

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Permasalahan

Meskipun kemajuan teknologi saat ini berkembang dengan sangat pesat, namun tidak dapat dipungkiri bahwa pada akhirnya memberikan dampak yang signifikan terhadap struktur kehidupan manusia, baik secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi masyarakat dan bangsa. Hal ini semakin jelas terlihat pada pertumbuhan teknologi informasi dan komunikasi yang dampaknya telah mengubah Indonesia dan dunia secara signifikan saat ini. Secara individual dan kolektif, pergeseran ini terjadi di berbagai bidang aktivitas manusia. Hal ini bahkan secara langsung telah mengubah perilaku atau pandangan hidup masyarakat dan peradaban manusia di seluruh dunia, dan berdampak sangat nyata bagi pembangunan bangsa serta perekonomian nasional Indonesia. Dunia menyusut sebagai akibat dari fakta ini, akhirnya menjadi tanpa batas. Situasi ini bahkan telah merembet ke perubahan sosial yang besar dan cepat, sehingga terjadi pergeseran perilaku konsumen—konsumen menginginkan segalanya serba praktis, cepat, dan efisien, terutama dalam pembelian barang atau jasa.

Adapun dampak lainnya dari perkembangan teknologi informasi dan internet adalah maraknya perdagangan online atau yang lazim disebut dengan *electronic commerce (e-commerce)* yaitu merupakan sebuah kegiatan bisnis atau perdagangan yang memanfaatkan jaringan komputer atau internet, dengan melibatkan pihak pembeli atau konsumen serta pihak manufaktur *service providers* dan pedagang perantara (*intermediaries*) dan juga meliputi seluruh spektrum kegiatan komersial.<sup>1</sup> Dengan kehadiran perdagangan elektronik (*E-commerce*) mengakibatkan terjadinya perubahan pada perilaku konsumen dalam melakukan pembelian produk, yaitu dari yang sebelumnya dilakukan dengan tatap muka atau pertemuan langsung antara penjual dengan pembeli yang dalam hal ini disebut dengan *offline shop* berubah menjadi *online shop* atau *E-*

---

<sup>1</sup> Abdul Halim Barkatullah 2017, *Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia*, Bandung. Nusa Media, Cet 1, Hal 11

*Commerce* tanpa perlu tatap muka. Salah satu penyebab utama jumlah transaksi yang menggunakan *E-Commerce* saat ini meningkat secara signifikan adalah kemudahan didalam melakukan transaksi serta banyaknya pilihan produk yang ditawarkan. Selain itu faktor kecepatan dan semakin murahnya biaya internet menjadi pertimbangan para konsumen memilih untuk mempergunakannya dalam bertransaksi.<sup>2</sup> Salah satu manfaat daripada perdagangan elektronik adalah setiap konsumen memiliki ruang gerak yang lebih luas dalam memilih produk atau barang dan jasa yang dibutuhkan, dengan berbagai kualitas dan kuantitas yang diinginkan.

Proses transaksi yang dilakukan dalam dunia bisnis tanpa adanya pertemuan antar para pihak yang menggunakan media internet termasuk ke dalam transaksi elektronik. Transaksi elektronik dalam dunia bisnis terdapat berbagai macam bentuknya diantaranya adalah *electronic commerce* atau biasa disebut dengan *e-commerce* maupun *e-com*. *E-commerce* (perniagaan elektronik) pada dasarnya merupakan dampak dari berkembangnya teknologi informasi dan telekomunikasi. Secara signifikan ini mengubah cara manusia melakukan interaksi dengan lingkungannya, yang dalam hal ini terkait dengan mekanisme dagang. Semakin meningkatnya dunia bisnis yang mempergunakan Internet dalam melakukan aktivitas sehari-hari secara tidak langsung menciptakan sebuah domain dunia baru yang kerap diistilahkan dengan *cyber space* atau dunia maya. Dengan perkembangan teknologi informasi saat ini, telah menciptakan jenis jenis dan peluang-peluang bisnis yang baru di mana transaksi-transaksi bisnis makin banyak dilakukan secara elektronika. Sehubungan dengan perkembangan teknologi informasi tersebut memungkinkan setiap orang dengan mudah melakukan perbuatan hukum seperti misalnya melakukan jual beli. Ditemukannya teknologi internet dan *world wide web* yang transfer memungkinkan dilakukannya informasi secara cepat keseluruh penjuru dunia telah melahirkan apa yang oleh Alvin Toffeer disebut sebagai masyarakat gelombang ke tiga yaitu suatu masyarakat yang dengan hadimya internet

---

<sup>2</sup> Imam, Sjaputra, *Problematika Hukum Internet Indonesia*, Jakarta: Prenhalindo, 2002, Hal 92.

mengalami perubahan signifikan pada tiga dimensi kemanusiaan yaitu perilaku manusia, interaksi antar manusia dan hubungan antara manusia itu. Perkembangan internet memang cepat dan memberi pengaruh signifikan dalam segala aspek kehidupan kita. Internet membantu kita sehingga dapat berinteraksi, berkomunikasi, bahkan melakukan perdagangan dengan orang dari segala penjuru dunia dengan murah, cepat dan mudah. Perkembangan internet menciptakan terbentuknya suatu dunia baru yang biasa disebut dengan dunia maya (*cyber space*). Adanya dunia maya menyebabkan setiap individu memiliki hak dan kemampuan untuk berhubungan dengan individu lain tanpa ada batasan apapun yang menghalanginya. Perkembangan tersebut berakibat juga pada aspek sosial, dimana cara berhubungan antar manusia pun ikut berubah. Hal ini secara tidak langsung berpengaruh terhadap sektor bisnis. Berbeda dengan dunia nyata, *cyber space* memiliki karakteristik yang unik. Karakteristik unik tersebut memperlihatkan bahwa seorang manusia dapat dengan mudah berinteraksi dengan siapa saja di dunia ini sejauh yang bersangkutan terhubung ke Internet. Hilangnya batas dunia yang berkomunikasi memungkinkan seseorang dengan orang lain secara efisien dan efektif secara langsung mengubah cara perusahaan melakukan bisnis dengan perusahaan lain atau konsumen. Kegiatan bisnis perdagangan melalui internet atau e-commerce ini telah banyak dilakukan setiap orang karena transaksi jual beli secara elektronik ini dapat mengefektifkan dan mengefisiensikan waktu sehingga seseorang dapat melakukan transaksi jual beli dengan setiap orang dimanapun dan kapanpun. Pengaturan mengenai perjanjian di Indonesia hanya mengatur pada perjanjian pada umumnya, hal tersebut diatur dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang menyebutkan mengenai syarat sah suatu perjanjian yang mengikat para pihaknya. Perjanjian dianggap sah apabila memenuhi syarat subyektif dan syarat obyektif. Pemenuhan atas syarat tersebut berakibat pada perjanjian yang telah dibuat menjadi sah. Perjanjian juga mengikat bagi para pihak mengenai hak dan kewajibannya, sehingga pemenuhan syarat sahnya suatu perjanjian mutlak untuk dipenuhi. Dengan demikian transaksi jual beli melalui internet ini dilakukan tanpa tatap muka antara para pihaknya, Mereka mendasari transaksi tersebut atas

rasa kepercayaan satu sama lain, sehingga perjanjian jual beli yang terjadi diantara para pihak pun dilakukan secara elektronik pula dengan mengakses halaman web yang disediakan, berisi klausul atau perjanjian yang dibuat oleh pihak pertama (penjual), dan pihak yang lain (pembeli) hanya tinggal menekan tombol yang disediakan sebagai tanda persetujuan atas isi perjanjian yang telah ada, tanpa perlu membubuhkan tanda tangan seperti perjanjian pada umumnya, tetapi menggunakan tanda tangan elektronik atau digital signature.

Sehingga para pihak tidak perlu bertemu langsung untuk mengadakan suatu perjanjian Menurut Bajaj dalam bukunya yang berjudul *E-commerce : The Cutting Edge of Business* menyebutkan sejumlah keuntungan (advantage) yang bisa diperoleh dari e-commerce ini, antara lain :

1. Penghematan waktu. Transaksi bisnis antar negara yang biasanya menghabiskan waktu beberapa hari dalam bisnis konvensional dapat dipersingkat menjadi beberapa menit saja dengan menggunakan jasa internet.
2. Mengurangi kemungkinan melakukan kesalahan dalam pengetikan dan sebagainya karena sudah disiapkan model standar yang tidak pernah diketik ulang.
3. Karena waktu bisnis dapat digunakan seefisien mungkin, maka sangat memungkinkan untuk mendapatkan lebih banyak informasi mengenai bisnisnya sehingga menunjang efektivitas dan efisiensi suatu perusahaan atau bisnis.

Perjanjian dalam e-commerce dengan perjanjian biasa tidaklah berbeda sangat jauh, yang membedakan hanya pada bentuk dan berlakunya. Media dalam perjanjian biasa yang digunakan adalah tinta dan kertas serta dibuat berdasarkan kesepakatan para pihak. Setelah dibuat dan disepakati maka perjanjian tersebut mengikat setelah ditandatangani, sedangkan dalam *E-commerce* perjanjian menggunakan media elektronik yang ada hanya form atau blanko klausul perjanjian yang dibuat salah satu pihak yang ditulis dan ditampilkan dalam media elektronik (halaman web), kemudian pihak yang lain cukup menekan

tombol yang disediakan untuk setuju mengikatkan diri terhadap perjanjian tersebut. Hal ini tentu saja menimbulkan berbagai macam permasalahan di dalam perjanjian secara elektronik mengenai sah tidaknya perjanjian tersebut. Permasalahan yang lebih luas terjadi pada bidang keperdataan karena transaksi elektronik untuk kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik (*electronic commerce*) telah menjadi bagian dari perniagaan nasional dan internasional. Penggunaan transaksi elektronik tersebut masih menyimpan keraguan sebagian orang berkaitan dengan faktor keamanan dan kepastian hukum. Timbul pertanyaan, apakah transaksi jual beli melalui internet jelas keabsahannya menurut peraturan perundang undangan di Indonesia. khususnya UU No.11 Tahun 2008 mengenai Informasi dan Transaksi Elektronik.

Transaksi *E-Commerce* memiliki beberapa kekurangan selain manfaat dan kemudahan tersebut. Salah satunya adalah dalam transaksi e-commerce tidak terjadi interaksi langsung antara pembeli dengan pemilik bisnis online. Akibatnya, pembeli tidak dapat melihat bentuk dan kondisi sebenarnya dari barang yang diinginkannya, yang dapat menimbulkan masalah yang merugikan pembeli. Waktu pengiriman yang tidak akurat dan masalah barang yang dijanjikan tidak sesuai dengan yang diterima pelanggan adalah masalah umum.<sup>3</sup> Sebagai contoh nyata adalah pengalaman saya secara langsung membeli barang melalui Tokopedia, dimana barang yang saya pesan tidak sesuai dengan foto yang ditampilkan demikian juga dengan spesifikasinya yang sama sekali berbeda dengan yang dijanjikan. Ketika saya mengajukan komplain, pihak Tokopedia menghubungkan saya dengan penjual barang tersebut yang memintadikirimkan video unpacking, setelah itu pihak penjual mengatakan bahwa devisipengiriman barangnya sedang menelusuri perihal ketidak sesuaian tersebut. Namun setelah beberapa hari kemudian saya coba menanyakan lagi perihal komplain tersebut kepihak penjual, yang terjadi adalah nomor tersebut sudah tidak bisa lagi dihubungi.

---

<sup>3</sup> Putu Erik Sanjaya Putra, *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Jual Beli Barang Melalui E-Commerce*, jurnal analogi hukum, Volume 1, Nomor 2, 2019, Hal.2

Oleh sebab itu tidak dapat dipungkiri bahwa masih saja terjadi berbagai permasalahan dalam transaksi *E-Commerce*, dimana selain barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan pesanan, juga masalah proses pengembalian barang (*return*) yang rumit serta memakan waktu yang cukup lama. Demikian juga jika terjadi pengembalian dana akibat pembatalan transaksi, proses pengembalian dana yang sangat lambat dan sulit serta sering kurang mendapatkan respon. Transaksi *E-Commerce* atau perdagangan elektronik tidak dipungkiri menjanjikan banyak kemudahan dan keuntungan, namun pada saat yang sama juga berpotensi terhadap sejumlah kerugian.<sup>4</sup>

Padahal, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Teknologi Elektronik (UU ITE) telah mengatur dengan baik transaksi elektronik tersebut dengan tujuan agar transaksi *E-Commerce* semakin nyaman dan aman bagi pelanggan. Pasal 9 UU ITE menyatakan bahwa pelaku usaha juga harus memberikan informasi yang akurat dan lengkap: Sistem elektronik mensyaratkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang akurat dan lengkap mengenai ketentuan kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. termasuk:

1. Informasi mengenai identitas, status, dan kemampuan subjek hukum sebagai produsen, pemasok, penyelenggara, dan perantara;
2. Informasi lain, seperti nama, alamat, dan deskripsi barang atau jasa yang ditawarkan, yang menjelaskan hal-hal tertentu yang diwajibkan oleh undang-undang untuk perjanjian.<sup>5</sup>

Implementasinya, di sisi lain, masih jauh dari harapan. Konsumen lebih memilih untuk tidak mempermasalahkannya apalagi dibawa ke jalur hukum, karena penyelesaian kasus yang tidak optimal cenderung mengabaikan hak konsumen dan banyaknya kasus yang tidak ada penyelesaiannya.

Masalah hukum baru, khususnya hukum perlindungan konsumen, muncul sebagai akibat dari pesatnya kemajuan teknologi informasi. Oleh karena itu,

---

<sup>4</sup> Edmon, Makarim, *Pengantar Hukum Telematika Suatu Kompilasi Kajian*, Jakarta: PT. Grafindo Raja Persada, 2005, Hal. 33.

<sup>5</sup> Pasal 9 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Teknologi Elektronik

diperlukan perlindungan kepentingan konsumen secara efektif karena pada umumnya konsumen selalu berada pada pihak yang kalah atau melawan pihak yang lemah secara hukum. Menurut pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, perlindungan hukum terhadap konsumen dilaksanakan sesuai dengan prinsip-prinsip perlindungan konsumen:

*“Perlindungan konsumen berasaskan manfaat kepastian keadilan, keseimbangan keamanan dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum”.*

Mengenai ketentuan pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 1 tentang perlindungan konsumen. Undang-Undang Perlindungan Konsumen Tahun 1999 (selanjutnya disebut Undang-Undang Perlindungan Konsumen/UUPK) sangat jelas dan berkembang menjadi payung hukum yang sangat kuat untuk melindungi semua hak-hak konsumen, sebagaimana dinyatakan dalam pasal 1:

*“Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.*

Ungkapan “segala upaya untuk menjamin kepastian hukum” diharapkan dapat menjamin tidak terjadinya tindakan atau perlakuan sewenang-wenang yang merampas hak konsumen dan tidak terjadinya tindakan yang merugikan pelaku usaha hanya demi kepentingan konsumen,<sup>6</sup> kepentingan perlindungan. Di sisi lain, UU Perlindungan Konsumen Indonesia yang berlaku saat ini masih bertumpu pada sesuatu yang bersifat fisik dan bukan maya atau maya, dan perdagangan elektronik atau *E-Commerce* masih menimbulkan berbagai persoalan yang belum diatur.

“asas kebebasan berkontrak” merupakan salah satu asas hukum yang dianut dalam hukum kontrak. Artinya, setiap orang bebas mengadakan perjanjian yang memuat syarat-syarat perjanjian apa saja sepanjang perjanjian itu dibuat menurut undang-undang, dengan itikad baik, dan tidak melanggar ketertiban umum dan kesusilaan.<sup>7</sup> Kebebasan ini merupakan hak dan hak asasi

---

<sup>6</sup> Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Rajawaliipers, 2017. Hal.1

<sup>7</sup> Gemala Dewi, Gemala Dewi, *Aspek-aspek Hukum Dalam Perbankan dan Perasuransian Syariah*, (Jakarta, Kencana, 2004), Hal. 186

manusia, serta kehendak bebas. Salah satu prinsip utama hukum kontrak adalah kebebasan berkontrak.

Kebebasan untuk menentukan “apa” dan “dengan siapa” perjanjian itu dibuat diatur oleh asas kebebasan berkontrak (*contractvrijheid*). Dengan asas kebebasan berkontrak dan sifat terbuka Buku III KUH Perdata, para pihak dalam E-Commerce bebas menentukan syarat-syarat kontrak yang disepakati, yang pada akhirnya akan mengikat kedua belah pihak, sesuai dengan Pasal 1320 KUH Perdata.<sup>8</sup>

Asas kebebasan berkontrak mengacu pada kebebasan para pihak untuk membuat perjanjian atau kontrak, khususnya kebebasan mereka untuk: apakah akan membuat perjanjian, dengan siapa membuat perjanjian, apa syarat dan ketentuan perjanjian itu, dan bagaimana kesepakatan akan dilaksanakan adalah semua pertimbangan penting. tertulis atau tidak tertulis Sifat terbuka Buku III KUHPerdata yang berdasarkan asas kebebasan berkontrak memungkinkan para pihak yang melakukan transaksi perdagangan elektronik atau online untuk memilih syarat-syarat perjanjian atau kontrak yang telah disepakati, yang pada akhirnya akan mengikat mereka.

## **B. Rumusan Masalah**

Berikut adalah rumusan masalah terkait dengan uraian tersebut, yang didasarkan pada uraian latar belakang di atas:

1. Bagaimanakah kedudukan para pihak dalam pelaksanaan kegiatan jual beli melalui transaksi online (*e-commerce*) ?
2. Bagaimanakah perlindungan hukum konsumen terhadap asas kebebasan berkontrak dalam transaksi online (*e-commerce*) ?

---

<sup>8</sup> Yosi Krisharyawan, *Tinjauan Hukum Mengenai Transaksi Jual-Beli Melalui Situs Belanja Online (Online Shop) Menurut Kitab Undang-undang Hukum Perdata Dan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/26606-ID-tinjauan-hukum-mengenai-transaksi-jualbeli-melalui-situs-belanja-onlineonline-s.pdf>, Pada Tanggal 16 Desember 2022, Pukul 21.03



### C. Ruang Lingkup Penelitian

1. Untuk menentukan posisi masing-masing pihak terkait transaksi *E-commerce* (jual beli online).
2. Untuk menentukan pilihan-pilihan hukum yang tersedia untuk melindungi hak-hak konsumen dalam perdagangan elektronik, atau *E-Commerce*, dengan memperhatikan prinsip kebebasan berkontrak.

### D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

#### 1. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian skripsi ini adalah :

- a. Untuk menjelaskan kedudukan bagi para pihak yang melaksanakan kegiatan jual beli melalui transaksi online (*e-commerce*).
- b. Untuk mengetahui bagaimanakah perlindungan hukum konsumen terhadap asas kebebasan berkontrak dalam transaksi online (*e-commerce*).

#### 2. Manfaat Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang dipaparkan dalam proposal penelitian ini, menulis memiliki kelebihan sebagai berikut:

##### a. Manfaat Teoritis

Memberikan sumbangsih pemikiran pada bidang hukum secara umum, khususnya yang berkaitan dengan perlindungan hukum konsumen dalam transaksi perdagangan online atau elektronik berdasarkan asas kebebasan berkontrak.

##### b. Manfaat Praktis

Pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi online (*E-commerce*) dapat diidentifikasi dan diketahui posisinya. Selain memberikan informasi yang jelas kepada pembaca dan masyarakat umum mengenai pilihan tindakan hukum konsumen, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran terhadap permasalahan dan hambatan dalam perlindungan hukum konsumen dalam melakukan perjanjian jual beli melalui internet atau *E-Commerce*. Penelitian ini juga

dapat menambah pengetahuan dan sumber daya yang ada tentang masalah perlindungan hukum konsumen.

## **E. Kerangka Teori Dan Kerangka Konsep**

### **1. Kerangka Teori**

Teori didefinisikan sebagai “suatu skema atau sistem ide atau pernyataan yang dianggap sebagai penjelasan atau deskripsi dari sekelompok fakta atau fenomena, pernyataan tentang sesuatu yang dianggap sebagai hukum, prinsip umum atau sebab yang diketahui dan dapat diamati dari sesuatu”.<sup>9</sup> menurut Shorter Oxford Dictionary. Definisi ini lebih tepat sebagai bidang akademik. Selain itu, tujuan akhir sains adalah teori. Ini dapat dimengerti mengingat keterbatasan dan sifat teori adalah:<sup>10</sup> “...kumpulan konstruk (konsep), batasan, dan proposisi yang memberikan pandangan sistematis tentang fenomena dengan menggambarkan hubungan antar variabel dengan maksud menjelaskan dan memprediksi fenomena tersebut.”

Ada empat karakteristik kerangka teori penulisan karya ilmiah hukum: teori hukum, asas hukum, dogma hukum, dan komentar para ahli hukum berdasarkan pedoman khusus mereka.

Kerangka teori tersebut dapat memberikan gambaran secara garis besar mengenai empat ciri teori hukum tersebut. Oleh karena itu, dalam penulisan skripsi ini, penulis akan mendasarkan pada teori, yaitu:

#### **a. Teori Perlindungan Hukum**

Philipus M. Hadjon menjelaskan perlindungan hukum sebagai “perlindungan martabat, serta pengakuan hak asasi manusia yang dimiliki oleh subjek hukum berdasarkan ketentuan umum saling ketergantungan atau sebagai kumpulan aturan atau aturan yang akan dapat melindungi sesuatu yang lain .

<sup>9</sup> Malcom Waters dalam Otje Salman dan Anthon F. Susanto, 2008. *Teori Hukum*, Rafika Aditama, Bandung, h. 22.

<sup>10</sup> Amirudin dan Zainal Asikin, 2004. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, PT. Raja Grafindo, Jakarta, h. 42.

Satjipto Raharjo mengatakan bahwa perlindungan hukum adalah upaya untuk mengatur kepentingan-kepentingan yang berbeda dalam masyarakat agar tidak berbenturan dan masyarakat dapat menggunakan segala hak yang diberikan kepadanya oleh hukum. Dengan membatasi kepentingan tertentu dan mendelegasikan otoritas terukur kepada orang lain, pengorganisasian tercapai.

Pandangan Fitzgerald tentang tujuan hukum yaitu mengatur perlindungan dan pembatasan berbagai kepentingan guna memadukan dan mengkoordinasikan berbagai kepentingan dalam masyarakat, menjadi inspirasi bagi teori perlindungan hukum Satjipto Raharjo.<sup>11</sup>

#### b. Teori Kehendak (*wilstheorie*)

Teori kehendak berpendapat bahwa kesepakatan tercapai ketika pernyataan dan kehendak bertepatan. Wasiatlah yang membuat perjanjian jika ada yang salah. Jika tidak ada korelasi antara pernyataan dan kehendak, kelemahan teori ini menimbulkan masalah.

Menurut teori kehendak (*wilstheorie*), ketika kehendak penerima dinyatakan, maka tercapai kesepakatan. Saat penjual menawarkan atau mempromosikan barang atau jasa secara online, hal ini disadari.

Subekti menegaskan bahwa kedua kata “perjanjian” dan “perjanjian” keduanya memiliki arti yang sama karena para pihak yang mengadakan perjanjian sepakat untuk melaksanakan suatu tugas tertentu.<sup>12</sup>

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, transaksi adalah akad jual beli antara dua pihak. Menurut interpretasi Subekti tentang perjanjian tersebut, transaksi tersebut dapat dilihat sebagai perjanjian jual beli. Kesepakatan diartikan sebagai<sup>13</sup>:

Menurut Prof. Dr. R. Wirjono Prodjodikoro, SH, “perbuatan hukum antara dua pihak mengenai harta dan kekayaan dimana salah satu

<sup>11</sup> Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000, h. 53-54

<sup>12</sup> Subekti, *Hukum Perjanjian*, (Jakarta: Intermassa, 1987), h. 11

<sup>13</sup> A. Qirom Syamsudin Meliala, *Pokok-Pokok Hukum Perjanjian Beserta Perkembangannya*, Cetakan Pertama, (Yogyakarta: Liberty, 1985), h. 7

pihak berjanji atau dianggap telah berjanji untuk melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu, sedangkan pihak yang lain mempunyai hak untuk itu. hak untuk menuntut pelaksanaan janji itu” suatu proses hukum berdasarkan kesepakatan antara dua orang atau lebih untuk menimbulkan akibat yang diperbolehkan menurut hukum (KRMT Tirtodiningrat, SH). suatu perbuatan hukum dimana satu orang atau lebih mengikatkan diri terhadap satu orang atau lebih (Prof. Sri Soedewi Masychoen Sofwan). suatu peristiwa di mana satu orang menjanjikan sesuatu kepada orang lain, atau di mana dua orang berjanji untuk melakukan sesuatu bersama-sama (Prof. Subekti, SH).

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, harus ada janji-janji yang dibuat oleh kedua belah pihak untuk suatu perjanjian. Jika dikaitkan dengan perjanjian jual beli, maka pihak pertama disebut sebagai penjual, dan pihak kedua disebut sebagai pembeli, atau kedua-duanya. Menurut Pasal 1313 KUHPerdara, perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu pihak atau lebih mengikatkan diri satu sama lain. Pasal ini memberikan penjelasan secara lugas tentang pengertian perjanjian, yang menguraikan tentang adanya dua pihak yang terikat olehnya. Meskipun pemahaman ini tidak sepenuhnya komprehensif, namun jelas bahwa satu pihak berkewajiban kepada pihak lain dalam perjanjian tersebut.<sup>14</sup>

Perjanjian yang mengikat secara hukum tidak lebih dari itu. Sebagian besar transaksi komersial didasarkan pada perjanjian ini, yang merupakan kepentingan bisnis yang penting.<sup>15</sup> Perjanjian yang dinyatakan sah adalah suatu perjanjian yang memenuhi empat syarat yang terdapat dalam Pasal 1320 KUHPerdara, yaitu:

- a. Adanya kesepakatan kedua belah pihak;
- b. Kecakapan untuk melakukan perbuatan hukum;
- c. Adanya objek tertentu, dan

---

<sup>14</sup> Ahmadi Miru dan Sakka Pati, *Hukum Perikatan (Penjelasan Makna Pasal 1233 Sampai 1456 BW)*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2011, hal. 63

<sup>15</sup> Abdul Kadir Muhammad. 2006. *Hukum Perjanjian*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

d. Adanya sebab yang halal.

Sedangkan syarat ketiga dan keempat bersifat objektif, artinya perjanjian batal demi hukum jika salah satu dari kedua syarat itu tidak dipenuhi, maka syarat pertama dan kedua di atas disebut syarat subyektif. Jika salah satu dari kedua syarat itu tidak dapat dipenuhi, maka perjanjian itu dapat dibatalkan.<sup>16</sup> Kesepakatan ini diatur dalam Pasal 1320 ayat (1) KUHPerdara, yaitu persesuaian pernyataan kehendak antara satu orang atau lebih dengan pihak lainnya, pernyataan kehendak antara dua orang atau lebih dengan pihak lainnya.

## 2. Kerangka Konsep

### a. Pengertian Perlindungan Konsumen

Segala upaya untuk menjamin kepastian hukum dalam rangka melindungi konsumen dianggap sebagai perlindungan konsumen. “segala upaya untuk menjamin kepastian hukum” adalah pengertian perlindungan konsumen dalam Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut Undang-Undang Perlindungan Konsumen/UUPK). Sebagai bentuk perlindungan konsumen, diharapkan pernyataan ini dapat menjadi tameng terhadap tindakan sewenang-wenang pelaku usaha yang merugikan konsumen.

Dalam hal ini yang dimaksud dengan “konsumen” adalah setiap orang yang menggunakan produk dan/atau jasa yang disediakan untuk masyarakat untuk kepentingan dirinya sendiri, keluarganya, orang lain, dan makhluk hidup lainnya dan bukan untuk tujuan diperdagangkan.<sup>17</sup>

Padahal, rumusan Pasal 1 Angka 2 UUPK menggunakan istilah “pengguna” secara tidak tepat. Nampak adanya kerancuan dalam ketentuan yang menyatakan, “Konsumen adalah semua pengguna barang dan/atau jasa untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang

<sup>16</sup> Jhonny Ibrahim. 2005. *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*. Jakarta: Bayumedia.

<sup>17</sup> Az. Nasution. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014, hal. 37

lain, atau makhluk hidup lainnya.” sebagai pengguna semata-mata untuk kepentingan diri sendiri, bukan untuk kepentingan keluarga, pendamping, atau makhluk hidup lainnya. Meskipun sudah terjadi transaksi jual beli, penggunaan istilah “pemakai” menimbulkan kesan bahwa barang tersebut bukan miliknya. Karena apa yang diperoleh dapat dipergunakan untuk kepentingan sendiri maupun orang lain, maka pengertian hukum dari kalimat “setiap orang yang memperoleh” akan lebih tepat.<sup>18</sup>

Keterbatasan jumlah nasabah dalam UUPK menjadi hal lain yang perlu dikritisi. Sedangkan yang memenuhi syarat sebagai konsumen sebenarnya tidak terbatas pada “orang”, tetapi juga termasuk “badan hukum”, yaitu subjek hukum yang mengkonsumsi barang dan/atau jasa dan tidak untuk diperdagangkan. Oleh karena itu, akan lebih tepat untuk mendefinisikan “setiap pihak yang memperoleh barang dan/atau jasa” dalam pasal ini.

Persyaratan “tidak untuk diperdagangkan” harus dinyatakan dalam pengertian konsumen ini, mengidentifikasi konsumen sebagai “konsumen akhir” dan membedakannya dari konsumen perantara (konsumen turunan/perantara). Yang bersangkutan tidak dapat menggugat pelaku usaha berdasarkan undang-undang ini dalam kedudukannya sebagai konsumen turunan atau konsumen perantara.

**b. Pengertian Pelaku Usaha**

Setiap orang atau badan usaha yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri-sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian untuk melakukan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi, adalah pelaku usaha. Termasuk badan usaha yang bukan badan hukum.

**c. Transaksi *E – Commerce***

---

<sup>18</sup> Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, Op. Cit, hal. 4-5

Secara umum, *E-commerce* dapat didefinisikan sebagai media jual beli elektronik melalui internet. E-commerce juga dapat dipahami sebagai proses bisnis yang menghubungkan bisnis, konsumen, dan masyarakat umum melalui transaksi elektronik dan pertukaran elektronik atau penjualan barang, jasa, dan informasi. Mayoritas masyarakat lebih memilih menggunakan internet saat melakukan e-commerce karena kemudahan yang ditawarkannya, antara lain:

- 1) Internet sebagai jaringan publik masif yang cepat dan mudah digunakan.
- 2) Data elektronik digital dan analog dapat dikirim dan diterima dengan mudah dan ringkas berkat penggunaan data elektronik melalui internet sebagai media penyampaian pesan dan data.

Oleh karena itu, banyak pihak, termasuk konsumen, produsen, dan penjual (pengecer), diuntungkan dengan tersedianya *e-commerce* sebagai media baru untuk transaksi cepat dan sederhana. Proses jual beli dapat diselesaikan lebih cepat dan murah dengan menggunakan internet.

#### **d. Pengertian Kebebasan Berkontrak**

Istilah “kebebasan memilih” dan “kebebasan membuat kontrak”, “kebebasan membuat kontrak” dan “kebebasan untuk tidak membuat kontrak”, “kebebasan menentukan isi dan janjinya”, dan “kebebasan memilih subjek perjanjian”. kesepakatan adalah semua sinonim untuk “kebebasan kontrak.” Kebebasan berkontrak memiliki konotasi positif dan negatif dalam hukum kontrak.

### **F. Metode Penelitian**

Pada penulisan penulisan skripsi ini ini bahan atau materi yang digunakan sebagai acuan adalah penelitian hukum yuridis normatif. Menurut Soerjono Soekanto, penelitian hukum normatif atau yuridis normatif yaitu penelitian

hukum kepustakaan yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder.<sup>19</sup>

Eksplorasi yang halal berarti memberikan kapasitas dan kemampuan untuk mengungkap realitas melalui latihan yang metodis, strategis dan dapat diandalkan. Penelitian biasanya terdiri dari dua jenis data. Data adalah fakta aktual atau relevan yang dikumpulkan untuk menunjukkan atau mengevaluasi kebenaran atau kesalahan dari suatu masalah penelitian. Pertama, informasi dari buku-buku yang ada di perpustakaan. Data primer (juga dikenal sebagai data dasar) meliputi data hasil wawancara, observasi, kuesioner (terbuka atau tertutup, tatap muka atau online), dan sampel. Ada tiga jenis data sekunder: Pertama, data bahan hukum primer adalah informasi mendasar yang memiliki kekuatan hukum mengikat, seperti UUD 1945, Pancasila, Perjanjian, Doktrin, Yurisprudensi, dan Kebiasaan. Kedua, data bahan hukum sekunder adalah bahan-bahan yang dapat membantu dan menganalisis bahan hukum primer, seperti rancangan undang-undang, buku-buku akademik, jurnal, dan makalah. Ketiga data bahan hukum tersier tersebut adalah bahan hukum primer dan sekunder, seperti surat kabar, kliping, majalah, dan sebagainya.

Penulisan pada skripsi ini mengandalkan data sekunder, yang meliputi:

#### 1. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer adalah yang mempunyai kekuatan hukum dan memuat ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Penulis akan menggunakan undang-undang dan peraturan berikut dalam hal ini:

- a. KUHPerdota.
- b. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
- c. Peraturan Perundang-undangan pendukung lainnya yang berkaitan dengan penulisan skripsi ini.

#### 2. Bahan Hukum Sekunder

---

<sup>19</sup> Soerjono Soekanto dan Sri Mahmudji, 2001, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, h. 13.



Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari dokumen-dokumen resmi, buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian, hasil penelitian dalam bentuk laporan, karya ilmiah dari kalangan hukum, jurnal, skripsi, tesis, disertasi, dan semua itu segala suatu yang berkaitan dengan Perlindungan hukum terhadap Konsumen pada transaksi *E-Commerce*.

### 3. Bahan Hukum Tersier

Dokumen yang memberikan petunjuk untuk dokumen hukum primer dan sekunder, seperti: artikel, kamus, indeks, situs web online, dan sumber lainnya Hanya literatur atau data sekunder, seperti bahan hukum primer, sekunder, dan tersier yang diperiksa saat menulis hukum normatif tesis. Ketika menulis tesis hukum sosiologis atau empiris, data sekunder dipelajari terlebih dahulu, kemudian data primer dari lapangan atau masyarakat digunakan untuk menulis Skripsi ini.

## G. Sistematika Penulisan

Berikut adalah uraian garis besar skripsi untuk memberikan pemahaman yang jelas tentang arah dan tujuannya:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

terdiri dari motivasi penulis untuk melakukan penelitian serta rumusan masalah yang diangkat dalam sebuah artikel. Selain itu, ruang lingkup untuk mengungkapkan batas-batas wilayah penelitian dan mempersempit pembahasan, serta kerangka teori dan konseptual, metode penelitian, dan data yang digunakan dalam penulisan dan melakukan penelitian terkait, dijelaskan dalam bagian ini.

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

Pada bab ini penulis akan menuliskan beberapa teori yang dijadikan acuan dalam penulisan mengenai landasan teori yang digunakan dalam penulisan skripsi ini mengenai pengertian dan maksud perjanjian secara umum, perjanjian jual beli, perjanjian jual beli, perkembangan transaksi jual beli melalui internet atau

perdagangan e-commerce yang terjadi di Indonesia, dasar-dasar perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen, dan pengertian umum tentang e-commerce. Selain itu, penulis akan menuliskan teori-teori yang dijadikan acuan dalam penulisan mengenai landasan teori

**BAB III : KEDUDUKAN PARA PIHAK DALAM TRANSAKSI ONLINE (*E-COMMERCE*)**

Penulis pada bab ini akan memaparkan dan membahas tentang isi dan bentuk perjanjian jual beli online, perlindungan hukum yang diterima konsumen dalam jual beli barang dan/atau jasa, dan tantangan yang dihadapi konsumen dalam menggunakan e-commerce melalui internet dalam hal dari perlindungan konsumen.

**BAB IV : PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN TERHADAP ASAS KEBEBASAN BERKONTRAK**

Perlindungan hukum konsumen berdasarkan prinsip kebebasan berkontrak, prinsip perlindungan konsumen, dan segala sesuatu yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce akan dibahas pada bab ini.

**BAB V : PENUTUP**

Ada dua sub-bab dalam bab ini, yang pertama berisi kesimpulan penulisan tesis dan rumusan masalah tanggapan atas pertanyaan. Subbab kedua, di sisi lain, menawarkan saran tentang cara menulis tesis.