Problematika Belanja Online dengan e-Commerce yang Tidak Sesuai Dengan Pesanan

Abdul Rafik Kabianto¹, Irwansyah², Jumadil³

¹ Program Pascasarjana, Universitas Hasanuddin

² Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin

³ Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Al-Azhar Gowa

* E-mail: rafikimmim@gmail.com

Abstract

The ITE Law has guaranteed the protection of e-commerce transactions and provides extraordinary convenience to consumers, because consumers do not need to leave the house to shop with a variety of goods/services with prices that are relatively cheaper and can provide benefits for consumers to freely choose the goods/services they want. However, in practice, the protection of consumers who make e-commerce transactions is often not obtained due to business actors only prioritizing and utilizing the weak understanding of consumers for the protection of their rights. The type of research carried out in this writing is a normative juridical approach, namely as an effort to bring the problem under study with the nature of normative law. The implications or objectives of the results of this writing are expected to provide knowledge of the existence of laws governing the protection of consumer rights which if violated by business actors. This law is an effort for consumers who want to claim their rights violated by business actors and want to submit a lawsuit.

Keywords: e-Commerce; Online shopping; Electronic Transactions

Abstrak

UU ITE telah memberikan jaminan perlindungan terhadap transaksi e-commerce serta memberikan kemudahan yang luar biasa kepada konsumen, karena konsumen tidak perlu keluar rumah untuk berbelanja dengan pilihan barang/jasa pun beragam dengan harga yang relatif lebih murah dan dapat memberikan manfaat bagi konsumen untuk memilih secara bebas barang/jasa yang diinginkannya. Namun dalam prakteknya, perlindungan terhadap konsumen yang melakukan transaksi e-commerce sering tidak didapatkan akibat pelaku usaha hanya mementingkan dan memanfaatkan lemahnya pemahaman konsumen akan perlindungan hak-haknya. Jenis penelitian yang dilakukan dalam penulisan ini adalah pendekatan secara yuridis normatif yaitu sebagai usaha mendekatkan masalah yang diteliti dengan sifat hukum yang normatif. Implikasi atau tujuan dari hasil penulisan ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan akan adanya undang-undang yang mengatur tentang perlindungan hak-hak konsumen yang jika dilanggar oleh pelaku usaha. Undang-undang ini merupakan upaya untuk konsumen yang ingin menuntut haknya yang dilanggar pelaku usaha dan ingin mengajukan gugatan.

Kata Kunci: e-Commerce; Belanja Online; Transaksi Elektronik

1. Pendahuluan

Saat ini ruang lingkup internet mencakup hampir seluruh dunia, pada tahun 1998 diperkirakan terdapat lebih dari seratusjuta orang yang menggunakan internet dan pada tahun 1999 jumlah tersebut bertamabah menjadi dua kali lipat. Data monitor memperkirakan pada tahun 2005 lebih dari 300 juta orang¹. Pemenuhan kebutuhan hidup di dalam masyarakat sangatlah penting dan menjadi hal yang sangat utama. Dalam pemenuhan kebutuhan tersebut masyarakat sering menggunakan transaksi jual beli. Hal ini dapat dilihat dari trend perkembangan pembelian suatu produk yang semakin pesat. Transaksi jual beli di dalam perdagangan dapat timbul jika terjadi pertemuan antara penawaran dan permintaan terhadap barang yang dikehendaki.

Apabila masyarakat atau konsumen mengalami ketidakadilan yang dilakukan oleh pelaku usaha, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan hukum guna melindungi hak-hak yang dimilikinya sebagai konsumen. Undang-undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang disingkat menjadi UUPK pada Pasal 1 angka (1), menyebutkan bahwa “Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”. Dengan adanya UUPK tersebut, masyarakat memiliki payung hukum untuk melindungi haknya.

Dilihat dari perkembangannya, masyarakat bisa saja merasa diuntungkan atau dapat juga merasa dirugikan. Diuntungkan apabila pemenuhan barang tersebut sesuai dengan permintaan konsumen. Konsumen merasa dirugikan apabila barang yang dibeli oleh konsumen ternyata memiliki kecacatan. Hal ini yang sering ditemui antara pelaku usaha dan konsumen.

Masalah yang timbul akhir-akhir ini mengenai perlindungan konsumen mendapatkan penilaian yang sangat tajam dari masyarakat. Masalah yang terkait dengan kepentingan konsumen selalu menjadi sorotan berkepanjangan dan hasilnya pun konsumen yang akan dirugikan. Padahal yang menjadi salah satu hak konsumen ialah untuk mendapatkan produk yang kualitas dan kuantitasnya sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan oleh pelaku usaha.

Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen sering kali disebabkan karena tingkat pengetahuan hukum dan kesadaran konsumen akan haknya yang masih rendah, kondisi seperti ini oleh pelaku usaha dimanfaatkan untuk meraup keuntungan sebesar-besarnya dengan tidak mengindahkan kewajiban-kewajiban yang sudah seharusnya melekat pada para pelaku usaha.² Seharusnya konsumen memiliki hak penuh untuk mendapatkan perlindungan. Akan tetapi banyak konsumen yang belum mengetahui bahwa ada undang-undang yang mengatur tentang perlindungan konsumen. Seperti halnya mengenai pembelian melalui internet secara *online* atau disebut juga dengan *e-commerce*.

¹ Asril sitompul, *Hukum Internet pengenalan mengenai masalah hukum cyberspace*, (Bandung, PT Citra Aditya Bakti 2004) hal. 6

² Margaretha Rosa Anjani, Budi Santoso. Urgensi Rekonstruksi Hukum E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Law Reform*, Volume 14, Nomor 1, Tahun 2018

Perkembangan internet yang semakin maju merupakan salah satu faktor pendorong berkembangnya *e-commerce*. Perkembangan *e-commerce* diatur di dalam Undang-undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang disingkat UU ITE. Sebagai konsumen, kita harus jeli dalam membeli suatu barang. Biasanya dalam suatu transaksi jual-beli secara *e-commerce* terdapat suatu perjanjian antara pelaku usaha dan konsumen. Jual beli merupakan salah satu jenis perjanjian yang diatur dalam KUHPerdara, sedangkan *e-commerce* pada dasarnya merupakan model transaksi jual beli modern yang mengimplikasikan inovasi teknologi seperti internet sebagai media transaksi. Kehendak para pihak yang diwujudkan dalam kesepakatan ialah merupakan dasar mengikatnya suatu perjanjian, kehendak itu dapat dinyatakan dengan berbagai cara baik lisan maupun tertulis dan mengikat para pihak dengan segala akibat hukumnya.³

Dalam pembelian barang secara *online*, seorang pembeli bisa melihat terlebih dahulu barang dan jasa yang hendak dibelanjakan melalui web yang dipromosikan oleh pelaku usaha. Upaya meningkatkan pelayanan kepada konsumen suatu bidang usaha penjualan harus inovatif dan selalu memberikan yang terbaik bagi konsumen. Inovatif dalam arti harus menjual produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen di samping itu, barang-barang yang ditawarkan mengikuti perkembangan. Memberikan yang terbaik berarti memberikan banyak alternatif barang, dan kemudahan dalam bertransaksi.

Media internet memiliki fungsi sebagai salah satu cara menjangkau pelanggan tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Perdagangan melalui *e-commerce* selalu meningkat jumlahnya, hal ini dapat dilihat dari pantauan DTO (*Data Transfer Object*) memperkirakan bahwa jumlah penjual *online* dan pengguna internet lain adalah 1:500 orang. Asumsi ini tentu dapat menjadi tolok ukur lain potensi *e-commerce* di Indonesia yang masih menyisakan peluang besar. *Chairman Sharing Vision* Dimitri Mahayana dari Lembaga Riset Telematika *Sharing Vision* menyatakan bahwa perdagangan melalui internet di Indonesia pada tahun 2009 telah mencapai 3,4 juta dolar atau setara dengan 35 triliun rupiah. Hal ini dikarenakan para konsumen telah diberi kemudahan dalam melakukan pembelian suatu produk.⁴

E-commerce memberikan kemudahan yang luar biasa kepada konsumen, karena konsumen tidak perlu keluar rumah untuk berbelanja di samping itu pilihan barang/jasa pun beragam dengan harga yang relatif lebih murah. Dapat dikatakan adanya hal yang positif ataupun negatif. Dikatakan positif karena kondisi tersebut dapat memberikan manfaat bagi konsumen untuk memilih secara bebas barang/jasa yang diinginkannya. Konsumen memiliki kebebasan untuk menentukan jenis dan kualitas barang/jasa yang sesuai dengan kebutuhannya. Namun disisi lain dapat dikatakan negatif karena kondisi tersebut menyebabkan posisi konsumen menjadi lebih lemah daripada pelaku usaha yang dapat mengakibatkan kekecewaan dan kerugian.

Dalam perkembangan saat ini banyak bermunculan toko-toko *online*. Sehingga banyak yang memanfaatkan untuk mengambil keuntungan pribadi dengan melakukan penipuan. Pada awal 2010-2011 banyak bermunculan toko *online* palsu

³Suharnoko, *Hukum Perjanjian: Teori dan Analisa Kasus*, (Jakarta: Kencana, 2004)

⁴Paskah Wartono Kristanto, "Perkembangan *E-commerce* di Indonesia dan di Dunia", 2012, <http://blog.ub.ac.id>,

baik melalui *website* maupun jejaring sosial. Mereka menjanjikan dengan harga yang jauh lebih murah dari harga normal. Dalam prakteknya biasanya mereka meminta transfer 50% di awal. Dan berjanji akan mengirimkan barangnya segera, akan tetapi esok harinya mereka meminta pelunasan dengan alasan ada masalah administrasi. Dan berjanji akan mengirimkannya secepatnya. Akan tetapi setelah pelunasan terjadi oleh pihak pembeli, si penjual langsung menonaktifkan nomor telepon seluler yang dipakai untuk berhubungan dengan pembeli tadi.

Demikian halnya menggunakan pasar *online* dalam berbelanja membuat pelaku usaha seringkali membuat kesalahan dalam pengiriman barang yang ternyata tidak sesuai dengan pesanan konsumen. Kejadian yang seperti ini membuat pihak konsumen merasa dikecewakan. Namun, demi menjaga nama baik pihak pelaku usaha biasanya memberikan solusi atau upaya untuk barang yang dipesan sebelumnya akan dikirim kembali kepada konsumen dengan terlebih dahulu barang yang salah kirim sebelumnya dikirim kembali kepada pelaku usaha yang seluruh biayanya ditanggung oleh pihak pelaku usaha.

Berdasarkan fenomena tersebut, pembelian secara *online* menimbulkan masalah-masalah yang dialami konsumen seperti didalam pembeliannya terdapat barang yang tidak sesuai dengan apa yang dipesan, atau terdapat kecacatan pada barang tersebut. Hal ini yang dapat merugikan pihak konsumen.

2. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penulisan ini adalah pendekatan secara yuridis normatif yaitu sebagai usaha mendekatkan masalah yang diteliti dengan sifat hukum yang normatif. Pendekatan yang bersifat normatif yakni meliputi asas-asas hukum, perbandingan hukum atau sejarah yang menguraikan tentang norma-norma, pasal-pasal perundangan. Dan uraian tersebut dikemukakan dalam kerangka teori yang digunakan untuk membahas dalam penyajian data. Pendekatan normatifnya ialah dengan membaca, mempelajari, dan menguraikan mengenai implementasi pembelian barang yang tidak sesuai dengan pesanan melalui *e-commerce*. Sejauh mana peraturan-peraturan perundang-undangan yang ditetapkan berkaitan dengan masalah tersebut.

3. Analisis dan Pembahasan

3.1. Terjadinya kesepakatan

Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih (Pasal 1313 BW). Agar suatu Perjanjian dapat menjadi sah dan mengikat para pihak, perjanjian harus memenuhi syarat-syarat sebagaimana ditetapkan dalam Pasal 1320 BW. Mengenai syarat sahnya perjanjian yaitu syarat pertama (adanya kata sepakat) dan syarat kedua (adanya kecakapan) yang diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata disebut syarat subjektif, karena melekat pada diri orang yang menjadi subjek perjanjian.

Apabila syarat diatas tidak dipenuhi mengakibatkan perjanjiannya dapat dibatalkan (*vernietigbaar*). Selama tidak dibatalkan, perjanjian tersebut tetap mengikat. Perjanjiannya dibatalkan (*vernietigbaar*) yang berarti perjanjian tetap berlangsung selama para pihak atau pihak ketiga yang terkait dengan perjanjian belum

memintakan pembatalan dan diputuskan batal. Sedangkan, yang berkaitan dengan syarat ketiga yaitu adanya hal tertentu atau objek perjanjian dan yang keempat (adanya *causa* yang diperbolehkan) yang diatur dalam pasal 1320 KUHPerdata disebut dengan syarat obyektif, karena hal itu mengenai sesuatu yang menjadi objek perjanjian. Apabila syarat ini tidak dipenuhi, maka mengakibatkan perjanjian batal demi hukum (*nietigheid/nietig van rechts wege*). Batal demi hukum (*nietigheid/nietig van rechts wege*) yang artinya perjanjian itu dianggap tidak pernah ada sehingga tiada dasar untuk saling menuntut di muka hakim (pengadilan).

Walaupun dalam suatu perjanjian sudah berdasarkan dengan syarat sahnya perjanjian, perjanjian tersebut akan mempunyai akibat. Akibat dari adanya perjanjian ini diatur dalam pasal 1338 KUH.Perdata. Berikut ini terperinci akibat dari adanya perjanjian menurut KUH.Perdata, sebagai berikut:

- a. Semua perjanjian yang dibuat secara sah menurut undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Artinya apabila perjanjian itu dilanggar oleh salah satu pihak dapat dituntut dimuka hakim. Disamping itu perjanjian yang dibuat itu mengikat sifatnya kepada kedua belah pihak.
- b. Perjanjian tidak dapat ditarik kembali selain dengan kata sepakat atau persetujuan kedua belah pihak. Dalam artian, jika membatalkan suatu perjanjian secara sepihak dilarang, karena kata sepakat antara kedua belah pihak merupakan syarat sahnya suatu perjanjian.
- c. Perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik. Untuk menentukan kriteria dengan itikad baik memang sulit sehingga diperlukan adanya penafsiran sesuai dengan pasal 1339 KUH.Perdata yaitu perjanjian tidak hanya mengikat untuk hal-hal yang dengan tegas dinyatakan didalamnya, tapi juga untuk segala sesuatu yang menurut sifat perjanjian diharuskan oleh kepatutan, kebiasaan atau undang-undang.

Untuk mengaktualisasikan isi Pasal 1339 KUHPerdata ada beberapa pedoman cara penafsiran dalam pelaksanaan penafsiran, yaitu :

1. Jika kata-kata dalam perjanjian itu sudah jelas, tidak diperkenankan ditafsirkan (Pasal 1342 KUH.Perdata).
2. Untuk melakukan penafsiran dalam pelaksanaan perjanjian ada beberapa pedoman seperti :
 - a. Maksud pihak-pihak mencari penjelasan dari pihak-pihak tentang maksud dari isi perjanjian tersebut (pasal 1343 KUH.Perdata).
 - b. Memungkinkan perjanjian itu dilaksanakan (Pasal 1343 KUH.Perdata).
 - c. Kebiasaan setempat (Pasal 1346 KUH.Perdata).
 - d. Dalam hubungan perjanjian keseluruhan (Pasal 1348 KUH.Perdata).
 - e. Berdasarkan akal sehat (*common sense*).

Dari Pasal ini dapat disimpulkan adanya asas kebebasan berkontrak, akan tetapi kebebasan ini dibatasi oleh hukum yang sifatnya memaksa, sehingga para pihak yang membuat perjanjian harus menaati hukum yang sifatnya memaksa. Suatu perjanjian tidak dapat ditarik kembali selain dengan sepakat kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang oleh undang-undang dinyatakan cukup untuk itu. Perjanjian tidak hanya mengikat untuk hal-hal yang dengan tegas dinyatakan didalamnya, tetapi juga untuk segala sesuatu yang menurut sifat perjanjian,

diharuskan oleh kepatutan, kebiasaan atau undang-undang. Suatu perjanjian tidak diperbolehkan membawa kerugian kepada pihak ketiga.

Dalam konteks “*lex electronica*” artikel 11 model hukum UNCITRAL, Undang-undang No. 11 Tahun 2011 tentang Informasi dan Trransaksi Elektronik dan naskah akademisnya, masing-masing rujukan ini secara jelas mengatakan bahwa perjanjian *e-commerce* adalah bentuk perjanjian jual beli yang memiliki kekuatan hukum yang sama dengan perjanjian konvensional. Namun, memiliki karakteristik dan aksentuasi berbeda dengan perjanjian yang lazim berlaku dalam transaksi jual beli konvensional. Hal ini menggambarkan bahwa dalam *e-commerce* kesepakatan antara pembeli dan penjual dilakukan secara elektronik. Kondisi ini menyebabkan prinsip-prinsip dalam hukum perjanjian konvensional, seperti syarat sahnya suatu perjanjian harus mengalami perubahan yang cukup mendasar. Tentu saja masalahnya adalah bahwa perjanjian-perjanjian jual beli dalam ranah *e-commerce* berlangsung dalam pranata *click and-point agreement*, karena cara ini dianggap satu-satunya yang praktis untuk mencapai kesepakatan jual beli dalam transaksi *e-commerce*.

Menurut penulis, model kesepakatan yang dimaksudkan dalam KUHPerdota tentang syarat sahnya suatu perjanjian merupakan suatu revolusioner dari model perjanjian jual beli dalam *e-commerce*, selain syarat subjektif dan syarat objektif yang harus dipenuhi dalam suatu perjanjian, ada hal lain yang merupakan pengembangan teknologi dan era transaksi sekarang ini yang memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi dimana pembeli dan penjual tidak mesti bertatap muka langsung. Dalam hal ini perjanjian yang dilakukan secara *online* itu memanfaatkan media internet sebagai bagian yang tidak terpisahkan dalam transaksi *e-commerce*.

3.2. Terjadinya wanprestasi

Dalam kamus hukum bahasa Belanda-Indonesia-Inggris istilah wanprestasi merupakan terjemahan dari bahasa Belanda *wanprestatie* yang berarti kealpaan, kelalaian atau tidak memenuhi/menepati kewajibannya seperti dalam perjanjian atau dalam istilah bahasa Inggris *breack of contract* yang berarti pihak yang berkewajiban (debitur) yang tidak memenuhi kewajibannya. Istilah wanprestasi menurut Subekti berasal dari istilah bahasa Belanda *wanbeheer* yang berarti pengurusan buruk atau *wanhaad* yang berarti perbuatan buruk, jika kedua istilah ini dikaitkan dengan perikatan, ia “alpa” atau “lalai” atau “ingkar janji”, atau juga ia melanggar perikatan, bila ia melakukan atau berbuat sesuatu yang tidak boleh dilakukannya.⁵

Tidak terpenuhinya kewajiban (wanprestasi) dalam suatu perikatan dapat disebabkan dua hal, yaitu:

1. Disebabkan karena kesalahan debitur, baik karena kesengajaan maupun karena kelalaiannya;

⁵Marilang, *Hukum Perikatan, Perikatan yang lahir dari Perjanjian*, (Makassar: Alauddin University Press, 2013), h. 119

2. Disebabkan karena keadaan memaksa (*force majeure*) atau diluar kemampuan (*overmacht*).

Wanprestasi (kelalaian atau kealpaan) debitur dilihat dari segi bentuknya dapat berupa empat macam, yaitu:

- 1) Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukannya atau sama sekali tidak memenuhi prestasi. Artinya, debitur tidak memenuhi kewajiban yang telah disanggupi untuk dipenuhi dalam suatu perjanjian atau tidak memenuhi kewajiban yang ditetapkan undang-undang dalam perikatan yang lahir dari undang-undang.
- 2) Melaksanakan apa yang dijanjikannya, tetapi tidak sebagaimana dijanjikan atau tidak tunai memenuhi prestasi. Artinya, debitur memenuhi prestasi tetapi tidak seluruhnya dipenuhi sebagaimana diperjanjikan atau yang ditetapkan undang-undang dalam perikatan yang lahir dari undang-undang.
- 3) Melakukan apa yang dijanjikannya tetapi terlambat atau terlambat memenuhi prestasi. Artinya, debitur memenuhi prestasi tetapi terlambat, karena lewat dari waktu yang ditentukan dalam perjanjian
- 4) Keliru memenuhi prestasi. Artinya, debitur melaksanakan atau memenuhi apa yang diperjanjikan atau apa yang ditentukan dalam undang-undang, tetapi tidak sebagaimana mestinya menurut kualitasnya.

Satu faktor terpenting yang mendorong lahirnya Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah tingginya derajat pelanggaran hak konsumen dalam dasawarsa sebelumnya. Berbagai pelanggaran ini sangat intensif pada awal 1970 hingga tahun 1998. Hal ini disebabkan banyak pelaku usaha (produsen) menikmati kebijakan-kebijakan politik hukum yang digariskan dalam pola pembangunan jangka panjang 25 (dua puluh lima tahun). Meskipun karakteristik sasaran pokok dari strategi pembangunan *growth-equality* adalah pertumbuhan dan pemerataan, pemerintah pada waktu itu (orde baru) tetap menyokong pelaku usaha (konglomerat) untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat dan kebutuhan pembangunan disegala sektor.⁶

Tentu saja perlu harmonisasi ketentuan-ketentuan yang termaktub dalam rangkaian pasal 4 UUPK, karena UU ITE sudah menentukan bahwa pengguna informasi dalam media elektronik yang terkait dengan data pribadi seseorang harus dilakukan atas persetujuan orang yang bersangkutan (pasal 26 ayat 1). Apalagi perseorangan yang dilanggar haknya dapat mengajukan gugatan atas kerugian yang ditimbulkan berdasarkan UU ITE (Pasal 26 ayat 2). Tindakan yang rasional jika legislator melakukan sinkronisasi atas beberapa ketentuan yang terdapat dalam UUPK. Misalnya, dengan penambahan klausul yang menegaskan bahwa konsumen memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan atas data-data pribadi.⁷

⁶Iman Sjahputra, *Perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik*, (Bandung : Alumni, 2010) h. 135-136

⁷ Ibid, h. 159

Menurut penulis dengan adanya sinkronisasi antara Undang-undang Perlindungan Konsumen dengan Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik ini menjadi dasar hukum yang menguatkan posisi konsumen dan seimbang dengan pelaku usaha sehingga keseimbangan antara keduanya yaitu konsumen dan pelaku usaha akan memberikan atau menciptakan iklim usaha yang benar-benar sehat.

Transaksi perdagangan secara elektronik memungkinkan pelaku usaha menjual barang (atau jasa) tanpa terlebih dahulu memperlihatkan kondisi fisik barang yang dijual kepada konsumen. Keadaan itu memberi kesempatan yang luas kepada pelaku usaha untuk menjual barang dan jasa yang kualitasnya tidak sesuai dengan apa yang sudah dijanjikan. Bahkan, konsumen sangat mungkin tidak mengetahui kredibilitas pelaku usaha yang menjual barang atau jasa tersebut. Oleh karena itu, cukup besar proporsi pelaku usaha untuk melakukan tindakan curang dalam aktivitas transaksi elektronik. Padahal dalam Pasal 7 huruf (d) UUPK secara jelas menentukan bahwa, pelaku usaha wajib memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang atau jasa tertentu serta memberi jaminan atau garansi terhadap barang yang dibuat atau yang diperdagangkan.

Bagaimanapun, ketentuan ini tidak dapat penuh diterapkan kepada aktivitas perdagangan secara *online*. Oleh karena ciri khas perdagangan *online* justru terletak didalam sifatnya yang virtual. Menurut penulis hal seperti itu memang hal yang sulit diterapkan dalam kenyataan dilapangan. Akan tetapi, walaupun aktivitas perdagangan *online* sifatnya virtual, perlu ditekankan bahwa tindakan dan perbuatan hukumnya adalah sangat nyata. Oleh sebab itu, subjek pelakunya harus dikualifikasikan sebagai orang yang telah melakukan perbuatan hukum secara nyata. Hal ini dapat dibaca dalam naskah akademik Undang-undang No. 8 Tahun 2011 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Oleh karena itu, tidak ada cara lain kecuali membuka kesempatan yang luas kepada konsumen untuk dapat mengembalikan barang yang ternyata tidak sesuai dengan apa yang telah dijanjikan. Hal ini juga ditegaskan dalam karena Pasal 28 ayat (1) UU ITE juga dengan tegas mengatakan bahwa setiap orang dilarang menyebarkan berita bohong dan menyesatkan sehingga mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik.

Dalam Pasal 17 ayat (1) UUPK juga melarang pelaku usaha membuat iklan yang mengelabui konsumen. Bahkan, ketentuan ini menegaskan bahwa pelaku usaha tidak boleh mencantumkan kualitas dan kuantitas barang, bahan, kegunaan, maupun harga barang ataupun jasa yang sifatnya mengelabui konsumen. Di samping itu, pelaku usaha juga dituntut memberikan informasi yang relatif tepat tentang waktu penerimaan barang ataupun jasa yang telah dipesan oleh konsumen. Namun, pelaku usaha yang menjual barang ataupun jasa lewat situs-situs tertentu sering tidak dapat menjamin kapan barang ataupun jasa tersebut dapat diterima oleh konsumen. Oleh karena itu, perlu derajat pengawasan yang lebih besar dan efektif untuk mendisiplinkan situs-situs yang tidak sesuai dengan ketentuan Pasal 17 ayat (1) UUPK.

Tentu saja pengawasan yang semacam ini tidak dapat sepenuhnya diterapkan, mengingat tidak seluruh situs belanja *online* berada dalam yurisdiksi hukum Indonesia. Meskipun demikian, pengawasan itu masih mungkin diselenggarakan terutama terhadap situs-situs yang masuk dalam yurisdiksi hukum Indonesia.

Bahkan, implementasi delik formal dapat langsung dijadikan dasar argumentasi hukum bagi likuidasi situs-situs belanja *online* yang memang terbukti melanggar ketentuan Pasal 17 UUPK. Implementasi delik formal terhadap pelanggaran ketentuan ini pada prinsipnya dapat diterima karena Pasal 17 ayat (2) memberi jawaban yang tegas bahwa pelaku usaha periklanan dilarang melanjutkan peredaran iklan yang telah melanggar ayat (1).

4. Penutup

Pelaksanaan perjanjian jual beli dalam ranah *e-commerce* berlangsung dalam pranata *click and-point agreement*, karena cara ini merupakan cara yang praktis untuk mencapai kesepakatan jual beli dalam transaksi *e-commerce*. Dalam hal ini perjanjian yang dilakukan secara *online* (perjanjian *e-commerce*) memiliki kekuatan hukum yang sama dengan perjanjian konvensional. Namun, memiliki karakteristik dan aksentuasi berbeda dengan perjanjian yang lazim berlaku dalam transaksi jual beli konvensional. Bentuk perlindungan bagi konsumen atas perjanjian jual beli secara *online* dengan menggunakan *e-commerce* adalah menyelesaikan sengketa melalui suatu lembaga. Lembaga yang dimaksud adalah Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Referensi

- Asril sitompul, *Hukum Internet pengenalan mengenai masalah hukum cyberspace*, Bandung, PT Citra Aditya Bakti 2004
- Makarim, E. (2014). Kerangka Kebijakan dan Reformasi Hukum untuk Kelancaran E- Commerce. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, Vol.44 (No.3 Juli-September 2014)
- Margaretha Rosa Anjani, Budi Santoso. Urgensi Rekonstruksi Hukum E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Law Reform*, Volume 14, Nomor 1, Tahun 2018
- Marilang (2011). *Hukum Perikatan, perikatan yang lahir dari perjanjian*. Makassar Kencana Prenada Media.
- Republik Indonesia. *Undang-undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*
- Republik Indonesia. *Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*
- Sjahputra, Iman, *Perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik*, Bandung, Alumni, 2010
- Suharnoko, *Hukum Perjanjian: Teori dan Analisa Kasus*, (Jakarta: Kencana, 2004)