

PENGATURAN HUKUM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE (*E-COMMERCE*) DI ERA TEKNOLOGI

Ika Atikah

Dosen Fakultas Syariah
UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten

Abstrak

Sistem transaksi jual beli konvensional dianggap sudah tidak mengakomodir keinginan konsumen untuk berbelanja dengan tidak harus keluar rumah atau gedung kantor, menggunakan sarana komputer atau *handphone* dan terhubung jaringan internet dengan membuka situs-situs belanja online yang kian menjamur memenuhi pangsa pasar, memudahkan transaksi jual beli secara *e-commerce* menjadi solusi bagi masyarakat. *E-Commerce* lahir berdasarkan kontrak jual beli yang terjadi secara elektronik antara penjual dan pembeli. Meskipun transaksi elektronik telah mengalami amandemen dalam perundang – undangannya yaitu Undang – Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, namun belum mengakomodir tentang syarat-syarat sahnya suatu kontrak elektronik secara khusus, *E-commerce* diatur dalam Undang – Undang Perdagangan, dan Peraturan Pemerintah serta Keputusan Menteri Perdagangan. Namun, prinsip dasar keberlakuan suatu kontrak di Indonesia mengacu pada Pasal 1320 KUHPerdata, sehingga dapat pula diterapkan pada kontrak elektronik. Transaksi jual beli *E-commerce* secara umum diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang perubahan atas Undang – Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik atau yang disingkat dengan ITE. Pasal 18 ayat 1 UU ITE menyebutkan bahwa kontrak elektronik harus memiliki kekuatan hukum yang sama dengan kontrak konvensional.

Kata Kunci : *Transaksi Jual Beli, E-commerce, Undang-undang*

A. Pendahuluan

Di era modern seperti sekarang, transaksi jual beli online bukan sesuatu hal yang baru. Hampir di seluruh negara kebanyakan konsumen telah melakukan transaksi jual beli online atau yang lebih dikenal dengan *E-commerce*. Sebut saja Bukalapak, Lazada, Zalora, Olx, Shopee, Alibaba, Tokopedia dan masih banyak lainnya. Sistem transaksi jual beli konvensional dianggap sudah tidak mengakomodir keinginan konsumen untuk berbelanja dengan tidak harus keluar rumah atau gedung kantor, cukup di depan layar komputer atau *handphone* dan terhubung jaringan internet dengan membuka situs – situs belanja online yang kian menjamur memenuhi pangsa pasar. Di Indonesia, fenomena *E-commerce* sudah dikenal sejak tahun 1996 dengan munculnya situs <http://www.sanur.com> sebagai toko buku *on-line* Universitas Sumatera Utara pertama. Meski belum populer pada tahun 1996 tersebut, mulai bermunculan berbagai situs yang melakukan *E-commerce* sepanjang tahun 1997-1998 eksistensi *E-commerce* di Indonesia sedikit terabaikan karena krisis ekonomi. Namun ditahun 1999 hingga saat ini kembali menjadi fenomena yang menarik perhatian masyarakat Indonesia yang mengenal teknologi.

Umumnya, transaksi jual beli menurut pasal 1457 KUHPerdata, jual beli adalah suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Sedangkan menurut Abdulkadir Muhammad, perjanjian jual beli adalah perjanjian dengan mana penjual memindahkan atau setuju memindahkan hak milik atas barang kepada pembeli sebagai imbalan sejumlah uang yang disebut harga.¹

Menurut Siregar, *Electronic Commerce (E-Commerce)* adalah proses pembelian, penjualan atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan komputer. *E-Commerce*

¹ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perjanjian*, Bandung: PT Alumni, 2010, hlm. 243

merupakan bagian dari *e-business*, di mana cakupan *E-Business* lebih luas, tidak hanya sekedar perniagaan tetapi mencakup juga pengkolaborasian mitra bisnis, pelayanan nasabah, lowongan pekerjaan, dll. Selain teknologi jaringan *www*, *E-Commerce* juga memerlukan teknologi basis data atau pangkalan data (*database*), surat elektronik (*e-mail*), dan bentuk teknologi non komputer yang lain seperti halnya sistem pengiriman barang, dan alat pembayaran untuk *E-Commerce*.

E-Commerce lahir berdasarkan kontrak jual beli yang terjadi secara elektronik antara penjual dan pembeli. Meskipun transaksi elektronik telah mengalami amandemen dalam perundang – undangannya yaitu Undang – Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang perubahan atas Undang – Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, namun belum mengakomodir tentang syarat-syarat sahnya suatu kontrak elektronik secara khusus, meskipun *E-commerce* diatur dalam Undang – Undang Perdagangan, dan Peraturan Pemerintah serta Keputusan Menteri Perdagangan. Namun, prinsip dasar keberlakuan suatu kontrak di Indonesia mengacu pada Pasal 1320 KUHPerdata, sehingga dapat pula diterapkan pada kontrak elektronik. Transaksi jual beli *E-commerce* secara umum diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang perubahan atas Undang – Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik atau yang disingkat dengan ITE. Pasal 18 ayat 1 UU ITE menyebutkan bahwa kontrak elektronik harus memiliki kekuatan hukum yang sama dengan kontrak konvensional.

Tidak dapat dipungkiri, dalam efektifitasnya berbelanja *online* mampu membuat konsumen dirugikan akibat ulah pemilik akun belanja *online* fiktif sehingga transaksi jual beli dianggap tidak pernah terjadi, meskipun sejumlah uang telah ditransfer, namun barang yang dibeli oleh konsumen tidak sampai ke tangannya. Hal ini yang perlu dicermati oleh konsumen cerdas sebelum membeli barang – barang dengan harga jauh lebih murah

dibandingkan dengan barang – barang yang dijual secara konvensional (*face-to-face*).²

B. Transaksi Jual Beli Online (E-Commerce)

Jual beli diatur dalam pasal 1457 KUHPerdara dimana jual beli adalah suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Di dalam pasal 1313 KUHPerdara disebutkan suatu persetujuan adalah perbuatan dimana satu orang atau lebih mengikatkan diri terhadap satu orang atau lebih. Apabila pembeli melakukan kata atau persetujuan sepakat dengan penjual maka terjadilah jual beli tersebut yang juga dinyatakan dalam pasal 1458 KUHPerdara. Disebutkan dalam pasal tersebut bahwa jual beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, segera setelah orang – orang itu mencapai kesepakatan tentang barang tersebut beserta harganya, meskipun barang itu belum diserahkan dan harganya belum dibayar.

Menurut asas konsensual yang dianut sistem *code civil* dalam hukum perjanjian dalam KUHPerdara. Lahirnya perjanjian adalah pada saat terjadi kata sepakat antara pembeli dan penjual. Hal ini berarti semestinya dengan terjadinya kata sepakat mengenai harga dan barang, saat itu juga terjadi peralihan hak dari penjual kepada pembeli. Dalam hal ini KUHPerdara tidak konsisten. Menurut KUHPerdara, dengan adanya kata sepakat belum berarti terjadi peralihan hak milik atas barang kepada pihak pembeli. KUHPerdara ternyata menganut asas obligatoir, yang berarti bahwa kata sepakat baru menimbulkan hak dan kewajiban untuk menuntut penyerahan barang dan pembayaran dengan uang. Terjadinya perjanjian tersebut tidak dengan

² Lihat <http://bisnis.liputan6.com/read/2478076/kasus-penipuan-online-terjadi-lagi-kerugian-hingga-miliaran> ,
<http://news.okezone.com/read/2016/02/22/338/1318332/polda-metro-jaya-terima-93-kasus-penipuan-belanja-online> ,
<http://m.republika.co.id/berita/nasional/umum/13/11/20/mwi23f-hatihati-belanja-online-ini-buktinya> diakses pada tanggal 10 Juli 2018

sendirinya terjadi peralihan hak milik. Pembeli baru menjadi pemilik barang yang dibelinya itu jika telah dilakukan penyerahan.³

Jual beli *online* atau yang sering disebut dengan istilah *e-commerce* sudah menjadi kebutuhan keseharian masyarakat perkotaan. Menurut Alimin, mendefinisikan jual beli *online* sebagai satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik.⁴

Menurut Cavanilas dan Nadal dalam tesis Arsyad pada umumnya jual beli *online* memiliki beberapa cara dan tipe dalam pelaksanaannya, diantaranya :⁵

1. Transaksi melalui *chatting* atau *video conference* adalah seseorang dalam menawarkan sesuatu dengan model dialog interaktif melalui internet seperti melalui telepon, *chatting* dilakukan melalui tulisan sedangkan *video conference* dilakukan melalui media elektronik dimana orang dapat melihat gambar dan mendengar suara pihak lain yang melakukan penawaran.
2. Seseorang yang melakukan transaksi dengan *e-mail*, sebelumnya sudah harus memiliki *e-mail address*. Selanjutnya sebelum melakukan transaksi, pembeli sudah mengetahui *e-mail* yang akan dituju dan jenis barang serta jumlah yang akan dibeli. Kemudian, pembeli menulis spesifikasi produk alamat pengiriman dan cara pembayaran. Selanjutnya, pembeli akan menerima konfirmasi dari penjual tentang barang yang di order tersebut.⁶

³ Fauzi Bowo, *Hukum Dagang di Indonesia*, Yogyakarta, Legality, 2017, hlm.214

⁴ Muhammad Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta, BPFE, 2004, hlm. 76

⁵ Sanusi Arsyad, *Transaksi Bisnis Elektronik Commerce (E-Commerce) : Studi tentang Permasalahan-Permasalahan Hukum dan Solusinya*. Tesis Magister. Yogyakarta, Universitas Islam Indonesia, hlm. 53.

⁶ Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*, Yogyakarta, Magistra Insania Press, hlm. 29

Model transaksi melalui website atau situs resmi yaitu dengan cara ini penjual menyediakan daftar atau katalog barang yang dijual dengan disertai deskripsi produk yang dijual pada model transaksi ini dikenal istilah *order form* dan *shopping cart*. *Order form* adalah format pemesanan yang berisi tentang spesifikasi barang yang dipesan, cara pembayaran dan informasi lain yang berkaitan proses jual beli yang dilakukan. Sedangkan *shopping cart* adalah sebuah *software* di dalam *website* yang memberikan keleluasaan bagi pelanggan untuk melihat toko yang dibuka dan memilih item untuk diletakkan dalam kereta belanja yang kemudian membelinya setelah *check out*. Secara ringkas dalam *online orders* ada beberapa tahapan yang dilakukan yaitu *find it, explore it, select it, buy it, dan ship it*.⁷

Transaksi jual beli *E-Commerce* menurut Munir Fuady, meliputi banyak hal. Untuk membedakannya perlu dibagi dalam beberapa jenis sebagai berikut:⁸

1. *Business to Business (B2B)*

Transaksi yang terjadi antara perusahaan dalam hal ini, baik pembeli maupun penjual adalah sebuah perusahaan dan bukan perorangan. Biasanya transaksi ini dilakukan karena mereka telah saling mengetahui satu sama lain dan transaksi jual beli tersebut dilakukan untuk menjalin kerja sama antara perusahaan itu.

2. *Business to Consumer (B2C)*

Transaksi antara perusahaan dengan konsumen/individu. Pada jenis ini transaksi disebarakan secara umum, dan konsumen yang berinisiatif melakukan transaksi. Produsen harus siap menerima respon dari konsumen tersebut. Biasanya sistem yang digunakan adalah sistem web karena sistem ini yang sudah umum dipakai dikalangan masyarakat.

⁷ Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*, Yogyakarta, Magistra Insania Press, hlm. 29

⁸ Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis*, Bandung, Citra Aditya Bakti, hlm. 408

3. *Consumer to Consumer (C2C)*

Transaksi jual beli yang terjadi antara individu dengan individu yang akan saling menjual barang.

4. *Consumer to Business (C2B)*

Transaksi yang memungkinkan individu menjual barang pada perusahaan.

5. *Non-Business Electronic Commerce*

6. *Intrabusiness (Organizational) Electronic Commerce*

Implementasi transaksi jual beli online (*E-Commerce*) tidak luput dari akibat hukum bertransaksi. Permasalahan yang muncul tentu saja tentang keabsahan perjanjian sebagaimana diatur dalam pasal 1320 KUHPPerdata. Syarat sah daripada transaksi jual beli tentu saja perlu dipenuhi 4 syarat, yaitu:⁹

Syarat Sahnya Perjanjian Terdiri Dari	
1. Kesepakatan para pihak dalam perjanjian (<i>agreement</i>) 2. Kecakapan para pihak dalam perjanjian (<i>capacity</i>)	Syarat Subjektif
3. Suatu hal tertentu (<i>certainty of Terms</i>) 4. Sebab yang halal (<i>considerations</i>)	Syarat Objektif

Perjanjian dianggap sah dan mengikat secara penuh bagi para pihak yang membuatnya sejauh tidak bertentangan dengan prinsip – prinsip hukum yang berlaku, tidak melanggar kesusilaan dan ketertiban umum. Perjanjian dianggap sah dan mengikat secara penuh bagi para pihak yang membuatnya sejauh tidak bertentangan dengan prinsip – prinsip hukum yang berlaku. Batalnya suatu perjanjian dimana perjanjian yang dibuat dengan tidak memenuhi syarat sah perjanjian sebagaimana pada pasal 1320 KUHPPerdata, sehingga berakibat kepada batalnya perjanjian.

⁹ <http://m.hukumonline.com/klinik/detail/cl3520/batalnya-suatu-perjanjian> diakses pada tanggal 20 Juli 2018

Sutan Remy Sjahdeini mengungkapkan bahwa keabsahan perjanjian baku tidak perlu dipersoalkan lagi oleh karena perjanjian baku eksistensinya sudah merupakan kenyataan yaitu dengan telah dipakainya perjanjian baku secara meluas dalam dunia bisnis sejak lebih dari 80 tahun lamanya. Kenyataan ini terbentuk karena perjanjian baku memang lahir dari kebutuhan masyarakat sendiri. Dunia bisnis tidak dapat berlangsung tanpa perjanjian baku. Perjanjian baku dibutuhkan oleh dan karena itu diterima masyarakat.¹⁰

Risiko dalam jual beli barang tertentu telah beralih kepada pihak pembeli sejak adanya kata sepakat. Meskipun penyerahan barang belum terjadi, penjual tetap berhak menuntut pembayaran harga seandainya barang musnah (pasal 1460 KUHPerdara). Objek jual beli yang terdiri dari barang yang dijual dengan timbangan, bilangan atau ukuran, risiko atas barang yang berada di pihak penjual sampai barang itu ditimbang, diukur atau dihitung (pasal 1461 KUHPerdara). Jika barang yang dijual dengan “tumpukan” atau onggokan, barang – barang menjadi risiko pembeli, meskipun barang – barang itu belum ditimbang, diukur atau dihitung (pasal 1462 KUHPerdara).

Di dalam suatu *offerte* atau *offer* yang perlu disebutkan terhadap barang yang ditawarkan antara lain mengenai :

1. Macamnya atau jenis barang.

Karena *offerte* merupakan dasar pembuatan *sales contract*, maka penyebutan barang juga sangat penting, terutama mengenai uraian atas barang dibuat sejelas – jelasnya, seperti mutu, nama pabrikan. Juga penetapan mengenai jumlah barang harus sejelas mungkin agar di kemudian hari tidak terjadi tafsir. Dari segi yuridis, penyebutan mengenai jenis barang sangat penting sehubungan dengan pengaruhnya terhadap risiko yang akan dijual kelak.

¹⁰ Marim Darus Badruzaman, *Perjanjian Baku (Standard) Perkembangan di Indonesia*, Bandung, Alumni, 1981, hlm. 105 dalam tesis Bagus Hanindyo Mantri, *Perlindungan Konsumen Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce*, Program Magister Ilmu Hukum, Universitas Diponegoro, Semarang, 2007

Misalnya, dalam perjanjian jual beli atas barang jenis tertentu, risiko terjadi setelah beralih individualisasi atas barang yang ditentukan bagi pembeli. Pengindividualisasian terjadi dengan perhitungan, pengukuran, atau penimbangan atas barang yang dijadikan objek jual beli.

2. Kualitas barang.

Penyebutan mengenai kualitas barang dapat dinyatakan dengan *monster* (contoh), tipe, keterangan, dan namanya. Di dalam jual beli perniagaan atau perusahaan, penawaran sering dilakukan dengan menggunakan *monster* biasanya banyak dilakukan oleh makelar atau perantara di bursa – bursa perniagaan atau bursa komoditas. Penggunaan *monster* dimaksudkan untuk menunjuk kepada pembeli tentang kualitas barang yang ditawarkan itu, sehingga dengan demikian *monster* menjadi dasar perjanjian jual beli itu. Hal ini juga berpengaruh atas penyerahan barang kelak, yaitu penyerahan harus sesuai dengan *monster*. Oleh karena itu, apabila jual beli dilakukan dengan perantaraan seorang makelar, maka makelar wajib menyimpan *monster* sampai waktu selesainya penyerahan barang (pasal 69 KUHD). Jual beli dengan *monster* sering terjadi atas barang – barang yang sukar ditentukan kualitasnya seperti tembakau kering.¹¹

Kewajiban utama pihak penjual dalam perjanjian jual beli adalah penyerahan barang yang dijualnya kepada pihak pembeli. Ketentuan cara penyerahannya barang dalam perjanjian jual beli pada umumnya adalah berdasarkan ketentuan pasal 612 dan 613 KUHPerdara. Berlainan dengan penyerahan di dalam perjanjian jual biasanya, di dalam perjanjian jual beli perniagaan atau perusahaan pada umumnya berlaku dengan cara penyerahan dokumen. Di dalam transaksi dagang biasanya dikenal 4 (empat) macam dokumen atau surat dagang, yaitu faktur, konosemen (*bill*

¹¹ Fauzi Bowo, *Hukum Dagang di Indonesia*, Yogyakarta, Legality, 2017, hlm. 218-219

of loading), polis asuransi, dan wesel. Kesemua dokumen tersebut disebut *commercial set*.

Disamping penyerahan barang dilakukan dengan penyerahan dokumen – dokumen tersebut, di dalam dokumen tersebut lazim pula dimuat janji – janji atau syarat – syarat atau klausul bagaimana barang itu diserahkan. Penyebutan persyaratan atau klausul penyerahan tersebut merupakan salah satu ciri khas jual perusahaan atau perniagaan. Syarat – syarat penyerahan barang tersebut diantaranya :¹²

1. Syarat *loco*

Syarat *loco* biasanya digunakan untuk bentuk transaksi yang sederhana dan merupakan transaksi setempat. Dengan syarat *loco* ini pembeli akan menerima penyerahan barang di tempat di mana barang yang bersangkutan berada. Biasanya penawaran di dalam jual beli perusahaan, penyebutan harga barang yang ditawarkan disertai pula penjelasan syarat penyerahannya. Misalnya harga barang yang disebutkan seperti Rp. 15.000 per kg *loco* gudang atau pabrik. Dengan penyebutan ini berarti penyerahan barang akan terjadi di gudang atau pabrik penjual, selebihnya yang menyangkut ongkos atau biaya pengangkutan ke tempat pembeli menjadi tanggung jawab pihak pembeli. Dengan menyebutkan syarat di atas, bermakna pula bahwa saat pembelian, pemisahan barang, peralihan risiko, penyebutan, penerimaan, dan pembayaran pada saat yang bersamaan.

2. Syarat *franco*

Syarat *franco* merupakan kebalikan dari syarat *loco*. Di dalam syarat *franco*, penjual yang menyerahkan barangnya di tempat atau di gudang pembeli. Di dalam penawaran pada jual beli perusahaan, penjual atau pabrik yang berada di Bandung misalnya, menawarkan suatu barang tertentu kepada calon pembeli yang berdomisili di Yogyakarta dengan menyebutkan harga barang Rp. 2.000/kg *franco*

¹² Fauzi Bowo, *Hukum Dagang di Indonesia*, Yogyakarta, Legality, 2017, hlm. 220-221

gudang pembeli. Dengan penyebutan semacam itu berarti harga barang tersebut sudah termasuk komponen ongkos angkut dari Bandung ke Yogyakarta. Dengan persyaratan tersebut bermakna pula, bahwa peralihan hak dan peralihan risiko atas barang terjadi bersamaan di gudang pembeli di Yogyakarta.

3. *Free alongside ship (FAS)*

Dengan syarat ini, penjual menyerahkan barang di samping kapal yang membawa barang tersebut ke tempat pembeli. Dengan persyaratan yang demikian, pembeli menanggung biaya muat barang di pelabuhan pemuatan, biaya bongkar di pelabuhan pembongkaran, premi asuransi, dan ongkos – ongkos lainnya di gudang pembeli.

4. *Free on board (FOB)*

FOB merupakan syarat kondisi penyerahan barang antara penjual dan pembeli (eksportir dan importir dalam perjanjian ekspor – impor), dengan penetapan harga dihitung berdasarkan nilai barang ditambah dengan semua biaya sampai barang berada di atas kapal (*on board*). Biaya – biaya yang menjadi tanggung jawab pihak penjual terdiri dari biaya pajak ekspor (dalam perjanjian ekspor – impor), biaya pengangkutan barang dari gudang penjual ke dermaga pelabuhan, biaya muat barang dari dermaga ke atas kapal serta biaya pemadatan atau penyusunan barang. Biaya lain seperti uang tambang (*freight*), premi asuransi, biaya bongkar di pelabuhan pembongkaran, dan biaya angkutan dari dermaga ke gudang pembeli menjadi tanggung jawab pembeli.

Secara hukum, persyaratan FOB membawa konsekuensi bahwa penyerahan barang dan peralihan risiko dari pihak pembeli kepada penjual terjadi di atas kapal. Menurut Hartono Hadisoeparto ada persamaan antara syarat *franco* dan FOB. Perbedaannya terletak pada segi pembiayaan, penyerahan dan peralihan risiko. Dari segi pembiayaan, dalam syarat FOB penjual menanggung biaya pengangkutan dan segala ongkos sampai di pelabuhan pemuatan,

sedangkan biaya selanjutnya menjadi tanggung jawab dan beban pembeli. Di dalam syarat *franco*, penjual menanggung biaya angkut dan ongkos – ongkos lainnya sampai di tempat tujuan sebagaimana disebut di belakang kata FOB.

5. *Cost and Freight (C&F)*

C&F merupakan syarat atau kondisi penyerahan barang di antara penjual dan pembeli di mana harga jual sudah mencakup harga pokok barang yang bersangkutan serta ongkos pengangkutan, tetapi tidak termasuk premi asuransi.

6. *Cost, Insurance, and Freight (CIF)*

CIF merupakan syarat atau kondisi penyerahan barang di antara penjual dan pembeli di mana harga jual sudah mencakup harga pokok barang yang bersangkutan, premi asuransi, dan pengangkutan. Artinya, penjual mengatur dan menanggung semua biaya yang dikeluarkan dalam pengiriman barang dari gedung penjual sampai ke gudang pembeli. Dari segi yuridis, sama seperti syarat FOB, di dalam syarat CIF juga membawa konsekuensi peralihan risiko dan penyerahan barang terjadi ketika barang diletakkan di atas kapal yang akan membawa barang itu ke tempat tujuan.

7. *Netto uitgelever gewicht (NUG)*

NUG adalah syarat atau kondisi di mana dalam penjualan barang pembeli hanya akan menerima barang dalam keadaan berat bersih pada saat diserahkan, sehingga dalam hal ini pembeli hanya akan membayar harga barang sebesar berat bersih pada saat diserahkan kepadanya. Syarat NUG itu lazim dipergunakan dalam jual beli perniagaan terhadap barang – barang yang mudah sekali menyusut seperti kapas, garam, dan kopra.

Penyebutan syarat – syarat tersebut di atas, juga berlaku sebagai syarat penyerahan barang, juga berpengaruh pula atas harga barang dalam jual beli perniagaan.

Apabila dalam transaksi yang dilakukan oleh pembeli dan penjual *e-commerce* batal, maka pembatalan bisa dibedakan ke dalam 2 terminologi yang memiliki konsekuensi yuridis, yaitu :

1. *Null and Void*, dari awal perjanjian itu telah batal atau dianggap tidak pernah ada, apabila syarat objektif tidak dipenuhi. Perjanjian itu batal demi hukum, dari semula tidak pernah adanya suatu perjanjian.
2. *Voidable*, bila salah satu syarat subyektif tidak dipenuhi, perjanjiannya bukannya batal demi hukum, tetapi salah satu pihak dapat memintakan pembatalan itu. Perjanjiannya sendiri tetap mengikat kedua belah pihak, selama tidak dibatalkan (oleh hakim) atas permintaan pihak yang berhak meminta pembatalan tadi (pihak yang tidak cakap atau pihak yang memberikan sepakatnya secara tidak bebas).

Setelah keabsahan perjanjian, tentu saja perizinan tentang pendirian toko *online shop* (*E-Commerce*). Kementerian perdagangan memperketat ruang gerak perdagangan di dunia maya dengan sederet persyaratan yang mengikat soal perizinan dalam produk turunan rancangan peraturan pemerintah tentang *E-Commerce*. Otoritas perdagangan akan memberlakukan rezim perizinan yang rigid untuk aktivitas perniagaan *online* di bawah payung hukum Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.

Total nilai pasar *e-commerce* di Indonesia saja pertengahan tahun 2013 – Januari 2014 saat itu diprediksi oleh Vela Asia dan Google akan mencapai 8 Miliar dollar Amerika dan diprediksi akan terus meningkat hingga mencapai angka 24 Miliar dollar Amerika. Visa memperkirakan online shopping di Indonesia akan tumbuh 40% pada tahun 2013 dan 53% pada tahun 2014, dari 23% pada tahun 2012. Mengingat pertumbuhan *e-commerce* yang pesat tersebut, aturan terkait *e-commerce* telah banyak diatur dalam Undang – Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.¹³

¹³<http://www.pajak.go.id/content/e-commerce-di-indonesia-sudah-diatur-dalam-uu-perdagangan> diakses pada tanggal 20 Juli 2018

Perkembangan bisnis *e-commerce* atau jual beli online di Indonesia meningkat drastis. Data dari Social Research & Monitoring soclab.com menunjukkan, pada tahun 2015 pengguna internet di Indonesia mencapai 93,4 juta dengan 77% diantaranya mencari informasi produk dan belanja online. Tahun 2016, jumlah online shopper mencapai 8,7 juta orang dengan nilai transaksi sekitar 4,89 miliar dollar Amerika.¹⁴

Intervensi pemerintah sangat diperlukan dalam hal pengaturan hukum atas transaksi perdagangan secara elektronik (*e-commerce*), sehingga perlu diatur peraturan yang saling terintegrasi dalam peraturan perundang – undangan. Pembahasan mengenai *e-commerce* tentu saja melibatkan sejumlah kementerian dan lembaga karena menyangkut sejumlah isu di bidang logistik, infrastruktur, institusi keuangan dan sebagainya. Mekanisme pembayaran online, internal pemerintah perlu mengkaji detail tentang regulasi yang perlu diperketat sehingga tidak merugikan pembeli yaitu konsumen yang mayoritas berasal dari masyarakat Indonesia atas transaksi bisnis online fiktif atau tidak memenuhi standar klausul atau peraturan pemerintah tentang pengaturan transaksi *e-commerce*.

Terkait dengan hal itu, terdapat interaksi antara UU ITE dengan UU Perdagangan serta kewenangan instansi pelaksanaanya, dimana Kominfo lebih mengemukakan istilah *e-business* sementara Kementerian Perdagangan mengemukakan istilah *e-commerce*. Seiring dengan hasil studi United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) telah mencermati dinamika *e-commerce* di ASEAN yang berkembang demikian pesat, dimana dinyatakan bahwa Indonesia sebagai negara yang cukup tertinggi transaksinya. Sayangnya meskipun Indonesia dikatakan sudah memiliki beberapa ketentuan hukum yang diperlukan untuk *e-commerce*, namun ternyata masih

¹⁴ Transaksi *e-commerce* di Indonesia pada 2016 mencapai 4,89 Miliar Dollar AS <http://www.tribunnews.com/bisnis/2017/02/20/transaksi-e-commerce-di-indonesia-pada-tahun-2016-mencapai-489-miliar-dollar-as> diakses pada tanggal 10 Agustus 2018

dikatakan bersifat parsial atau belum sepenuhnya, khususnya dalam hal perlindungan privacy dan perlindungan konsumen.¹⁵

Berkaitan dengan tumbuhnya perdagangan daring, pemerintah dinilai perlu fokus menata lisensi produk luar yang masuk ke Indonesia, baik melalui perdagangan maupun penjualan daring, untuk mengantisipasi maraknya bisnis antar wilayah dan antarnegara yang tidak mendapatkan izin penjualan. perlu penataan lisensi, pihak yang terlibat perdagangan mengimpor dan mengeksport ketika *online* sudah tanpa batas secara bebas. Penataan lisensi tentu saja untuk menghindari bisnis yang hanya ingin mengambil keuntungan tetapi tidak membayar pajak maupun tidak ada dasar perlindungan terhadap konsumen. Penjualan online ini rentan penipuan dan pemalsuan barang. Pemerintah perlu mengambil kebijakan terkait izin usaha memasarkan produk agar tidak terjadi peredaran produk palsu yang merugikan masyarakat. Selain itu, sanksi bagi pemilik tempat yang menjual produk palsu secara bebas harus seimbang dengan kerugian yang disebabkan. Modus penipuan di kalangan penjual, dengan tidak mengirimkan barang yang sudah terjual atau produk tak sesuai dengan spesifikasi yang ditawarkan di awal. Sebaliknya, penipuan di kalangan pembeli bisa terjadi tatkala pembeli mangkir tidak mau membayar barang yang sudah di tangannya.

C. Perlindungan Hukum Atas Transaksi E-Commerce

Pembangunan dan perkembangan perekonomian di bidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi. Ditambah dengan globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi kiranya memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan jasa.

¹⁵ Edmon Makarim, *Kerangka Kebijakan dan Reformasi Hukum Untuk Kelancaran Perdagangan secara Elektronik (E-Commerce)* di Indonesia, Fakultas Hukum Universitas Indonesia <http://jhp.ui.ac.id/index.php/home/article/download/25/25> diakses pada tanggal 22 Juli 2018

Akibatnya, barang dan jasa yang ditawarkan bervariasi baik produksi luar negeri dan produksi dalam negeri. Kondisi seperti ini di satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan akan barang dan jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar, karena adanya kebebasan untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang dan jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen.

Namun di sisi lain, dapat mengakibatkan kedudukan penjual/pelaku usaha dan pembeli/konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang lemah, yang menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar – besarnya oleh pelaku usaha melalui berbagai promosi, cara penjualan, serta penerapan perjanjian baku yang merugikan konsumen.

Perlindungan konsumen menurut pasal 1 angka 1 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Az. Nasution menyebutkan hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas – asas dan kaidah – kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang/jasa) konsumen antara penyedia dan penggunaannya, dalam kehidupan bermasyarakat.

Menurut Johanes Gunawan, perlindungan hukum terhadap konsumen dapat dilakukan pada saat sebelum terjadinya transaksi (*no conflict/pre purchase*) dan/atau pada saat setelah terjadinya transaksi (*conflict/post purchase*).¹⁶ Perlindungan hukum terhadap konsumen dapat dilakukan dengan cara antara lain:¹⁷

1. *Legislation*, yaitu perlindungan hukum terhadap konsumen yang dilakukan pada saat sebelum terjadinya transaksi dengan memberikan perlindungan kepada

¹⁶ Johanes Gunawan, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung, Universitas Katolik Parahyangan, 1999, hlm. 3

¹⁷ Johanes Gunawan, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung, Universitas Katolik Parahyangan, 1999, hlm. 4

konsumen melalui peraturan perundang – undangan yang telah dibuat. Sehingga dengan adanya peraturan perundang – undangan tersebut diharapkan konsumen memperoleh perlindungan sebelum terjadinya transaksi, karena telah ada batasan – batasan dan ketentuan yang mengatur transaksi antara konsumen dan pelaku usaha.

2. *Voluntary Self Regulation*, yaitu perlindungan hukum terhadap konsumen yang dilakukan pada saat sebelum terjadinya transaksi, dimana dengan cara ini pelaku usaha diharapkan secara sukarela membuat peraturan bagi dirinya sendiri agar lebih berhati – hati dan waspada dalam menjalankan usahanya.

Perlindungan hukum konsumen pada saat setelah terjadinya transaksi (*conflict/post purchase*) dapat dilakukan melalui jalur Pengadilan Negeri atau diluar Pengadilan oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen berdasarkan pilihan para pihak yang bersengketa.

Hak – hak konsumen yang ada dan diakui hingga sekarang, berawal dari perkembangan hak-hak konsumen yang ditegaskan dalam resolusi PBB Nomor 39/248 Tahun 1985 tentang perlindungan konsumen dan di Indonesia direalisasikan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999. Pasal 4 UUPK hak konsumen adalah :

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa.
2. Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.

6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
9. Hak – hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang – undangan lainnya.

Hak – hak konsumen sebagaimana disebutkan dalam 4 UUPK lebih luas daripada hak-hak dasar konsumen sebagaimana pertama kali dikemukakan oleh Presiden Amerika Serikat J.F. Kennedy di depan kongres pada tanggal 15 Maret 1962, yaitu terdiri atas :

1. Hak memperoleh keamanan.
2. Hak memilih.
3. Hak mendapat informasi.
4. Hak untuk didengar.

Selain hak, kewajiban – kewajiban konsumen diatur dalam pasal 5 UUPK, yaitu :

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan jasa, demi keamanan dan keselamatan.
2. Beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan jasa.
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Undang – Undang Perlindungan Konsumen tidak hanya mengatur hak dan kewajiban konsumen, namun juga hak dan kewajiban pelaku usaha. Hak pelaku usaha diatur dalam pasal 6 UUPK, yaitu :

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
2. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen beriktikad tidak baik.
3. Hak untuk mendapatkan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.
4. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
5. Hak – hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangan lainnya.

Kewajiban dari pelaku usaha diatur dalam pasal 7 UUPK, yaitu :

1. Beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
2. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
5. Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.
6. Memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Hak dan kewajiban baik konsumen dan pelaku usaha tentu saja berlaku tidak hanya kegiatan transaksi jual beli konvensional tetapi juga transaksi jual beli online (*e-commerce*). Teknologi informasi telah mengubah cara – cara bertransaksi dan membuka

peluang baru dalam melakukan transaksi bisnis. Teknologi informasi tersebut juga sekaligus menciptakan peluang – peluang baru bagi tindak kejahatan. Konsekuensinya, *electronic information* memerlukan adanya perlindungan yang kuat terhadap upaya – upaya yang dilakukan oleh pihak – pihak yang tidak bertanggung jawab untuk dapat mengakses informasi tersebut. Kebutuhan perlindungan yang demikian menjadi sangat tinggi apabila menyangkut *electronic information* yang sangat rahasia.¹⁸

Sistem keamanan dalam dunia komputer mulai menjadi perhatian serius para peneliti dan praktisi teknologi informasi sejak ditemukannya teknologi jaringan komputer. Pemicu berkembangnya isu di bidang ini adalah karena adanya fenomena pengiriman data melalui media transmisi (darat, laut, dan udara) yang mudah “dicari” oleh mereka yang tidak berhak. Data mentah dari sebuah komputer yang dikirimkan ke komputer lain pada dasarnya rawan terhadap “intervensi” pihak ketiga, sehingga diperlukan suatu strategi khusus agar terjadi, paling tidak dua hal¹⁹.

1. Data yang dikirimkan tidak secara fisik diambil oleh pihak lain yang tidak berhak;
2. Data yang dikirimkan dapat diambil secara fisik, namun yang bersangkutan tidak dapat membacanya.

Information security merupakan bagian yang sangat penting dan sistem *e-commerce*. Tingkat keamanan informasi yang dapat diterima di dalam *e-commerce* mutlak dibutuhkan. Di era teknologi, semua kebutuhan dan keinginan sedapat mungkin diterima dengan cepat, mudah dan aman. Oleh karena itulah, peranan teknologi keamanan informasi benar – benar dibutuhkan.²⁰

¹⁸ Sutan Remy Sjahdeini, *Hukum Siber Sistem Pengamanan e-commerce*, dalam Maria Daus Badruzaman dkk, *Kompilasi Hukum Perikatan*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, 2001, hlm. 310

¹⁹ Ricardus Eko Indrajit, *E-Commerce : Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, Jakarta, PT. Elex Media Komputindo, 2001, hlm. 83

²⁰ Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal e-Commerce*, Jakarta, Elex Media Komputindo, 2001, hlm. 17

Sistem keamanan informasi memiliki empat macam tujuan yang sangat mendasar, yaitu:²¹

1. *Confidentially*

Menjamin apakah informasi yang dikirim tersebut tidak dapat dibuka atau tidak dapat diketahui oleh orang lain yang tidak berhak. Terutama untuk data yang teramat penting, dibutuhkan tingkat kerahasiaan yang sangat tinggi, yang hanya bisa diakses oleh orang-orang tertentu saja (orang – orang yang berhak).

2. *Integrity*

Menjamin konsistensi dan keutuhan data sesuai dengan aslinya, sehingga upaya orang – orang yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan penduplikatan dan perusakan data bisa dihindari.

3. *Availability*

Menjamin pengguna yang sah agar bisa mengakses informasi dan sumber miliknya sendiri. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa orang – orang yang memang berhak tidak ditolak untuk mengakses informasi yang memang menjadi haknya.

4. *Legitimate use*

Menjamin kepastian bahwa sumber tidak digunakan (informasi tidak diakses) oleh orang – orang yang tidak bertanggung jawab (orang – orang yang tidak berhak).

Metode pembayaran dalam transaksi jual beli online (*e-commerce*) merupakan bagian dari perlindungan konsumen, dibutuhkan suatu sistem pembayaran yang efektif, cepat, dan terpercaya. Berbeda halnya metode pembayaran dalam transaksi jual beli konvensional secara tunai, kartu debit dan kartu kredit secara *face-to-face*, metode pembayaran transaksi *e-commerce*

²¹ Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal e-Commerce*, Jakarta, Elex Media Komputindo, 2001, hlm. 18-19

tentu saja menggunakan secara elektronik melibatkan jasa perbankan.

Bank sebagai perantara dalam transaksi jual beli secara e-commerce, berfungsi sebagai penyalur dana atas pembayaran suatu produk dari pembeli kepada penjual produk itu, karena mungkin saja pembeli/konsumen yang berkeinginan membeli produk dari penjual melalui internet berada di lokasi yang letaknya saling berjauhan sehingga pembeli tersebut harus menggunakan fasilitas bank untuk melakukan pembayaran atas harga produk yang telah dibelinya dari penjual, misalnya dengan transfer dari rekening pembeli kepada rekening penjual atau sering kita kenal dengan sebutan *account to account*.²²

Transaksi *e-commerce* dilakukan oleh pihak yang terkait, walaupun pihak – pihak tidak bertemu secara langsung satu sama lain melainkan berhubungan melalui media internet.²³ Pada dasarnya pihak – pihak dalam jual beli secara elektronik, masing – masing memiliki hak dan kewajiban, penjual/pelaku usaha merupakan pihak yang menawarkan produk melalui internet, oleh karena itu penjual bertanggung jawab memberikan informasi secara benar dan jujur atas produk yang ditawarkan kepada pembeli atau konsumen.²⁴

Pelaksanaan transaksi *e-commerce*, penyelenggara agen elektronik wajib memperhatikan prinsip :²⁵

1. Kehati – hatian.
2. Pengamanan dan terintegrasinya sistem teknologi informasi.
3. Pengendalian pengamanan atas aktivitas transaksi elektronik.
4. Efektivitas dan efisiensi biaya.

²² Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, Jakarta, Gravindo Persada, 2008, hlm. 78

²³ Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, Jakarta, Gravindo Persada, 2008, hlm.65

²⁴ Pasal 9 Undang – Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

²⁵ Pasal 38 ayat 1 PP Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik

5. Perlindungan konsumen sesuai dengan ketentuan peraturan perundang – undangan.

Efektifitas transaksi jual beli online di Indonesia, tentu saja harus memenuhi 4 prinsip di atas. Namun, praktiknya tidak sedikit yang hanya mengedepankan prinsip “trust” atau lebih mengedepankan asas kepercayaan terhadap penjual maupun pembeli. Prinsip keamanan transaksi secara online seperti jaminan atas kebenaran identitas penjual atau pembeli, jaminan keamanan jalur pembayaran (*payment gateway*), jaminan keamanan dan keandalan website *electronic commerce* belum menjadi perhatian utama bagi penjual maupun pembeli, terlebih pada transaksi berskala kecil sampai medium dengan nilai nominal transaksi yang tidak terlalu besar (misalnya transaksi jual beli melalui jejaring sosial, komunitas online, toko online, maupun blog).²⁶

Yayasan lembaga konsumen Indonesia (YLKI) menerima pengaduan dari sejumlah konsumen tentang *e-commerce* dan layanan transportasi online masih tinggi. 642 pengaduan konsumen pada tahun 2017. Salah satu aspek yang paling banyak diadukan konsumen dalam transaksi jual beli online (*e-commerce*) adalah perlindungan data pribadi.²⁷ Sebanyak 101 aduan konsumen *e-commerce* kepada YLKI tentang pesanan barang yang belum sampai, cacat produk, sulitnya proses pengembalian barang, hingga proses *refund* atau pengembalian uang. Berdasarkan data YLKI, toko online yang paling sering diadukan adalah :²⁸

²⁶ Setia Putra, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Melalui E-Commerce*, Fakultas Hukum, Universitas Riau, Jurnal Ilmu Hukum, Volume 4 No.2 Februari – Juli 2014, hlm. 296

²⁷ YLKI : Aduan Konsumen tentang E-Commerce dan Transportasi Online Masih Tinggi <http://ekonomi.kompas.com/read/2018/03/15/090000026/ylki-aduan-konsumen-tentang-e-commerce-dan-transportasi-online-masih-tinggi> diakses pada tanggal 10 Agustus 2018

²⁸ Toko Online Paling Banyak Diadukan Konsumen ke YLKI, Ini Daftarnya <http://ekonomi.kompas.com/read/2018/01/19/171756726/toko-online-paling-banyak-diadukan-konsumen-ke-ylki-ini-daftarnya> diakses pada tanggal 10 Agustus 2018

1. Lazada 18 aduan.
2. Akulaku 14 aduan.
3. Tokopedia 11 aduan.
4. Bukalapak 9 aduan.
5. Shopee 7 aduan.
6. Blibli 5 aduan.
7. JD.ID 4 aduan.
8. Elevenia 3 aduan.

Meskipun kementerian perdagangan RI telah meluncurkan layanan pengaduan konsumen secara satu pintu. Layanan tersebut bertujuan memudahkan konsumen melaporkan produk bermasalah yang mereka temukan, namun tidak memberikan proteksi ketat kepada konsumen yang bertransaksi secara online. Hal senada juga dinyatakan oleh YLKI, membludaknya pengaduan konsumen *e-commerce* terkait masalah belanja online yang belum adanya regulasi menjadi payung hukum terhadap proses belanja online. Pemerintah belum mensahkan rancangan peraturan pemerintah tentang transaksi perdagangan melalui sistem elektronik.²⁹

D. Kesimpulan

Pertumbuhan dan perkembangan teknologi dan internet menjadi salah satu alat yang digunakan untuk berbagai keperluan masyarakat, khususnya dalam bertransaksi jual beli secara *e-commerce*. *E-commerce* dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data secara otomatis. Meskipun *e-commerce* menjadi primadona bagi konsumen di era teknologi, namun diperlukan adanya pengaturan dari pemerintah berupa peraturan hukum. Pengaturan hukum transaksi jual beli online (*e-commerce*) di Indonesia sangat diperlukan guna

²⁹ Toko Online Paling Banyak Diadukan Konsumen ke YLKI, Ini Daftarnya <http://ekonomi.kompas.com/read/2018/01/19/171756726/toko-online-paling-banyak-diadukan-konsumen-ke-ylki-ini-daftarnya> diakses pada tanggal 10 Agustus 2018

efektifitas dari transaksi tersebut memberikan perlindungan dan kepastian hukum khususnya bagi konsumen. Sejumlah peraturan hukum yang mengatur tentang transaksi elektronik melalui *e-commerce* diatur dalam KUHPerdara, Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang – Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang – Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Tidak dapat dipungkiri, masih didapati sejumlah permasalahan hukum atas transaksi *e-commerce* sebagaimana data YLKI dan Kementerian Perdagangan tentang pengaduan atas kerugian yang dialami konsumen *e-commerce* sehingga diperlukan pengawasan dan perlindungan secara ketat dari pemerintah. Jika tidak segera diatasi, masalah hukum terhadap transaksi *e-commerce* akan terus meningkat dari tahun ke tahun sehingga perlu menjadi perhatian serius tidak hanya pemerintah tapi juga masyarakat sebagai konsumen cerdas dalam bertransaksi online, dan pelaku usaha mengikuti setiap aturan terhadap pengaturan hukum atas kegiatan transaksi jual beli online melalui *e-commerce*.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimin, Muhammad. 2004. *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta. BPFE.
- Arsyad, Sanusi. *Transaksi Bisnis Elektronik Commerce (E-Commerce) : Studi tentang Permasalahan-Permasalahan Hukum dan Solusinya*. Tesis Magister. Yogyakarta. Universitas Islam Indonesia.
- Asnawi, Haris Faulidi. *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*. Yogyakarta. Magistra Insania Press.

- Badruzaman, Marim Darus. 1981. *Perjanjian Baku (Standard) Perkembangan di Indonesia*, Bandung, Alumni, dalam tesis Bagus Hanindyo Mantri. 2007. *Perlindungan Konsumen Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce*. Program Magister Ilmu Hukum, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Bowo, Fauzi. 2017. *Hukum Dagang di Indonesia*. Yogyakarta. Liberty.
- Gunawan, Johan. 1999. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung. Universitas Katolik Parahyangan.
- Indrajit, Ricardus Eko. 2001. *E-Commerce : Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*. Jakarta. PT. Elex Media Komputindo.
- Kitab Undang – Undang Hukum Perdata.
- Muhammad, Abdulkadir. 2010. *Hukum Perjanjian*. Bandung. PT. Alumni.
- Maria Daus Badruzaman dkk. 2001. *Kompilasi Hukum Perikatan*. Bandung. PT. Citra Aditya Bakti.
- Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi. 2001. *Mengenal e-Commerce*. Jakarta. Elex Media Komputindo.
- Setia Putra, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Melalui E-Commerce*, Fakultas Hukum, Universitas Riau, Jurnal Ilmu Hukum, Volume 4 No.2 Februari – Juli 2014.
- Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- Undang – Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- Undang – Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan

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

<http://bisnis.liputan6.com/read/2478076/kasus-penipuan-online-terjadi-lagi-kerugian-hingga-miliaran>,
<http://news.okezone.com/read/2016/02/22/338/1318332/polda-metro-jaya-terima-93-kasus-penipuan-belanja-online>,
<http://m.republika.co.id/berita/nasional/umum/13/11/20/mwi23f-hatihati-belanja-online-ini-buktinya>

<http://www.pajak.go.id/content/e-commerce-di-indonesia-sudah-diatur-dalam-uu-perdagangan>

<http://m.hukumonline.com/klinik/detail/cl3520/batalnya-suatu-perjanjian> diakses pada tanggal 20 Juli 2018

Transaksi e-commerce di Indonesia pada 2016 mencapai 4,89 Miliar Dolar AS
<http://www.tribunnews.com/bisnis/2017/02/20/transaksi-e-commerce-di-indonesia-pada-tahun-2016-mencapai-489-miliar-dolar-as>

YLKI : Aduan Konsumen tentang E-Commerce dan Transportasi Online Masih Tinggi
<http://ekonomi.kompas.com/read/2018/03/15/0900000026/ylki-aduan-konsumen-tentang-e-commerce-dan-transportasi-online-masih-tinggi> diakses pada tanggal 10 Agustus 2018

Toko Online Paling Banyak Diadukan Konsumen ke YLKI, Ini Daftarnya
<http://ekonomi.kompas.com/read/2018/01/19/171756726/toko-online-paling-banyak-diadukan-konsumen-ke-ylki-ini-daftarnya> diakses pada tanggal 10 Agustus 2018

Edmon Makarim, *Kerangka Kebijakan dan Reformasi Hukum Untuk Kelancaran Perdagangan secara Elektronik (E-Commerce)* di Indonesia, Fakultas Hukum Universitas Indonesia
<http://jhp.ui.ac.id/index.php/home/article/download/25/25> diakses pada tanggal 22 Juli 2018