

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1. Langkah-langkah transaksi, dari pemilihan produk hingga pembayaran dan pengiriman Jual Beli Online

Transaksi jual-beli melalui e-commerce memang pada dasarnya mirip dengan transaksi jual-beli tradisional. Perbedaannya terletak pada media dan prosesnya. Dalam e-commerce, semua interaksi dilakukan secara online melalui situs web atau aplikasi, sementara dalam transaksi tradisional, pembeli dan penjual biasanya bertemu secara langsung di lokasi fisik.

Proses jual beli melalui E-Commerce melibatkan beberapa tahap yang dijelaskan sebagai berikut:

1. **Penawaran:** Penawaran secara online melibatkan langkah di mana penjual atau pelaku usaha mengunggah informasi mengenai produk mereka ke internet, biasanya melalui platform seperti toko online atau situs web yang menampilkan katalog produk. Pembeli dapat mengakses barang-barang yang ditawarkan, termasuk informasi harga dan rating produk, kapan saja dan dari mana saja, tanpa terbatas oleh waktu atau lokasi. Namun, penawaran hanya dianggap terjadi jika pembeli mengunjungi situs web tersebut; jika tidak, penawaran tidak dapat dikatakan berlangsung.
2. **Penerimaan:** Penerimaan penawaran terjadi dalam konteks transaksi elektronik. Jika penawaran dikirimkan melalui email, maka penerimaan juga harus dilakukan melalui email, karena penawaran hanya terlihat oleh pemilik email yang dituju. Hanya pemegang email tersebut yang dapat menerima penawaran. Namun, jika penawaran disampaikan melalui situs web, penawaran tersebut dapat diakses oleh publik yang mengunjungi situs tersebut. Dalam situasi ini, ketika seseorang atau pembeli tertarik pada produk yang ditawarkan, mereka dapat membuat kesepakatan langsung dengan penjual. Proses ini melibatkan pemilihan barang dari situs web, menempatkannya dalam keranjang belanja sementara hingga pembeli yakin, dan kemudian melanjutkan ke tahap pembayaran.
3. **Pembayaran:** Berikut ialah berbagai metode pembayaran yang digunakan dalam transaksi online:

- a. Transaksi melalui Bank atau Transfer Uang: Pembeli melakukan pembayaran langsung kepada pelaku usaha melalui transfer bank. Metode ini populer karena dianggap aman dan nyaman, di mana pembeli dapat mentransfer uang dari rekening mereka ke rekening penjual.
 - b. Sistem COD (Cash on Delivery): Pembayaran dilakukan secara tunai pada saat barang diterima. Metode ini memungkinkan pembeli untuk memeriksa barang sebelum membayar, sehingga memberikan keamanan tambahan.
 - c. Rekening Bersama : Pihak ketiga yang bertindak sebagai perantara mengelola rekening bersama antara pembeli dan penjual. Uang disimpan di rekening ini dan hanya akan diteruskan kepada penjual setelah pembeli mengonfirmasi bahwasanya mereka telah menerima barang.
 - d. Jasa Pengiriman Uang Secara Online: Metode ini memakai layanan pengiriman uang yang memungkinkan transfer dana dengan cepat, baik secara domestik maupun internasional. Pembayaran dilakukan melalui platform atau aplikasi yang menyederhanakan proses transfer, selaras dengan jumlah yang disepakati.
4. Pengiriman: Pengiriman barang dilakukan setelah proses pembayaran selesai. Pembeli memiliki hak untuk menerima barang yang telah dibayar. Proses pengiriman dan biaya yang terkait harus selaras dengan kesepakatan yang telah dibuat antara kedua belah pihak. (Andi Tenri Ajeng, 2017: 61-62)

E-commerce memungkinkan transaksi jual beli tanpa perlu bertemu langsung antara penjual dan pembeli. Dalam sistem ini, proses pembelian dan penjualan dilakukan secara elektronik, biasanya melalui situs web atau aplikasi. Pembeli dapat memilih dan membeli barang dengan melihat deskripsi dan gambar yang disediakan secara online, sementara penjual dapat mengelola penawaran mereka secara virtual. Ini berbeda dengan metode konvensional di mana transaksi sering memerlukan pertemuan fisik dan pemeriksaan barang secara langsung.

Contoh kasus:

Berikut ialah tahapan proses standar dalam pembelian online yang diringkas:

1. Pencarian Produk: Pembeli mengunjungi situs web penjual untuk mencari produk, melihat-lihat berbagai pilihan, dan memeriksa harga barang yang tersedia.
2. Pengisian Informasi: Setelah memilih barang yang diinginkan, pembeli mengklik link informasi toko dan mengisi formulir pengiriman dengan data yang diperlukan, seperti nama penerima, alamat, nomor telepon, serta detail barang yang ingin dibeli.
3. Konfirmasi dan Pembayaran: Penjual kemudian mengirimkan rincian barang dan format pembayaran, termasuk nomor rekening atau metode pembayaran lainnya. Pembeli harus mentransfer uang selaras dengan rincian yang diberikan oleh penjual.
4. Pengiriman Barang: Setelah pembayaran dikonfirmasi, penjual memproses pesanan dan mengirimkan barang melalui jasa pengiriman, seperti J&T atau layanan pengiriman lainnya. Proses ini membantu memastikan transaksi yang efisien dan aman antara pembeli dan penjual.

Dari penjelasan di atas, bisa diambil simpulan bahwasanya kesepakatan dalam transaksi terjadi ketika pembeli menyerahkan uang kepada pelaku usaha, baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk barang yang telah dipesan. Dalam transaksi e-commerce, asas konsensualisme menekankan pentingnya adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli. Proses dimulai dengan penawaran dari pihak penjual dan diikuti oleh penerimaan dari pihak pembeli. Setelah kesepakatan tercapai, asas *pacta sunt servanda* berlaku, yang berarti kontrak yang telah disepakati oleh kedua belah pihak harus dipatuhi dan dijalankan selaras dengan ketentuan yang ada dalam kontrak tersebut. Hal ini memberikan kepastian hukum bagi semua pihak yang terlibat dalam transaksi. (Sitti Nurjannah, 2013: 165)

Penawaran dan penerimaan barang dalam konteks e-commerce memang mengikuti prinsip dasar yang sama dengan transaksi konvensional. Namun, perbedaannya terletak pada penggunaan media internet sebagai sarana komunikasi dan transaksi. Kontrak elektronik, seperti yang terjadi dalam e-commerce, diatur dalam hukum yang mengakui keabsahan dan keterikatan kontrak tersebut. Sama seperti kontrak tradisional, kontrak elektronik harus memenuhi unsur-unsur sah perjanjian, seperti adanya kesepakatan antara pihak-pihak yang terlibat, kemampuan hukum untuk bertindak, dan objek kontrak yang jelas. Dengan kemajuan teknologi, kontrak elektronik kini diatur oleh berbagai undang-undang dan peraturan untuk memastikan

bahwasanya transaksi online dapat dilakukan dengan sah dan aman. (Istiqamah, 2019 : 298)

Dalam konteks kesepakatan atau kontrak, teori-teori ini menawarkan perspektif berbeda tentang kapan persetujuan atau penerimaan dianggap sah. Mari kita lihat masing-masing teori lebih detail:

- a. **Teori Pernyataan:** Teori ini mengklaim bahwasanya kesepakatan terjadi saat pihak yang menerima tawaran secara eksplisit menjabarkan bahwasanya mereka menerima tawaran tersebut. Kelemahan utama teori ini ialah terlalu idealistik karena tidak mempertimbangkan situasi praktis di mana pernyataan penerimaan mungkin belum sampai ke pihak yang menawarkan.
- b. **Teori Pengiriman:** Menurut teori ini, kesepakatan terjadi saat pihak yang menerima tawaran mengirimkan pernyataan penerimaannya. Kelemahannya ialah potensi masalah dalam proses pengiriman dan komunikasi; pihak yang menawarkan mungkin belum mendapatkan konfirmasi penerimaan meskipun penerimaan sudah dikirimkan.
- c. **Teori Pengetahuan:** Teori ini menjabarkan bahwasanya kesepakatan terjadi saat pihak yang menawarkan sudah mengetahui bahwasanya tawarannya telah diterima, meskipun mereka belum menerima konfirmasi tersebut secara langsung. Tantangannya ialah bagaimana pihak yang menawarkan bisa mengetahui penerimaan tanpa konfirmasi yang sebenarnya.
- d. **Teori Penerimaan:** Teori ini berpendapat bahwasanya kesepakatan hanya terjadi ketika pihak yang menawarkan secara langsung menerima jawaban dari pihak yang menerima tawaran. Kelemahan dari teori ini ialah ketergantungannya pada kecepatan dan keakuratan komunikasi antara kedua belah pihak.

Setiap teori memiliki kelebihan dan kekurangan, dan dalam praktiknya, kombinasi dari teori-teori ini mungkin digunakan untuk menentukan kapan kesepakatan dianggap sah dalam situasi tertentu. (Salim HS. 2003 : 3031)

Teori penerimaan dalam konteks perjanjian online sangat relevan. Dalam jual beli online, kesepakatan biasanya dianggap sah ketika penerima penawaran, yaitu pembeli, menyetujui tawaran yang diajukan oleh penjual. Ini berarti bahwasanya perjanjian dianggap telah terjadi ketika pembeli mengirimkan konfirmasi penerimaan atau melakukan tindakan yang menunjukkan penerimaan tawaran, seperti mengklik tombol "beli" atau menyelesaikan proses pembayaran. Dengan mengandalkan teori penerimaan ini, semua pihak terlibat dapat memiliki kepastian kapan perjanjian telah

tercapai dan hak serta kewajiban masing-masing pihak dapat diterapkan secara adil. Ini membantu mengurangi sengketa dan memberikan kejelasan dalam transaksi online.

Perdebatan tentang sah atau tidaknya perikatan dari perjanjian standar sering kali berfokus pada keseimbangan kekuatan antara pihak-pihak yang berkontrak, terutama dalam konteks perlindungan konsumen. Dalam perjanjian standar, sering kali satu pihak, biasanya penyedia layanan atau penjual, menyusun syarat dan ketentuan secara sepihak yang kemudian diterima oleh pihak lain, biasanya konsumen, tanpa adanya ruang untuk negosiasi.

Beberapa isu kunci dalam perdebatan ini meliputi:

1. **Keseimbangan Kekuatan:** Apakah perjanjian standar memberikan posisi yang adil bagi pihak yang lebih lemah, seperti konsumen? Atau justru menciptakan ketidakseimbangan yang merugikan pihak konsumen?
2. **Keadilan Kontrak:** Apakah ketentuan dalam perjanjian standar selaras dengan prinsip keadilan? Misalnya, apakah ada klausul yang mungkin memberatkan pihak konsumen secara tidak wajar?
3. **Transparansi dan Pemahaman:** Apakah ketentuan dalam perjanjian standar disampaikan dengan jelas dan dipahami dengan baik oleh semua pihak?
4. **Perlindungan Konsumen:** Apakah hukum setempat memberikan perlindungan yang memadai bagi konsumen terhadap klausul yang tidak adil dalam perjanjian standar?

Beberapa negara telah menerapkan regulasi khusus untuk menangani masalah ini, seperti mengharuskan transparansi lebih dalam penyusunan perjanjian standar atau memberikan hak kepada konsumen untuk menolak klausul yang dianggap tidak adil. Penting untuk melihat bagaimana regulasi tersebut diimplementasikan dan sejauh mana mereka mampu menciptakan keseimbangan dalam hubungan kontraktual. (Istiqamah, 2019 : 298-299)

Asas konsensualisme dalam hukum perjanjian menurut KUHPerdato (Kitab Undang-Undang Hukum Perdata) menjabarkan bahwasanya suatu perjanjian jual beli dianggap sah dan mengikat saat kedua belah pihak telah sepakat mengenai objek (barang) dan harga. Prinsip ini menegaskan bahwasanya tidak diperlukan formalitas tambahan atau tindakan hukum lain untuk mengesahkan perjanjian jual beli, selama kesepakatan telah tercapai mengenai pokok-pokok utama dari perjanjian tersebut. Namun, KUHPerdato juga mengatur bahwasanya dalam kondisi tertentu, seperti perjanjian yang berkaitan dengan tanah atau properti tertentu, formalitas tambahan

seperti pembuatan akta notaris mungkin diperlukan untuk keabsahan perjanjian. Meskipun demikian, secara umum, asas konsensualisme menitikberatkan pada pentingnya adanya kesepakatan antara para pihak yang terlibat dalam perjanjian. (Subekti, 1995: 2)

Dalam hukum perdata Indonesia, Pasal 1458 KUHPdata menjabarkan bahwasanya jual beli dianggap sah dan terjadi ketika salah satu pihak menyetujui pokok perjanjian yang ditawarkan oleh pihak lain. Ini berarti kesepakatan tercapai saat salah satu pihak menerima tawaran atau ketentuan yang diajukan oleh pihak lainnya. Lebih lanjut, Pasal 1320 KUHPdata menegaskan bahwasanya syarat sahnya perjanjian mencakup adanya kesepakatan antara pihak-pihak yang terlibat. Dengan demikian, ketika pernyataan sepakat dari satu pihak diterima oleh pihak lain, perjanjian dianggap telah sah dan berlaku menurut hukum.

Dalam konteks perjanjian jual beli melalui e-commerce, prinsip dasar perjanjian jual beli tetap mengikuti ketentuan yang sama seperti pada perjanjian konvensional. Menurut Pasal 1320 KUHPdata, syarat sahnya perjanjian meliputi:

- a. Adanya Kesepakatan : Pihak-pihak yang terlibat harus mencapai kata sepakat mengenai pokok perjanjian.
- b. Kecakapan Pihak-pihak: Para pihak harus memiliki kapasitas hukum untuk membuat perjanjian.
- c. Objek yang Jelas: Harus ada suatu hal tertentu sebagai objek perjanjian yang jelas.
- d. Sebab yang Halal: Tujuan perjanjian harus selaras dengan hukum dan tidak bertentangan dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Pasal 47 ayat (2) PP 82/2012 menguraikan syarat-syarat sahnya perjanjian dalam konteks transaksi elektronik sebagai berikut:

- a. Kesepakatan Para Pihak: Semua pihak yang terlibat dalam transaksi elektronik harus menyetujui syarat dan ketentuan perjanjian.
- b. Subjek Hukum yang Cakap: Pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi harus merupakan subjek hukum yang memiliki kecakapan atau sah untuk mewakili selaras dengan ketentuan hukum yang berlaku.
- c. Hal Tertentu: Objek transaksi harus jelas dan spesifik, sehingga tidak menimbulkan keraguan tentang apa yang diperjualbelikan.

- d. Objek Transaksi Selaras Peraturan: Objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, atau ketertiban umum.

Dengan memenuhi syarat-syarat ini, perjanjian jual beli melalui e-commerce dapat dianggap sah dan memiliki kekuatan hukum yang setara dengan perjanjian jual beli tradisional.

Hukum perdata Indonesia, pasal 1320 KUHPerdata mengatur tentang syarat sahnya suatu perjanjian, yaitu adanya kesepakatan, kecakapan untuk membuat perjanjian, objek yang jelas, dan sebab yang tidak terlarang. Namun, meskipun perjanjian memenuhi syarat-syarat sah tersebut, perjanjian tetap bisa memiliki akibat hukum yang diatur dalam pasal 1338 KUHPerdata. Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) menjabarkan bahwasanya perjanjian yang sah memiliki kekuatan hukum yang mengikat seperti undang-undang, dan harus dilaksanakan dengan itikad baik serta selaras dengan kesepakatan yang telah dibuat. Berikut penjelasan rinci mengenai hal ini:

- a) Perjanjian Sah: Semua perjanjian yang dibuat selaras dengan ketentuan undang-undang mengikat pihak-pihak yang terlibat. Jika salah satu pihak melanggar ketentuan perjanjian, pihak lainnya berhak mengajukan tuntutan di pengadilan. Perjanjian ini mengikat kedua belah pihak yang membuatnya.
 - b) Tidak Bisa Ditarik Kembali: Perjanjian tidak dapat dibatalkan sepihak. Perubahan atau pembatalan hanya dapat dilakukan jika ada kesepakatan atau persetujuan dari kedua belah pihak. Kesepakatan bersama merupakan syarat sahnya suatu perjanjian.
 - c) Itikad Baik: Pelaksanaan perjanjian seharusnya dilakukan dengan itikad baik. Kriteria itikad baik mungkin sulit ditentukan secara jelas, sehingga perlu penafsiran selaras Pasal 1339 KUHPerdata, yang menyebutkan bahwasanya perjanjian mengikat tidak hanya untuk hal-hal yang dinyatakan secara eksplisit, tetapi juga untuk hal-hal yang menurut sifat perjanjian, kepatuhan, kebiasaan, atau undang-undang dianggap perlu.
- (Andi Tenri Ajeng, 2017 : 76)

Perjanjian E-Commerce, menurut UU No. 11 Tahun 2011 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) di Indonesia, memang memiliki kekuatan hukum yang sama dengan perjanjian konvensional. Namun, ada beberapa perbedaan mendasar dalam

karakteristik dan aksentuasi perjanjiannya. Perjanjian E-Commerce umumnya dilakukan secara elektronik, sering kali memakai sistem click-and-point agreement atau metode lain yang serupa. Ini berarti bahwasanya kesepakatan antara pembeli dan penjual terjadi dalam bentuk digital, bukan melalui interaksi fisik langsung seperti dalam transaksi konvensional. Beberapa prinsip hukum perjanjian konvensional, seperti syarat sahnya perjanjian (kesepakatan, kecakapan hukum, objek yang jelas, dan sebab yang halal), perlu diselaraskan dengan konteks elektronik. Contohnya, dalam *E-Commerce*, prinsip kesepakatan biasanya diwujudkan melalui tindakan seperti klik "Setuju" atau "Beli", yang dianggap sebagai bentuk persetujuan yang sah dalam ranah digital. Seiring dengan berkembangnya teknologi dan peraturan yang mengaturnya, penting untuk memastikan bahwasanya perjanjian *E-Commerce* tetap mematuhi prinsip-prinsip hukum yang berlaku sambil mempertimbangkan karakteristik unik dari transaksi elektronik. (Akbar, 2017 : 40).

Dalam transaksi jual-beli online atau e-commerce, kesepakatan yang tercipta harus memenuhi syarat subjektif dan objektif agar sah menurut hukum. Syarat subjektif melibatkan kemampuan para pihak untuk melakukan tindakan hukum, sedangkan syarat objektif mencakup adanya objek yang sah serta perjanjian yang tidak melanggar hukum atau norma kesusilaan. Jika di kemudian hari konsumen merasa dirugikan, mereka berhak untuk membatalkan transaksi tersebut. Kontrak elektronik yang dibuat dalam transaksi online berperan penting sebagai bukti untuk menegaskan hak-hak konsumen dan menunjukkan adanya wanprestasi jika salah satu pihak tidak memenuhi kewajibannya. Selama para pihak yang terlibat dapat bertanggung jawab dan mengedepankan itikad baik, perjanjian tersebut akan tetap sah menurut hukum. Hal ini penting untuk menjamin keadilan dan kepastian hukum dalam transaksi e-commerce.

4.2. Analisis hak dan kewajiban pelaku usaha, serta mekanisme penyelesaian sengketa dan kompensasi yang tidak selaras dalam Transaksi Jual-Beli Online

Teknologi informasi memang membawa banyak kemudahan dan efisiensi dalam transaksi bisnis, tetapi juga meningkatkan risiko terhadap kejahatan siber. Perlindungan terhadap informasi elektronik, terutama yang sangat rahasia, menjadi sangat penting untuk menjaga integritas dan kerahasiaan data. Ini termasuk penerapan berbagai teknologi keamanan seperti enkripsi, firewall, dan sistem deteksi intrusi, serta kebijakan dan prosedur yang ketat untuk memastikan bahwasanya hanya pihak yang

berwenang yang dapat mengakses informasi tersebut. Selain itu, kesadaran dan pelatihan bagi pengguna tentang potensi ancaman dan cara-cara menjaga keamanan data juga sangat penting dalam menghadapi risiko yang ada. (Badrulzaman, 2001 : 310)

E-Commerce memang merupakan salah satu variasi dari kebebasan berkontrak yang dianut oleh hukum perdata. Dengan perkembangan teknologi informasi, kontrak-kontrak jual beli kini dapat dilakukan secara elektronik, yang memudahkan proses perdagangan dan memperluas jangkauan pasar. Namun, meskipun format dan media yang digunakan berbeda, prinsip dasar perjanjian jual beli tetap berlaku, seperti kesepakatan antara pihak-pihak, objek yang diperjualbelikan, dan harga. Tantangan utama dalam *E-Commerce* seringkali berkisar pada aspek teknologi, seperti keamanan data dan perlindungan konsumen. Oleh karena itu, meski secara umum masalahnya mirip, aspek-aspek teknologi dan pengaturan yang terkait perlu dipertimbangkan dengan cermat dalam konteks *E-Commerce*.

Dalam dunia bisnis yang sangat kompetitif, fokus pada keuntungan sering kali menggeser perhatian dari etika dan tata cara berdagang yang sehat. Pelaku usaha mungkin terjebak dalam dorongan untuk memenangkan persaingan dan memaksimalkan profit, sehingga mengabaikan pentingnya kejujuran, tanggung jawab sosial, dan kepuasan pelanggan. Namun, membangun bisnis yang beretika tidak hanya penting untuk reputasi jangka panjang, tetapi juga dapat menjadi keunggulan kompetitif. Pelanggan semakin sadar akan tanggung jawab sosial perusahaan, dan banyak yang lebih memilih untuk berbisnis dengan perusahaan yang menunjukkan integritas dan komitmen terhadap prinsip etika. (Ashabul Kahpi, 2019 : 70) Dalam konteks sengketa *E-Commerce* di Indonesia, ketentuan hukum perjanjian dalam Buku Ketiga KUHPerdata dapat digunakan sebagai dasar penyelesaian sengketa, terutama jika para pihak berada di wilayah Indonesia. Buku Ketiga KUHPerdata mengatur tentang perjanjian dan kontrak, yang relevan untuk menyelesaikan sengketa yang timbul dari transaksi *E-Commerce*. Namun, penting juga untuk memperhatikan peraturan dan perundang-undangan khusus yang mungkin berlaku untuk *E-Commerce*, seperti UU ITE dan peraturan terkait perlindungan konsumen, yang dapat memberikan pedoman tambahan dalam penyelesaian sengketa.

UU Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) memang penting dalam konteks hukum transaksi elektronik di Indonesia. Salah satu faktor utamanya ialah untuk memastikan bahwasanya transaksi *e-commerce* diakui secara sah sebagai kontrak yang mengikat, selama memenuhi syarat-syarat yang

ditetapkan dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) Pasal 1320. Dengan adanya UU ITE, kendala hukum bagi konsumen dan pelaku e-commerce bisa diminimalisir, sehingga transaksi elektronik dapat berjalan dengan lebih aman dan teratur.

Pasal 1 angka 17 dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) di Indonesia mendefinisikan "kontrak elektronik" sebagai perjanjian yang dibuat dengan memakai media elektronik yang mengikat para pihak. Ini berarti bahwasanya kontrak yang disepakati melalui platform digital atau komunikasi elektronik memiliki kekuatan hukum yang sama dengan kontrak yang dibuat secara fisik. Ini memungkinkan perjanjian untuk dibuat, ditandatangani, dan dilaksanakan secara elektronik, sehingga mempermudah transaksi bisnis dan hukum di era digital.

Dalam transaksi perdagangan elektronik, pelaku usaha memang menghadapi tantangan terkait transparansi dan kredibilitas. Karena konsumen tidak dapat melihat atau memeriksa barang secara fisik sebelum membeli, ada risiko bahwasanya kualitas barang atau jasa tidak selaras dengan yang dijanjikan. Menurut Pasal 7 huruf (d) Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), pelaku usaha memang diharuskan untuk memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji atau mencoba barang atau jasa tertentu, serta memberikan jaminan atau garansi terhadap barang yang diperdagangkan. Hal ini dimaksudkan untuk melindungi hak-hak konsumen dan memastikan bahwasanya mereka mendapatkan barang atau jasa yang selaras dengan yang diharapkan. Namun, dalam praktiknya, pemenuhan ketentuan ini bisa menjadi lebih rumit dalam konteks transaksi elektronik. Oleh karena itu, penting bagi konsumen untuk berbelanja di platform yang terpercaya dan bagi pelaku usaha untuk menjaga transparansi dan integritas dalam penawaran mereka.. (Akbar, 2017 : 46)

Jual beli online atau e-commerce, meskipun aktivitasnya berlangsung di dunia maya, perbuatan hukum yang dilakukan oleh para pihak terlibat ialah nyata dan sah. Memakai Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) di Indonesia mengatur tentang hukum dan perlindungan terkait transaksi elektronik, termasuk e-commerce. UU ini memberikan kerangka hukum untuk memastikan bahwasanya transaksi online dilakukan dengan cara yang adil dan transparan, dan juga memberikan perlindungan bagi konsumen dan pelaku usaha. Di dalamnya terdapat ketentuan tentang tanggung jawab pelaku usaha, perlindungan data pribadi, serta hak dan kewajiban dalam transaksi elektronik. Jika salah satu pihak tidak memenuhi

ketentuan tersebut, maka mereka dapat dikenakan sanksi selaras dengan hukum yang berlaku.

Dalam hukum perlindungan konsumen di Indonesia, terdapat beberapa pasal penting yang mengatur hak dan kewajiban terkait pengembalian barang:

1. Pasal 4 UUPK (Undang-Undang Perlindungan Konsumen) Pasal ini mengatur hak-hak konsumen, termasuk hak untuk mendapatkan informasi yang benar tentang barang atau jasa yang dibeli. Ini mencakup hak untuk mengembalikan barang jika tidak selaras dengan informasi yang diberikan atau tidak memenuhi standar yang dijanjikan.
2. Pasal 7 UUPK Pasal ini menjelaskan kewajiban pelaku usaha, termasuk kewajiban untuk memberikan barang atau jasa selaras dengan kesepakatan dan standar yang ditetapkan. Pelaku usaha juga wajib memberikan jaminan atau garansi terhadap barang yang dijual, sehingga jika barang yang diterima tidak selaras, konsumen memiliki hak untuk mengembalikannya atau meminta perbaikan.

Dengan adanya aturan ini, konsumen dilindungi dari produk atau jasa yang tidak selaras dengan yang dijanjikan, dan pelaku usaha diharapkan untuk bertanggung jawab dan memberikan solusi yang selaras.

Dalam BAB IV Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) di Indonesia, diatur mengenai kewajiban dan tanggung jawab pelaku usaha untuk melindungi hak-hak konsumen. Hal ini mencakup aturan tentang transparansi informasi, kewajiban untuk memberikan produk dan layanan yang aman dan berkualitas, serta mekanisme penyelesaian sengketa. Tujuan dari pengaturan ini ialah untuk menciptakan kepastian hukum bagi konsumen dan memastikan bahwasanya pelaku usaha menjalankan praktik bisnis yang adil dan bertanggung jawab.

Peraturan Pemerintah No.82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem Elektronik memang dirancang untuk memberikan kepastian hukum dalam transaksi elektronik dan melindungi hak konsumen, khususnya dalam konteks penggunaan media online seperti toko online di Instagram. Peraturan ini menetapkan berbagai kewajiban bagi penyelenggara sistem elektronik, termasuk toko online, untuk memastikan bahwasanya transaksi dilakukan secara aman dan transparan. Ini mencakup aspek-aspek seperti perlindungan data pribadi konsumen, kewajiban untuk memberikan informasi yang jelas tentang produk dan layanan, serta prosedur untuk menyelesaikan sengketa yang mungkin timbul antara pelaku usaha dan konsumen. Meskipun Peraturan Pemerintah ini lebih banyak membahas kewajiban penyelenggara sistem elektronik,

penting juga bagi konsumen untuk memahami hak-hak mereka dalam transaksi online. Misalnya, hak untuk mendapatkan informasi yang akurat tentang produk, hak untuk mendapatkan perlindungan atas data pribadi, dan hak untuk mengajukan keluhan atau sengketa jika terjadi masalah. Dengan adanya peraturan seperti ini, diharapkan akan tercipta lingkungan transaksi online yang lebih aman dan adil bagi semua pihak.

Pasal 46 ayat (1) dari PP No. 82 Tahun 2012 menjabarkan bahwasanya transaksi elektronik yang dilakukan para pihak memberikan akibat hukum yang sama dengan transaksi konvensional. Hal ini memberikan kepastian hukum bahwasanya perjanjian elektronik mengikat secara hukum.

Selain itu, dalam melakukan perjanjian elektronik, para pihak juga harus mematuhi prinsip-prinsip yang diatur dalam Memakai No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Prinsip-prinsip tersebut meliputi:

1. Ikhtikad Baik: Para pihak harus beritikad baik dalam setiap transaksi yang dilakukan.
2. Prinsip Kehati-hatian: Dalam melakukan transaksi, para pihak harus berhati-hati untuk menghindari kerugian.
3. Transparansi: Informasi yang relevan harus disampaikan secara jelas dan terbuka kepada konsumen.
4. Akuntabilitas: Para pihak harus bertanggung jawab atas tindakan dan transaksi yang dilakukan.
5. Kewajaran: Transaksi harus dilakukan dengan cara yang adil dan tidak merugikan salah satu pihak.

Mematuhi prinsip-prinsip ini sangat penting untuk melindungi hak-hak konsumen dan menjaga integritas dalam transaksi elektronik.

Transaksi jual beli online, seperti halnya dalam perdagangan konvensional, terdapat perikatan atau kewajiban antara pihak-pihak yang terlibat. Hak dan kewajiban ini timbul dari perjanjian atau kontrak yang dibuat selama transaksi berlangsung. Memakai Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen di Indonesia mengatur perlindungan bagi konsumen dan mendorong pelaku usaha untuk bersikap jujur serta bertanggung jawab. Dengan adanya memakai ini, baik konsumen maupun pelaku usaha dapat merasa lebih aman karena ada kepastian hukum yang mengatur hak dan kewajiban masing-masing pihak.

Memakai Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) ialah peraturan penting di Indonesia yang mengatur tentang penggunaan

informasi dan transaksi elektronik. Dalam Pasal 5 sampai Pasal 12, UU ITE menyebutkan bahwasanya informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik serta hasil cetaknya dianggap sebagai alat bukti hukum yang sah. Ini berarti bahwasanya bukti elektronik memiliki kekuatan hukum yang setara dengan bukti-bukti lainnya yang diakui dalam hukum acara di Indonesia. Pasal 1 angka 17 mendefinisikan kontrak elektronik sebagai perjanjian yang dibuat melalui sistem elektronik, sementara Pasal 1 angka 5 mendefinisikan sistem elektronik sebagai rangkaian perangkat dan prosedur elektronik yang digunakan untuk berbagai fungsi terkait informasi elektronik, termasuk pengumpulan, pengolahan, analisis, penyimpanan, dan penyebaran informasi tersebut. UU ITE memberikan landasan hukum untuk transaksi elektronik dan memastikan bahwasanya dokumen serta perjanjian yang dilakukan secara elektronik memiliki kekuatan hukum yang sah. (Andi Tenri Ajeng, 2018 : 97-88)

Pasal 19 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) mengatur tentang tanggung jawab pelaku usaha dalam memberikan ganti rugi kepada konsumen. Jika barang atau jasa yang diperdagangkan menyebabkan kerusakan, pencemaran, atau kerugian kepada konsumen, pelaku usaha harus bertanggung jawab untuk memberikan ganti rugi. Ini ialah bagian dari upaya perlindungan konsumen untuk memastikan bahwasanya hak-hak mereka dihormati dan mereka terlindungi dari kerugian akibat produk atau layanan yang tidak memenuhi standar atau menyebabkan dampak negatif.

Pasal 19 ayat (1) UUPK di Indonesia menyebutkan bahwasanya pelaku usaha memiliki tanggung jawab diantaranya:

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

Memakai No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen di Indonesia memang menetapkan bahwasanya pelaku usaha tidak hanya bertanggung jawab terhadap produk barang dan/atau jasa yang cacat, tetapi juga terhadap kerugian yang dialami konsumen secara umum. Ini mencakup berbagai jenis kerugian yang mungkin timbul akibat dari penggunaan barang atau jasa tersebut, tidak hanya terbatas pada cacat produk. Dengan demikian, pelaku usaha wajib memastikan bahwasanya produk atau jasa yang mereka tawarkan aman dan memenuhi standar yang ditetapkan agar tidak merugikan konsumen. Hal ini untuk melindungi hak-hak konsumen dan memastikan mereka mendapatkan apa yang telah dijanjikan.

Dalam transaksi jual beli online, keselarasan barang dengan deskripsi yang dijanjikan sangat penting. Jika barang yang diterima tidak selaras dengan yang dijanjikan, ini bisa dianggap sebagai wanprestasi atau ingkar janji. Dalam kasus seperti ini, pelaku usaha biasanya bertanggung jawab untuk mengganti rugi kerugian yang dialami konsumen, termasuk biaya barang dan ongkos kirim. Konsumen biasanya dapat mengajukan klaim atau permintaan pengembalian barang untuk mendapatkan pengembalian biaya. Penting bagi pelaku usaha untuk memastikan deskripsi barang yang akurat dan memenuhi standar yang dijanjikan untuk menghindari masalah ini. Selain itu, kebijakan pengembalian dan pertukaran harus jelas dan mudah diakses oleh konsumen.

Para pelaku usaha seharusnya memastikan bahwasanya barang yang mereka tawarkan selaras dengan deskripsi dan gambar yang dipromosikan. Jika barang yang diterima konsumen tidak selaras dengan yang diiklankan, hal ini dapat menimbulkan ketidakpuasan dan merusak reputasi bisnis. Selain itu, risiko hukum juga bisa muncul jika terjadi penipuan atau misrepresentasi. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk memeriksa kondisi barang secara menyeluruh dan memberikan informasi yang akurat dan transparan kepada konsumen.

Dalam transaksi online, kontrak elektronik merupakan bentuk perjanjian yang dilakukan secara digital antara konsumen dan pelaku usaha. Realisasi kontrak elektronik idealnya harus selaras dengan kesepakatan yang telah dibuat. Jika terjadi ketidakselarasan antara apa yang dijanjikan dalam kontrak dan apa yang diterima, maka masalah dapat timbul. Masalah tersebut sering kali disebut sebagai sengketa konsumen jika melibatkan ketidakpuasan dari pihak konsumen. Sengketa ini bisa mencakup berbagai isu, seperti:

1. Kualitas Barang atau Jasa: Barang atau jasa yang diterima tidak selaras dengan deskripsi atau standar yang dijanjikan.
2. Pengiriman: Keterlambatan atau kesalahan dalam pengiriman barang.
3. Pembayaran: Masalah terkait dengan pengembalian dana, pembayaran yang tidak selaras, atau biaya tambahan yang tidak diungkapkan.
4. Layanan Pelanggan: Kurangnya respons atau penyelesaian dari pihak pelaku usaha terhadap keluhan konsumen.

Penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan melalui beberapa cara, seperti mediasi, arbitrase, atau melalui lembaga perlindungan konsumen, tergantung pada regulasi yang berlaku di negara atau wilayah terkait.

Memakai Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 23 mengatur bahwasanya apabila pelaku usaha tidak menanggapi atau tidak memenuhi tuntutan konsumen, konsumen dapat mengajukan sengketa melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau melalui pengadilan di tempat kedudukan konsumen. BPSK berfungsi sebagai lembaga yang memberikan alternatif penyelesaian sengketa di luar pengadilan dengan cara mediasi atau arbitrase. Dengan adanya ketentuan ini, konsumen memiliki saluran hukum yang jelas untuk menuntut hak-haknya.

Memakai Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 45 Ayat 1 dan Ayat 2 memberikan hak kepada konsumen untuk menggugat pelaku usaha jika merasa dirugikan. Konsumen dapat memilih untuk menyelesaikan sengketa melalui lembaga penyelesaian sengketa konsumen atau melalui pengadilan umum. Pilihan ini memungkinkan konsumen untuk mempertahankan hak-haknya secara efektif dan selaras dengan preferensi mereka. (Nila Juniarti. 2017 : 41) Jika kerugian ini dipidanakan bisa saja seseorang menerima hukuman yang berbeda berdasarkan jenis kelaminnya. (Siti Aisyah, 2009 : 237)

Penyelesaian sengketa di luar pengadilan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dapat dilakukan dengan tiga cara utama, yaitu :

- a. Mediasi: Proses ini melibatkan pihak ketiga yang netral (mediator) untuk membantu para pihak dalam sengketa mencapai kesepakatan yang saling memuaskan. Mediator tidak memiliki kekuasaan untuk memutuskan sengketa, tetapi membantu memfasilitasi komunikasi dan negosiasi antara pihak-pihak yang bersengketa.
- b. Konsiliasi: Dalam konsiliasi, seorang konsiliator yang netral membantu para pihak untuk menemukan solusi atau kompromi dalam sengketa. Konsiliator memberikan saran dan rekomendasi, tetapi keputusan akhir tergantung pada persetujuan kedua belah pihak.
- c. Arbitrase: Proses ini melibatkan pihak ketiga yang netral (arbiter) untuk membuat keputusan yang mengikat berdasarkan fakta dan argumen yang disajikan oleh pihak-pihak yang bersengketa. Keputusan arbitrase bersifat final dan mengikat, mirip dengan keputusan pengadilan.

BPSK berperan dalam membantu menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha tanpa harus melalui proses pengadilan yang formal.

Keputusan peradilan sebaiknya didasarkan pada pertimbangan rasional dan objektif, bukan emosional. Dalam sistem peradilan yang ideal, hakim dan juri diharapkan untuk mempertimbangkan fakta dan hukum dengan cermat, menghindari bias emosional yang dapat memengaruhi keputusan mereka. Namun, dalam praktiknya, emosi dan perasaan manusia bisa mempengaruhi bagaimana seseorang menilai situasi atau mengartikan bukti. Oleh karena itu, memiliki mekanisme yang memastikan keputusan peradilan tetap adil dan sesuai dengan hukum sangatlah penting (Siti Aisyah, 2009: 239). Selain upaya penyelesaian sengketa konsumen melalui jalur pengadilan atau di luar pengadilan, Pasal 45 ayat 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menekankan pentingnya penyelesaian sengketa secara damai antara pelaku usaha dan konsumen. Penyelesaian damai dalam konteks ini berarti kedua belah pihak berusaha mencapai kesepakatan tanpa harus melibatkan pengadilan atau Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Proses ini biasanya dilakukan melalui musyawarah untuk menemukan solusi yang dapat diterima oleh kedua belah pihak, termasuk menentukan bentuk dan jumlah ganti rugi jika diperlukan. Pendekatan ini memberikan fleksibilitas dan solusi yang mungkin lebih cepat serta lebih ekonomis dibandingkan dengan proses hukum formal.

