ANALISA YURIDIS ASAS KEPERCAYAAN TERHADAP PERJANJIAN JUAL BELI *ONLINE* DALAM PERSPEKTIF KITAB UNDANG-UNDANG HUKUM PERDATA DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 11 TAHUN 2008 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK

Oleh:
Ewit Marhajiatun

Fakultas Hukum Universitas Islam Malang
Jl. MT. Haryono 193 Malang
Email: ewitmarhajiatun97@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini sangat pesat sehingga menimbulkan suatu gaya baru dalam sistem perdagangan, salah satu bukti dari perkembangan internet adalah transaksi elektronik atau disebut dengan *E-commerce*. Di Indonesia sendiri kegiatan *E-commerce* memiliki potensi besar karena *E-commerce* merupakan proses jual beli yang mana juga memasarkan serta melayani suatu barang, jasa, dan informasi melalui beragam jenis jaringan komputer seperti internet. Oleh karena itu hanya dengan berbelanja *online* kita dapat secara mudah mencari barang yang kita inginkan, dan dapat memberikan berbagai kemudahan baik bagi pembeli maupun penjual, kita sebagai pembeli juga harus berhati-hati dan harus mempunyai trik khusus dalam memilih pedagang *online* yang terpercaya diinternet. Sebagai pembeli kita harus melihat bagaimana cara pedagang, mengiklankan, dan mempromosikan barangnya.

Abstract

The development of information and communication technology is currently very rapid, giving rise to a new style in the trading system, one proof of the development of the internet is electronic transactions or so-called E-commerce. In Indonesia, E-commerce activities have great potential because E-commerce is a buying and selling process which also markets and serves goods, services, and information through various types of computer networks such as the internet. Therefore only by online shopping we can easily search for the items we want, and can provide various conveniences for both buyers and sellers, we as buyers must also be careful and must have special tricks in choosing online merchants who trusted in internet. As buyers, we must see how trader advertise, and promote their goods.

PENDAHULUAN

Jual beli adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan, demikian rumusan pada Pasal 1457 KUHPerdata. Berdasarkan pada rumusan yang diberikan tersebut dapat kita lihat bahwa jual beli merupakan suatu bentuk perjanjian yang melahirkan kewajiban atau perikatan untuk memberikan sesuatu, yang dalam hal ini terwujud dalam bentuk penyerahan kebendaan yang dijual oleh penjual, dan penyerahan uang oleh pembeli kepada penjual. Sebagaimana telah dijelaskan, dalam jual beli senantiasa terdapat dua sisi hukum perdata, yaitu hukum kebendaan dan hukum perikatan.[1]

Dalam kaitanya suatu kontrak atau perjanjian yang harus memenuhi syarat-syarat yang diperlukan untuk sahnya suatu perjanjian ada empat yaitu: Kata sepakat, Kecakapan, Suatu hal tertentu dan Suatu sebab yang halal.

Sebagaimana yang telah diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata. Dengan diperlunya empat syarat sahnya suatu perjanjian tersebut, maka perjanjian menjadi sah dan mengikat secara hukum bagi para pihak yang telah membuatnya.

Melihat salah satu syarat-syarat sahnya perjanjian yang diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata. Adanya kecakapan yang menjadi permasalahan, jika pihak dalam transaksi jual beli melalui media internet itu adalah anak dibawah umur, maka hal ini mungkin bisa terjadi, karena untuk mencari identitas yang benar melaui media internet itu sangatlah tidak mudah, maka dari itu apabila melihat unsur lain sepertinya kesepakatan menjadi pertimbangan untuk melakukam relevansi penerapan asas-asas hukkum yang sudah lama berlaku didunia media internet.[2]

Indonesia pada tahun 2008 yang lalu telah mengeluarkan peraturan yang mengatur transaksi melalui media internet yaitu Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Dalam Pasal 1 butir 2 UUITE, bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dapat dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, *notebook*, atau media elektronik lainnya. Jika para piha berada diwilayah negara yang berbeda-beda. Hal ini bisa sanagt terjadi dikalangan masyarakat, karena media iternet merupakan dunia maya yang luas sampai kemana-mana yang tidak memiliki batas-batas kenegaraan yang dapat diakses untuk semua orang diberbagai dunia manapun selama negara itu terdapat jaringan elektronik yang bagus dan lancar.

Penyelenggaraan transaksi elektronik dapat dilakukan dalam lingkup publik maupun privat. Oleh karena itu, kontrak elektronik dapat dilihat dalam Pasal 18 ayat (1) UUITE yang berbunyi: "Transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak".[3]

---

[1] Gunawan Widjaja. *Jual Beli*. Jakarta: Raja Grafindo persada, 2003. hal. 7.

[2] Ahmad M. Ramli. *Perlindungan Hukum Dalam Transaksi E-Commerce*, Jakarta: Jurnal Hukum Bisnis, 2000. hal 14.

[3] Lia Catur Muliastuti, 2010. *Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Internet*, tesis magister kenotariatan, Semarang: program pasca sarjana iniversitas diponegoro. hal 17-18.

Berdasarkan uraian diatas, perlu menganalisis lebih lanjut mengenai Analisa Yuridis Asas Kepercayaan terhadap Perjanjian Jual Beli *Online* dalam Perspektif Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Sehingga dari paparan latar belakang diatas dapat diidentifikasikan untuk dibahas dalam penelitian ini yang permasalahannya yaitu : Mengapa asas kepercayaan dalam perjanjian jual beli *online* memegang peran yang sangat penting ?, Bagaimanakah Perlindungan Hukum bagi Para Pihak dalam Perjanjian Jual Beli *Online* ?

METODE

Metode penelitian memegang peranan yang sangat penting dalam sebuah kegiatan penelitian dan juga menyusun suatu karya ilmiah. Dengan adanya metode penelitian akan terlihat jelas bagaimana suatu penelitian itu dilakukan.

1. Jenis penelitian dan pendekatan masalah
   Jenis penelitian ini adalah deskriptif dan metode pendekatan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah bersifat yuridis normatif. Artinya dalam melakukan pembahasan terhadap permasalahan yang ada, penelitian akan melihat pada ketentuan peraturan perundang-undangan yang ada kaitannya dengan jual beli *online/ E-commerce*.[4]
2. Sumber Bahan Hukum
   Sumber bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini, meliputi:[5]

   a. Bahan Hukum Primer
      Bahan hukum primer yaitu bahan hukum yang mempunyai kekuatan mengikat yaitu :
      1) Peraturan Perundang-Undangan (KUHPerdata)
      2) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
   b. Bahan Hukum Sekunder
      Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang erat hubungannya dengan bahan hukum primer dan dapat membantu menganalisis dan memahami bahan hukum primer seperti: rancangan undang-undang, karya ilmiah para sarjana, dan hasil-hasil penelitian.
   c. Bahan Hukum Tersier atau Bahan Hukum Penunjang
      Bahan hukum tersier atau bahan hukum penunjang yaitu pada dasarnya mencakup bahan-bahan yang memberikan petunjuk terhadap bahan hukum primer dan bahan-bahan hukum sekunder, yang lebih dikenal dengan nama bahan acuan bidang hukum atau bahan rujukan bidang hukum, seperti: ensiklopedia hukum, kamus hukum dan seterusnya.
3. Pengumpulan Bahan Hukum
   Pengumpulan bahan hukum, baik bahan hukum primer, bahan hukum sekunder maupun bahan hukum tersier, dilakukan dengan cara mempelajari dan mencatat bahan-bahan hukum yang diperlukan. Selain itu juga mengakses melalui situs-situs internet yang berkaitan dengan permasalahan yang diangkat oleh penulis.

[4] Suratman dan H. Philips Dillah. *Metode Penelitian Hukum*, Cetakan 1. Bandung: CV, Alfabeta, 2015, hal 250.

[5] *Ibid,* hal 250.

4. Analisis Bahan Hukum

   Setelah semua bahan hukum berhasil dikumpulkan dan diidentifikasi, selanjutnya dilakukan analisis terhadap bahan hukum. Dalam melakukan analisis ini peneliti menggunakan cara deskriptif analisis, yakni mengadakan analisa dengan mendeskripsikan atau menjelaskan peraturan-peraturan yang ada terkait dengan jual beli secara *online/E-Commerce*, sehingga dapat diambil suatu kesimpulan.

PEMBAHASAN

Asas kepercayaan dalam perjanjian jual beli *online* memegang peran yang sangat penting.

Asas kepercayaan memiliki peran yang sangat penting bagi masing-masing kedua belah pihak dalam melakukan transaksi jual beli *online* melalui media elektronik. Sebagaimana dengan kepercayaan yang diberikan sangat mengikat diantara kedua belah pihak untuk sebuah proses transaksi berjalan dengan lancar.

Seiring dengan berkembangnya jaman sekarang, kini komunikasi tidak harus terjadi dengan cara bertatap muka (berhadapan). Dijamin pada era modern saat ini, terdapat banyak cara dalam berkomunikais tanpa harus bertemu secara langsung antara (komunikator dengan komunikan). Dengan adanya internet (dunia virtual), banyaknya *ceo* perusahan yang berbondong-bondong membuat aplikasi dan memberi fasiitas-fasilitas chatting seperti WhatsApp, line, instagram, facebook, dan lain-lain. Hal ini disikapi sebagai perkembangan zaman modern saat ini. Di samping itu sekarang, sekarang juga terdapat website dan aplikasi yang memberikan fasilitas jual beli *online* secara gratis. Banyaknya website yang bermunculan saat ini seperti., tokopedia, bukalapak, lazada, shopee, dan lain-lain. Dulu, jika ingin memulai berdagang (wirausaha) dan memasarkan produk, kita harus mempunyai "Toko" tetapi dimudahkan dengan adanya toko *online* (toko virtual). Hal seperti ini yang dimanfaatkan bagi para wirausahaan, untuk memasarkan produknya terhadap pembeli, harus dapat meyakinkan kepercayaan pada pembeli bahwa pedagang benar-benar dapat dipercaya jika tidak akan terjadinya penipuan. Sebagai pembeli kita harus melihat bagaimana cara pedagang, mengiklankan dan mempromosikan barangnya, selain itu juga pembeli jangan terlalu cepat tergiur atau terpancing dengan barang-barang yang dijual murah ada harga ada barang. Mencari pedagang jangan hanya disatu *website*, tetapi juga harus mencari website yang lain. Faktor utama yang menyebabkan seseorang dapat dipercaya atau tidak dipercaya terhadap penjual *online* berdasarkan lingkungan teman, pengalaman, dan juga rasa yang tidak aman dan tidak percaya terhadap orang lain. Seseorang mengalami trauma terhadap pembeli *online* (dibohongi, penipuan). Semua ini juga tergantung pada setiap individu yang mempunyai kepribadian masing-masing, ada yang tetap percaya lagi dengan penjual *online*, ada yang terus mencoba lagi, dan ada juga yang sudah tidak percaya oleh pedagang *online*, akan lebih baik lagi pembeli memilih jalan yang aman dengan cara membeli barang-barangnya langsung ke toko secara langsung dan pembeli bisa memilih langsung barang-barang yang diinginkan, tidak perlu takut dibohongi atau adanya penipuan lagi.[6]

[6] *https://www.kompasiana.com/handika_058/5619e93f359373a2048b4574/kepercayaan-jual-beli-online*. Diakses pada hari kamis 2-05-2019 jam 16.18 WIB.

Perlindungan hukum bagi para pihak dalam perjanjian jual beli *online*

Perlindungan hukum bagi konsumen merupakan suatu perlindungan yang diberikan kepada subyek hukum yang sesuai dengan aturan hukum, baik yang bersifat *preventif* (pencegahan) maupun dalam bentuk yang bersifat *repserif* (pemaksaan), baik yang secara tertulis maupun yang tidak tertulis dalam menegakkan peraturan hukum.

Perlindungan hukum untuk *merchant* juga menyangkut tentang hak atas kekayaan intelektual atas nama domain yang dimilikinya seperti terdapat 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* memililki 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 yang telah menjadikan masalah perlindungan konsumen menjadi masalah yang sangat penting, yang artinya kehadiran Undang-Undang tersebut tidak saja memberikan posisi tawar yang kuat pada konsumen akan tetapi juga untuk menegakkan hak-haknya, melainkan juga agar dapat tercipta aturan main yang lebih *fair* bagi semua pihak. Dalam kaitannya dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi dimana barang dan jasa dapat diperdagangkan kepada konsumen akan selalu menjadi isu penting yang menarik untuk diperhatikan pelaku usaha dan konsumen merupakan pihak-pihak yang harus mendapatkan perlindungan hukum.[7]

Konsumen dan pelaku usaha merupakan pihak-pihak yang harus mendapat perlindungan hukum. Namun posisi hukum pada umumnya sangatlah lemah dibandingkan dengan posisi pelaku usaha didunia usaha. Hal ini berkaitan dengan tingkat kesadaran akan haknya, kemampuan financial yang dimiliki masing-masing, dan daya tawar (*bergaining position*) yang sangat rendah. Padahal tata hukum tidak bisa mengandung kesengajaan. Dalam hal Tata hukum harus memposisikan pada tempat yang adil dimana hubungan konsumen dengan pelaku usaha berada pada kedudukan yanng saling menghendaki dan mempunyai tingkat ketergantungan yang cukup tinggi satu dengan yang lain.[8]

PENUTUP

Asas kepercayaan dalam perjanjian jual beli *online* yang memiliki peran yang sangat penting, yaitu kepercayaan pondasi dari suatu perjanjian, tanpa adanya kepercayaan suatu perjanjian tidak akan pernah terjadi. Membangun sebuah kepercayaan dalam jangka panjang diantara kedua belah pihak tidaklah mudah, hal ini disebabkan adanya hal-hal yang tidak diinginkan terjadi dikemudian hari.

Perlindungan hukum bagi para pihak dalam perjanjian jual beli *online*
Perlindungan hukum untuk melindungi para subyek hukum yang biasa melakukan transaksi perdagangan melalui media internet agar lebih terjaga. Dalam perjanjian terdapat dokumen elektronik, dokumen elektronik biasanya dibuat oleh pihak

[7] Edmon Makarim. *Kompilasi Hukum Telematika*, Jakarta: Raja Gravindo persada, 2004. hal 314.

[8] *Ibid*, hal 316.

merchant yang berisi aturan dan kondisi yang harus dipatuhi oleh customer akan tetapi isinya tidak terlalu memberatkan *customer*.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Ahmad M. Ramli. 2000. *Perlindungan Hukum Dalam Transaksi E-Commerce*, Jakarta: Jurnal Hukum Bisnis.

Edmon Makarim. 2004. *Kompilasi Hukum Telematika*, Jakarta: Raja Gravindo persada.

Gunawan Widjaja. 2013. *Jual Beli*. Jakarta: Raja Grafindo persada.

Lia Catur Muliastuti, 2010. *Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Internet*, tesis magister kenotariatan, Semarang: program pasca sarjana iniversitas diponegoro.

Suratman dan H. Philips Dillah. 2015. *Metode Penelitian Hukum*, Cetakan 1. Bandung: CV, Alfabeta.

Peraturan Perundang-Undangan

Peraturan Perundang-Undangan (KUHPerdata)

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Situs Internet

https://www.kompasiana.com/handika_058/5619e93f359373a2048b4574/kepercayaan-jual-beli-online. Diakses pada hari kamis 2-05-2019 jam 16.18 WIB.