posisi konsumen harus dilindungi oleh hukum, karena salah satu sifat dan tujuan hukum adalah memberikan perlindungan (pengayoman) kepada masyarakat. Perlindungan kepada masyarakat tersebut harus diwujudkan dalam bentuk kepastian hukum yang menjadi hak konsumen.

Menurut penulis, dalam melakukan transaksi jual beli melalui internet, konsumen juga harus jeli, teliti serta waspada terhadap penawaran yang dilakukan oleh pelaku usaha. Tidak jarang pelaku usaha menawarkan produk yang fiktif, yang dijual murah agar konsumen tertarik. Konsumen harus memastikan dahulu sebelum memesan barang, pastikan merchant mencantumkan nomor telepon yang bisa dihubungi dan alamat lengkapnya. Apabila tertarik dengan barang yang ditawarkannya, maka lakukan komunikasi terlebih dahulu, biasanya pembeli langsung menghubungi lewat telepon, untuk memastikan apakah barang benar-benar ada, setelah itu pembeli baru

menanyakan tentang spesifikasi barang yang akan dibelinya. Jika setuju, maka pembeli segera membayar harga atas barang tersebut, kemudian barang dikirimkan.

Kegiatan aktif konsumen untuk selalu berkomunikasi atau bertanya tentang barang yang akan dibelinya kepada pelaku usaha akan dapat mengurangi dampak kerugian bagi konsumen. Hukum pembuktian Indonesia masih mendasarkan ketentuannya pada KUH Perdata. Ditentukan bahwa alat-alat bukti yang dapat digunakan dan diakui di depan sidang pengadilan perdata masih sangat limitatif. Dalam Pasal 1866 KUH Perdata dinyatakan bahwa alat-alat bukti dalam perkara perdata terdiri dari :

- a. bukti tulisan
- b. saksi-saksi
- c. persangkaan-persangkaan,
- d. pengakuan, dan
- e. sumpah.

Di Indonesia sebenarnya ada beberapa hal yang mengarah kepada penggunaan dan pengakuan dokumen elektronik sebagai alat bukti yang sah, misalnya: Pertama, Dikenalnya online trading dalam kegiatan bursa efek, dan Ke Dua, Pengaturan mikro film sebagai media penyimpanan dokumen perusahaan yang telah diberi kedudukan sebagai alat bukti tertulis otentik dalam Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1997 tentang Dokumen Perusahaan. Namun demikian pengaturan semacam ini tidak dapat menunjang dan mengakomodir cyberspace pada umumnya dan e-commerce pada khususnya.

Di Belanda sendiri sebagai tempat asal melahirkan KUH Perdata, sudah terjadi kemajuan dalam hukum pembuktian perdatanya. Sejak Tahun 1998 secara resmi hukum pembuktian di Belanda tidak lagi menetapkan alat bukti secara limitatif seperti yang terdapat dalam KUH Perdata. Mengenai masalah dokumen elektronik termasuk kontrak elektronik sebagai alat bukti di pengadilan, pada dasarnya hakim berdasarkan Pasal 22 Algemene Bepalingen (AB) dilarang menolak untuk mengadili suatu perkara yang belum ada pengaturan hukumnya. Selain itu hakim juga dituntut untuk melakukan rechtsvinding (penemuan hukum) dengan mengkaji norma-norma yang tumbuh dalam masyarakat dalam menyelesaikan kasus yang dimaksud..

Dalam rangka mengarahkan aktivitas dan perkembangan dalam cyberspace, khususnya mendorong dan mengarahkan perkembangan ecommerce di Indonesia, maka pengaturan khusus dan tegas tentang keabsahan dan kekuatan hukum dokumen elektronik sebagai alat bukti yang sah menjadi hal yang tidak dapat ditawar-tawar lagi. Orang yang menggunakan tanda tangan elektronik atau terlibat didalamnya mempunyai kewajiban untuk mengamankan tanda tangan agar tanda tersebut tidak dapat disalahgunakan oleh orang yang tidak berhak. Pada dasarnya lembaga sertifikasi elektronik merupakan pihak ketiga yang menjamin identitas pihak-pihak secara elektronik. Dalam dunia teknologi informasi, seperti Internet, seseorang dapat dengan mudah membuat identitas lain (contoh, nama chatting, alamat e-mail). Oleh karena itu, pemerintah atau masyarakat harus dapat membentuk suatu lembaga sertifikasi yang terpercaya, agar pelaku usaha dapat melakukan usaha dengan sarana elektronik secara aman.

Digital signature merupakan salah satu isu spesifik dalam ecommerce. Digital signature pada prinsipnya berkenaan dengan jaminan untuk "message integrity" yang

menjamin bahwa pengirim pesan (sender) adalah benar-benar orang yang berhak dan bertanggung jawab untuk itu. Hal ini berbeda dengan tanda tangan biasa yang berfungsi sebagai pengakuan dan penerimaan atas isi pesan/dokumen.

Mengingat transaksi elektronik sangat mudah disusupi atau diubah oleh pihak-pihak yang tidak berwenang, maka sistem keamanan dalam bertransaksi menjadi sangat penting untuk menjaga keaslian data tersebut. Oleh karena itu, diperlukan sistem dan prosedur pengamanan yang handal, dalam konteks penggunaan sistem komunikasi dengan jaringan terbuka (seperti Internet), agar timbul kepercayaan pengguna terhadap sistem komunikasi tersebut.

Di Indonesia kegiatan e-commerce meskipun bersifat virtual tetapi dikategorikan sebagai tindakan dan perbuatan hukum yang nyata. Secara yuridis untuk ruang cyber sudah tidak pada tempatnya lagi untuk mengkategorikan sesuatu hanya dengan ukuran dan kualifikasi konvensional untuk dapat dijadikan objek dan perbuatan, sebab jika cara ini yang ditempuh akan terlalu banyak kesulitan dan hal-hal yang lolos dari jerat hukum. Kegiatan e-commerce merupakan kegiatan virtual tetapi berdampak sangat nyata meskipun alat buktinya bersifat elektronik, dengan demikian, subjek pelakunya harus dikualifikasikan pula sebagai telah melakukan perbuatan hukum secara nyata.

Menurut pendapat penulis, salah satu hal penting adalah masalah keamanan. Terdapat tiga pendekatan untuk mempertahankan keamanan di cyberspace, pertama yaitu pendekatan teknologi, kedua pendekatan sosial budaya-etika, dan ketiga pendekatan hukum. Untuk mengatasi gangguan keamanan pendekatan teknologi memang mutlak dilakukan, mengingat tanpa pendekatan teknologi suatu jaringan akan sangat mudah disusupi atau diakses secara illegal dan tanpa hak. Oleh karena itu, pendekatan hukum dan sosial budaya-etika sebagai bentuk pendekatan berikutnya menjadi sangat penting. Pendekatan hukum yaitu dalam bentuk tersedianya hukum positif akan memberikan jaminan kepastian dan sebagai landasan penegakan hukum (law enforcement) jika terjadi pelanggaran.

B. Faktor-Faktor yang Menghambat dalam Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak dalam Perjanjian Jual Beli Melalui Media Internet

Konsekuensi atas kehilangan nilai dan fungsi dapat terjadi secara langsung dan tidak langsung. Kehilangan nilai ekonomis langsung ukurannya adalah kehilangan daya tawar dan out of pocket. Ukuran dari kehilangan daya tawar adalah ketidaksamaan nilai dari produk yang diterima dan nilai dari produk yang dipresentasikan penjual. Sementara ukuran dari out of pocket adalah perbedaan antara barang yang dibeli dengan nilai barang yang diterima. Kesemuanya meliputi juga ongkos yang harus dibayar pada perbaikan dan/atau penggantian atas produk cacat yang dilakukan konsumen.

Setelah mengetahui syarat sah perjanjian dan menerapkannya dalam proses jual beli dengan e-commerce, ternyata masih terdapat banyak kekurangannya, terutama dalam penerapan syarat yang berupa kecakapan bertindak. Daru wawancara peneliti bersama dengan **Adam Muzakkir** mengatakan Sulit untuk mengetahui apakah para pihak dalam e-commerce tersebut (terutama customer) sudah berwenang untuk melakukan suatu perbuatan hukum (jual beli melalui internet) atau tidak. Jadi dalam

praktek e-commerce ini, syarat-syarat sahnya perjanjian dalam Pasal 1320 KUH Perdata tidak terpenuhi secara utuh.

Berdasarkan proses dan syarat-syarat transaksi jual beli secara elektronik yang telah diuraikan di atas menurut bapak **Basri** selaku staff marketing SJ Skincare telah menggambarkan bahwa ternyata jual beli tidak hanya dapat dilakukan secara konvensional, dimana antara penjual dengan pembeli saling bertemu secara langsung, namun dapat juga hanya melalui media Internet, sehingga orang yang saling berjauhan atau berada pada lokasi yang berbeda tetap dapat melakukan transaksi jual beli tanpa harus bersusah payah untuk saling bertemu secara langsung, sehingga meningkatkan efektifitas dan efisiensi waktu serta biaya baik bagi pihak penjual maupun pembeli.

Perjanjian jual beli melalui media internet juga tak luput dari faktor-faktor yang dapat menghambat dalam pelaksanaannya sebagaimana telah di uraiaka di atas, berikut ini penulis paparkan tentang hambatan-hambatan tersebut: Hambatan Secara Khusus Hambatan secara khusus ini dialami langsung oleh para pihak baik pelaku usaha maupun konsumen dalam menjalankan usahanya. Berdasarkan penelitian penulis, Faktor-faktor yana dapat memepengaruhi dalam transaksi di internet antara lain mengenai cacat produk, informasi dan webvertising yang tidak jujur atau keterlambatan pengiriman barang.

Misalnya, saat barang dan/atau jasa yang dikonsumsi tidak sesuai dengan manfaat kegunaan. Konsumen yang mengalami kerugian seperti ini biasanya kehilangan nilai dari suatu produk atau kehilangan fungsi penggunaan suatu produk. Berdasarkan wawancara dengan Ibu **Fatimah**, pemilik toko baju online "Bajuku Cantik", pernah seorang konsumen yang membeli baju pada toko onlinenya, baju yang dalam gambar di website tersebut terdapat lima kancing, namun saat barang diterima oleh konsumen, kancing hanya ada 3.

Di sisi lain, kehilangan ekonomis secara tidak langsung adalah kehilangan suatu pengharapan nilai suatu produk. Misalnya konsumen kehilangan nilai keuntungan di masa depan atas bisnis yang ditawarkan dan kehilangan ketidakmampuan untuk menggantikan suatu produk. Menurut penulis hal tersebut tidak sesuai dengan Pasal 9 UUIITE yang menjelaskan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang dilengkapi dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Menurut Ibu Fatimah, kesalahan tersebut terjadi karena ia kurang teliti saat pengemasan barang, dan dari kesalahan tersebut ia dapat memperbaiki kinerjanya sehingga tidak mengecewakan pelanggan lagi.

Kesalahan tersebut ia tebus dengan penukaran kembali dengan barang serupa yang lebih sempurna. Hambatan lain karena unsur ketiadaan jarak, ruang dan waktu dari para pihak dalam menyikapi transaksi di internet, berikut uraian kasusnya (berdasarkan blog seorang konsumen):

Seorang konsumen yang tertarik dengan produk buku agama yang ditampilkan di website toko buku online, langsung memesannya, dan kemudian membayar harganya. Setelah dicek, ternyata buku yang dimaksud kosong dan konsumen diminta untuk menunggu hingga buku ada. Sepuluh hari setelah itu, konsumen diminta untuk menukar buku tersebut dengan buku yang lain yang nilainya sama.

Namun sejak saat itu sampai satu minggu ternyata buku pengganti belum dikirimkan juga. Setelah didesak terus oleh konsumen, akhirnya buku tersebut dikirimkan dengan bukti tanda terima barang.

Dari kasus tersebut, terlihat bahwa meskipun barang kemudian telah dikirimkan (setelah melalui proses yang panjang), namun pihak pelaku usaha seharusnya dapat memberikan jangka waktu yang pasti kapan konsumen dapat menikmati kegunaan atau manfaat dari barang yang dibelinya.

Menurut keterangan beberapa pelaku usaha yang menjadi responden penelitian ini, kasus ataupun pengaduan yang kemudian datang ke pihak pelaku usaha rata-rata dapat diselesaikan dengan baik. Bila diinventarisasi, maka umumnya para pelaku usaha mengungkapkan bahwa semua permasalahan yang datang ke mereka dapat diselesaikan dengan baik, karena tidak ada masalah besar yang membawa dampak kerugian bagi pelaku usaha itu sendiri ataupun bagi konsumen. Menurut pelaku usaha, meskipun ada kekecewaan dari pihak konsumen, hal itu biasanya karena diluar kuasa pihaknya, misalnya stok habis, pengiriman terlambat karena bencana alam, barang rusak dalam waktu tertentu, dan lain sebagainya.

Berdasarkan hasil penelitian penulis di toko terdapat 2 (dua) permasalahan yang menjadi hambatan dalam hal perlindungan konsumen dalam melakukan perjanjian jual-beli melalui internet, yaitu: Permasalahan yuridis yang dihadapi di toko online dalam penelitian ini berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku yaitu mengenai Keabsahan Perjanjian menurut Pasal 1320 KUHPerduta disebutkan ada empat syarat sahnya suatu perjanjian yaitu kesepakatan antara kedua belah pihak untuk mengikatkan diri, kecakapan untuk membuat perjanjian, objek tertentu dan suatu sebab yang halal. E-commerce merupakan metode perdagangan modern yang tidak mempertemukan penjual dan pembeli maka untuk terjadinya suatu kesepakatan sulit untuk diketahui dengan jelas kapan kesepakatan antara kedua belah pihak itu terjadi.

Cara untuk mengatasi hal ini adalah dengan mengadopsi ketentuan yang dibuat oleh masyarakat ekonomi Eropa mengenai penawaran dan penerimaan dengan memberlakukan sistem "3 klik", dimana cara kerja sistem ini adalah: Pertama, pembeli melihat layar computer adanya suatu penawaran dari calon penjual (klik pertama), Kedua, calon Pembeli memberikan penerimaan terhadap penawaran tersebut (klik kedua), Ketiga, disyaratkan adanya peneguhan dan persetujuan dari calon penjual kepada pembeli perihal diterimanya penerimaan dari calon pembeli (klik ketiga).

Permasalahan non yuridis yang dihadapi dan yang terjadi diluar peraturan perundang-undangan adalah tentang Keamanan dalam melakukan transaksi ecommerce, di kaitkan dengan pendapat **Fadila Tri** bersama peneliti dalam wawancara di jelaskan Keamanan dalam bertransaksi sangatlah mutlak diperlukan demi menjamin keamanan konsumen akan data-data pribadinya maupun nomor kartu kredit, nomor password, dari penyalahgunaan oleh orang-orang yang tidak berkepentingan.

Dari hasil penelitian toko online di Indonesia dalam sistem keamanannya kurang memadai dibandingkan dengan merchant yang berada di luar negeri. Keamanan informasi merupakan bagian yang sangat penting dalam sistem ecommerce. Tingkat keamanan informasi yang dapat diterima di dalam e-commerce mutlak dibutuhkan.

Di era internet, semua kebutuhan dan keinginan sedapat mungkin diterima dengan cepat, mudah dan aman. Untuk itulah peranan teknologi keamanan informasi benar-benar dibutuhkan. Dimana saat ini ada tiga sistem keamanan di internet jika menggunakan kartu kredit yang dapat menjamin keamanan dalam bertransaksi yaitu: Pertama, Teknik Kriptography; Kedua, SSL (Secure Socket Layer); Ketiga, SET (Secure Electronic Transaction). Dalam metode pembayaran toko online yang menggunakan kartu kredit biasanya ketiga sistem keamanan ini yang dipakai untuk mengamankan data pribadi konsumen agar tidak diakses oleh orang lain.

Berdasarkan hasil penelitian, konsumen terkadang tidak paham juga bagaimana bertransaksi melalui internet, sehingga dihadapkan pada metode perdagangan yang baru dengan media internet, tidak seperti lazimnya perdagangan di pasar dimana penjual dan pembeli bertemu, barang yang diperjual-belikan bisa ditawar, konsumen bisa langsung menyentuh barang yang hendak dibelinya dan setiap orang bisa melakukannya, perdagangan dengan media internet ini sangat berbeda dengan perdagangan secara konvensional. Adapun Penyelesaian sengketa dalam transaksi e-commerce yang tidak terjangkau UUPK. Transaksi e-commerce seperti layaknya suatu transaksi konvensional dimana menimbulkan hak dan kewajiban antara pelaku usaha dan konsumen. Di dalam pemenuhan hak dan kewajiban ini tidak selamanya mulus.

Konsekuensi atas kehilangan nilai dan fungsi dapat terjadi secara langsung dan tidak langsung. Kehilangan nilai ekonomis langsung ukurannya adalah kehilangan daya tawar dan out of pocket. Ukuran dari kehilangan daya tawar adalah ketidaksamaan nilai dari produk yang diterima dan nilai dari produk yang dipresentasikan penjual. Sementara ukuran dari out of pocket adalah perbedaan antara barang yang dibeli dengan nilai barang yang diterima. Kesemuanya meliputi juga ongkos yang harus dibayar pada perbaikan dan/atau penggantian atas produk cacat yang dilakukan konsumen.

Di sisi lain, kehilangan ekonomis secara tidak langsung adalah kehilangan suatu penghasilan nilai suatu produk. Misalnya konsumen kehilangan nilai keuntungan di masa depan atas bisnis yang ditawarkan dan kehilangan ketidakmampuan untuk menggantikan suatu produk.

Sehingga dimungkinkan terjadinya sengketa antara pelaku usaha dan konsumen. Jika pelaku usaha dan konsumen sama-sama berada di wilayah negara Republik Indonesia maka penyelesaian sengketa dapat dilakukan menurut cara penyelesaian sengketa yang ada di UUPK. Akan tetapi yang menjadi permasalahan adalah bagaimana jika pelaku usaha tersebut tidak berada di wilayah Republik Indonesia sedangkan konsumennya warga negara Indonesia. Haruslah dipilih cara penyelesaian sengketa yang efektif dan efisien. Jadi cara untuk mengatasi masalah ini adalah menggunakan alternatif penyelesaian sengketa. Dimana alternatif penyelesaian sengketa ini lebih efisien dibandingkan dengan melalui jalur pengadilan.

KESIMPULAN

1. Perlindungan hukum bagi para pihak dalam perjanjian jual beli melalui media internet meliputi perlindungan hukum dalam perjanjian yaitu perlindungan hukum yang dibuat oleh merchant dalam bentuk aturan yang telah disepakati kedua belah pihak dan perlindungan hukum yang berasal dari UU ITE yang

mengatur tentang privacy berupa data pribadi merchant dan customer serta Perlindungan hukum di luar perjanjian yaitu perlindungan hukum terhadap Hak Atas Kekayaan Intelektual untuk nama domain yang dimiliki oleh merchant sebagai pendaftar pertama.

2. Faktor yang menghambat dalam perlindungan konsumen ada 2 faktor yaitu faktor permasalahan yuridis terletak pada keabsahan dari perjanjian yang telah disepakati dengan mengatasi mempunyai 3 cara pada awalnya pembeli harus melihat secara jelas penawarannya, pembeli harus memberikan penawaran untuk menerima, serta harus ada persetujuan dan dipenuhi persyaratan untuk melakukan perjanjian. Permasalahan yang berikutnya adalah faktor permasalahan non yuridis dalam hal keamanan dalam bertransaksi harus ada 4 sistem di antaranya dapat menjamin apa informasi yang dikirim tersebut tidak dapat diketahui oleh orang lain, menjamin konsistensi dan keutuhan data sesuai dengan aslinya, menjamin pengguna yang sah, serta dapat menjamin bahwa sumber tidak disalah gunakan.

SARAN

1. Perlu dilakukan sosialisasi UUTE sehingga masyarakat dapat memahami dan mengetahui perihal tentang keabsahan perjanjian melalui Internet tersebut. Dalam hal ini sosialisasi dimaksudkan juga agar masyarakat dapat melaksanakan transaksi e-commerce ini sesuai dengan aturan yang berlaku dan juga agar terdapat persamaan persepsi, sehingga tidak terdapat kendala dalam penerapannya.
2. Pemerintah seyogyanya memberikan pengawasan yang lebih ketat lagi bagi para pihak yang melakukan transaksi elektronik ini yaitu dengan jalan melakukan/mewajibkan diadakannya suatu pendaftaran terhadap segala kegiatan yang menyangkut kepentingan umum didalam lalu lintas elektronik tersebut, termasuk pendaftaran atas usaha-usaha elektronik (ebusiness) yang berupa virtual shops ataupun virtual services lainnya dan kewajiban terdaptarnya seorang pembeli dalam sebuah perusahaan penyelenggaraan sistem pembayaran sehingga proses transaksinya dapat berjalan lancar dan tidak ada satu pihak pun yang merasa dirugikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, R. D., & Rizal, A. H. (2019). Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Melalui Internet (E-Commerce) Ditinjau Dari Aspek Hukum Perdataan. *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*, 6(3), 223-238.
- Anjani, M. R., & Santoso, B. (2018). Urgensi Rekonstruksi Hukum E-Commerce Di Indonesia. *LAW REFORM*, 14(1), 89-103.
- Djanggih, H., & Qamar, N. (2018). Penerapan Teori-Teori Kriminologi dalam Penanggulangan Kejahatan Siber (Cyber Crime). *Pandecta Research Law Journal*, 13(1), 10-23.
- Hanim, L. (2014). Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam E-Commerce Sebagai Akibat Dari Globalisasi Ekonomi. *Jurnal Pembaharuan Hukum*, 1(2), 191-199.

- Putra, S. (2014). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui E-Commerce. *Jurnal Ilmu Hukum*, 5(2), 197-208.
- Rohendi, A. (2015). Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Perspektif Hukum Nasional dan Internasional. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 3(2), 474-488.
- Setyawati, D. A., Ali, D., & Rasyid, M. N. (2017). Perlindungan Bagi Hak Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perjanjian Transaksi Elektronik. *Syiah Kuala Law Journal*, 1(3), 46-64.
- Sinaga, N. A. (2018). Peranan Asas-Asas Hukum Perjanjian Dalam Mewujudkan Tujuan Perjanjian. *Binamulia Hukum*, 7(2), 107-120.
- Sumadi, H. (2016). Kendala dalam Menanggulangi Tindak Pidana Penipuan Transaksi Elektronik di Indonesia. *Jurnal Wawasan Yuridika*, 33(2), 175-203.
- Yusra, D., & Sari, N. N. (2012). Analisa Atas Surat Pemesanan Barang (Purchasing Order) sebagai Perjanjian Jual Beli. *Lex Jurnalica*, 9(1), 18073.