

- Dixon, Martin. 2000. *Textbook on International Law*, London: Blackstone Press.
- Dixon, Martin dan Robert McCorquodale. 2003. *Cases and Materials on International Law*, New York: Oxford University Press.
- Evans, D. Malcolm dan Rod Morgan. 1998. *Preventing Torture: A Study of the European Convention for the Prevention of Torture and Inhuman or Degrading Treatment or Punishment*, New York: Pxford University Press.
- Harris, J. David. 1982. *Cases and Materials on International Law*, London: Sweet and Maxwell.
- Istanto, F. Sugeng. 2005. *Hukum Internasional*, Edisi kedua, Yogyakarta: penerbitan Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- O'Brien, John. 2001. *International Law*, London: Cavendish Press
- Shaw, N. Malcolm. 1997. *International Law*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Syahmin AK. 2001. *Hukum Perjanjian Internasional: Menurut Konvensi Wina 1969*, Edisi ke-3, Bandung: CV. Armico.
- Syahmin AK. 2005. *Hukum Internasional Publik*, Jilid 3, Cetakan ke-3, Bandung: Penerbit PT. Binacipta.

Biodata Penulis

Syahmin AK, S.H., M.H adalah dosen tetap Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya, beliau lahir di Lahat pada tanggal 29 Juli 1957. Gelar S1nya diselesaikan di Universitas Sriwijaya pada tahun 1982, sedangkan Pendidikan S2nya diselesaikan di Universitas Padjajaran, Bandung pada tahun 1998. Beliau mengambil spesialisasi hukum Internasional dan mengasuh mata kuliah Hukum Internasional, Hukum Diplomatik, Hukum Udara dan Ruang Angkasa, Hukum Perjanjian Internasional dan Hukum Perdagangan Internasional. Selain aktif mengajar di Fakultas Hukum Inderalaya beliau juga aktif mengajar di Fakultas Hukum Sore Kampus Palembang dan di Universitas Swasta lainnya. Dan sangat aktif mengikuti kegiatan ilmiah lainnya seperti penelitian, pengabdian kepada masyarakat dan aktif mengahdiri seminar dan kuliah umum lainnya.

KAJIAN YURIDIS PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI ELEKTRONIK (E- Commerce) DI INDONESIA¹

Oleh:
Sri Turatmiyah
(Dosen Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya)

Abstrak:

Tujuan penelitian ini adalah untuk membahas mekanisme terjadinya transaksi elektronik (e-commerce) dalam kaitannya dengan ketentuan Undang-Undang Nomor: 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam transaksi elektronik (e-commerce) berbeda dengan perdagangan konvensional karena penjual dan pembeli dapat bertemu langsung. Terjadinya transaksi elektronik (e-commerce) melalui tahap pratransaksi, transaksi sesungguhnya dan Purnatransaksi. Dalam transaksi elektronik (e-commerce) tidak mempertemukan pelaku usaha dan konsumen serta tidak melihat secara langsung barang yang diinginkan. Bentuk seperti ini dapat menimbulkan kerugian yang sering dialami konsumen. Pasal 23 UU No. 8 tahun 1999 menentukan bahwa pelaku usaha yang menolak dan atau tidak memberi tanggapan dan atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen dapat digugat melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau mengajukan ke Badan Peradilan di tempat kedudukan konsumen.

Kata Kunci: Transaksi Elektronik (e-commerce), pratransaksi, purnatransaksi.

A. Pendahuluan

Kehadiran teknologi informasi incasu internat, membawa banyak perubahan pada masyarakat. Lebih jelas dalam OECD tahun 1991, the economic and Social Impact of Elektronik Commerce, dalam laporannya mengungkapkan bahwa teknologi informasi melalui e-commerce memiliki dampak ekonomi dan sosial yang luas. Dalam bidang ekonomi, teknologi informasi berdampak pada efisiensi perekonomian suatu negara, perubahan model bisnis, organisasi struktural yang berpengaruh pada ketersediaan lapangan kerja dan peningkatan ketrampilan masyarakat. Di bidang sosial, teknologi informasi berdampak pada terbukanya akses masyarakat terhadap perekonomian digital, perubahan pola perilaku dan pola interaksi masyarakat dan sebagainya²

¹ Tulisan ini merupakan ringkasan hasil penelitian dana Dipa Unsri tahun 2009.

² Dikutip dari Rosa Agustina, *Kontrak Elektronik (E-contract) dalam Sistem Hukum Indonesia*, Jurnal Gloria F.H. Unika Atmajaya, Jakarta, Vol. 8 tahun 2008, hlm. 4

Pasal 1 ayat (1) UU No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menentukan bahwa: "Informasi elektronik adalah satu atau sekumpulan data elektronik, termasuk tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto, elektronik data interchange (EDI), surat elektronik (elektronik mail), telegram, teleks, telex atau sejenisnya yang memiliki arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya". Ditegaskan dalam ayat (2) nya bahwa transaksi elektronik adalah "perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan atau media elektronik lainnya".

Hukum sebagai "social engineering" sejalan dengan tujuan pembangunan nasional yaitu merupakan proses yang berkelanjutan yang harus senantiasa tanggap terhadap berbagai dinamika yang terjadi di masyarakat. Dalam era globalisasi informasi telah menempatkan Indonesia sebagai bagian dari masyarakat informasi dunia sehingga mengharuskan dibentuknya pengaturan mengenai pengelolaan Informasi dan Teknologi dapat dilakukan secara optimal, merata dan menyebar ke seluruh lapisan masyarakat guna menderdaskan kehidupan bangsa.

Berkaitan dengan itu, Roscoe Pound menegaskan tugas hukum yang utama sebagai "Social engineering" bahwa hukum harus dikembangkan sesuai dengan perubahan-perubahan nilai sosial. Untuk itu sebaliknya diadakan rumusan-rumusan kepentingan yang ada dalam masyarakat, yaitu kepentingan pribadi, masyarakat dan umum.³

Di Indonesia fenomena e-commerce sudah dikenal sejak tahun 1996 dengan munculnya situs <http://www.danur.com>. Sebagai toko buku on-line pertama meskipun tidak begitu populer, kemudian mulai bermunculan berbagai situs yang melakukan transaksi e-commerce. Menurut Muhamad Aulia Adnan mendefinisikan e-commerce sebagai suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis individu dengan menggunakan internet sebagai medium pertukaran barang dan jasa baik antara dua buah perusahaan (*bussines to bussines*) maupun antara penjual barang dengan konsumen (*bussines to consumer*).⁴

³ Dikutip dari Sukarmi, *Tanggung jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) dan Iklim Penanaman Modal di Indonesia*, Jurnal Legislasi Indonesia, Dirjen Peraturan Perundang-undangan Dep. Hukum dan Ham, Vol. 5 Juni 2008, hlm. 14.

⁴ Dikutip dari elektronik <http://www.tarumanegara.ac.id> diakses tanggal 23 Oktober 2009.

Alasan digunakannya jaringan internet oleh konsumen saat ini sebagai media dalam transaksi e-commerce antara lain:

1. Internet merupakan jaringan publik yang sangat besar sehingga memiliki kemudahan untuk diakses, murah dan cepat.
2. Internet menggunakan elektronik data sebagai media penyampaian pesan/data sehingga dapat dilakukan pengiriman dan penerima informasi secara mudah dan ringkas, baik dalam bentuk data elektronik analog maupun digital.⁵

Salah satu keuntungan yang diperoleh konsumen melalui transaksi e-commerce antara lain dapat memperoleh informasi tentang produk-produk yang ditawarkan dengan lebih cepat, dapat menghemat waktu dalam memilih produk yang diinginkan dan sesuai dengan kemampuan karena biasanya produk yang ditawarkan tersebut dilengkapi merek dan harga. Selain keuntungan juga menimbulkan kerugian yang sering diterima konsumen antara lain.⁶

1. Perusahaan di internet (*the internet merchant*) tidak memiliki alamat secara fisik di suatu negara tertentu, sehingga ini akan menyulitkan konsumen untuk mengembalikan produk yang tidak sesuai dengan pesanan.
2. Konsumen sulit memperoleh jaminan untuk mendapatkan "local follow up service or repair" servis lokal atau perbaikan.
3. Produk yang dibeli konsumen berkemungkinan tidak sesuai dengan persyaratan lokal.

Dalam prakteknya transaksi e-commerce berbeda dengan transaksi perdagangan konvensional yang diatur dalam KUHPerdara yang bersifat langsung (*face to face*), sebab transaksi e-commerce berlangsung di dunia maya (*cyberspace*), tidak mempertemukan secara langsung pembeli dengan penjual serta barang yang ditawarkan. Hal ini akan mendatangkan kerugian bagi pihak konsumen karena tidak mengetahui secara langsung kualitas produk yang ditawarkan, kendala dalam pembayarannya, serta kendala mengenai ketidaktepatan pengiriman produk.

Di Indonesia perlindungan hak-hak konsumen dan pelaku usaha telah diatur dalam UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Tetapi undang-undang tersebut hanya mengatur hak dan kewajiban konsumen yang masih terbatas ada perdagangan yang dilakukan secara konvensional. Sedangkan hak dan kewajiban konsumen dalam transaksi online belum secara tegas diatur.

⁵ *Ibid.*

⁶ *Ibid.*

Sehubungan dengan itu, transaksi *e-commerce* ditemukan banyak kelemahan. Karena dengan metode transaksi elektronik yang tidak mempertemukan pelaku usaha dan konsumen secara langsung dan tidak melihat secara langsung barang yang diinginkan dapat menimbulkan permasalahan yang merugikan konsumen, misalnya: ketidaksesuaian jenis dan kualitas barang yang dijanjikan, ketidaktepatan waktu pengiriman barang atau ketidakamanan transaksi. Faktor keamanan transaksi seperti keamanan metode pembayaran merupakan salah satu hal urgen bagi konsumen.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian tersebut di atas dapat diambil permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme terjadinya transaksi elektronik (*e-commerce*) yang berlangsung saat ini?
2. Apakah UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dapat mengakomodir jika terjadi kerugian terhadap konsumen dalam transaksi elektronik (*e-commerce*)?

Dalam penelitian ini metode pendekatan yang digunakan adalah yuridis normative dengan mengkaji dan menelaah data kepustakaan, peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan transaksi elektronik. Bahan-bahan yang sudah diperoleh, kemudian di edit kembali untuk diambil data yang akurat, untuk dianalisis secara deskriptif kualitatif yang disusun secara sistematis untuk dapat diambil suatu kesimpulan. Penelitian hukum normative disebut sebagai penelitian hukum doctrinal, karena hukum seringkali dikonsepsikan sebagai apa yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan (*law in books*) atau hukum sebagai kaidah atau norma yang merupakan patokan berperilaku manusia yang dianggap pantas.⁷

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

I. Perdagangan Secara Elektronik (*E-commerce*)

Keberadaan internet telah mengubah paradigma komunikasi manusia dalam bergaul ataupun berbisnis. Internet mengubah konsep jarak dan waktu secara dramatis sehingga seolah-olah dunia menjadi kecil dan tidak terbatas. Setiap orang dapat berhubungan, berbicara, dan berbisnis dengan orang lain dengan tidak diketahui dimana dia berada, hanya dengan menekan tombol *keyboard* dan *mouse* komputer.

⁷ Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004, hlm. 118.

Penggunaan internet dipilih oleh kebanyakan orang sekarang karena kemudahan-kemudahan yang dimiliki oleh jaringan internet, selain murah, cepat dan kemudahan akses, juga penyampaian informasi dapat dilakukan secara mudah, ringkas baik dalam bentuk data elektronik analog maupun digital.

Aktifitas perdagangan melalui media internet ini populer disebut dengan elektronik commerce (*e-commerce*). *E-commerce* itu sendiri terbagi atas 2 (dua) segmen yaitu *business to business e-commerce* (perdagangan antar pelaku usaha) dan *business to consumer e-commerce* (perdagangan antar pelaku usaha dengan konsumen).⁸

Perjanjian atau kontrak menurut Donald Black dalam *Black Law Dictionary* mendefinisikan kontrak sebagai suatu kesepakatan antara dua orang atau lebih yang menciptakan suatu kewajiban untuk melakukan atau tidak melakukan suatu hal tertentu. Unsur-unsur intinya adalah pihak-pihak yang kompeten (cakap) subyek kesepakatan, sebuah konsideransi hukum, mutualis kesepakatan dan mutualis kewajiban.⁹

Pengertian perjanjian dalam Pasal 1313 KUHPerdata dirumuskan sebagai "suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih". Sementara itu dalam kehidupan sehari-hari, hukum kontrak tampak semakin penting (*urgent*) terutama piranti teknologi modern telah memungkinkan terbukanya pintu-pintu dunia atau yang lebih populer dengan sebutan globalisasi. Dewasa ini informasi dapat ditukarkan secara *instan*, demikian pula perdagangan dapat dilakukan secara terbuka dan tanpa dibatasi oleh batas-batas negara kehendak pihak tertentu.¹⁰

Dalam kontrak *online* dan kontrak dalam hukum konvensional memiliki peraturan dasar yang sama yaitu dalam pilar hukum kontrak. Jadi disimpulkan bahwa kontrak konvensional mutatis mutandis berlaku juga kontrak *online* (modern). Berdasarkan ruang lingkupnya, maka dalam praktek bisnis yang berkembang berdasarkan lingkup aktifitasnya, dikenal perbedaan yaitu:¹¹

⁸ Esther Dwi Magfirah, *Perlindungan Konsumen dalam E-commerce*, dikutip dalam <http://www.solusihukum.com>. Diakses tanggal 27 April 2009.

⁹ Dikutip dari M. Arsyad Sanusi, *E-Commerce Hukum dan Solusinya*, PT Mizan Grafika Sarana, Bandung, 2001, hlm. 22.

¹⁰ Mariam Darus Badruzaman, *E-Commerce Tinjauan dari Hukum Kontrak Indonesia*, Jurnal Hukum Bisnis, Volume 12 tahun 2002, hlm. 28.

¹¹ Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004, hlm. 226.

1. *Elektronik Bussines* adalah ditujukan untuk lingkup aktifitas perdagangan dalam arti luas.
2. *Elektronik Commerce* adalah ditujukan untuk lingkup perdagangan/ perniagaan yang dilakukan secara elektronik dalam arti sempit, termasuk:
 - a. perdagangan via internet;
 - b. perdagangan dengan fasilitas *Web Internet (Web Commerce)* dan;
 - c. perdagangan dengan sistem pertukaran data terstruktur secara elektronik (*Elektronik Data Enterchange*).

Selanjutnya diuraikan jenis-jenis *E-Commerce* sebagai berikut:¹²

1. *Business to business*
Transaksi ini sering disebut dengan *b to b* adalah transaksi antar perusahaan (baik pembeli maupun penjual adalah perusahaan). Biasanya diantara mereka saling mengetahui satu sama lain dan sudah terjalin hubungan yang cukup lama. Pertukaran informasi hanya berlangsung diantara mereka dan pertukaran informasi itu didasarkan pada kebutuhan jenis *e-commerce* lainnya.
2. *Business to consumer*
Transaksi ini biasa disebut *b to c* adalah transaksi antara perusahaan dengan consumer/ individu. Misalnya *amazon.co* 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 yang sudah umum dipakai di kalangan masyarakat.
3. *Customer to customer*
Adalah transaksi dimana individu saling menjual barang satu sama lain.
4. *Customer to business*
Yaitu transaksi yang memungkinkan individu menjual barang pada perusahaan
5. *Customer to government.*
Yaitu transaksi dimana individu dapat melakukan transaksi dengan pihak pemerintah, seperti membayar pajak.

¹² *Ibid*, hlm. 228.

II. Para Pihak dalam Transaksi *E-Commerce*

Dalam tiap-tiap perjanjian dua pihak (subyek) yang terlibat di dalamnya yaitu:

- a. Manusia pribadi atau badan hukum yang mendapatkan hak dan,
- b. Manusia pribadi atau badan hukum yang dibebani kewajiban.

Pelaksanaan kontrak atau perjanjian ditemukan paling sedikit dua atau lebih pihak, yaitu pihak yang menawarkan (*offeror*) sebagai pihak yang menawarkan barang atau jasa untuk diikat dengan kontrak. Dilain pihak adalah pihak yang ditawarkan (*offere*) yakni pihak yang menerima penawaran.

Baik *offeror* maupun *offeree* harus jelas dan transparan dalam menyatakan penawaran dan dalam merspon sebuah tawaran, sehingga kontrak yang dibangun berdasarkan kesepakatan antara kedua pihak tersebut memiliki kekuatan hukum (*enforceable*). Sebab ketika tawaran tidak jelas dan tidak diterima oleh pihak *offeree* maka kontrak tersebut dipandang tidak ada.¹³

Selanjutnya dalam kaitannya dengan perlindungan konsumen, UU No. 8 tahun 1999 menentukan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Konsumen berasal dari istilah asing (Inggris) yaitu *consumer*, secara harfiah dalam kamus-kamus diartikan sebagai "seseorang atau sesuatu perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu atau sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang", atau "setiap orang yang menggunakan barang atau jasa".¹⁴

Dari pengertian tersebut di atas terdapat perbedaan antara konsumen sebagai orang alami atau pribadi kodrati dengan konsumen sebagai perusahaan atau badan hukum. Perbedaan ini merupakan hal yang penting untuk membedakan apakah konsumen tersebut menggunakan barang tersebut untuk dirinya sendiri atau untuk tujuan komersil (dijual, diproduksi lagi).

Pasal 1 ayat 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menentukan bahwa: "konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan".

Definisi ini sesuai dengan pengertian bahwa konsumen adalah *end user/ pengguna terakhir*, tanpa si konsumen pembeli dari barang dan atau jasa tersebut. Menurut Prof. Muchtar Kusumaatmaja, batasan hukum konsumen adalah: "

¹³ M. Arsyad Sanusi, *Op.Cit.*, hlm. 45

¹⁴ Aspek Hukum Perlindungan Konsumen, diakses dari <http://www.geocities.com>

keseluruhan kaidah-kaidah dan asas-asas yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak berkaitan dengan barang dan atau jasa konsumen satu sama lain, di dalam pergaulan hidup¹⁵. Dengan diberlakukannya UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen maka undang-undang tersebut merupakan ketentuan positif khusus mengatur perlindungan konsumen.

Dalam masyarakat konvensional, suatu perjanjian cukup disandarkan pada adanya persesuaian kehendak. Pertemuan kehendak cukup dengan kehadiran dari kedua belah pihak untuk menyepakati apa yang diperjanjikan. Persesuaian kehendak tersebut dapat dilakukan secara lisan maupun tulisan. Kemudian dalam masyarakat modern yang telah memanfaatkan teknologi dalam kegiatan usahanya persesuaian kehendak tersebut tidak harus menyatakan adanya pertemuan langsung atau persesuaian tersebut tidak harus secara tertulis. Persesuaian kehendak tadi dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi yang ada, sehingga tidak dibutuhkan kehadiran secara fisik untuk menyampaikan kehendak dalam suatu perjanjian.¹⁶

Edmon Makarim dan Deliana mendefinisikan kontrak elektronik sebagai "perikatan atau hubungan hukum yang dilakukan secara elektronik dengan memadukan jaringan (*networking*) dari sistem informasi yang berbasis komputer dengan sistem komunikasi yang berdasarkan atas jaringan dan jasa telekomunikasi (*telecommunication based*) yang selanjutnya difasilitasi oleh keberadaan komputer global internet.¹⁷

Dalam pasal 1 angka 17 UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik memberikan definisi kontrak elektronik sebagai "perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik". Dari beberapa pengertian tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kontrak elektronik adalah hubungan hukum yang dilakukan secara elektronik yang dihasilkan dengan perantara alat-alat elektronik dan atau teknologi informasi dimana bentuknya dapat berbentuk dokumen elektronik atau media lainnya.

Kontrak elektronik dapat lahir karena perantara alat-alat elektronik, misalkan handphone, dengan saling mengirimkan *short messages services* (SMS), mesin faksimili, telepon, *chatting*, internet, *website*, dan lain sebagainya. Khusus untuk kontrak-kontrak yang lahir di internet sering disebut dengan istilah *online*.¹⁸

¹⁵ Dikutip dari <http://www.geocities.com>. Op. Cit. Diakses tanggal 25 Oktober 2009.

¹⁶ Dikutip dari <http://www.hukumonline.com>. Op. Cit, hlm. 1 diakses tanggal 20 September 2009.

¹⁷ Dikutip dari <http://www.minter.com>. Diakses tanggal 14 Agustus 2009.

¹⁸ Dikutip dari <http://resources.unpad.ac.id>. Diakses tanggal 14 September 2009

Layaknya pada perjanjian konvensional, dalam perjanjian elektronik terdapat penawaran dan penerimaan. Hanya dalam transaksi elektronik terdapat berbagai pihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung, tergantung kompleksitas dari transaksi yang dilakukan, apakah semua transaksi dilakukan secara *online* atau beberapa tahapan saja.

Secara garis besar pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi elektronik (*e-commerce*) antara lain:

a. Pembeli atau *cardholder*

Dalam transaksi elektronik pembeli umumnya berhubungan dengan penjual menggunakan komputer pribadi atau *personal computer*. Dalam transaksi tersebut pembeli menggunakan kartu yang dikeluarkan oleh *Issuer*.

b. *Issuer* atau lembaga keuangan, disini pembeli menjadi nasabah dan menerbitkan kartu pembayaran.

Issuer menjamin pembayaran atas transaksi menggunakan kartu pembayaran yang dikeluarkan.

c. Penjual atau *merchant*

Adalah pihak yang menawarkan barang atau jasa kepada pembeli.

d. *Acquirer*

Adalah lembaga keuangan dimana penjual menjadi nasabahnya dan memproses otorisasi kartu pembayaran dan pembayaran.

e. *Payment Gateway*

Adalah sarana yang dioperasikan oleh *acquirer* atau pihak ketiga yang ditunjuk untuk memproses pesan-pesan pembayaran penjual termasuk instruksi pembayaran.

f. Otoritas Sertifikat atau *Certification Authorities* yaitu lembaga yang dipercaya dan mengeluarkan sertifikat-sertifikat dan ditandatangani.

g. Jasa pengiriman yaitu pihak yang bergerak di bidang jasa pengiriman barang, seperti truk, kapal ataupun pesawat dalam hal ini ia bertugas mengirimkan barang dari penjual kepada pembeli.

II. Tahap-tahap terjadinya transaksi elektronik (*E-commerce*).

1. Tahap Pratransaksi (penawaran secara *online*)

Penawaran (*offer*) itu sendiri adalah pernyataan salah satu pihak, *offeror* untuk masuk dalam ikatan suatu perjanjian. Dalam konteks *online*, sebuah *website* atau jasa *onlinenya* dapat memajang informasi produk yang mereka awarkan, dimana informasi tersebut dapat berupa katalog produk dan layanan yang mereka berikan.

Pada sebuah *website*, umumnya barang-barang yang ditawarkan disertakan juga berbagai informasi misalkan informasi mengenai harga, spesifikasi barang, nilai rating tentang barang yang diisikan oleh para pembeli, serta informasi-informasi terkait misalkan perusahaan pembuat barang, petunjuk dan lain-lain. Penawaran pada sebuah *website* umumnya terbuka bagi semua orang.

Dalam konteks penawaran secara *online*, baik dengan *website* atau layanan *online* lainnya yang memajang informasi barang dan jasa harus diperlakukan sebagai bentuk iklan secara umum. Sehingga pada saat pembeli menransmisikan sebuah pemesanan, maka terlebih dahulu harus dilakukan pengakseptasian barulah terjadi perjanjian. *Website* sebenarnya tidak melakukan penawaran akan tetapi melakukan undangan untuk bertindak kecuali diatur sebaliknya.¹⁹

b. Tahap Transaksi sesungguhnya/ Penerimaan secara *online*

Akibat dari penawaran oleh pihak *offeree* terhadap penawaran *offeror* yaitu:

- i) menerima tawaran;
- ii) menolak atau;
- iii) melakukan *contra-offer*.

Tanpa adanya penerimaan terhadap suatu penawaran maka kontrak tidak mungkin lahir. Penerimaan adalah "persetujuan akhir dan mutlak terhadap isi dari suatu penawaran dan umumnya penerimaan penawaran harus disampaikan atau dikomunikasikan kepada pihak yang menyampaikan penawaran." Penerimaan biasanya dilakukan dengan cara-cara yang telah ditentukan oleh *offeror* atau dengan cara-cara yang masuk akal. Penawaran dan penerimaan dapat disampaikan baik secara lisan maupun tulisan, atau dengan perbuatan.

Penerimaan dikatakan syah apabila:

- i) penerimaan harus sesuai dengan terminologi yang disampaikan dalam penawaran;
- ii) *offeree* melakukan *counteroffer* terhadap klausula yang disampaikan;
- iii) penerimaan harus dideklarasikan selama waktu penawaran tersebut masih berlaku, kemudian keinginan dari *offeree* untuk terikat perjanjian tersebut.

Sebuah kontrak akan lahir, ketika penerimaan dikomunikasikan oleh *offeror*. Penerimaan tersebut dapat secara lisan maupun tulisan atau dapat saja tersirat dengan perbuatan dari *offere*. Bila penerimaan dengan surat, maka penerima efektif setelah surat dikirimkan bukan pada saat diterima.

¹⁹ Rosa Agustina, *Op. Cit.*, hlm. 8.

c. Tahap Purnatransaksi/ lahirnya Kontrak Elektronik.

Secara umum kontrak lahir dan mengikat pada saat adanya penerimaan terhadap penawaran yang dilakukan dalam hal ini timbulnya kesepakatan antara kedua belah pihak. Begitu juga pada kontrak elektronik, lahir secara prinsip sama dengan lahirnya kontrak secara konvensional. Perbedaannya dapat dilihat dari cara terjadinya kontrak elektronik sebagai berikut:

i) Lahirnya kontrak melalui *e-mail*

Komunikasi *e-mail* adalah merupakan komunikasi langsung antara para pihak seperti halnya komunikasi melalui telepon, namun komunikasi tidak seketika atau spontan, seperti halnya telepon, telex, maupun faksimili, pengirim dapat secara seketika memeriksa bahwa pengiriman telah berhasil, dengan faksimili dan telex pengirim dapat menerima laporan pengiriman. Dalam komunikasi *e-mail* kita dapat meminta laporan penerimaan, akan tetapi sebenarnya hanya tanda pengiriman telah dikirim kepada kotak surat (*mailbox*) pengguna langsung pada penggunanya. Jadi pada saat *e-mail* yang menyatakan penerimaan penawaran dikirimkan dari penerima maka kontrak tersebut sudah lahir.

ii) Lahirnya kontrak melalui *website*

Kontrak melalui *website* terjadi seketika sedangkan *e-mail* tidak. Dalam komunikasi *website* sifatnya seketika sementara dalam *e-mail* tidak seketika. Dengan demikian untuk kontrak-kontrak yang sifatnya adalah seketika maka teori yang digunakan adalah teori penerimaan (*acceptance theory*).

IV. Kerugian yang Dialami Konsumen Dalam Transaksi Elektronik (*e-commerce*)

Sesungguhnya sudah sejak lama hak-hak konsumen diabaikan oleh para pelaku usaha, bahkan sejak diberlakukannya UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Banyak orang tidak menyadari bahwa pelanggaran hak-hak konsumen dilakukan secara sistematis oleh kalangan pelaku usaha, dan cenderung mengambil sikap tidak ingin ribut.

Hukum perjanjian yang berlaku selama ini mengandaikan adanya kesamaan posisi tawar diantara para pihak, namun dalam kenyataannya asumsi yang ada tidaklah mungkin terjadi apabila perjanjian dibuat antara pelaku usaha dengan konsumen. Konsumen pada saat membuat perjanjian dengan pelaku usaha posisi tawarnya menjadi rendah, untuk itu diperlukan peran dari pemerintah untuk menjadi penyeimbang ketidaksamaan posisi tersebut melalui undang-undang.

Dalam perdagangan antar pelaku usaha dengan konsumen, yang berhubungan dengan *customer* sebuah produk pada prospek *customer* sampai dengan order dan pembayaran atau juga sampai dengan pelayanan dan dukungan kepada *customer*. Alat yang digunakan adalah *business to customer website*. Implementasi *e-commerce* secara efektif adalah menransformasikan perdagangan fisik ke perdagangan virtual yang memangkas *middle man* dan lebih menekankan kepada nilai kolaborasi melalui *networking* antara supplier, retaile, konsumen, bank, transportasi, asuransi dan pihak terkait lainnya.²⁰

Sebagaimana dalam perdagangan konvensional, *e-commerce* menimbulkan perikatan antara para pihak untuk memberikan suatu prestasi. Implikasi dari perikatan itu adalah timbulnya hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh para pihak yang terlibat. Sifat dari Buku III KUHPerdata sebagai ketentuan hukum pelengkap (*aanvulendrecht*), oleh sebab itu, dalam perjanjian jual beli berkaitan dengan transaksi elektronik pada dasarnya merupakan model transaksi jual beli modern yang mengimplikasikan inovasi teknologi seperti internet sebagai media transaksi.

Dalam *business to consumer e-commerce*, konsumen memiliki *bargaining position* yang lebih baik dibanding dengan perdagangan konvensional karena konsumen memperoleh informasi yang beragam dan mendetail. Melalui internet konsumen dapat memperoleh aneka informasi barang dan jasa dari berbagai toko dalam berbagai variasi merek lengkap dengan spesifikasi harga, cara pembayaran, cara pengiriman, bahkan beberapa toko juga memberikan fasilitas pelayanan *track and trace* yang memungkinkan konsumen untuk melacak tahap pengiriman barang yang dipesannya.

Metode transaksi elektronik dalam *e-commerce* tidak mempertemukan pelaku usaha dan konsumen secara langsung dan tidak melihat secara langsung barang yang diinginkan. Keadaan seperti ini yang sering menimbulkan permasalahan yang merugikan konsumen. Misalnya ketidaksesuaian jenis dan kualitas barang yang dijanjikan, ketidaktepatan waktu pengiriman barang atau ketidakamanan transaksi.

Selain hal-hal di atas, kualitas dan kegunaan barang juga dapat memicu konflik. Pemicu konflik dapat disebabkan antara lain:

- a. Produk tidak cocok dengan kegunaan barang dan manfaat yang diharapkan konsumen. Hal ini disebabkan pelaku usaha melakukan tipu daya kepada konsumen.

²⁰ Esther Dwi Magfirah, *Perlindungan Konsumen dalam E-commerce*, dikutip dari <http://bimoseptvop.blogspot.com>. Diakses tanggal 14 September 2009.

- b. Produk menimbulkan gangguan kesehatan, keamanan dan keselamatan pada konsumen. Penyebabnya adalah adanya cacat tersembunyi pada produk atau tubuh konsumen tidak cocok dengan bahan yang terkandung di dalam produk.
- c. Kualitas produk tidak sesuai dengan harga yang dibayarkan. Konflik ini sering dikaitkan dengan monopoli dan pemalsuan barang. Sehingga barang yang dibeli nilainya sangat mahal dibanding nilai sebenarnya. Pemicu konflik yang terakhir adalah layanan purna jual, yang sering dikaitkan dengan hadiah dan garansi, misalnya:
 - a. apa yang dijanjikan tidak ada, karena pelaku usaha tidak jujur;
 - b. apa yang dijanjikan ada, tetapi tidak sesuai dengan harapan konsumen. Hal ini disebabkan karena janji pelaku usaha yang terlalu berlebihan;
 - c. apa yang dijanjikan di luar kekuasaan pelaku usaha, janji tersebut tidak dapat terpenuhi. Peristiwa ini sering disebut *force majeure*, seperti huru hara dan bencana alam.

Perlindungan hukum dalam transaksi elektronik pada prinsipnya harus menempatkan posisi yang setara antar pelaku usaha *online* dan konsumen. Transaksi elektronik dalam *e-commerce* tentu saja melibatkan pelaku usaha dan konsumen. Meskipun terlihat sebagai sebuah transaksi maya, transaksi elektronik dalam *e-commerce* di Indonesia harus tetap tunduk pada ketentuan yang tercantum dalam UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Keberadaan UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dapat dijadikan partner hukum untuk saling mendukung satu sama lainnya.

Prinsip utama transaksi elektronik adalah kesepakatan atau dengan "cara-cara yang disepakati" oleh kedua belah pihak (pelaku usaha dan konsumen). Transaksi elektronik mengikat para pihak yang bersepakat sehingga dalam sudut pandang perlindungan konsumen, konsumen yang melakukan transaksi elektronik dianggap telah menyepakati seluruh syarat dan ketentuan yang berlaku dalam transaksi tersebut. Hal ini berkaitan dengan klausula yang disusun oleh pelaku usaha yang memanfaatkan internet.

Klausula baku dalam transaksi elektronik dapat menempatkan posisi tidak seimbang antara pelaku usaha dan konsumen. Undang-Undang Perlindungan Konsumen menetapkan bahwa klausula baku yang dituangkan dalam suatu dokumen dan atau perjanjian dilarang bagi pelaku

usaha, apabila dalam pencantumannya mengandung unsur-unsur atau pernyataan sebagai berikut:²¹

1. Pengalihan tanggung jawab dari pelaku usaha kepada konsumen
2. Pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen.
3. Pelaku usaha berhak menolak penyerahan uang yang dibayarkan atas barang atau jasa yang dibeli oleh konsumen
4. Pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melakukan segala tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang yang dibeli secara angsuran.
5. Mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli konsumen.
6. Memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi obyek jual beli jasa.
7. Tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan atau lanjutan dan atau perubahan lanjutan yang dibuat secara sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang belinya.
8. Konsumen memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai, hak jaminan terhadap barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran.

Lebih lanjut ditegaskan dalam Pasal 1 (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menentukan bahwa: "Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Tujuan dari perlindungan konsumen tersebut adalah mengangkat harkat dan kehidupan konsumen, maka untuk maksud tersebut berbagai hal yang membawa akibat negatif dari pemakaian barang dan jasa harus dihindarkan dari aktifitas-aktifitas perdagangan dan tindakan-tindakan dari pihak pelaku usaha.

Tindakan-tindakan dari pihak produsen yang dapat merugikan konsumen antara lain:

1. Melakukan perbuatan melanggar hukum sebagaimana dalam Pasal 1365 KUHPerduta.

²¹ *Perlindungan Konsumen E-Commerce dalam Transaksi Perdagangan Internasional: Hukum Mana yang Berlaku?* Dikutip dari <http://teguharifiyadi.blogspot.com>. Diakses tanggal 15 oktober 2009 hlm.1

2. Melakukan kelalaian sehingga mengakibatkan orang lain mengalami kerugian, sebagaimana diatur dalam Pasal 1366 KUHPerduta.
3. Tidak memberikan informasi yang benar.
4. Konsumen mempunyai hak atas keamanan, untuk memilih, atas informasi dan hak untuk didengar.

Penjelasan Pasal 23 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ditentukan bahwa apabila konsumen dirugikan oleh pelaku usaha pabrikan atau distributor menolak atau tidak memberikan tanggapan atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen yang merasa dirugikan maka konsumen diberikan hak untuk menggugat pelaku usaha dan menyelesaikan perselisihan yang timbul melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau dengan cara mengajukan gugatan kepada badan peradilan di tempat kedudukan konsumen.²²

Kerugian yang dialami konsumen dalam melakukan transaksi elektronik (*E-Commerce*) dengan menerapkan asas pertanggungjawaban produk (*produk liability*) sesuai ketentuan Pasal 19 Jo Pasal 28 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pasal 19 tersebut menentukan bahwa para pihak yang melakukan transaksi elektronik harus menggunakan sistem elektronik yang disepakati. Kemudian Pasal 21 nya menegaskan bahwa jika kerugian transaksi elektronik (*e-commerce*) disebabkan gagal beroperasinya agen elektronik akibat tindakan pihak ketiga secara langsung terhadap sistem elektronik segal akibat hukum menjadi tanggung jawab penyelenggara elektronik.

V. Penyelesaian Sengketa dalam Transaksi Elektronik (*E-commerce*) menurut UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Pasal 19 UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menentukan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Dari ketentuan itu dapat diketahui bahwa tanggung jawab pelaku usaha meliputi:

- a. tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan;
- b. tanggung jawab ganti kerugian atas pencemaran dan;
- c. tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian konsumen.

²² Gunawan Widjaja, *Ahmad Yani, Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Gramedia Pustaka, Jakarta, 2003, hlm. 72.

Berdasarkan hal tersebut, dalam hal adanya produk barang dan atau jasa yang cacat bukan merupakan satu-satunya dasar pertanggungjawaban pelaku usaha. Hal ini berarti bahwa tanggung jawab pelaku usaha meliputi segala kerugian yang dialami konsumen.

Secara umum tuntutan ganti kerugian atas kerugian yang dialami konsumen sebagai akibat penggunaan produk, baik yang berupa kerugian materiil, fisik maupun antara produsen/pelaku usaha dengan konsumen. Dengan demikian pihak ketiga dapat menuntut ganti kerugian.

Selanjutnya untuk dapat menuntut ganti kerugian, maka kerugian tersebut harus merupakan akibat dari perbuatan melanggar hukum, sebagaimana ditentukan dalam Pasal 1365 KUHPerdara, yaitu:

- i) ada perbuatan melanggar hukum;
- ii) ada kerugian;
- iii) ada kesalahan;
- iv) ada hubungan kausalitas antara perbuatan yang dilakukan dengan kerugian yang ditimbulkan.

Dalam upaya konsumen untuk menuntut ganti kerugian Pasal 38 (1) UU No. 11 tahun 2008 tentang ITE menentukan bahwa gugatan perdata dilakukan sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-Undangan. Sedangkan ayat (2) nya menegaskan bahwa, selain penyelesaian sebagaimana dalam ayat (1) tersebut di atas, para pihak dapat menyelesaikan sengketa melalui arbitrase, atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya sesuai dengan ketentuan UU. Ditegaskan lagi dalam ketentuan Pasal 23 UU No. 8 Tahun 1999, bahwa pelaku usaha yang menolak dan atau tidak memberi tanggapan dan atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud, dalam Pasal 19 (1,2,3,4) dapat digugat melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) di tempat kedudukan konsumen.

Dari ketentuan tersebut, dapat diketahui bahwa hal konsumen akan menuntut ganti rugi dapat dilakukan melalui:

- a. gugatan pengadilan (litigasi) dapat dijelaskan bahwa Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan alternatif penyelesaian sengketa melalui badan di luar sistem peradilan yang disebut dengan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) selain melalui Pengadilan Negeri di daerah hukumnya konsumen.
- b. menyerahkan kepada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau Non Litigasi.

- c. Arbitrase yaitu proses penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan yang dalam hal ini tidak ditemukan kesepakatan antara pelaku usaha dan konsumen, maka para pihak yang bersengketa (secara tertulis) menyerahkan sepenuhnya keputusan kepada majelis BPSK dengan menunjuk masing-masing arbitrator untuk masing-masing unsur pelaku usaha dan konsumen.

D. Kesimpulan

Berdasarkan uraian tersebut di atas, dapat diambil kesimpulan, mekanisme terjadinya transaksi elektronik (*e-commerce*) yaitu ada 3 tahap:

- i) Pratransaksi.
- ii) transaksi sesungguhnya;
- iii) dan purnatransaksi.

Dalam transaksi elektronik (*e-commerce*) tidak mempertemukan pelaku usaha dan konsumen secara langsung dan tidak melihat secara langsung barang yang diinginkan, hal ini dapat menimbulkan kerugian kepada konsumen. UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur hak-hak konsumen dan pelaku usaha. Kelemahannya Undang-Undang tersebut hanya mengatur hak dan kewajiban yang masih terbatas pada perdagangan yang dilakukan secara konvensional. Sedangkan hak dan kewajiban dalam transaksi *online* belum secara tegas diatur dalam Undang-Undang tersebut. Penyelesaian sengketa transaksi elektronik (*e-commerce*) sesuai ketentuan UU No. 8 tahun 1999 dapat dilakukan melalui jalur pengadilan (litigasi) dan di luar pengadilan atau melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang lebih dikenal jalur Non Litigasi yang meliputi Mediasi, Konsiliasi dan Arbitrase.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Amiruddin dan Zainal Asikin, 2004, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Edmon Makarim, 2004, *Kompilasi Hukum Telematika*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Gunawan Widjaja, 2003, *Ahmad Yani, Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Gramedia Pustaka, Jakarta.

Mariam Darus Badruzaman, 2002, *E-Commerce Tinjauan dari Hukum Kontrak Indonesia*, Jurnal Hukum Bisnis, Volume 12.

Rosa Agustina, 2008, *Kontrak Elektronik (E-contract) dalam Sistem Hukum Indonesia*, Jurnal Gloria F.H. Unika Atmajaya, Jakarta, Vol. 8.

Sukarmi, 2008, *Tanggung jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) dan Iklim Penanaman Modal di Indonesia*, Jurnal Legislasi Indonesia, Dirjen Peraturan Perundang-undangan Dep. Hukum dan Ham, Vol. 5.

INTERNET:

<http://teguhariyadi.blogspot.com>
<http://www.minter.com>.

<http://resources.unpad.ac.id>
<http://www.tarumanegara.ac.id>
<http://www.geocities.Com>.

<http://www.hukumonline.com>
<http://www.solusihukum.com>.

Biodata Penulis

Sri Turatmiyah, S.H., M.Hum lahir di Banyumas, 1 November 1965. S1 Fakultas Hukum UNSOED, tamat tahun 1991. S2 Fakultas Hukum Pascasarjana Universitas Sriwijaya, tamat tahun 2001. Selain mengajar di Fakultas Hukum Unsri Kampus Inderalaya beliau juga aktif mengajar di PPs Unsri sejak tahun 2007. Selain mengajar beliau juga aktif melakukan berbagai penelitian, dan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan aktif mengikuti kegiatan ilmiah-ilmiah lainnya.

