

KEDUDUKAN PEMBELI DALAM PERJANJIAN JUAL BELI ONLINE

ADEBORA FERDIAN HADI
EDI WAHJUNINGATI

Fakultas Hukum, Universitas Bhayangkara Surabaya

ABSTRAK

Kemajuan di bidang teknologi, komputer dan informasi mendukung pemanfaatan teknologi internet. Dalam bidang perdagangan, internet mulai banyak dimanfaatkan sebagai media aktifitas bisnis terutama karena kontribusinya terhadap efisiensi. Perdagangan itu juga tidak hanya mencakup skala nasional tetapi juga sampai pada tahap internasional. Penggunaan internet oleh pelaku usaha dalam bisnis berubah dari pertukaran informasi secara elektronik menjadi salah satu alat dalam strategi bisnis, seperti dalam hal pemasaran, penjualan dan pelayanan konsumen. Perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seseorang berjanji kepada orang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal. Timbulnya perjanjian dalam jual- beli karena adanya itikad baik dari penjual dengan pembeli yang saling melakukan perjanjian dengan baik. Jual-beli online atau e-commerce merupakan suatu transaksi komersial yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, pelayanan atau peralihan hak. Namun dalam transaksi jual-beli online kedudukan pembeli sangatlah lemah dengan demikian pemerintah mengeluarkan peraturan yang melindungi pembeli dan larangan bagi penjual dalam jual beli itu sendiri. Tanggung jawab pelaku usaha terhadap pembeli dalam jual-beli melalui internet diatur dalam Pasal 1365 KUHPERdata, dimana pihak yang merasa dirugikan akibat perbuatan pelaku usaha tersebut, dapat mengajukan tuntutan ganti rugi melalui pengadilan.

Kata Kunci: Jual-Beli Online, Pembeli, Perjanjian

Pendahuluan

Dengan berkembangnya penggunaan internet, pandangan manusia terhadap berbagai aktivitas yang sebelumnya didominasi oleh kegiatan fisik mulai berubah. Internet telah mengubah paradigma komunikasi dalam bergaul dan berbisnis, sekaligus merevolusi konsep jarak dan waktu. Akibatnya, dunia terasa semakin kecil dan tanpa batas.

Menurut Agus Raharjo, siapa pun kini dapat berhubungan, berbicara, dan berbisnis dengan orang lain yang berada ribuan kilometer jauhnya hanya dengan menekan tombol *keyboard* dan *mouse* pada komputer atau laptop di hadapannya.

Dengan perkembangan kehidupan manusia, segala sesuatu kini dilakukan dengan serba cepat dan layanan yang serba instan. Dalam bidang perdagangan, internet semakin banyak dimanfaatkan sebagai media untuk aktivitas bisnis, terutama karena kontribusinya terhadap efisiensi. Perdagangan ini tidak hanya mencakup skala nasional, tetapi juga mencapai tahap internasional. Internet mempermudah pelaku usaha dalam menjalankan bisnis mereka.

Penggunaan internet oleh pelaku usaha telah berkembang dari sekadar pertukaran informasi elektronik menjadi salah satu alat strategi bisnis, seperti pemasaran, penjualan, dan pelayanan konsumen. Transaksi bisnis kini tidak lagi harus dilakukan secara langsung, tetapi dapat dilakukan melalui jasa layanan internet dan teknologi lainnya. Fasilitas internet memungkinkan aktivitas bisnis dilakukan kapan saja dan di mana saja, tanpa perlu mempertemukan pihak-pihak yang bertransaksi secara fisik.

Transaksi seperti ini dikenal sebagai *electronic commerce* (e-commerce). Menurut Pasal 1 butir 2 Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, “Transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer dan/atau media elektronik lainnya.”

Industri teknologi informasi memandang *e-commerce* sebagai aplikasi e-bisnis (e-business) yang mencakup transaksi komersial, seperti transfer dana elektronik, *Supply Chain Management* (SCM), pemasaran elektronik (e-marketing), pemrosesan transaksi online, pertukaran data elektronik (EDI), dan lain-lain.

Meskipun memiliki banyak keunggulan, transaksi online juga menimbulkan dampak negatif, seperti permasalahan hukum yang merugikan konsumen. Keluhan konsumen sering kali terkait kualitas barang yang tidak sesuai dengan iklan atau barang yang tidak dikirim meskipun telah dibayar.

Menurut Syawali dan Neni Sri Mulyani, perlindungan hukum bagi pembeli dalam transaksi online sangat diperlukan. Hal ini penting karena pembeli memiliki hak universal yang harus dilindungi, seperti hak atas keamanan, keselamatan, dan informasi yang benar.

Meskipun Indonesia memiliki Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), regulasi ini belum sepenuhnya memadai untuk menangani kasus penipuan dalam transaksi online. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) bertujuan menciptakan sistem perlindungan konsumen dengan unsur kepastian hukum, keterbukaan informasi, dan akses terhadap informasi. Namun, UUPK belum secara khusus mengatur mengenai transaksi online.

Beberapa pasal dalam UUPK yang dapat menjadi pedoman terkait penipuan dalam transaksi online adalah:

1. Pasal 8 ayat (1) huruf d, e, dan f: Pelaku usaha dilarang memproduksi atau memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan mutu, kondisi, atau janji sebagaimana dinyatakan dalam label, keterangan, iklan, atau promosi.
2. Pasal 16 huruf a dan b: Pelaku usaha dilarang mengabaikan

pesanan atau kesepakatan waktu penyelesaian, serta dilarang tidak menepati janji pelayanan atau prestasi.

Kepastian hukum dalam perlindungan konsumen online sangat penting karena posisi konsumen cenderung lebih lemah dibandingkan pelaku usaha. Selain itu, regulasi khusus mengenai jual beli online diperlukan untuk melindungi konsumen dan pelaku usaha dari dampak kasus penipuan yang dapat merusak reputasi pelaku usaha online yang jujur. Dari latar belakang ini, dapat dikaji bagaimana kedudukan pembeli dalam transaksi jual beli online.

Metode Penelitian

Penelitian hukum normatif digunakan untuk mendapatkan bahan hukum sekunder yang dilakukan dengan cara studi pustaka dan juga data primer untuk menemukan fakta-fakta yang terjadi. Digunakan adalah penelitian deskriptif yaitu untuk memberikan data yang seteliti mungkin tentang manusia, keadaan atau gejala lainnya.

Hasil dan Pembahasan

Kedudukan Pembeli Dalam Perjanjian Jual Beli Online

Istilah perjanjian berasal dari kata *overeenkomst*. Berdasarkan Pasal 1313 KUHPerdata, perjanjian adalah suatu perbuatan di mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih. Namun, menurut R. Setiawan, definisi dalam Pasal 1313 memiliki beberapa kekurangan, di antaranya: pengertiannya tidak lengkap karena hanya merumuskan perjanjian sepihak, dan terlalu luas karena mencakup hal-hal seperti perjanjian kawin, perbuatan melawan hukum, perwalian sukarela, serta perbuatan tanpa akibat hukum. Para ahli hukum memberikan definisi tambahan, seperti Subekti yang menyatakan bahwa perjanjian adalah suatu peristiwa di mana

seseorang berjanji kepada orang lain atau dua orang saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu. Wirjono Prodjodikoro mendefinisikan perjanjian sebagai hubungan hukum mengenai harta benda antara dua pihak, di mana satu pihak berjanji atau dianggap berjanji untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu, sedangkan pihak lain berhak menuntut pelaksanaannya.

Syarat sah perjanjian menurut Pasal 1320 KUHPerdata meliputi: kesepakatan antara pihak-pihak yang mengikatkan diri, kecakapan hukum, suatu hal tertentu, dan sebab yang halal. Menurut Mariam Darus Badruzaman, syarat ini terbagi menjadi dua kelompok: syarat subjektif (kesepakatan dan kecakapan hukum, yang jika tidak terpenuhi, perjanjian dapat dibatalkan) dan syarat objektif (hal tertentu dan sebab yang halal, yang jika tidak terpenuhi, perjanjian batal demi hukum). Selain itu, hukum perjanjian didasarkan pada berbagai asas, seperti kebebasan berkontrak, konsensualisme, kepercayaan, kekuatan mengikat, persamaan hukum, keseimbangan, kepastian hukum, moral, kepatutan, dan kebiasaan.

Perjanjian jual beli diatur dalam Pasal 1457-1540 KUHPerdata, yang mendefinisikannya sebagai perjanjian timbal balik. Dalam hal ini, penjual berjanji menyerahkan hak milik atas barang, sementara pembeli berjanji membayar sejumlah uang sebagai imbalan. Menurut Subekti, istilah "jual beli" mencerminkan tindakan timbal balik: pihak satu *verkoop* (menjual), dan pihak lainnya *koopt* (membeli).

Kedudukan Pembeli Dalam Transaksi Jual Beli Online

Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) mendefinisikan informasi elektronik sebagai data elektronik yang mencakup tulisan, suara, gambar, dan simbol lain yang dapat dipahami. Pasal 1 angka 2 UU ITE menyebut transaksi elektronik sebagai

perbuatan hukum menggunakan media elektronik, termasuk e-commerce, yang melibatkan penjual dan pembeli untuk pertukaran barang, layanan, atau hak. Dalam jual beli online, beberapa barang dilarang untuk diperjualbelikan, seperti barang tidak halal (tidak memiliki sertifikat halal dari BPOM dan MUI) serta barang yang melanggar hukum seperti alkohol dan narkoba. Transaksi online memiliki berbagai tipe, seperti yang dijelaskan oleh Cavanilas dan Nadal (dikutip oleh M. Sanusi Arsyad), yaitu melalui chatting, video conference, email, dan situs web.

Dalam suatu perjanjian, jika pelaku usaha lalai dalam memenuhi kewajibannya, maka timbul wanprestasi yang membawa konsekuensi hukum. Bentuk wanprestasi meliputi tidak melakukan hal yang dijanjikan, melaksanakan kewajiban tetapi tidak sesuai, terlambat memenuhi kewajiban, atau melakukan sesuatu yang dilarang perjanjian. Pelaku usaha wajib memberikan informasi akurat sesuai UU ITE Pasal 9, dan konsumen yang dirugikan dapat mengajukan gugatan ke BPSK atau pengadilan berdasarkan Pasal 23 UU Perlindungan Konsumen.

Beberapa pasal dalam UU Perlindungan Konsumen dan PP Nomor 82 Tahun 2012 juga mengatur kewajiban pelaku usaha, termasuk menyediakan informasi yang jelas, penawaran kontrak yang transparan, serta memberikan waktu bagi konsumen untuk mengembalikan barang yang tidak sesuai. Jika barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan penawaran, pelaku usaha dapat digugat secara perdata atas dasar wanprestasi.

Kesimpulan

Kedudukan pembeli dalam perjanjian jual beli online harus memperhatikan syarat sahnya perjanjian agar memiliki kekuatan hukum yang mengikat, sesuai dengan Pasal 1320 KUHPerdata, yaitu: kesepakatan, teori kepercayaan, kecakapan,

hal tertentu, dan sebab yang halal. Dalam transaksi jual beli online, penawaran dan penerimaan melalui e-commerce merupakan tahapan pra-kontrak. Pada tahap ini, pembeli memiliki hak-hak yang penting untuk ditegakkan, sekaligus berperan dalam mendorong kesadaran pelaku usaha agar tidak melakukan penipuan terhadap konsumen terkait produk yang ditawarkan.

Daftar Pustaka

Buku

- Agus Raharjo, *Pemahaman dan Upaya Pencegahan Kejahatan Berteknologi*, CV. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2002.
- Arsyad Sanusi, M., *E-Commerce: Hukum dan Solusinya*, PT. Mizan Grafika Sarana, Jakarta, 2001.
- Husni Syawali dan Neni Sri Mulyani, *Hukum Perlindungan Konsumen*, CV. Mandar Maju, Bandung, 2000.
- Mariam Darus Badruzaman, *Aneka Hukum Bisnis*, Alumni, 1994.
- Mariam Darus Badruzaman, K.U.H. *Perdata Buku III (Hukum Perikatan dengan Penjelasan)*, Edisi Kedua Cetakan I, Bandung, 1996.
- R. Setiawan, *Pokok Hukum Perikatan*, Bina Cipta, Bandung, 1994.
- R. Subekti, *Aneka Perjanjian*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1995.
- R. Subekti, *Hukum Perjanjian*, Intermasa, Jakarta, 2002.
- Wirjono Prodjodikoro, *Asas-Asas Hukum Perjanjian*, CV. Mandar Maju, Bandung, 2000.

Peraturan Perundang-Undangan

- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
(Burgerlijk Wetboek) Nomor 23
Tahun 1847

Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun
2012 tentang Penyelenggaraan
Sistem dan Transaksi Elektronik

Lain-lain

Wikipedia - Perdagangan Elektronik