

## Keberlakuan Kaidah Hukum Perjanjian Indonesia Dalam Transaksi E-Commerce B2C

Agustinus Joko Purwoko<sup>1</sup>; Laksamana Varelino Zeustan Hartono<sup>2</sup>

<sup>1</sup>joko.purwoko@unika.ac.id

<sup>2</sup>varelino@gmail.com

Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang

Jl. Pawiyatan Luhur Sel. IV No.1, Bendan Duwur, Kec. Gajahmungkur, Kota Semarang

**ABSTRAK:** Perdagangan secara elektronik (*e-commerce*) semakin berkembang. Wacana dalam filsafat ruang memunculkan perdebatan tentang keberlakuan hukum yang mengatur perbuatan manusia di dunia maya (*cyberspace*). Ruang di dunia maya sering dimaknai berbeda dengan ruang di dunia nyata. Penelitian normatif kualitatif ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis keberlakuan kaidah hukum perjanjian Indonesia dalam transaksi *e-commerce* sebagai landasan berpikir dalam pembuatan peraturan perundang-undangan yang mengatur transaksi *e-commerce*. Dunia maya pada dasarnya hanya merupakan kepanjangan dari dunia nyata (*empiris*). Kaidah hukum yang berlaku di dunia nyata juga berlaku di dunia maya, karena dasarnya adalah kegiatan manusia bukan 'ruang' (*space*). Kaidah hukum perjanjian sebagaimana termaktub dalam KUH Perdata memiliki keberlakuan untuk transaksi *e-commerce* B2C di dunia maya, baik keberlakuan faktual/*empiris*, normatif/*normal* dan evaluatif. Keberlakuan ini penting dalam konteks perlindungan bagi konsumen.

Kata kunci: keberlakuan, kaidah hukum, *e-commerce*

### PENDAHULUAN

#### LATAR BELAKANG

Teknologi informasi dan komunikasi mengalami perkembangan sangat pesat. Salah satu kemajuan yang fenomenal adalah penemuan teknologi internet, yang dimanfaatkan untuk berbagai keperluan manusia di bidang perdagangan, pendidikan, transportasi, komunikasi, hiburan dan sebagainya. Data menunjukkan bahwa penetrasi pengguna internet di Indonesia semakin meningkat. Menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)<sup>1</sup>, pada tahun 2018 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 64,8% yaitu 171,17 juta jiwa dari total populasi penduduk Indonesia sebanyak 264,16 juta jiwa. Pada tahun 2019, penetrasi pengguna internet di Indonesia meningkat menjadi 73,7% yaitu 196,71 juta jiwa dari total populasi sebesar 266,91 juta jiwa.

Perdagangan merupakan salah satu bidang dalam kehidupan manusia yang tidak lepas dari pengaruh kemajuan teknologi internet. Ekonomi digital akan menjadi darah bagi

---

<sup>1</sup> Laporan Penetrasi Internet APJII 2019-2020 (Q2), Jakarta, 2020 hal. 15-17; <https://apji.or.id/survei>, diunduh 12 Januari 2021

kehidupan manusia pada abad 21 ini. Sebagian aktivitas ekonomi akan dilakukan melalui dunia maya (*virtual world*). Louis Gerstner menyatakan bahwa, “*e-commerce will be a prime commercial force in the 21st century*”.<sup>2</sup> Pelaku usaha di seluruh dunia, termasuk Indonesia, berlomba-lomba untuk memanfaatkan internet sebagai sarana penunjang kegiatan bisnisnya.

Kegiatan perdagangan yang memanfaatkan medium internet lazim disebut sebagai *e-commerce*. Menurut David Baum, sebagaimana dikutip oleh Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *E-Commerce* merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik.<sup>3</sup> Pasal 1 Angka (2) UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) mendefinisikan transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer dan/atau media elektronik lainnya. Definisi yang diberikan oleh UU ITE sangat luas, karena menggunakan frasa ‘perbuatan hukum’.

Pada dasarnya *e-commerce* merupakan suatu kegiatan yang berkenaan dengan pelbagai transaksi bisnis yang dilakukan dengan menggunakan peralatan elektronik. Kegiatan *e-commerce* melibatkan banyak pihak dari berbagai unsur, yaitu : pertama, pihak penyedia *hardware* dan *software* dari unsur teknologinya; kedua, pihak produsen (pelaku usaha) dan konsumen yang melakukan transaksi; ketiga, obyek dari transaksi bisnisnya sendiri yang dapat berupa barang, jasa maupun informasi.

Unsur teknologi merupakan ciri khas dari kegiatan *e-commerce*. Hal ini terlihat dari adanya perbedaan yang cukup tajam antara transaksi bisnis yang dilakukan secara konvensional<sup>4</sup> dengan yang dilakukan secara elektronik<sup>5</sup>. Pelaku usaha yang bermaksud untuk melakukan kegiatan *e-commerce* harus melakukan berbagai penyesuaian dan pembenahan di lingkungan perusahaannya, terutama dari unsur teknologinya.

Kegiatan *e-commerce* membutuhkan rasa kepercayaan dari pihak – pihak yang terkait karena transaksi dilakukan tanpa ada tatap muka dan dalam prosesnya menggunakan perangkat elektronik yang dapat diakses dimana saja. Prinsip *e-commerce* menyediakan suatu

---

<sup>2</sup> Adrian McCullagh, *Legal Aspects of Electronic Contract and Digital Signature*, dalam Anne Fitzgerald, et.al., ed., 2000, *Going Digital 2000 Legal Issues for E-Commerce, Software and The Internet*, St. Leonard NSW: Prospect Media Pty Ltd, hlm. 191

<sup>3</sup> Onno W. Purbo dan Aang Wahyudi, 2001, *Mengenal E-Commerce*, Jakarta: Elex Media Komputindo. hlm 2.

<sup>4</sup> Transaksi bisnis konvensional dimaksudkan sebagai transaksi bisnis yang dilakukan antar para pihak dengan cara-cara yang konvensional, misalnya perlu adanya tatap muka, penyerahan obyek transaksi secara langsung, penggunaan medium kertas dalam transaksi, pembayaran secara tunai dan sebagainya.

<sup>5</sup> Transaksi bisnis secara elektronik dimaksudkan sebagai transaksi bisnis yang dilakukan oleh para pihak dengan menggunakan medium alat elektronik termasuk internet, misalnya dalam hal penawaran dan permintaan obyek transaksi, pembuatan perjanjian, pembayaran, maupun pengiriman obyek transaksi (kecuali berupa barang)

wadah bagi perusahaan untuk berkembang, contohnya mulai dari bisnis internal menjadi bisnis eksternal tanpa harus menghadapi permasalahan ruang dan waktu (*time and space*).<sup>6</sup>

E-commerce dapat membuat konsumen lebih leluasa dalam mengumpulkan dan membandingkan informasi mengenai barang atau jasa yang akan dipilih tanpa ada batasan wilayah (*borderless*). Dampak positif dari e-commerce tidak hanya dapat dirasakan oleh konsumen, namun juga pelaku usaha terutama saat pemasaran produk yang menghemat biaya dan waktu.

E-commerce secara umum bisa diklasifikasikan dalam dua jenis, yakni *Business to Business* (B2B) dan *Business to Consumer* (B2C). B2B merupakan sistem komunikasi bisnis online antar pelaku bisnis, yang pada umumnya menggunakan mekanisme *Electronic Data Interchange* (EDI). B2C pada dasarnya merupakan komunikasi bisnis antara pelaku usaha dengan konsumen, yang dapat berupa toko online (*electronic shopping mall*) atau konsep portal yang menyediakan berbagai layanan dalam website-nya, seperti fasilitas berita, e-mail gratis, *search engine* dan sebagainya.<sup>7</sup>

Perkembangan e-commerce di Indonesia tergolong pesat. Statistik e-commerce yang diterbitkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2019 menunjukkan data bahwa jumlah transaksi e-commerce tahun 2018 sebanyak 24,82 juta transaksi dengan nilai transaksi sebesar 17, 21 triliun rupiah.<sup>8</sup> Berdasarkan data tersebut dapat dikemukakan bahwa pertumbuhan jumlah transaksi yang dilakukan melalui e-commerce mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Hal ini bisa jadi disebabkan oleh semakin tumbuhnya kesadaran di kalangan pelaku usaha tentang arti pentingnya internet sebagai salah satu medium untuk melakukan kegiatan usaha. Selain itu, juga karena didorong oleh adanya upaya penggunaan e-commerce sebagai platform dalam transaksi perdagangan internasional oleh lembaga-lembaga internasional.

Perkembangan penggunaan e-commerce yang sangat pesat tidak dapat dilepaskan dari berbagai keuntungan yang dapat diberikan, antara lain :<sup>9</sup>

- a. Revenue stream (aliran pendapatan) baru yang mungkin lebih menjanjikan, yang tidak dapat ditemukan dalam sistem transaksi tradisional ;
- b. Dapat meningkatkan *market exposure* (pangsa pasar) ;
- c. Menurunkan biaya operasional (*operating cost*) ;
- d. Melebarkan jangkauan (*global reach*) ;
- e. Meningkatkan *customer loyalty* ;
- f. Meningkatkan *supplier management* ;
- g. Memperpendek waktu produksi ;

---

<sup>6</sup> Ricardus Eko Indrajit, 2001, *E-Commerce Kiat dan Strategi di Dunia Maya*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo. hlm. 13.

<sup>7</sup> Onno W. Purbo, *op.cit.*, hlm. 57-60

<sup>8</sup> Badan Pusat Statistik, 2019, *Statistik E-Commerce 2019*, Jakarta: BPS, hlm. 22

<sup>9</sup> Onno W. Purbo, *op.cit.*, hlm. 3

#### h. Meningkatkan *value chain* (mata rantai pendapatan).

Selain berbagai manfaat dan keuntungan, transaksi *e-commerce* memiliki tantangan atau risiko, terutama menyangkut masalah hukum. Beberapa permasalahan hukum tersebut meliputi lapangan hukum publik, seperti misalnya hukum pidana dan perpajakan maupun hukum privat, seperti misalnya masalah perjanjian / kontrak. Permasalahan yang menyangkut hukum pidana terutama adalah munculnya tindak pidana dalam dunia internet (*cybercrime*) seperti pencurian data, penggunaan nomor kartu kredit dari orang yang tidak berhak (pembobolan kartu kredit), pelanggaran HKI dan sebagainya.

Permasalahan dalam lapangan hukum perdata berkaitan dengan hukum perjanjian (kontrak) yang digunakan dalam transaksi *e-commerce*, serta masalah alat bukti. Perjanjian / kontrak yang digunakan dalam transaksi *e-commerce* lazim disebut sebagai perjanjian elektronik atau *electronic contract (e-contract)* atau *digital contract*. Hukum kontrak menjadi sangat penting dalam *e-contract* mengingat adanya perbedaan mendasar yang sangat esensial antara kontrak yang dibuat secara tertulis dengan *e-contract*. Perbedaan tersebut disebabkan terutama tiadanya pertemuan (tatap muka) antara para pihak, sehingga akan menimbulkan masalah antara lain berkaitan dengan identitas dan kecakapan para pihak untuk membuat perjanjian. Masalah lainnya adalah tidak adanya bukti tertulis dan tanda tangan para pihak, karena sifat dari *e-contract* adalah *paperless transaction* yakni tidak digunakannya lagi kertas sebagai dokumen melainkan berupa *digital document* yang sewaktu-waktu dapat diubah atau dihapus dengan mudah.

Hukum perjanjian di Indonesia selama ini telah diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) sebagai kodifikasi peraturan hukum perdata. Secara khusus, tahun 2008 telah diundangkan UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang mengatur perbuatan-perbuatan hukum yang menggunakan media elektronik, termasuk transaksi perdagangan. Wacana yang berkembang adalah berkenaan dengan keberlakuan kaidah-kaidah hukum tersebut dalam transaksi perdagangan yang dilakukan di dunia maya (*cyberspace*). Karakter *e-commerce* antara lain: *borderless*, *virtual* dan *anonymus*, padahal sistem hukum umumnya berbasis negara, batas wilayah dan dikenal ada yurisdiksi.<sup>10</sup>

Sebagian berpendapat bahwa transaksi *e-commerce* merupakan transaksi yang dilakukan di dunia maya, sehingga tidak tunduk pada aturan hukum yang berlaku pada dunia nyata. Hal ini didasarkan pada pemikiran bahwa dunia maya merupakan dunia bebas yang tidak ada satu pihakpun yang memilikinya atau menyatakan sebagai pemiliknya. Pendapat lain seperti yang dikemukakan oleh Sutan Remy Sjahdeini<sup>11</sup>, menyatakan bahwa transaksi-transaksi *e-commerce* memang dilakukan di dunia maya, tetapi tidak tertutup kemungkinan bahwa manusia yang melakukan transaksi tersebut melakukan perbuatan hukum yang

---

<sup>10</sup> Dian Mega Erianti Renouw, 2017, *Perlindungan Hukum E-Commerce*, Jakarta: Yayasan Taman Pustaka, hlm. 3

<sup>11</sup> Sutan Remi Sjahdeini, *E-Commerce – Tinjauan Dari Perspektif Hukum*, Jurnal Hukum Bisnis Vol. 12 Tahun 2001, hlm. 18

melanggar hukum dan hak orang lain. Hukum tetap diperlukan untuk mengatur perilaku manusia yang melakukan transaksi melalui dunia maya. Semua tindakan manusia yang dilakukan di dunia maya adalah merupakan perbuatan hukum oleh manusia-manusia yang berada di dunia nyata dan berada di suatu tempat tertentu di dunia nyata. Meskipun perbuatan hukum itu dilakukan dengan menggunakan sarana (media) internet, tetapi komputer yang digunakan adalah benda yang berada di dunia nyata.

Interaksi dan perbuatan-perbuatan hukum yang terjadi di dunia maya merupakan interaksi sesama manusia di dunia nyata, dan apabila terdapat hak yang dilanggar adalah hak orang lain yang juga berada di dunia nyata, maka hukum yang berlaku dan diterapkan adalah hukum dari dunia nyata. Menurut Donny Danardono<sup>12</sup>, dunia maya pada dasarnya merupakan kepanjangan dari dunia empiris, sehingga hukum tetap berlaku di dunia maya sepanjang terdapat kegiatan manusia. Selama terdapat kegiatan manusia, maka hukum bisa diberlakukan.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif terhadap keberlakuan asas-asas hukum perjanjian dalam transaksi *e-commerce* B2C, yang akan mengkaji 2 (dua) permasalahan: (a) bagaimana keberlakuan kaidah hukum perjanjian dalam transaksi *e-commerce* B2C (*Business to Consumer*), (b) bagaimana dampak keberlakuan kaidah hukum perjanjian dalam transaksi *e-commerce* B2C (*Business to Consumer*) terhadap perlindungan konsumen.

## **PEMBAHASAN**

### **1. Keberlakuan Kaidah Hukum Perjanjian Indonesia dalam Transaksi E-Commerce B2C (*Business to Consumer*)**

Di dalam Geografi Sosial, 'ruang' dapat muncul ketika ada minimal 2 (dua) orang atau lebih. Ruang tidak harus berupa bangunan fisik, tetapi ruang itu selalu *physical*. Ruang adalah gabungan dari relasi (antara minimum 2 orang) dan budaya. Sesuatu hal dapat disebut ruang ketika ada manusia yang melakukan kegiatan didalamnya. Apabila ada beberapa kelompok manusia dalam satu ruangan, maka masing-masing kelompok ada pada 'ruang' yang berbeda. 'Ruang' juga dibentuk oleh hukum, misalnya UU Agraria, Hukum Adat dan sebagainya.<sup>13</sup> Dorren Massey menyebut terdapat resiprositas antara '*the social*' dan '*the spatial*'. Ruang tidak mempunyai makna sendiri jika tidak dihubungkan dengan yang sosial. Sebaliknya perilaku (pikiran dan tindakan) manusia hanya bisa ada jika ada ruang.<sup>14</sup>

Dunia maya (*virtual world/cyberspace*) adalah berupa 'ruang'. Dunia maya diciptakan oleh teknologi informasi. Tanpa adanya internet atau gadget, maka tidak ada dunia maya. Teknologi informasi yang secara teknis membentuk sebuah ruang, dan manusia sebagai pengguna atau pengisi kegiatan/aktivitas di dalam ruang dunia maya.

---

<sup>12</sup> Donny Danardono, Wawancara, 24 Maret 2020

<sup>13</sup> Donny Danardono, *ibid.*

<sup>14</sup> Doreen Massey, et.al., ed, 1999, *Human Geography Today*, Cambridge: Polity Press, hlm. 6

Ruang dunia maya di dalam filsafat ruang adalah sama dengan ruang fisik. Ruang fisik dibangun oleh arsitek. Kegiatan-kegiatan manusia di ruang fisik juga dibangun oleh aturan/hukum. Hal ini sama dengan dunia maya, dibangun oleh arsitek yaitu ahli teknologi informasi dan oleh aturan hukum. Semua kaidah hukum yang berlaku di dunia nyata/empirik, juga berlaku di dunia maya. Keduanya memang merupakan dunia yang berbeda, tetapi perilaku manusia di dunia maya itu sebenarnya sama dengan yang ada di dunia nyata/empirik. Sebagaimana dikemukakan oleh Dorren Massey<sup>15</sup> bahwa ruang secara spasial tidak memiliki makna sendiri tanpa adanya yang 'sosial'. Secara teknis perbedaannya adalah dunia nyata/empirik dapat dikenal melalui panca indera, sedangkan dunia maya tidak dapat dikenal melalui panca indera dan harus melalui media atau alat untuk masuk ke dunia maya.<sup>16</sup>

Kaidah hukum pada dasarnya merupakan isi dari suatu aturan hukum, baik tertulis maupun tidak tertulis. Para ahli hukum berpandangan bahwa prototipe dari kaidah hukum adalah perintah (*het bevel*), yakni tidak berkenaan dengan suatu perintah yang ditujukan kepada seseorang tertentu tetapi berkenaan dengan perintah dengan jangkauan umum (*algemene stekking*, bersifat umum), artinya suatu perintah berlaku bagi semua kejadian yang tercakup dalam kaidah tersebut.<sup>17</sup>

Secara umum Bruggink membedakan kaidah hukum dalam 2 (dua) jenis, yakni Kaidah Perilaku dan Meta Kaidah. Dalam tulisan Bruggink, Hart menyebut sebagai *primary rules* untuk kaidah perilaku sosial dan *secondary rules* untuk meta kaidah. Berkenaan dengan kaidah perilaku, Stromholm, seperti yang dikutip Bruggink, membedakan antara kaidah perilaku yang memuat perintah perilaku dan kaidah sekunder yang menetapkan sanksi apa yang harus dikenakan jika perintah dalam kaidah perilaku primer dilanggar.<sup>18</sup>

Kaidah perilaku merupakan perintah perilaku yang perwujudannya dapat berupa perintah (*gebod*), yakni suatu kewajiban umum untuk melakukan sesuatu; larangan (*verbod*), yakni kewajiban umum untuk tidak melakukan sesuatu; pembebasan (*vrijstelling*, dispensasi), yakni pembolehan (*verlof*) khusus untuk tidak melakukan sesuatu yang secara umum diharuskan; dan izin (*toestemming*, permissi), yakni pembolehan khusus untuk melakukan sesuatu yang secara umum dilarang. Hukum dapat dipandang dalam arti empiris, normatif maupun evaluatif, hal mana juga berpengaruh dalam perbedaan jenis keberlakuan hukum.<sup>19</sup>

### **1.1. Keberlakuan Faktual/Empiris Kaidah Hukum Perjanjian Indonesia dalam Transaksi E-Commerce B2C (Business to Consumer)**

Keberlakuan faktual/empiris dapat diketahui dari dua hal : *pertama*, warga masyarakat untuk siapa kaidah hukum itu berlaku, mematuhi kaidah hukum tersebut ; *kedua*,

---

<sup>15</sup> Ibid.

<sup>16</sup> Donny Danardono, op.cit.

<sup>17</sup> Bruggink, 1996, *Rechtsreflecties, terjemahan Arief Sidharta, Refleksi Tentang Hukum, Bandung: Citra Aditya Bakti*, hlm. 90

<sup>18</sup> Bruggink, *Ibid.*, hlm. 99 - 109

<sup>19</sup> Bruggink, *Ibid.*, hlm. 147 - 157

apakah keseluruhan perangkat kaidah hukum secara umum oleh para pejabat hukum yang berwenang diterapkan dan ditegakkan. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dengan cara mengunduh (men-download) 2 (dua) *legal statement* (pernyataan hukum) atau *terms and conditions* (syarat dan ketentuan) dari situs yang menyelenggarakan kegiatan *e-commerce* B2C, yakni [blibli.com](http://www.blibli.com)<sup>20</sup> dan [bukalapak.com](http://www.bukalapak.com)<sup>21</sup>. Situs-situs tersebut dipilih dengan alasan situs-situs tersebut memuat pernyataan hukum (*legal statement*) atau ketentuan dan persyaratan (*terms and conditions*) dalam *website*-nya.

Ketentuan-ketentuan yang dicantumkan [blibli.com](http://www.blibli.com) menunjukkan bahwa dalam melakukan kegiatan *e-commerce* menyatakan diri tunduk pada hukum dan perundang-undangan Indonesia, serta tunduk pada Pengadilan di Indonesia. Aturan penggunaan [bukalapak.com](http://www.bukalapak.com) secara tegas juga menyatakan diatur dan ditafsirkan sesuai hukum Negara Republik Indonesia, dan penyelesaian sengketa melalui Badan Arbitrase Nasional Indonesia. Berdasarkan data tersebut dapat dikemukakan bahwa pelaku *e-commerce* B2C telah dengan sadar menyatakan tunduk dan patuh pada ketentuan hukum negara Republik Indonesia, baik secara tersurat maupun tersirat. Hal ini mengindikasikan bahwa pelaku *e-commerce* mengakui keberlakuan norma hukum yang berlaku di dunia nyata (*real world*).

Mariam Darus Badruzaman menyatakan bahwa perlu dilakukan perluasan makna dari KUH Perdata, UU Hak Cipta, UU Perlindungan Konsumen dan UU Merek yang terkait dengan masalah penggunaan internet dalam transaksi perdagangan. Kontrak yang dilakukan di *cyberspace*, peraturan dasarnya tidak memiliki perbedaan, namun bagaimanapun juga terdapat suatu keadaan yang sama sekali baru dimana tidak ada satu ketentuanpun yang berlaku yang menyebabkan ketidakpastian dan resiko bisnis menjadi tinggi. Indonesia hanya memiliki pengalaman dalam dunia *cyber* yang sedikit, maka dalam masalah ini akan dirujuk dengan menganalogikan teori-teori hukum yang berkenaan dengan perdagangan elektronik.<sup>22</sup> Mieke Komar mempunyai pendapat bahwa masalah perjanjian dan tanda tangan dalam transaksi *e-commerce* sangat erat kaitannya dengan aspek hukum perdata. Aktivitas melalui internet sangat banyak berhubungan dengan transaksi (*commerce*) digital, maka seharusnya tetap mengacu pada ketentuan Pasal 1320 KUH Perdata tentang syarat-syarat sahnya perjanjian serta memperhatikan asas kebebasan berkontrak yang juga tercermin dalam ketentuan KUH Perdata.<sup>23</sup>

## **1.2. Keberlakuan Normatif/Formal Kaidah Hukum Perjanjian Indonesia Dalam E-Commerce B2C**

Keberlakuan normatif/formal kaidah hukum ditelaah dari keberadaannya sebagai bagian dari sebuah hirarki atau sistem kaidah hukum tertentu. Salah satu contoh teori yang menjelaskan hukum dengan bantuan pengertian keberlakuan normatif/formal adalah 'die

---

<sup>20</sup> Dikutip dari situs [www.blibli.com](http://www.blibli.com) yang diunduh pada tanggal 3 Juni 2020 pukul 18.30

<sup>21</sup> Dikutip dari situs [www.bukalapak.com](http://www.bukalapak.com) yang diunduh pada tanggal 3 Juni 2020 pukul 19.00

<sup>22</sup> Mariam Darus Badruzaman, 1994, *Aneka Hukum Bisnis*, Bandung: Alumni, hlm. 28

<sup>23</sup> *Menanti Lahirnya Cyberlaw*, Majalah Warta Ekonomi No. 10/Th. XII 24 Juli 2000, hlm. 52

*Reine Rechtslehre*' dari Hans Kelsen.<sup>24</sup> Menurut teori ini, suatu penjelasan ilmiah yang murni tentang hukum hanya mungkin jika orang mengabstraksi dari titik berdiri (*standpunt*, keyakinan) moral dan politik. Hukum, moral dan politik dalam kenyataan saling terjalin dengan erat, karena itu Hans Kelsen menyatakan bahwa orang mendekati hukum pada struktur formalnya. Kelsen lebih lanjut menyatakan bahwa suatu kaidah hukum baru memiliki keberlakuannya jika kaidah itu berlandaskan pada suatu kaidah hukum yang lebih tinggi. Suatu sistem hukum merupakan suatu penataan hirarkis kaidah-kaidah hukum, yang mempunyai titik akhir pada apa yang disebut sebagai *Grundnorm*. *Grundnorm* merupakan kaidah basis yang tidak dilandaskan pada kaidah yang lebih tinggi, sehingga keberlakuannya harus diandaikan.

Beberapa pasal dalam KUH Perdata merupakan perwujudan dari beberapa asas hukum perjanjian yang pokok, meliputi Asas Kebebasan Berkontrak, Asas Konsensualisme, Asas Mengikat Sebagai Undang-Undang, dan Asas Kepribadian. Empat asas ini dianggap sebagai asas pokok dalam hukum perjanjian, yang mempunyai peran sangat penting terhadap lahir dan berlakunya sebuah perjanjian.

Asas Kebebasan Berkontrak disebut juga sebagai sistem terbuka, artinya hukum perjanjian memberikan kebebasan yang seluas-luasnya kepada masyarakat untuk mengadakan perjanjian yang berisi apa saja, sepanjang tidak melanggar ketertiban umum dan kesusilaan. Ketentuan-ketentuan dalam hukum perjanjian bersifat sebagai hukum pelengkap saja (*optional law*), yakni bahwa ketentuan-ketentuan tersebut dapat disingkirkan manakala dikehendaki oleh pihak-pihak dalam perjanjian. Asas ini menurut Subekti dapat disimpulkan dari kata 'semua' dalam Pasal 1338 Ayat (1) KUH Perdata yang berbunyi: "Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang".<sup>25</sup>

Sebagai sebuah tatanan dalam sistem hukum perdata, khususnya hukum perjanjian, asas kebebasan berkontrak merupakan kaidah utama yang harus menjadi pedoman untuk kaidah-kaidah hukum perjanjian lainnya. Hal ini dapat dilihat dari perumusan Pasal 1338 Ayat (1) KUH Perdata yang menyatakan bahwa: "Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang".

Asas Konsensualisme, yang isinya secara prinsip adalah bahwa sebuah perjanjian dianggap sudah lahir pada saat tercapainya kata sepakat (konsensus) antara para pihak tanpa memerlukan bentuk formalitas tertentu kecuali yang secara tegas ditetapkan lain oleh undang-undang. Meskipun memerlukan bentuk formalitas tertentu, sebenarnya perjanjian itu sudah lahir saat tercapainya kesepakatan di antara para pihak.

Asas ini mendasarkan pada arti kata 'konsensus' yang berarti 'sepakat', yang lazim disimpulkan dari bunyi Pasal 1320 KUH Perdata tentang syarat sahnya perjanjian. Asas konsensualisme mempunyai arti bahwa suatu perjanjian pada dasarnya sudah dilahirkan pada saat tercapainya kesepakatan. Sebuah perjanjian sudah sah apabila telah terjadi

---

<sup>24</sup> Bruggink, *Op.cit.*, hlm. 151

<sup>25</sup> Subekti, 1996, *Hukum Perjanjian*, Intermedia: Jakarta, hlm. 14



kesepakatan mengenai hal-hal pokok dalam perjanjian, dan tidak diperlukan suatu syarat formalitas tertentu. Perkecualiannya adalah dalam hal undang-undang menyatakan dengan tegas tentang suatu syarat formalitas tertentu untuk beberapa macam perjanjian seperti perjanjian perdamaian atau penghibahan yang harus dibuat secara tertulis.

Asas Mengikat Sebagai Undang-Undang (*pacta sunt servanda*) yang dapat disimpulkan dari bunyi Pasal 1338 Ayat (1) KUH Perdata. Apabila sebuah perjanjian sudah terbentuk dengan memenuhi dua persyaratan pokok, yaitu adanya kebebasan berkontrak dan dibuat secara sah, maka perjanjian itu akan mengikat sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya.

Pasal 1338 Ayat (1) KUH Perdata menyatakan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah mengikat sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya. Artinya para pihak akan terikat dengan akibat hukum dari isi perjanjian yang dibuatnya. Sebuah perjanjian baru mengikat sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya apabila dipenuhi dua persyaratan, yaitu (adanya) kebebasan berkontrak dan perjanjian itu dibuat secara sah.

Asas Kepribadian yang berisi suatu prinsip bahwa perjanjian hanya mengikat para pihak yang membuatnya, dimana tidak ada pihak ketiga yang dapat menuntut hak atau menanggung kewajiban dari perjanjian itu kecuali secara tegas disebutkan dalam perjanjian. Pasal 1340 KUH Perdata menyatakan tentang ruang lingkup berlakunya suatu perjanjian, yakni hanya terhadap para pihak yang membuat perjanjian tersebut. Pihak ketiga (di luar perjanjian) tidak dapat memperoleh hak atau menanggung kewajiban berdasarkan perjanjian itu. Pasal ini memberikan pengecualian terhadap hal tersebut, yakni diperbolehkan untuk meminta ditetapkannya suatu janji guna kepentingan pihak ketiga sepanjang dinyatakan dengan tegas di dalam perjanjian (Pasal 1317 KUH Perdata).

Selain dalam Pasal 1340, asas ini juga termuat dalam Pasal 1315 KUH Perdata yang menentukan bahwa tiada seorangpun dapat mengikatkan dirinya atas nama sendiri atau meminta ditetapkannya suatu janji untuk dirinya sendiri. Bila Pasal 1340 menentukan tentang tidak bolehnya pihak ketiga mencampuri urusan dalam perjanjian pihak-pihak lain, maka dalam Pasal 1315 ini ditentukan bahwa para pihak dalam perjanjian dilarang melepaskan tanggung jawabnya dari perikatan yang terjadi. Seseorang tidak diperbolehkan membuat perjanjian yang hanya mau haknya saja tanpa mau memikul kewajibannya atau tanpa mau memenuhi presatasinya sendiri.<sup>26</sup>

Empat asas tersebut merupakan suatu hirarki dalam sebuah tatanan sistem hukum, dalam hal ini hukum perjanjian Indonesia. Sebagai sebuah hirarki dalam sistem hukum, maka asas-asas hukum di atas mempunyai keterkaitan satu sama lain, atau menunjuk satu sama lain dan tidak dapat berdiri sendiri-sendiri.

Teori keberlakuan kaidah hukum dari Bruggink pada dasarnya menyatakan bahwa, keberlakuan normatif/formal suatu kaidah hukum ada jika kaidah itu merupakan bagian dari

---

<sup>26</sup> Hardijan Rusli 1996, *Hukum Perjanjian Indonesia Dan Common Law*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, hlm. 26

suatu sistem kaidah hukum tertentu yang di dalamnya kaidah-kaidah hukum itu saling menunjuk yang satu terhadap yang lain.<sup>27</sup> Empat asas diatas, yakni asas kebebasan berkontrak, asas konsensualisme, asas mengikat sebagai undang-undang, dan asas kepribadian yang tersusun dalam sebuah hirarki tatanan hukum perjanjian Indonesia mempunyai keberlakuan normatif/formal.

Pertanyaan yang muncul adalah, apakah keberlakuan tersebut tetap ada dalam transaksi *e-commerce*. Untuk menjawab pertanyaan ini, pendapat Benjamin Wright dan Jane K. Winn dalam bukunya *The Law of Electronic Commerce* sebagaimana dikutip oleh Arsyad Sanusi<sup>28</sup> akan dijadikan sebagai pedoman. Dua orang ahli tersebut berpendapat bahwa '*electronic commerce is, first and foremost, commerce*'. Artinya, *e-commerce*, pada awalnya dan intinya (utamanya), adalah perdagangan biasa. Oleh karena intinya adalah sebagai transaksi perdagangan biasa, maka konstruksi hukum yang mendasari kegiatan tersebut adalah tidak berbeda dengan konstruksi hukum jual beli biasa. Sehingga dalam hal ini terdapat perjanjian antara dua pihak, yakni antara penjual dengan pembeli seperti lazimnya perjanjian jual beli. Hal yang membedakan antara *e-commerce* dengan transaksi perdagangan konvensional adalah penggunaan medium elektronik yang menjadi ciri khas dari *e-commerce*.

Pendapat hampir senada juga diberikan oleh Michael Chissik dan Kelman sebagaimana dikutip oleh Arsyad Sanusi<sup>29</sup> yang menyatakan secara tegas bahwa dalam *e-commerce* sebenarnya tidak ada hal-hal yang baru, melainkan hanya permasalahan lama yang dikemas dengan bingkai baru karena perbedaan sarana dan prasarana yang dimungkinkan oleh teknologi internet. Menurut Chissik dan Kelman, undang-undang misrepresentasi dan *common law* berlaku pada kontrak yang dilakukan melalui internet, sebagaimana juga berlaku pada kontrak atau transaksi perdagangan yang dilakukan secara konvensional. Pernyataan ini masuk akal, mengingat dalam transaksi *e-commerce*, jaringan (medium) elektronik pada dasarnya hanya digunakan sebagai alat komunikasi antara pelaku usaha dengan konsumen. Pengiriman barang yang menjadi obyek transaksi tetap dilakukan secara nyata (*fisik / physical delivery*).

Implikasi dari penggunaan medium elektronik tersebut memang dapat menimbulkan dampak-dampak yang sifatnya krusial dari sisi yuridis. Sebagai contoh adalah mengenai keberlakuan asas mengikat sebagai undang-undang. Pelaksanaan dari asas ini mensyaratkan dua hal, *pertama* : adanya kebebasan berkontrak, dan *kedua* : perjanjian tersebut dibuat secara sah. Persyaratan ke dua dalam kerangka transaksi *e-commerce* sangat sulit diketahui, apakah sudah terpenuhi atau belum. Hal ini disebabkan karena transaksi *e-commerce* sifatnya *faceless nature*, artinya bukan transaksi yang memerlukan tatap muka langsung di antara para pihak. Sehingga akan sulit diketahui oleh masing-masing pihak tentang kecakapan untuk menutup sebuah perjanjian dari pihak lawannya.

---

<sup>27</sup> Bruggink, op.cit., hal 151

<sup>28</sup> Arsyad Sanusi, 2001, *E-Commerce – Hukum dan Solusinya*, Bandung: Mizan, hlm. 16

<sup>29</sup> *Ibid.*, hlm. 63

### 1.3. Keberlakuan Evaluatif Kaidah Hukum Perjanjian Indonesia Dalam Transaksi E-Commerce B2C

Keberlakuan evaluatif dapat dilakukan melalui dua cara, yaitu dengan penelitian empiris atau berdasarkan pada pemikiran kefilsafatan. Suatu kaidah hukum memiliki keberlakuan jika kaidah itu oleh seseorang atau suatu masyarakat berdasarkan isinya dipandang bernilai atau penting.

Asas kebebasan berkontrak, sebagai asas utama dalam hukum perjanjian dapat dianalisis berdasarkan dua pendapat. Pertama dari Subekti yang menyatakan bahwa asas kebebasan berkontrak dapat disimpulkan dari kata 'semua' dalam Pasal 1338 Ayat (1) KUH Perdata. Hal ini berarti bahwa setiap orang mempunyai kebebasan untuk membuat kontrak dengan siapapun, isinya tentang apapun dan dengan bentuk yang bagaimanapun sepanjang tidak dilarang oleh undang-undang serta tidak bertentangan dengan ketertiban umum dan kesusilaan.

Pendapat ini ternyata kurang memuaskan bagi sebagian pihak, sehingga muncul pendapat kedua sebagai sebuah hasil studi literatur yang dikemukakan oleh Johannes Gunawan. Pendapat kedua ini menyatakan bahwa asas kebebasan berkontrak yang terkandung dalam bunyi Pasal 1338 Ayat (1) KUH Perdata sebenarnya berisi 5 (lima) kebebasan yang berupa kebebasan untuk :

- a. menentukan kehendak untuk menutup atau tidak menutup perjanjian ;
- b. memilih dengan pihak mana akan ditutup suatu perjanjian ;
- c. menetapkan isi perjanjian ;
- d. menetapkan bentuk perjanjian ;
- e. menetapkan cara penutupan perjanjian.

Secara materil, asas kebebasan berkontrak masih tetap ada sepanjang lima kebebasan tersebut secara keseluruhan masih tetap ada. Perkembangan perekonomian dan dunia perdagangan terutama setelah ditemukannya proses produksi dan distribusi secara massal, telah memunculkan suatu fenomena baru dimana kecepatan dan efisiensi menjadi suatu hal yang sangat penting.

Keadaan yang demikian akan sangat sulit untuk menerapkan asas kebebasan berkontrak secara murni, karena akan membutuhkan waktu, tenaga dan pikiran yang lebih banyak. Sehingga muncul perjanjian standar atau perjanjian baku (kontrak standar/kontrak baku). Perjanjian standar/baku ini pada dasarnya merupakan suatu perjanjian yang isi, bentuk dan cara penutupannya sudah ditetapkan secara sepihak oleh salah satu pihak dalam perjanjian, yakni oleh pelaku usaha. Penggunaan perjanjian standar/baku ini dianggap lebih bermakna (bernilai), baik oleh pelaku usaha maupun konsumen, untuk menciptakan transaksi perdagangan (kegiatan perekonomian) yang cepat dan efisien sebagai akibat perkembangan industrialisasi yang begitu cepat.

Asas kebebasan berkontrak yang berisi lima kebebasan sebenarnya sudah tidak bermakna lagi karena yang terjadi sebenarnya hanya tinggal dua kebebasan saja yaitu kebebasan untuk:

- a. menentukan kehendak untuk menutup atau tidak menutup perjanjian ;
- b. memilih dengan pihak mana akan ditutup suatu perjanjian ;

Tiga kebebasan yang lain, yaitu mengenai isi, bentuk dan cara penutupan perjanjian sudah tidak ada lagi dengan digunakannya perjanjian standar/baku. Kondisi semacam ini juga terjadi dalam transaksi *e-commerce*, dimana sifat dari perjanjian (transaksi) *e-commerce* adalah *take it or leave it contract*. Pelaku usaha cukup melakukan penawaran (*offer*) melalui situs internet (*web*), kemudian para calon konsumen yang mengunjungi situs tersebut mempunyai kebebasan untuk menerima (*accept*) atau menolak penawaran tersebut. Apabila menerima, maka calon konsumen tinggal melakukan proses yang telah ditentukan (biasanya dengan mengisi data pribadi dan meng-klik tombol-tombol tertentu).

Masyarakat beranggapan bahwa asas kebebasan berkontrak sudah kehilangan makna (nilai) karena justru akan menghambat proses transaksi dan perekonomian pada umumnya. Akibatnya, saat ini hampir seluruh transaksi perdagangan tidak terlepas dari penggunaan perjanjian standar/baku. Keberlakuan evaluatif tidak dapat ditemukan dalam asas kebebasan berkontrak transaksi *e-commerce*.

Asas Konsensualisme, sebagai salah satu asas pokok dalam hukum perjanjian Indonesia, mempunyai arti bahwa suatu perjanjian pada dasarnya sudah dilahirkan pada saat tercapainya kesepakatan. Sebuah perjanjian sudah sah apabila telah terjadi kesepakatan mengenai hal-hal pokok dalam perjanjian, dan tidak diperlukan suatu syarat formalitas tertentu.

Perjanjian jual beli adalah merupakan perjanjian konsensual, artinya perjanjian itu sudah dilahirkan secara sah pada saat tercapainya kesepakatan antara penjual dan pembeli mengenai unsur-unsur yang pokok (*essentialia*) yaitu barang dan harga. Hal ini ditegaskan dalam Pasal 1458 KUH Perdata yang menyatakan bahwa jual beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak sewaktu mereka telah mencapai sepakat tentang barang dan harga, meskipun barang itu belum diserahkan maupun harganya belum dibayar.

Pada transaksi yang konvensional, asas ini diterima sebagai sesuatu yang bernilai bagi masyarakat sebab dengan adanya tatap muka, maka pencapaian kata sepakat dapat dilakukan dengan mudah dimana masing-masing pihak dapat melakukannya. Asas konsensualisme dalam transaksi *e-commerce* sebenarnya tetap dianggap sebagai asas yang bernilai, artinya perjanjian jual beli dinyatakan sudah lahir pada saat konsumen menyatakan penerimaannya (*accept*) atas penawaran (*offer*) dari pelaku usaha dengan cara meng-klik tombol yang telah ditentukan, meskipun pembayaran masih dalam proses dan barang belum dikirim.

Proses sampai pada tahap penerimaan (*accept*) biasanya didahului dengan beberapa tindakan yang sifatnya prosedural sebagai langkah pengamanan bagi masing-masing pihak. Langkah prosedural ini patut untuk ditempuh karena alasan-alasan antara lain sebagai berikut :

- a. Sifat transaksi yang *faceless nature* dalam *e-commerce* mengakibatkan masing-masing pihak perlu mengetahui kesungguhan pihak lawannya untuk mengadakan transaksi, sebelum tercapainya konsensus (kata sepakat). Bagi konsumen, caranya dengan membaca dan mempelajari profil (identitas) perusahaan (pelaku usaha) serta persyaratan dan kondisi kontrak (*terms and conditions*) yang biasanya tercantum dalam *website*. Sedangkan bagi pelaku usaha, akan meminta data pribadi dari calon konsumen yang akan menutup kontrak.
- b. Untuk mendapatkan alat bukti transaksi bagi masing-masing pihak, sehingga data digital yang terpampang dalam layar komputer harus dapat di *print out*.

Asas konsensualisme dalam transaksi *e-commerce* pada dasarnya tetap dipandang sebagai asas yang bernilai bagi masyarakat, sehingga mempunyai keberlakuan evaluatif.

Asas Mengikat Sebagai Undang-Undang, menyatakan bahwa perjanjian yang dibuat secara sah mengikat sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya. Para pihak akan terikat dengan akibat hukum dari isi perjanjian yang dibuatnya. Masyarakat dalam dunia perdagangan akan berpegang teguh pada asas ini, mengingat, seperti yang dikemukakan oleh Mochammad Isnaeni, sebagaimana dikutip oleh Arsyad Sanusi<sup>30</sup>, bahwa perjanjian pada dasarnya merupakan kerangka dasar yang dipakai sebagai bingkai hubungan bisnis para pelaku ekonomi, sehingga kepastian hak dan kewajiban para pihak menjadi jelas dan rinci.

Perjanjian yang telah dibuat secara sah oleh para pihak akan mengikat sebagai undang-undang bagi para pihak, karena di dalam perjanjian itulah hak dan kewajiban (prestasi) dari masing-masing pihak diatur dan harus dilaksanakan. Apabila terdapat prestasi yang tidak dilaksanakan, atau belum dilaksanakan, atau dilaksanakan secara tidak sempurna, maka memberikan hak kepada pihak yang dirugikan untuk menuntut ganti rugi atas pelaksanaan prestasi tersebut.

Hampir semua sistem hukum yang ada di dunia berpandangan bahwa sebuah perjanjian merupakan sesuatu yang harus dilaksanakan dan ditegakkan oleh para pihak dalam perjanjian, karena isi sebuah perjanjian pada dasarnya merupakan manifestasi kehendak dari para pihak itu sendiri. Dalam sistem *common law*, asas ini lazim diberi ungkapan '*a contract must be observed*' atau '*a contract shall be held sacred*'.

Asas Kepribadian menyatakan tentang ruang lingkup berlakunya suatu perjanjian, yakni hanya terhadap para pihak yang membuat perjanjian tersebut. Pihak ketiga (di luar perjanjian) tidak dapat memperoleh hak atau menanggung kewajiban berdasarkan perjanjian itu. Asas ini sesuai dengan sifat dari hukum perdata (termasuk di dalamnya hukum perjanjian), yakni hukum yang mengatur hubungan antar individu.

Sebuah perjanjian hanya mengatur hak dan kewajiban dari para pihak yang membuatnya, serta hanya berlaku bagi para pihak tersebut. Pihak ketiga tidak dapat memperoleh hak (keuntungan) dari perjanjian itu dan tidak dapat dikenai kewajiban akibat

---

<sup>30</sup> *Ibid.*, hlm. 48

pelaksanaan perjanjian itu. Tetapi asas ini mempunyai perkecualian, yakni pihak ketiga dapat memperoleh hak (keuntungan) atau dikenai kewajiban apabila secara tegas dicantumkan dalam perjanjian itu.

## **2. Dampak Keberlakuan Kaidah Hukum Perjanjian Dalam Transaksi E-Commerce B2C Terhadap Perlindungan Konsumen**

Masyarakat (konsumen) Indonesia bersifat heterogen, baik dari segi pendidikan, kemampuan ekonomi, maupun tingkat kesadaran hukumnya. Hal ini sangat mempengaruhi tingkat kesadaran, kemauan dan kemampuan untuk merespon ketika hak-haknya sebagai konsumen dilanggar. Kemampuan konsumen untuk memperoleh akses terhadap keadilan sangat dipengaruhi faktor-faktor tersebut. Menurut Ward Berenschot dan Adriaan Bedner<sup>31</sup>, masyarakat Indonesia yang termasuk golongan bawah berada pada posisi yang kurang menguntungkan ketika berhadapan dengan sistem pengadilan.

Pelaku usaha, dengan kemampuan yang dimiliki, baik modal, teknologi, maupun jaringan distribusi, sangat mungkin untuk menjalankan aktivitas usahanya secara tidak jujur dan melanggar hukum demi memperoleh keuntungan yang besar. Hal ini bisa dilakukan dalam proses produksi yang mengabaikan kualitas dan keamanan produk, yang artinya mengabaikan kepentingan dan hak konsumen.

Sistem perekonomian global yang semakin kuat mengakibatkan terjadi penguasaan oleh yang kuat terhadap yang lemah. Negara memiliki tanggung jawab memberikan proteksi pada pihak yang lemah, termasuk konsumen ketika bersengketa dengan pelaku usaha yang lebih kuat (korporasi yang berskala nasional maupun multinasional/transnasional).

Segenap pemangku kepentingan, baik negara, pelaku usaha maupun konsumen, mempunyai tanggungjawab bersama untuk mewujudkan perlindungan bagi konsumen. Tugas utama pengembalian hukum, baik dalam aras legislasi, yudikasi maupun eksekusi, adalah mengidentifikasi dan mewujudkan suatu *bonum commune*.<sup>32</sup> Tujuan dan kebaikan bersama seluruh rakyat Indonesia telah dirumuskan dalam Pancasila dan UUD NKRI 1945.

Pembangunan sistem hukum, termasuk hukum perlindungan konsumen, yang kuat perlu didukung dengan politik hukum ekonomi yang berlandaskan pada Pancasila dan UUD NKRI 1945. Perlindungan dan pemberian keadilan terhadap setiap warga negara (konsumen) merupakan salah satu aspek yang harus diwujudkan bersama.

---

<sup>31</sup> Ward Berenschot dan Adriaan Bedner, *Akses terhadap keadilan: Sebuah pengantar tentang perjuangan Indonesia menjadikan hukum bekerja bagi semua orang*, dalam Ward Berenschot, Adriaan Bedner, Eddie Riyadi Langgut-Terre, Dewi Novirianti (Ed.), 2011, *Akses Terhadap Keadilan, Perjuangan masyarakat miskin dan kurang beruntung untuk menuntut hak di Indonesia*, Jakarta: Huma – KITLV – Epistema Institut, Leiden: Van Vollenhoven Institute, hlm. 17.

<sup>32</sup> Sejak Socrates di zaman klasik hingga Finnis yang kontemporer, hukum ditugaskan untuk mewujudkan *bonum commune*, mewujudkan kebaikan bersama. Yovita A. Mangesti, Bernard L. Tanya, 2014, *Moralitas Hukum*, Yogyakarta: Genta Publishing, hlm. 77.

Akses terhadap keadilan bagi konsumen harus diperkuat dengan langkah-langkah: (a) merevisi substansi UUPK agar dapat mencakup permasalahan perlindungan konsumen secara lebih komprehensif dan bersifat visioner; (b) meningkatkan dan membangun kapasitas aparat pelaksana dan penegak hukum; (c) membangun dan memperkuat kesadaran hukum konsumen dan pelaku usaha.

Hubungan hukum antara pelaku usaha dengan konsumen, salah satunya didasarkan pada perjanjian. Salah satu aspek penting dalam konteks ini adalah konsep pertanggungjawaban kontraktual pelaku usaha terhadap konsumen. Pelaku usaha bertanggungjawab kepada konsumen atas dasar kontrak/perjanjian yang telah disepakati. Asas pertanggungjawaban kontraktual pada dasarnya merupakan derivasi dari hukum perjanjian pada umumnya seperti yang diatur dalam Buku Ketiga KUH Perdata.

Bruggink menyatakan bahwa keberlakuan normatif/formal dari suatu kaidah hukum terjadi jika kaidah itu merupakan bagian dari suatu sistem kaidah hukum tertentu yang di dalamnya kaidah-kaidah hukum itu saling menunjuk yang satu terhadap yang lain. Sistem kaidah hukum yang demikian itu terdiri atas suatu keseluruhan hirarki kaidah hukum khusus yang bertumpu pada kaidah-kaidah hukum umum. Kaidah hukum khusus yang lebih rendah diderivasi dari kaidah hukum umum yang lebih tinggi.

Berdasarkan teori ini, oleh karena asas pertanggungjawaban kontraktual sebagaimana tercermin dalam ketentuan UUPK merupakan derivasi dari asas-asas hukum perjanjian pada umumnya yang diatur dalam KUH Perdata, maka terdapat keberlakuan normatif/formal asas pertanggungjawaban kontraktual. Apabila keberlakuan ini dikaitkan dengan transaksi yang terjadi melalui mekanisme *e-commerce*, maka pendapat Benjamin Wright dan Jane K. Winn serta Michael Chissik dan Kelman sangat relevan. *E-commerce* intinya adalah sebagai transaksi perdagangan biasa, maka konstruksi hukum yang mendasari kegiatan tersebut adalah tidak berbeda dengan konstruksi hukum jual beli biasa. Sehingga dalam hal ini terdapat perjanjian antara dua pihak, yakni antara penjual dengan pembeli seperti lazimnya perjanjian jual beli. Hal yang membedakan antara *e-commerce* dengan transaksi perdagangan konvensional adalah penggunaan medium elektronik yang menjadi ciri khas dari *e-commerce*. Keberlakuan normatif/formal dari asas pertanggungjawaban kontraktual dalam transaksi *e-commerce* tetap ada.

Krohn mengemukakan bahwa '*to be a consumer is to be a party to contract*',<sup>33</sup> menjadi konsumen berarti menjadi pihak dalam suatu kontrak. Hal ini cukup beralasan karena pada umumnya setiap kali terjadi jual beli, maka dapat dikatakan bahwa para pihak dalam jual beli tersebut telah menutup sebuah kontrak. Hubungan kontraktual telah terjadi antara penjual dengan pembeli (konsumen), yakni suatu hubungan hukum yang terjadi karena ditutupnya sebuah kontrak.

Tanggung jawab kontraktual (*contractual liability*) merupakan tanggung jawab perdata atas dasar perjanjian/kontrak dari pelaku usaha baik barang maupun jasa, atas

---

<sup>33</sup> Lauren Krohn, 1995, *Consumer Protection and The Law*, California: ABC-CCLIO, hlm. 71

kerugian yang diderita oleh konsumen akibat mengkonsumsi barang yang dihasilkannya atau memanfaatkan jasa yang diberikannya. Tanggung jawab tersebut didasarkan pada perjanjian/kontrak, apabila pelaku usaha tidak memenuhi isi kontrak maka pelaku usaha dapat dikatakan telah melakukan ingkar janji/wanprestasi (*breach of contract*). Konsumen dapat menuntut ganti rugi atas dasar telah terjadi wanprestasi.

Transaksi *e-commerce B2C* pada dasarnya juga merupakan transaksi yang sifatnya kontraktual, artinya terjadi hubungan langsung yang ditandai dengan penutupan sebuah perjanjian antara pelaku usaha dengan konsumen. Hak dan kewajiban para pihak termuat dalam perjanjian yang ditutup oleh mereka. Perjanjian antara pelaku usaha dengan konsumen dalam perkembangan praktik banyak dituangkan dalam bentuk perjanjian standar/baku untuk menciptakan mekanisme perdagangan yang cepat dan efisien. Perjanjian standar ini, karena dirancang, dicetak dan digandakan secara sepihak oleh pelaku usaha, maka tidak tertutup kemungkinan terjadinya ketidakseimbangan hak dan kewajiban antara pelaku usaha dengan konsumen. Kondisi ini tentu potensial menimbulkan kerugian pada konsumen.

Asas pertanggungjawaban kontraktual mendapatkan perhatian dengan mencantumkan pasal-pasal yang mengatur tentang hal tersebut. Asas ini pada dasarnya ingin menempatkan para pihak dalam perjanjian secara seimbang, sebagaimana tujuan dari hukum itu sendiri yaitu untuk menjaga keseimbangan. Keseimbangan hak dan kewajiban antara para pihak dalam sebuah perjanjian (jual beli) merupakan dambaan masyarakat.

Keseimbangan diharapkan akan semakin melindungi hak dan kewajiban para pihak secara yuridik. Masalah ini menjadi semakin penting dalam transaksi *e-commerce B2C*, mengingat transaksi ini sangat rentan terhadap berbagai pelanggaran dan penipuan, baik yang dilakukan oleh pelaku usaha maupun konsumen sendiri. Guna menghindari timbulnya kerugian bagi para pihak dalam transaksi *e-commerce B2C*, terutama pihak konsumen, maka asas pertanggungjawaban kontraktual dianggap sangat penting dan bernilai apabila diterapkan dalam transaksi ini.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memunculkan konsep 'dunia nyata' (*real world*) dan 'dunia maya' (*virtual world/cyberspace*). Salah satu implikasi dari konsep 2 (dua) macam dunia tersebut adalah keberlakuan kaidah hukum dunia nyata di dunia maya. Dunia maya pada dasarnya hanya merupakan kepanjangan dari dunia nyata (empirik). Kaidah hukum yang berlaku di dunia nyata juga berlaku di dunia maya, karena dasarnya adalah kegiatan manusia bukan 'ruang' (*space*).

Kaidah hukum perjanjian sebagaimana termaktub dalam KUH Perdata memiliki keberlakuan untuk transaksi *e-commerce B2C* di dunia maya. Keberlakuan ini perlu diikuti



dengan analogi atau perluasan makna karena bagaimanapun terdapat perbedaan-perbedaan kondisi antara transaksi di dunia nyata dan di dunia maya. Berdasarkan Teori Keberlakuan Hukum dari Bruggink, dikenal 3 (tiga) macam keberlakuan hukum: (a) keberlakuan faktual/empiris; (b) keberlakuan formal/normatif; dan (c) keberlakuan evaluatif.

2. Transaksi antara konsumen dengan pelaku usaha pada dasarnya ditandai dengan adanya perjanjian/kontrak. Asas pertanggungjawaban kontraktual yang terdapat dalam UUPK merupakan derivasi dari kaidah hukum perjanjian pada umumnya. Keberlakuan kaidah hukum perjanjian dalam transaksi *e-commerce* B2C memiliki dampak penting dalam perlindungan konsumen. Kondisi saat ini, perlu analogi dan perluasan makna kaidah-kaidah UUPK untuk transaksi *e-commerce* B2C. Guna memberikan perlindungan konsumen lebih baik, ke depan perlu perubahan kaidah-kaidah hukum UUPK yang mengakomodasi transaksi *e-commerce*.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Badruzaman, Mariam Darus, 1994, *Aneka Hukum Bisnis*, Bandung: Alumni

Berenschot, Ward, et.al., ed., 2011, *Akses Terhadap Keadilan, Perjuangan masyarakat miskin dan kurang beruntung untuk menuntut hak di Indonesia*, Jakarta: Huma – KITLV – Epistema Institut, Leiden: Van Vollenhoven Institute

Bruggink, 1996, *Rechtsreflecties*, terjemahan Arief Sidharta, *Refleksi Tentang Hukum*, Bandung: Citra Aditya Bakti

Fitzgerald, Anne, et.al., ed., 2000, *Going Digital 2000 – Legal Issues for E-Commerce, Software and The Internet*, St. Leonard, NSW: Prospect Media

Gunawan, Johannes, 2001, *Perbandingan Hukum Kontrak*, Bandung: Program Pascasarjana Unpar

Hartono, Sri Redjeki, 2012, *Evolusi Kajian Hukum Dagang Menjadi Hukum Bisnis dan Hukum Ekonomi*, Pidato Purna Tugas, Semarang: Fakultas Hukum Undip/Indrajit, Ricardus Eko, 2001, *E-Commerce Kiat dan Strategi di Dunia Maya*, Jakarta: PT Elex Media

Krohn, Lauren, 1995, *Consumer Protection and the Law A Dictionary*, California: ABC-CLIO

Mangesti, Yovita A. dan Tanya, Bernard L., 2014, *Moralitas Hukum*, Yogyakarta: Genta Publishing

Purbo, Onno W. dan Wahyudi, Aang, 2001, *Mengenai E-Commerce*, Jakarta: Elex Media Komputindo

Renouw, Dian Mega Erianti, 2017, *Perlindungan Hukum E-Commerce*, Jakarta: Yayasan Taman Pustaka

Rusli, Hardijan 1996,, *Hukum Perjanjian Indonesia Dan Common Law*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, Jakarta

Sanusi, Arsyad, 2001, *E-Commerce – Hukum dan Solusinya*, Bandung: Mizan

Subekti, 1996, *Hukum Perjanjian*, Jakarta: Intermedia

Whiteley, David, 2000, *E-Commerce – Strategy, Technologies and Applications*, Singapore: McGraw Hill

### **Perundang-undangan**

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik beserta perubahannya

UU No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan terhadap Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

### **Jurnal/Majalah/Dokumen Lain**

Majalah Warta Ekonomi No. 10/Th. XII/24 Juli 2000

Badan Pusat Statistik, 2019, *Statistik E-Commerce 2019*, Jakarta: BPS

Jurnal Hukum Bisnis Vol. 12 Tahun 2001

### **Website**

<https://apjii.or.id/survei2018s>

[www.blibli.com](http://www.blibli.com)

[www.bukalapak.com](http://www.bukalapak.com)