

**KAJIAN HUKUM DALAM PERJANJIAN LAYANAN
SITUS BELANJA ONLINE TERHADAP KERUGIAN
KONSUMEN**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum
Program Studi Ilmu Hukum**

Oleh:

DINA NASHUHA
NPM: 1306200624



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2017**

ABSTRAK

KAJIAN HUKUM DALAM PERJANJIAN LAYANAN SITUS BELANJA ONLINE TERHADAP KERUGIAN KONSUMEN

DINA NASHUHA
NPM : 1306200624

Berbicara mengenai “transaksi”, umumnya orang akan mengatakan bahwa hal tersebut adalah perjanjian jual beli antar para pihak yang bersepakat untuk itu. Dalam lingkup hukum, sebenarnya istilah “transaksi” adalah keberadaan suatu perikatan ataupun hubungan hukum yang terjadi antara para pihak. Mengenai aspek materil dari hubungan hukum yang telah disepakati oleh para pihak (lihat pasal 1338 junto 1320 KUHPerdara). Perjanjian yang baku banyak ditemukan dalam praktik pada dasarnya dilakukan berdasarkan asas kebebasan berkontrak sebagaimana yang telah diatur dalam Pasal 1338 ayat 1 KUHPerdara yaitu, bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah. Sedangkan pengertian sah adalah telah memenuhi syarat sahnya perjanjian. Zaman globalisasi sekarang ini menjadi semakin maju tetapi sayangnya tidak diikuti oleh perkembangan perekonomian negara kita yang masih jauh tertinggal. Sudah banyak perkembangan zaman yang bisa kita lihat disekitar kita saat ini. Salah satunya adalah penggunaan *smartphone* yang semakin diminati dan semakin meningkat setiap tahun nya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bentuk perjanjian layanan situs belanja online, untuk mengetahui bentuk perlindungan konsumen terhadap layanan situs belanja online, dan untuk mengetahui pihak layanan situs belanja online mengganti kerugian konsumen.

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan yuridis normatif dari data sekunder dengan mengolah dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan juga bahan hukum tersier.

Berdasarkan hasil penelitian dipahami bahwa bentuk perjanjian layanan situs belanja *online* merupakan bentuk tertulis di dalam situs belanja *online* blibli.com yang terdapat di dalam website. Bentuk perlindungan hukum konsumen terhadap layanan situs belanja *online* memiliki cakupan yang luas meliputi perlindungan konsumen terhadap terhadap barang atau jasa yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga sampai akibat-akibat pemakaian barang atau jasa tersebut. Pihak situs belanja *online* mengganti kerugian konsumen merupakan tanggung jawab penjual barang yang terdaftar di situs belanja *online* blibli.com, sedangkan pihak situs blibli.com pasti akan mencoba untuk membantu ketika terjadi masalah kerugian terhadap konsumen.

Kata Kunci : Kajian Hukum, Situs, *Online Shop*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Syukur Alhamdulillah diucapkan kehadiran Allah SWT, karena dengan rahmat-Nya penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Skripsi merupakan salah satu persyaratan bagi setiap mahasiswa yang ingin menyelesaikan studinya di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Sehubungan dengan itu, disusun skripsi yang berjudul: **Akibat Hukum Pembatalan Jual Beli Saham Di Perseroan Terbatas Tertutup (Analisis Putusan Nomor 45/Pdt/2014/PTR).**

Dengan selesainya skripsi ini, dan secara khusus dengan rasa hormat serta penghargaan yang setinggi-tingginya saya ucapkan terima kasih kepada yang tercinta Ayahanda H. Habil Hasan dan Ibunda Hamidah yang telah mengasuh, mendidik dengan curahan kasih sayang dan memberikan bantuan dan semangat baik secara materil maupun moril hingga selesainya skripsi ini. Saya juga berterima kasih kepada kakak- kakak dan abang-abang saya, Handriana. Amd, Hendarta, S.H, Hafiz Akbar, S.E, Huwaina Awanis, S.Psi. Kemudian saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada: Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Bapak Dr. Agussani.,M.AP atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan program Sarjana ini. Dekan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Ibu Ida Hanifah, S.H., M.H atas kesempatan saya menjadi mahasiswa Fakultas

Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Demikian juga halnya kepada Wakil Dekan I Bapak Faisal, S.H., M.Hum dan Wakil Dekan III Bapak

Zainuddin. S.H., M.H.

Terima kasih yang tak terhingga dan penghargaan yang setinggi-tingginya saya ucapkan kepada Ibu Mirsa Astuti, S.H., M.H selaku Pembimbing I, dan Bapak Fajaruddin, S.H., M.H selaku Pembimbing II, yang penuh perhatian dan telah memberikan dorongan, bimbingan serta saran sehingga skripsi ini bisa selesai. Disampaikan juga kepada seluruh staf pengajar Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Demikian juga kepada sahabat-sahabat terbaik dari semester pertama sampai akhir ini yang selalu memberikan masukan di skripsi ini hingga skripsi ini selesai, Novita, Nisa, Vivi, Aina, Buge terima kasih doa serta dukungannya dan semangat yang diberikan selama ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya. Akhirnya, tiada gading yang tak retak, retaknya gading karena alami, tiada orang yang tak bersalah, kecuali Ilahi Robbi. Mohon maaf atas segala kesalahan selama ini, begitupun disadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna baik itu dari materi maupun tata bahasa nya. Untuk itu, diharapkan ada masukan yang membangun untuk kesempurnaannya. Mudah-mudahan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan nya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Medan, 21 Maret 2017

Penulis

DINA NASHUHA

DAFTAR ISI

Abstrak.....	i
Kata Pengantar.....	ii
Daftar Isi	iii
BAB I Pendahuluan	1
A. Latar Belakang	1
1. Rumusan Masalah	7
2. Faedah Penelitian	7
B. Tujuan Penelitian	8
C. Metode Penelitian	8
1. Sifat/Materi Penelitian	8
2. Sumber Data	9
3. Alat Pengumpul Data	9
4. Analisis Data	10
D. Defenisi Operasional	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian	12
1. Pengertian Perjanjian	12
2. Syarat Perjanjian	18
3. Kontrak Dagang Elektronik	22
B. Tinjauan Umum Tentang Bisnis Online Shop	24
1. Pengertian Bisnis Online Shop	24

2. Syarat Bisnis Online Shop	25
3. Keuntungan Online Shop	27
4. Kelemahan Online Shop	28
C. Tinjauan Umum Tentang Konsumen Dan Hukum Perlindungan	
Konsumen.....	29
1. Pengertian Konsumen	29
2. Hak dan Kewajiban Konsumen	30
3. Perkembangan Perlindungan Konsumen	32
BAB III PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
A. Bentuk Perjanjian Layanan Situs Belanja Online	34
B. Bentuk Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Situs Belanja Online	46
C. Pihak Layanan Situs Belanja Online Mengganti Kerugian Konsumen.....	56
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Zaman globalisasi sekarang ini menjadi semakin maju tetapi sayangnya tidak di ikuti oleh perkembangan perekonomian negara kita yang masih jauh tertinggal. Sudah banyak perkembangan zaman yang bisa kita lihat disekitar kita saat ini. Salah satunya adalah penggunaan *smartphone* yang semakin diminati dan semakin meningkat setiap tahun nya. Adanya fitur-fitur sosial media yang mudah diakses dan ditawarkan dalam sistem komunikasi *smartphone* ini tentunya semakin mempermudah kita dalam berkomunikasi. Dengan tersedianya fasilitas-fasilitas sosial media yang semakin mempermudah kita tidak hanya dalam berkomunikasi tetapi juga dalam memenuhi kebutuhan kita sehari-hari. Hal ini jelas menarik keinginan dari produsen atau peluang usaha dengan mengambil keuntungan yang didapat dari banyak pengguna *smartphone* saat ini.

Berbicara mengenai “transaksi”, umumnya orang akan mengatakan bahwa hal tersebut adalah perjanjian jual beli antar para pihak yang bersepakat untuk itu. Dalam lingkup hukum, sebenarnya istilah “transaksi” adalah keberadaan suatu perikatan ataupun hubungan hukum yang terjadi antara para pihak. Mengenai aspek materil dari hubungan hukum yang disepakati oleh para pihak (lihat pasal 1338 junto 1320 KUHPerdara). Sepanjang mengenai benda tidak bergerak, hukum akan mengatur mengenai perbuatan hukum itu sendiri, yakni

harus dilakukan secara “terang” dan juga “tunai”. Oleh karena itu, keberadaan ketentuan-ketentuan hukum mengenai perikatan sebenarnya tetap *valid* karena ia akan mencakup semua media yang digunakan untuk melakukan transaksi itu sendiri, baik dengan media kertas, maupun media elektronik. Namun dalam praktiknya, sering kali disalahpahami oleh masyarakat bahwa yang namanya “transaksi” dagang harus dilakukan secara “hitam di atas putih” atau dikatakan di atas kertas dan harus “bertandatangan” serta “bermaterai”, padahal hal tersebut sebenarnya dimaksudkan agar ia lebih mempunyai nilai kekuatan pembuktian, jadi fokusnya bukanlah *formil* kesepakatannya, melainkan *materil* hubungan hukumnya itu sendiri.¹

Sejak dua dasawarsa terakhir ini perhatian dunia terhadap masalah perlindungan konsumen semakin meningkat. Gerakan perlindungan konsumen sejak lama dikenal di dunia Barat. Negara-negara di Eropa dan Amerika juga telah lama memiliki peraturan tentang perlindungan konsumen. Organisasi dunia seperti PBB pun tidak kurang perhatiannya terhadap masalah ini. Hal ini telah terbukti dengan dikeluarkannya Resolusi Perserikatan Bangsa-Bangsa No.39/248 Tahun 1985. Dalam resolusi ini kepentingan konsumen yang harus dilindungi meliputi:

1. Perlindungan konsumen dari bahaya-bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya.
2. Promosi dan perlindungan kepentingan sosial ekonomi konsumen.

¹ Edmon Makarin. 2005. *Pengantar Hukum Telematika*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, halaman 254.

3. Tersedianya informasi yang memadai bagi konsumen untuk memberikan kemampuan mereka dalam melakukan pilihan yang tepat sesuai dengan kehendak dan kebutuhan pribadi.
4. Pendidikan konsumen.
5. Tersedianya upaya ganti rugi yang efektif.
6. Kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen.

Perlindungan konsumen harus mendapat perhatian yang lebih, karena investasi asing telah menjadi bagian pembangunan ekonomi Indonesia, di mana ekonomi Indonesia juga telah berkait dengan ekonomi dunia. Persaingan perdagangan internasional dapat membawa implikasi negatif bagi perlindungan konsumen.²

Pada tanggal 20 April tahun 2000, Indonesia telah mulai memberlakukan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini mengatur mengenai hak-hak konsumen, dan perbuatan-perbuatan yang dilarang bagi produsen.³

Setiap orang, pada suatu waktu dalam posisi tunggal atau sendiri maupun berkelompok bersama orang lain, dalam keadaan apa pun pasti menjadi konsumen untuk suatu produk barang atau jasa tertentu. Keadaan yang universal ini pada beberapa sisi menunjukkan adanya berbagai kelemahan pada konsumen sehingga konsumen tidak mempunyai kedudukan yang “aman”. Oleh karena itu, secara mendasar konsumen juga membutuhkan perlindungan hukum yang sifatnya universal. Mengingat lemahnya kedudukan konsumen pada umumnya

² Celina Tri Siwi Kristiyanti. 2011. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, halaman 3.

³ *Ibid.*, halaman 275.

dibandingkan dengan kedudukan produsen yang relatif lebih kuat dalam banyak hal, maka pembahasan perlindungan konsumen akan selalu terasa aktual dan selalu penting untuk dikaji ulang.

Perlindungan terhadap konsumen dipandang secara material maupun formal makin terasa sangat penting, mengingat makin lajunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktivitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha. Dalam rangka mengejar dan mencapai kedua hal tersebut, akhirnya baik langsung atau tidak langsung, konsumenlah yang pada umumnya merupakan suatu hal yang penting dan mendesak untuk segera dicari solusinya, terutama di Indonesia, mengingat sedemikian kompleksnya permasalahan yang menyangkut perlindungan konsumen, lebih-lebih menyongsong era perdagangan bebas yang akan datang.⁴

Hubungan langsung yang dimaksud pada bagian ini adalah hubungan antara produsen dengan konsumen yang terikat secara langsung dengan perjanjian.

Tanpa mengabaikan jenis-jenis perjanjian-perjanjian lainnya, pengalihan barang dari produsen kepada konsumen, pada umumnya dilakukan dengan perjanjian jual beli, baik yang dilakukan secara lisan maupun tertulis. Salah satu bentuk perjanjian tertulis yang banyak dikenal adalah perjanjian baku, yaitu bentuk perjanjian yang banyak dipergunakan jika salah satu pihak sering

⁴ *Ibid.*, halaman 5.

berhadapan dengan pihak lain dalam jumlah yang banyak dan memiliki kepentingan yang sama.

Perjanjian yang baku banyak ditemukan dalam praktik pada dasarnya dilakukan berdasarkan asas kebebasan berkontrak sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 ayat 1 KUHPerdara yaitu, bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah, berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Sedangkan pengertian sah adalah telah memenuhi syarat sahnya perjanjian berdasarkan Pasal 1320 KUHPerdara.⁵

Hubungan yang tidak langsung dimaksudkan pada bagian ini adalah hubungan antara produsen dengan konsumen yang tidak secara langsung terikat perjanjian, karena adanya pihak di antara pihak konsumen dengan produsen.

Ketiadaan hubungan langsung dalam bentuk perjanjian antara pihak produsen dengan konsumen ini tidak berarti bahwa pihak konsumen yang dirugikan tidak berhak menuntut ganti kerugian pada produsen dengan siapa dia tidak memiliki hubungan perjanjian, karena dalam hukum perikatan tidak hanya perjanjian yang melahirkan (merupakan sumber) perikatan, akan tetapi dikenal dua sumber perikatan, yaitu perjanjian dan undang-undang. Sumber perikatan yang berupa undang-undang ini masih dapat dibagi lagi dalam undang-undang saja dan undang-undang karena perbuatan manusia, yaitu yang sesuai hukum dan yang melanggar hukum.

⁵ Ahmadi Miru. 2011. *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, halaman 34.

Berdasarkan pembagian sumber perikatan di atas, maka sumber perikatan yang terakhir, yaitu undang-undang karena perbuatan manusia yang melanggar hukum merupakan hal yang penting dalam kaitan dengan perlindungan konsumen.

Perbuatan melanggar hukum diatur dalam Pasal 1365 KUHPerdara yaitu sebagai berikut: *“Tiap perbuatan melanggar hukum yang menyebabkan kerugian kepada seorang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut”*.

Berdasarkan ketentuan diatas, maka bagi konsumen yang dirugikan karena mengonsumsi suatu produk tertentu, tidak perlu harus terikat perjanjian untuk dapat menuntut ganti kerugian, akan tetapi dapat juga menuntut dengan alasan bahwa produsen melakukan perbuatan melanggar hukum, dan dasar tanggung gugat produsen adalah tanggung gugat yang didasarkan pada adanya kesalahan produsen.⁶

Cara melindungi pihak konsumen dari ketidakadilan, perundang-undangan konsumen memberikan larangan-larangan tertentu kepada pelaku usaha dalam hubungan dengan kegiatannya sebagai pelaku usaha. Larangan-larangan tersebut dapat dikategorikan sebagai berikut:

- a. Larangan yang berhubungan dengan barang dan atau jasa yang diperdagangkan.
- b. Larangan yang berhubungan dengan promosi atau iklan yang menyesatkan.
- c. Larangan dalam hubungan dengan penjualan barang secara obral atau lelang yang menyesatkan.

⁶ *Ibid.*, halaman 35-36.

- d. Larangan yang berhubungan dengan waktu dan jumlah yang tidak diinginkan.
- e. Larangan terhadap tawaran dengan iming-iming hadiah.
- f. Larangan terhadap tawaran dengan paksaan.
- g. Larangan terhadap tawaran dalam hubungan dengan pembelian melalui pesanan.
- h. Larangan yang berhubungan dengan pelaku usaha periklanan.
- i. Larangan yang berhubungan dengan klausula baku.⁷

Berdasarkan runtutan diatas, maka penting dilakukan pengkajian secara lebih dalam dan menuangkannya dalam bentuk skripsi hukum dengan judul: **Kajian Hukum Dalam Perjanjian Layanan Situs Belanja Online Terhadap Kerugian Konsumen.**

1. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang akan dibahas dalam penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana bentuk perjanjian layanan situs belanja *online*?
- b. Bagaimana bentuk perlindungan hukum konsumen terhadap layanan situs belanja *online*?
- c. Bagaimana pihak situs belanja *online* mengganti kerugian konsumen?

2. Faedah Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat, baik bagi penulis maupun bagi masyarakat, khususnya bagi kalangan akademis. Penelitian ini diharapkan memberikan faedah atau manfaat sebagai berikut:

⁷ Munir Fuady. 2002. *Pengantar Hukum Bisnis*. Bandung.: PT. Citra Aditya Bakti, halaman 230.

a. Secara teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat dijadikan literatur di bidang hukum perdata, khususnya mengenai perjanjian layanan situs belanja *online*.

b. Secara praktis

Secara praktis, melalui penelitian ini dapat berfaedah dan berguna bagi berbagai pihak, khususnya bagi masyarakat yang sering berbelanja *online*. Dengan adanya penelitian ini, dapat diketahui juga akibat hukum jika ada pihak dari situs belanja *online* merugikan pihak konsumen.

B. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bentuk perjanjian layanan situs belanja *online*.
2. Untuk mengetahui bentuk perlindungan konsumen terhadap layanan situs belanja *online*.
3. Untuk mengetahui pihak layanan situs belanja *online* mengganti kerugian konsumen.

C. Metode Penelitian

1. Sifat Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian normatif. Dalam penelitian ini, analisis data tidak keluar dari lingkup sample. Bersifat deduktif, berdasarkan teori atau konsep yang bersifat umum diaplikasikan menjelaskan tentang seperangkat

data, atau menunjukkan komparasi atau hubungan seperangkat data dengan seperangkat data yang lain.⁸

Penelitian ini merupakan penelitian yuridis normatif. Penelitian yuridis normatif adalah sebuah penelitian yang mengacu pada realita yang sedang terjadi di masyarakat, yang kemudian dihubungkan dengan teori-teori hukum, yakni hukum perjanjian dan syarat-syarat hukum perjanjian yang diatur di dalam Hukum Perdata.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah berupa data yang diperoleh dari penelitian kepustakaan (*library research*). Lebih jelasnya sumber data dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Bahan Hukum Primer, yaitu bahan hukum yang mempunyai kekuatan yang mengikat sendiri dari peraturan perundang-undangan dan peraturan lainnya yang berkaitan. Bahan-bahan yang mengikat, terdiri dari Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang No.11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
- b. Bahan Hukum Sekunder, yaitu bahan hukum yang memberi penjelasan terhadap bahan hukum primer, misalnya Buku-Buku, Undang-Undang, Hasil Karya Ilmiah, jurnal-jurnal hukum.⁹

⁸ Bambang Sunggono, 2013. *Metodologi Penelitian Hukum*. Jakarta: Rajawali Pers halaman 37.

⁹ Peter Mahmud. 2014. *Penelitian Hukum Edisi Revisi*, Jakarta: Prenada Media, halaman 196.

- c. Bahan Hukum Tersier, yakni bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan data sekunder, seperti Indek Komulatif, Website Internet dan sebagainya.¹⁰

3. Alat Pengumpul Data

Alat pengumpul data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa studi dokumen dan penelusuran kepustakaan. Penelusuran kepustakaan yaitu penelusuran kepustakaan yakni yang bersumber dari pengumpulan data yang berasal dari literatur-literatur, catatan-catatan kuliah, peraturan perundang-undangan, buku-buku, dokumen resmi, publikasi, dan hasil penelitian.¹¹

4. Analisis Data

Data yang diperoleh dari bahan pustaka selanjutnya di analisis dengan studi dokumen dan menggunakan analisis kualitatif, yakni dengan menggunakan pemamparan terhadap data yang diperoleh dari kepustakaan secara rasional dan objektif melalui kaidah-kaidah hukum positif yang dapat dijadikan pembahasan dan kesimpulan dalam penelitian ini.

D. Definisi Operasional

Definisi Operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat hal yang didefinisikan dan yang dapat diamati dalam penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut di bawah ini:¹²

¹⁰ Soerjono Soekanto. 2014. *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: UIP, halaman 52.

¹¹ Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. 2014. Medan. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. halaman 6.

¹² Sumadi Suryabrata. 2014. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo, halaman 29.

1. Kajian Hukum adalah menurut hukum, menunjukkan bahwa semua kegiatan pengkajian yang kemudian diinformasikan dalam bentuk tertulis dan pada hakikatnya adalah suatu hasil penelitian yang terkait dengan kerugian konsumen dalam perjanjian layanan situs belanja *online*.¹³
2. Perjanjian layanan situs adalah suatu perbuatan dengan mana satu pihak atau lebih mengikatkan dirinya dengan suatu perjanjian kepada suatu alamat situs yang berisi tentang syarat-syarat perjanjian situs tersebut.
3. Belanja *online* adalah sebuah media yang memungkinkan *costumer* membeli barang atau jasa dari penjual dengan media internet serta menggunakan *web browser*.¹⁴
4. Kerugian konsumen adalah sesuatu yang dianggap mendatangkan rugi bagi pemakai jasa atau pelanggan dan sebagainya.¹⁵

¹³ Mulia Dinur, "Pengertian Kajian Hukum", melalui muliadinur.wordpress.com, diakses Jumat, 10 Februari 2017, Pukul 19.20 wib.

¹⁴ Pengertian Belanja Online, melalui www.hermantolle.com, diakses Jumat, 10 Februari 2017, Pukul 19.35 wib

¹⁵ Pengertian Kerugian Konsumen, melalui kbbi.web.id , diakses, 31 Maret 2017, Pukul 19.00 wib.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian

1. Pengertian Perjanjian

Perjanjian adalah suatu peristiwa yang terjadi ketika para pihak saling berjanji untuk melaksanakan perbuatan tertentu. Menurut Subekti, perjanjian adalah peristiwa ketika seorang atau lebih berjanji melaksanakan perjanjian atau saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal. Istilah perjanjian sering juga diistilahkan dengan istilah kontrak. Kontrak atau *contracts* (dalam bahasa Inggris) dan *overeenkomst* (dalam bahasa Belanda) dalam pengertian yang lebih luas sering dinamakan juga dengan istilah perjanjian. Kontrak dengan perjanjian merupakan istilah yang sama karena intinya adalah peristiwa para pihak yang bersepakat mengenai hal-hal yang diperjanjikan dan berkewajiban untuk menaati dan melaksanakannya sehingga perjanjian tersebut menimbulkan hubungan hukum yang disebut perikatan (*verbintenis*). Dengan demikian, kontrak atau perjanjian dapat menimbulkan hak dan juga kewajiban bagi para pihak yang membuat membuat kontrak tersebut dan karena itulah kontrak yang dibuat dipandang sebagai sumber hukum yang formal.¹⁶

Menurut teori baru yang dikemukakan oleh Van Dunne, yang diartikan dengan perjanjian adalah suatu hubungan hukum antara dua pihak atau lebih berdasarkan kata sepakat untuk menimbulkan akibat hukum.

¹⁶ Wawan Muhwan. 2011. *Hukum Perikatan*, Bandung: Pustaka Setia. Halaman 119.

Teori baru tersebut menurut Salim HS tidak hanya melihat perjanjian semata, tetapi juga harus dilihat perbuatan-perbuatan sebelumnya atau yang mendahului nya.¹⁷

Ada tiga tahap membuat perjanjian menurut teori baru, yaitu:

- a. tahap *pracontractual*, yaitu adanya pelaksanaan perjanjian.
- b. tahap *contractual*, yaitu adanya persesuaian pernyataan kehendak para pihak.
- c. tahap *post contractual*, yaitu pelaksanaan perjanjian.

Unsur-unsur perjanjian menurut teori lama, yaitu:

1. Adanya perbuatan hukum.
2. Persesuaian pernyataan kehendak dari beberapa orang.
3. Persesuaian kehendak ini harus dipublikasikan dan dinyatakan.
4. Perbuatan hukum terjadi karena kerja sama antara dua orang atau lebih.
5. Pernyataan kehendak (*wilsverklaring*) yang sesuai harus saling bergantung satu sama lain.
6. Kehendak ditujukan untuk menimbulkan akibat hukum.
7. Akibat hukum untuk kepentingan yang satu atas beban yang lain atau timbal balik.¹⁸

Dari unsur-unsur perjanjian tersebut, dapat dipahami bahwa ada perjanjian yang sah dan ada yang tidak sah. Perjanjian yang sah, artinya perjanjian yang memenuhi unsur-unsur tersebut di antara terdapat para pihak yang saling

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ *Ibid.*, halaman 120.

mengikatkan diri atau saling berjanji dan memiliki kehendak yang sama untuk melakukan perbuatan tertentu dengan penerimaan risikonya masing-masing. Persesuaian kehendak antara para pihak diatur sedemikian rupa oleh undang-undang.¹⁹

Suatu perikatan lahir baik karena undang-undang maupun karena kontrak atau perjanjian. Karena itu, sebenarnya kontrak merupakan salah satu sumber dari perikatan. Dalam ilmu hukum, dikenal beberapa asas hukum terhadap suatu kontrak, yaitu sebagai berikut:

1. Asas kontrak sebagai hukum yang mengatur

Hukum mengatur adalah peraturan-peraturan hukum yang berlaku bagi subjek hukum. Misalnya para pihak dalam suatu kontrak. Akan tetapi, ketentuan hukum seperti ini tidak mutlak berlakunya karena jika para pihak mengatur sebaliknya, maka yang berlaku adalah apa yang diatur oleh pihak tersebut. Jadi, peraturan yang bersifat hukum mengatur dapat disimpangi oleh para pihak. Pada prinsipnya hukum kontrak termasuk ke dalam kategori hukum yang mengatur, yakni sebagian besar (meskipun tidak seluruhnya) dari hukum kontrak tersebut dapat disimpangi oleh para pihak dengan mengaturnya sendiri. Karena itu, hukum kontrak ini disebut sebagai hukum yang mempunyai sistem terbuka (*open system*). Sebagai lawan dari hukum mengatur, adalah apa yang disebut dengan “hukum memaksa”. Dalam hal ini, yang dimaksudkan oleh hukum memaksa adalah aturan hukum yang berlaku secara memaksa atau mutlak, dalam arti tidak dapat

¹⁹ *Ibid.*, halaman 121.

disimpangi oleh para pihak yang terlibat dalam suatu perbuatan hukum, termasuk oleh para pihak dalam suatu kontrak.

2. Asas kebebasan berkontrak

Asas kebebasan berkontrak ini merupakan konsekuensi dari berlakunya asas kontrak sebagai hukum mengatur. Dalam hal ini yang dimaksudkan dengan asas kebebasan berkontrak adalah suatu asas yang mengajarkan bahwa para pihak dalam suatu kontrak pada prinsipnya bebas untuk membuat atau tidak membuat kontrak, demikian juga kebebasannya untuk mengatur sendiri isi kontrak tersebut.

3. Asas pacta sunt servanda

Istilah nya adalah janji itu mengikat. Yang dimaksudkan adalah bahwa suatu kontrak yang dibuat secara sah oleh para pihak mengikat para pihak tersebut secara penuh sesuai isi kontrak tersebut.

4. Asas konsensual

Arti yang dimaksud dengan asas ini dari suatu kontrak adalah bahwa jika suatu kontrak telah dibuat, maka dia telah sah dan mengikat secara penuh, bahkan pada prinsipnya persyaratan tertulis pun tidak disyaratkan oleh hukum, kecuali untuk beberapa jenis kontrak tertentu, yang memang dipersyaratkan syarat tertulis. Syarat tertulis tersebut misalnya dipersyaratkan untuk jenis kontrak berikut ini:

- a. Kontrak perdamaian
- b. Kontrak pertanggungan
- c. Kontrak penghibahan
- d. Kontrak jual beli tanah

5. Asas obligatoir

Asas obligatoir adalah suatu asas yang menentukan bahwa jika suatu kontrak telah dibuat, maka para pihak telah terikat, tetapi keterikatannya itu hanya sebatas timbulnya hak dan kewajiban semata-mata. Sedangkan prestasi belum dapat dipaksakan karena kontrak kebendaan belum terjadi. Jadi, jika terhadap kontrak jual beli misalnya, maka dengan kontrak saja, hak milik belum berpindah, jadi baru terjadi kontrak obligatoir saja. Hak milik baru berpindah setelah adanya kontrak kebendaan tersebut atau yang sering disebut juga dengan serah terima. Hukum kontrak Indonesia memberlakukan asas obligatoir ini karena hukum kontrak Indonesia berdasarkan kepada Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Sungguh pun hukum adat tentang kontrak tidak mengakui asas obligatoir karena hukum adat memberlakukan asas kontrak *rill*. Artinya, suatu kontrak haruslah dibuat secara *rill*, dalam hal ini harus dibuat secara terang dan tunai. Dalam hal ini kontrak haruslah dilakukan didepan pejabat tertentu, misalnya di depan penghulu adat atau ketua adat, yang sekaligus juga dilakukan. Jika harga sekedar janji-janji saja, seperti dalam sistem obligatoir, dalam hukum adat kontrak seperti itu tidak punya kekuatan sama sekali.²⁰

KUHPerdata tidak disebutkan secara jelas disebutkan secara jelas tentang momentum terjadinya kontrak. Dalam pasal 1320 KUHPerdata hanya disebutkan cukup dengan adanya *consensus* para pihak. Dengan berbagai literatur disebutkan empat teori yang membahas momentum terjadinya kontrak yaitu:

²⁰ Munir Fuady, *Op.Cit.*, halaman 10.

a. Teori Pernyataan

Menurut teori pernyataan, kesepakatan terjadi pada saat pihak yang menerima penawaran itu menyatakan bahwa ia menerima penawaran itu.

b. Teori Pengiriman

Menurut teori ini, kesepakatan terjadi apabila pihak yang menerima penawaran mengirimkan telegram. Kritik terhadap teori ini, bagaimana hal itu bisa diketahui. Bisa saja, walau sudah dikirim tetapi tidak diketahui oleh pihak yang menawarkan. Teori ini juga sangat teoritis, dianggap terjadinya kesepakatan secara otomatis.

c. Teori Pengetahuan

Teori ini berpendapat bahwa kesepakatan terjadi apabila pihak yang menawarkan itu mengetahui adanya penerimaan, tetapi penerimaan itu belum diterimanya atau tidak ditehau secara langsung.

d. Teori Penerimaan

Menurut teori ini penerimaan terjadi pada saat pihak yang menawarkan menerima langsung jawaban dari pihak lawan.²¹

Untuk mengetahui sifat serta luasnya hak dan kewajiban yang timbul dari hubungan kontraktual, Niewenhuis menekankan pada dua aspek utama yaitu:

1. Adanya interpretasi terhadap sifat serta luasnya hak dan kewajiban kontraktual, dan
2. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap sifat serta luasnya hak dan kewajiban kontraktual meliputi:

²¹ H Abdullah. 2008. *Perancangan Kontrak*. Jakarta: Sinar Grafika, halaman 25.

- a. faktor otonom (terkait daya mengikatnya suatu kontrak)
- b. faktor heteronom (faktor-faktor yang berasal dari luar para pihak) , terdiri dari:
undang-undang, kebiasaan, syarat yang biasa diperjanjikan dan kepatutan.

Dicermati pemikiran Niewnhuis diatas, terkait sifat serta luasnya hak dan kewajiban yang timbul dari hubungan kontraktual, yang memberikan penekanan pada dua aspek utama (interpretasi serta faktor otonom dan heteronom) sebenarnya dapat ditelusuri dari sumber pasal 1339 BW yang menyatakan bahwa, "Kontrak tidak hanya mengikat untuk hal-hal yang secara tegas dinyatakan di dalamnya, tetapi juga untuk segala sesuatu yang menurut sifat kontrak, diharuskan oleh kepatutan, kebiasaan, dan undang-undang".

Rumusan pasal 1339 KUHPerdara tadi tegas mengatur bahwa selain keterikatan kontraktual bersumber dari apa yang telah disepakati oleh para pihak (faktor otonom), dan juga perlu diperhatikan faktor-faktor lain (faktor heteronom). Hal ini mengingat kontrak yang dibuat para pihak kadang kala hanya mengatur hal-hal yang bersifat pokok, sehingga ketika muncul permasalahan dalam pelaksanaan kontrak telah diantisipasi melalui penerapan faktor heteronom.²²

2. Syarat Perjanjian

Perjanjian yang dinyatakan sah adalah suatu perjanjian yang memenuhi empat syarat yang terdapat di dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yaitu sebagai berikut:

- a. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya

²² Agus Yudha. 2011. *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas Dalam Kontrak Komersial*. Jakarta: Kencana, halaman 225.

Suatu kesepakatan selalu diawali dengan adanya suatu penawaran oleh suatu pihak dan dilanjutkan dengan adanya tanggapan berupa penerimaan oleh pihak lain. Jika penawaran tersebut tidak ditanggapi atau direspons oleh pihak lain, tidak akan ada kesepakatan. Oleh karena itu, diperlukan dua pihak untuk melahirkan suatu kesepakatan.

Saat perjanjian jual beli secara langsung, kesepakatan dapat dengan mudah diketahui sebab kesepakatan dapat langsung diberikan secara lisan maupun tulisan. Akan tetapi, dalam transaksi melalui *e-commerce*, kesepakatan dalam perjanjian tersebut tidak diberikan secara langsung melainkan media elektronik dalam hal ini adalah internet.

Pada transaksi *e-commerce* pihak yang memberikan penawaran adalah pihak penjual yang dalam hal ini menawarkan barang-barang dagangannya melalui *website* yang dirancang agar menarik untuk disinggahi. Semua pihak pengguna internet (*netter*) dapat dengan bebas masuk untuk melihat-lihat toko *virtual* tersebut atau untuk membeli barang yang mereka butuhkan atau minati.

Saat pembeli tertarik untuk membeli suatu barang, ia hanya perlu mengklik barang yang sesuai dengan keinginannya. Biasanya setelah pesanan tersebut sampai di tempat penjual, penjual akan mengirim *e-mail* atau melalui telepon untuk menginformasi pesanan tersebut kepada konsumen.

Proses terciptanya penawaran dan penerimaan tersebut menimbulkan keragu-raguan kapan terciptanya suatu kesepakatan. Negara-negara yang tergabung dalam masyarakat ekonomi Eropa telah memberikan garis-garis petunjuk kepada para anggotanya, dengan memberlakukan sistem “3 klik”.

Cara kerja sistem ini adalah: Pertama, setelah calon pembeli melihat di layar komputer adanya penawaran dari calon pembeli (klik pertama), si calon pembeli memberikan penerimaan terhadap penawaran tersebut (klik kedua). Dan masih disyaratkan adanya peneguhan dan persetujuan dari calon penjual kepada pembeli perihal diterimanya penerimaan dari calon pembeli (klik ketiga). Sistem tiga klik ini jauh lebih aman daripada sistem dua klik yang berlaku sebelumnya sebab dalam sistem “2 klik”, penjual dapat mengelak dengan menyatakan kepada calon pembeli bahwa ia tidak pernah menerima penerimaan dari calon pembeli dan ini tentunya akan merugikan pembeli.

Peraturan di hukum Indonesia belum ada ketentuan semacam ini. Tidak ada kewajiban dari penjual untuk melakukan konfirmasi kepada pembeli sehingga banyak penjual yang tidak melakukan konfirmasi. Hal ini sangat merugikan konsumen atau pembeli tidak mengetahui apakah pesannya telah diterima atau belum. Jika terjadi wanprestasi akan sulit menghitung kapan terjadinya wanprestasi karena penjual dapat dengan mudah mendalilkan bahwa ia tidak menerima pesanan tersebut. Oleh karena itu, menurut pendapat penulis, konfirmasi sangat penting dilakukan oleh penjual.

b. Kecakapan Untuk Membuat Suatu Perikatan

Pada dasarnya semua orang cakap untuk membuat perikatan kecuali jika ia oleh Undang-Undang dinyatakan tidak cakap. Menurut Undang-Undang yang tak cakap adalah mereka yang belum dewasa (genap berusia 21 tahun atau mereka yang belum berusia 21 tahun tetapi telah menikah) dan mereka yang di bawah pengampuan (gila, dungu, mata gelap, lemah akal dan pemboros).

Akan tetapi transaksi *electronic commerce* sangat sulit menentukan seseorang yang melakukan transaksi telah dewasa atau tidak berada di bawah pengampuan karena proses penawaran dan penerimaan tidak secara langsung dilakukan, tetapi hanya melalui media *virtual* yang rawan penipuan. Ternyata yang melakukan transaksi adalah orang yang tidak cakap pihak yang dirugikan tersebut dapat menuntut agar perjanjian dapat dibatalkan.

c. Suatu Hal Tertentu

Hal tertentu menurut Undang-Undang adalah prestasi yang menjadi pokok perjanjian yang bersangkutan. Barang yang dimaksudkan dalam perjanjian paling sedikit harus ditentukan jenisnya. Undang-Undang tidak mengharuskan barang tersebut sudah ada atau belum di tangan debitur pada saat perjanjian dibuat dan jumlahnya juga tidak perlu disebutkan asal saja kemudian dapat dihitung atau ditetapkan.

Ada barang tertentu yang tidak boleh diperjualbelikan dalam transaksi *e-commerce*, seperti misalnya memperjualbelikan hewan. Kemudian, ada kendala juga dalam melakukan jual beli melalui *e-commerce*. Ada barang-barang yang tidak dapat dijual melalui kesepakatan *online* seperti jual beli tanah yang mensyaratkan jual beli tanah harus dituangkan dalam akta, yaitu akta Pejabat Pembuat Akta Tanah. Akta autentik ini terdiri dari dua bagian, yaitu notaris atau PPAT yang menerangkan bahwa orang-orang tertentu benar datang menghadap padanya dan bagian kedua ia mencatat apa yang diutamakan masing-masing pihak. Kemudian, para pihak disertai para saksi menandatangani akta tersebut.

Saat ini proses pembuatan akta tersebut tidak dimungkinkan dibuat secara *online* sehingga harus dilakukan secara langsung (tatap muka), kecuali jika dalam perkembangannya nanti akan undang-undang yang mengatur bahwa semua itu dapat dilakukan melalui elektronik.

d. Suatu sebab yang halal

Sebab yang halal adalah isi dari perjanjian dan bukan sebab para pihak mengadakan perjanjian. Isi perjanjian tersebut haruslah sesuai dengan undang-undang dan tidak berlawanan dengan kesusilaan baik dan ketertiban umum.²³

3. Kontrak Dagang Elektronik

Electronic commerce transaction adalah transaksi dagang antara penjual dan pembeli untuk menyediakan barang, jasa, atau mengambil alih hak. Kontrak ini dilakukan dengan media elektronik (*digital medium*) tanpa dihadiri para pihak yang melakukan transaksi. Medium ini terdapat di dalam jaringan umum dengan sistem terbuka, yaitu internet atau *world wide web*. Transaksi ini terjadi terlepas dari batas wilayah dan syarat nasional.

E-Commerce (electronic commerce) merupakan metode untuk menjual produk secara *online* melalui fasilitas internet yang merupakan bisnis paling efektif dewasa ini, tetapi para pihak harus benar-benar memahami dan ahli dalam menggunakan fasilitas internet.

Aspek-aspek Hukum dari *E-Commerce* adalah sebagai berikut :

- a. Informasi yang didapat dari internet berupa data atau informasi tertulis, suara, dan gambar (*intergrated service digital network*).

²³ Edmon Makarin, Op.Cit halaman 266.

- b. Disebut *virtual world* (dunia maya) sebagai lawan dari (dunia nyata), hal yang dapat dilakukan di dunia nyata, dapat pula dilakukan di dunia maya.
- c. Interaksi dan perbuatan-perbuatan hukum yang terjadi melalui atau di dunia maya merupakan interaksi antara sesama manusia dari dunia nyata.
- d. Penggunaan *domain name*, yaitu penentuan alamat dalam dunia maya dikenal dengan istilah *domain name*. Contoh, klikbca.com
- e. Di USA sedang dibuat undang-undang mengenai penggunaan *domain name* pada jaringan internet dan melarang seseorang untuk mendaftarkan suatu nama yang seharusnya tidak dimiliki oleh pihak tersebut.
- f. Alat bukti, yaitu transaksi tradisional menggunakan kertas, apabila terjadi sengketa dokumen kertas sebagai alat bukti masing-masing pihak untuk memperkuat posisi hukum masing-masing sedangkan didalam *e-commerce* adalah *digital document*.
- g. Pengakuan pemberitahuan *e-mail* sebagai pemberitahuan tertulis karena dalam undang-undang terdapat ketentuan tertulis yang mengharuskan adanya “pemberitahuan tertulis” sebagai syarat dari suatu perjanjian.
- h. Hubungan hukum para pihak belum diatur sebagaimana dalam kontrak dagang baku.
- i. Pembatasan tanggung jawab perlu dibuat suatu klausul berupa pembatasan tanggung jawab, bukan berupa *exemption clause*. Pembatasan berupa upaya untuk menentukan batas ganti rugi yang

harus dibayar oleh satu pihak terhadap pihak lainnya apabila timbul suatu sengketa.

j. Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* yaitu kendala dan tingkat keamanan *website* penjual, kontrak baku dan ketentuan jual beli, hukum yang berlaku dan kompetensi forum, konsumen dan nasabah bank.²⁴

B. Tinjauan Umum Tentang Bisnis *Online Shop*

1. Pengertian Bisnis *Online Shop*

Bisnis merupakan aktivitas yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau perseorangan, yang menjual barang atau jasa kepada konsumen untuk mendapatkan laba. Secara *history* atau sejarahnya, kata bisnis berasal dari bahasa Inggris (*business*), dari kata dasar *busy* atau sibuk, dalam artian seseorang atau sekelompok yang sibuk mengerjakan aktivitas atau pekerjaan yang dapat mendatangkan keuntungan.²⁵

Online merupakan keadaan seseorang yang terhubung pada jaringan yang lebih besar, misal seperti internet. Sehingga, pengertian bisnis *online* adalah aktivitas atau pekerjaan yang dilakukan oleh perseorangan atau kelompok untuk mendapatkan keuntungan atau laba melalui jaringan internet.

Internet telah mengubah paradigma masyarakat, sehingga dapat terhubung satu sama lain dengan lebih mudah dan cepat. Semakin banyak orang yang menggunakan internet, dan hampir semua segi kehidupan saat ini menggunakan internet dalam berbagai aktivitasnya.

²⁴ Wawan Muhwan, *Op.Cit.*, halaman 337.

²⁵ Eko Priyo Utomo. 2013. *Raja Bisnis Online*. Yogyakarta: Media Kom, halaman 7.

Internet menjadi media yang ampuh untuk mengkomersialkan atau melakukan promosi berbagai produk barang atau jasa, sehingga para pengguna internet dapat melihat, mengenal, hingga tertarik untuk menggunakan produk-produk yang ditampilkan. Atas dasar inilah, prospek bisnis *online* via internet menjadi hal yang mencerminkan di masa depan.²⁶

2. Syarat Berbisnis *Online* Shop

Ketika akan membangun sebuah bisnis *online*, ada beberapa hal yang harus dipersiapkan antara lain yaitu:

a. Tentukan produk yang akan anda tawarkan

Bisnis merupakan identifikasi produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Ini merupakan hal yang prinsip dan sama, apakah itu bisnis *online* atau *offline*. Untuk mengetahui kebutuhan konsumen, anda bisa membuat sebuah *list* atau daftar produk-produk yang bisa ditawarkan. Kemudian pilih produk yang bisa anda sediakan secara *online*.

b. *Business plan* atau rencana bisnis

Setelah menentukan produk yang akan dijual, selanjutnya buat rencana bisnis yang akan dijalankan.

c. Persiapkan lapak jualan

Ketika anda berbisnis secara *offline*, maka anda memerlukan tempat usaha atau toko untuk memajang produk yang dijual, yang bisa jadi dengan membeli atau kontrak. Sedangkan untuk bisnis *online*, lapak jualan anda bisa menggunakan *virtual store* atau toko *virtual* yang menampilkan produk, dalam hal ini

²⁶ *Ibid.*

dipresentasikan dalam sebuah *website*. Untuk membuat *website*, anda memerlukan *web hosting* untuk meletakkan berbagai *file*, gambar, audio di dalamnya. Ada cukup banyak *web hosting* lokal yang ada di negara kita. Beberapa di antaranya adalah:

1. Masterweb (<http://masterweb.net/>)
2. Rumahweb.com (<http://rumahweb.com/>)
3. Idwebhost.com (<http://idwebshot.com/>)
4. Ardhosting (<http://www.ardhosting.com/>)
5. Jagoanhosting (<http://www.jagoanhosting.com/>)

d. Persiapkan *software* untuk manajemen stok serta keuangan

Cukup banyak program atau *software* yang bisa anda gunakan untuk mendukung aktivitas bisnis *online* yang akan dijalankan. Ada beberapa hal yang perlu anda perhatikan ketika memilih *tool software* yang digunakan, antara lain:

1. *Web page editor*, yang akan memudahkan anda melakukan editing konten dalam *web*, seperti memasukan gambar, teks, audio ataupun mendesain tampilan *web* tanpa harus menguasai bahas pemograman *web*.
2. *Rss feed*, *Rss (Real Simple Syndication)*, merupakan cara yang digunakan untuk menampilkan isi *website*.

3. *Email aktif*, *email* yang dapat digunakan untuk saling berkomunikasi dengan konsumen. Anda bisa menggunakan aplikasi *email-client* seperti *outlook* atau *thunderbird*, sehingga dapat melakukan manajemen *email* secara *offline* (hal ini akan menghemat biaya pengeluaran untuk koneksi internet).

- e. Pilih tim yang dapat membantu dalam operasional dan *maintenance*

Walaupun anda mengerjakan sendiri semua hal yang terkait dengan bisnis *online*, anda tetap bisa menggunakan bantuan orang lain sebagai teman diskusi. Apalagi ketika *partner* anda tersebut sudah pernah bergelut dengan dunia bisnis *online*, maka dapat digunakan sebagai *guide* mentor untuk kemajuan bisnis *online* yang dijalankan.²⁷

3. Keuntungan *Online* Shop

Ada banyak sekali keuntungan yang akan kita dapatkan jika kita berbisnis dengan metode *online*, tapi disamping itu ada juga beberapa kekurangan dari berbisnis *online*. Tapi tenang saja, karena menurut saya keuntungan berbisnis *online* jauh lebih banyak dari kekurangan berbisnis *online*.

- a. Dapat dilakukan kapan pun dan dimana pun

Bisnis *online* adalah bisnis yang bisa anda jalankan kapan pun dan dimana pun tempatnya. Anda tidak harus memiliki tempat berbisnis sendiri. Dengan media *online*, anda bisa melakukannya di mana pun dan kapan pun asalkan anda memiliki koneksi internet yang memadai.

- b. Tidak dipungut biaya

Bisnis *online* adalah bisnis yang gratis, seperti apa yang sebelumnya saya katakan bahwa bisnis *online* bisa dikerjakan bahkan tanpa memiliki modal. Tentunya anda harus membeli PC dan koneksi internet.

- c. Dapat tetap berjalan meskipun anda sedang tidur

²⁷ *Ibid.*, halaman 8.

Iya, bisnis *online* dilakukan meskipun anda sedang tidur. Seperti contohnya saja jika anda memiliki toko *online*, maka toko tersebut takkan pernah tutup, karena sifatnya *online*. Jadi, biarpun di tengah malam, pelanggan ataupun konsumen masih bisa melihat produk yang anda jual.

d. Tidak banyak mengeluarkan tenaga

Berbisnis *online* sangat hemat tenaga karena yang harus anda lakukan hanyalah duduk manis di depan PC.²⁸

e. Mengurangi rasa lelah

Ketika pergi ke mall membutuhkan tenaga ekstra untuk naik angkutan umum atau mengendarai kendaraan pribadi. Apabila berbelanja secara *online* juga bisa berbelanja sambil duduk dengan santai.

f. Nyaman

Kenyamanan juga menjadi faktor mengapa lebih baik belanja secara online. Bisa berbelanja kapan saja dan dimana saja.²⁹

4. Kelemahan *Online Shop*

a. Sangat bergantung pada internet

Namanya juga bisnis *online*, semua kegiatan berbisnis dengan metode ini akan selalu membutuhkan internet karena kegiatan ini dilakukan di dalam jaringan. Jadi, tanpa ada sambungan internet anda takkan bisa berbisnis internet.

b. Kurangnya kepercayaan konsumen

²⁸ Fathul Husnan, 2016. *Buku Pintar Bisnis Online*. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo. Halaman 4.

²⁹ "Tibbersama Menjamurnya Online Shop" melalui <http://tibbersama.blogspot.co.id>, diakses Sabtu 11 Februari 2017 Pukul 17.00 wib.

Tidak sedikit juga orang yang masih kurang percaya dengan para penjual di internet, karena banyaknya penipuan yang sering terjadi belakangan ini.

c. Pelanggaran hak cipta

Saat anda menjual sebuah produk buatan anda yang bersifat “*file*” seperti halnya *e-book*, maka ketika anda sudah menjualnya, biasanya takkan lama setelah itu akan ada orang-orang yang licik yang mencoba menjual produk anda tanpa sepengetahuan anda. Apalagi sekarang kita masih kekurangan yang namanya polisi internet.

d. Masalah pengiriman barang atau produk

Ini juga salah satu menjadi penghambat jalannya bisnis *online*. Karena produk yang dibeli konsumen tidak langsung berada di tangan konsumen, maka akan ada biaya tambahan untuk ongkos pengiriman barang.³⁰

C. Tinjauan Umum Tentang Konsumen Dan Hukum Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Konsumen

Istilah konsumen berasal dari alih bahasa dari kata *consumer*, secara harafiah arti kata *consumer* adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang. Begitu pula Kamus Bahasa Inggris-Indonesia yang memberi arti kata *consumer* sebagai pemakai atau konsumen. Kamus Umum Bahasa Indonesia mendefinisikan konsumen sebagai lawan produsen, yakni pemakai barang-barang hasil industri, bahan makanan, dan juga sebagainya.³¹

³⁰ Fathul Husnan, *Op.Cit* halaman 6.

³¹ Zulham. 2016. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Group, halaman 15.

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga maupun orang lain. Konsumsi, dari bahasa Belanda *consumptie* ialah suatu kegiatan yang bertujuan mengurangi atau menghabiskan daya guna suatu benda, baik berupa barang maupun jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia.³²

2. Hak Dan Kewajiban Konsumen

Indonesia melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen menetapkan hak-hak konsumen sebagai berikut:

- a. Hak atas kemanan, kenyamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan atau jasa.
- b. Hak untuk memilih barang dan atau jasa serta mendapatkan barang dan atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur dan mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa.
- d. Hak untuk didengar pendapat atau keluhannya atas barang dan atau jasa yang digunakannya.
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur secara tidak diskriminatif.

³² Adiman ,“Pengertian Konsumen”, melalui adimanpangaribuan.blogspot.co.id, diakses Minggu, 12 Februari 2017, Pukul 20.00 wib.

h. Hak untuk mendapat kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian, apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan perundang-undangan lainnya.³³

Selain hak-hak yang telah disebutkan, ada juga hak untuk dilindungi dari akibat negatif persaingan curang. Hal ini berangkat dari pertimbangan bahwa kegiatan bisnis yang dilakukan pengusaha sering dilakukan secara tidak jujur, yang dalam hukum dikenal dengan terminologi “persaingan curang” atau “persaingan usaha tidak sehat”.

Konsumen juga memiliki kewajiban untuk:

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang atau jasa, demi keamanan dan juga keselamatan.
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan atau jasa.
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.³⁴

Secara bersamaan, pelaku usaha juga memiliki hak-hak yang harus dilindungi. Hak-hak pelaku usaha ini juga merupakan bagian dari kewajiban konsumen, yaitu:

³³ *Ibid.*, halaman 50.

³⁴ Munir Fuady, *Op.Cit.*, halaman 229.

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan atau jasa yang diperdagangkan.
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan atau jasa yang diperdagangkan.
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.³⁵

3. Perkembangan Perlindungan Konsumen

Indonesia sebagai negara berkembang, yang industrinya baru mengalami tahap permulaan, perkembangan hukum perlindungan konsumennya belum berkembang sebagaimana di negara-negara maju. Hal ini disebabkan karena lazimnya perkembangan perlindungan konsumen merupakan akibat dari perkembangan industri suatu negara, yaitu industrialisasi massal.

Lambatnya perkembangan perlindungan konsumen di negara berkembang yang perkembangan industrinya baru pada tahap permulaan karena sikap pemerintah pada umumnya masih melindungi kepentingan industri yang merupakan faktor yang esensial dalam pembangunan suatu negara. Akibat dari

³⁵ Zulham, *Op.Cit.*, halaman 52.

perlindungan kepentingan industri pada negara berkembang termasuk Indonesia tersebut, maka ketentuan-ketentuan hukum yang bermaksud untuk memberikan perlindungan kepada konsumen atau masyarakat kurang berfungsi karena tidak diterapkan secara ketat. Walaupun demikian, tidak dapat dipungkiri bahwa usaha pemerintah untuk memberikan perlindungan konsumen telah dilakukan sejak lama, hanya saja tidak disadari bahwa pada dasarnya tindakan tertentu yang dilakukan oleh pemerintah merupakan usaha untuk melindungi kepentingan konsumen.³⁶

³⁶ Ahmadi Miru, *Op.Cit.*, halaman 67.

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Bentuk Perjanjian Layanan Situs Belanja Online

Transaksi jual beli *e-commerce* juga merupakan suatu perjanjian jual beli sama dengan jual beli konvensional yang biasa dilakukan masyarakat. Hanya saja terletak perbedaan pada media yang digunakan. Pada transaksi *e-commerce*, yang dipergunakan adalah media elektronik yaitu internet sehingga kesepakatan ataupun perjanjian yang tercipta adalah melalui *online*.

Hampir sama dengan perjanjian jual beli pada umumnya, perjanjian jual beli online tersebut juga terdiri dari penawaran dan penerimaan sebab suatu kesepakatan selalu diawali dengan adanya penawaran oleh salah satu pihak dan penerimaan oleh pihak yang lain.

1. Penawaran

Tawaran merupakan sebuah tawaran jika pihak lain memandangnya sebagai suatu tawaran. Suatu perbuatan seseorang beralasan bahwa perbuatan situs sendiri sebagai ajakan untuk masuk ke dalam suatu ikatan perjanjian yang dapat dianggap sebagai tawaran.

Setiap yang melakukan penawaran di dalam transaksi *e-commerce* adalah *merchant* atau penjual. Para penjual tersebut memanfaatkan *website* untuk menjajakan produk dan jasa pelayanan. Para penjual menyediakan semacam *storefont* yang berisikan katalog produk-produk dan pelayanan yang diberikan.

Para pembeli seperti berjalan-jalan di depan toko-toko dan melihat barang-barang di dalam etalase. Keuntungannya jika melakukan belanja di toko *online* adalah kita dapat melihat dan berbelanja kapan saja dan dimana saja tanpa dibatasi oleh jam buka toko dan kita juga tidak akan risih dengan pandangan penjaga toko yang mengawasi kegiatan kita.

Website tersebut biasanya ditampilkan barang-barang yang ditawarkan, harganya, nilai rating, otomatis tentang barang-barang itu yang diisi oleh pembeli sebelumnya, spesifikasi tentang barang tersebut, dan menu produk lain yang saling berhubungan.

Penawaran ini terbuka bagi semua orang. Semua orang yang tertarik dapat melakukan *window shopping* di toko-toko *online* ini. Dan jika ada barang yang menarik perhatian, dapatlah transaksi dilakukan.

2. Penerimaan

Penawaran dan penerimaan saling terkait untuk menghasilkan suatu kesepakatan. Dalam menentukan suatu penawaran dan penerimaan dalam *cybersystem* ini digantungkan pada keadaan dari *cybersystem* tersebut. Penerimaan dapat dinyatakan melalui *website*, *email*, atau juga melalui *electronic data interchange*.

Penjual biasanya bebas untuk menentukan suatu cara penerimaan. Misalnya ia menentukan bahwa dalam hal penjualan melalui *website* atas barang dagangannya, penawaran dapat ditujukan pada halaman dari *e-mail address* calon pembelinya. Jadi dalam hal ini penerimaan melalui *e-mail* cukup karena penawaran ini dikirimkan pada *e-mail* tertentu sehingga sudah jelas hanya

pemegang *e-mail* itulah yang dituju. Akan tetapi, jika penawaran dilakukan melalui *website*, atau *news group*, dapat dianggap penawaran tersebut ditujukan untuk khalayak ramai. Dengan demikian, setiap orang yang berminat dapat membuat kesepakatan dengan penjual yang menawarkan.

Transaksi *e-commerce* melalui *website*, biasanya pengunjung atau calon pembeli akan memilih barang tertentu yang ditawarkan oleh penjual. Jika memang calon pembeli tertarik, *shopping cart* akan menyimpan terlebih dahulu barang yang calon pembeli inginkan sampai calon pembeli yakin akan pilihannya. Setelah yakin dengan pilihannya, calon pembeli akan memasuki tahap pembayaran. Dalam *e-commerce* terdapat banyak metode pembayaran. Dengan menyelesaikan tahapan transaksi ini, pengunjung toko *online* nya melakukan penerimaan atau *acceptance* sehingga telah terciptalah kontrak *online*.³⁷

Bentuk perjanjian di dalam layanan situs belanja *online* adalah terdapat di dalam bagian situs belanja *online* contohnya *blibli.com* yang masih ada belum sesuai dengan syarat-syarat perjanjian yang telah diatur di dalam Pasal 1320 KUHPerduta. Isi perjanjian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pendahuluan

Dalam bagian pendahuluan perjanjian ini terdapat isi perjanjian yang ditujukan kepada konsumen agar membaca isi perjanjian tersebut dahulu karena jika ada konsumen yang merasa kurang memahami isi perjanjian, maka pihak dari situs belanja *online* tidak bertanggung jawab atas adanya kesalahan atau kesalahpahaman yang akan terjadi kepada konsumen tersebut. Karena setiap

³⁷ Edmon Makarin, *Op.Cit.*, halaman 260.

kegiatan yang terkait dengan penggunaan situs belanja *online* tersebut, maka baik penyelenggara, pengguna dalam hal ini termasuk juga kepada penjual barang dan pembeli dilindungi secara hukum melalui Undang-Undang Republik Indonesia No.11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Teknologi, Undang-Undang Hak Cipta No.19 Tahun 2002 dan terhadap segala bentuk perikatan yang timbul dari segala aktifitas di situs blibli.com telah memenuhi kaidah dan syarat-syarat sahny suatu perjanjian sebagaimana yang telah diatur di dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

2. Ketentuan Umum Bagi Pengguna

Bagian ketentuan bagi pengguna ini sudah jelas tertulis larangan-larangan yang ditujukan bagi pengguna ketika sedang mengakses situs blibli.com. Pihak situs dari blibli.com berhak membatasi atau tidak memberikan akses bagi pengguna situs blibli.com. Karena dengan terus melakukan akses atau terus menggunakan situs blibli.com pengguna dianggap telah membaca, memahami, dan menyetujui ketentuan dari isi perjanjian situs blibli.com yang mengatur masalah penggunaan informasi yang dimasukan masing-masing pengguna ke dalam situs blibli.com. Pihak blibli.com juga berhak mengubah ketentuan ini sewaktu-waktu.

Isi dari ketentuan perjanjian ini dianggap kurang sah karena setiap pengguna yang mengakses situs blibli.com ini ketika mengakses situs berlama lama bahkan secara terus menerus telah dianggap telah membaca, memahami, serta menyetujui ketentuan dari isi perjanjian tersebut. Sementara belum tentu

setiap pengguna situs belanja *online* blibli.com ini telah membaca dan memahami isi dari ketentuan perjanjian situs blibli.com tersebut.

3. Pengguna Terdaftar

Bagian ini mengatur tentang ketika memilih membuat akun member situs blibli.com serta registrasi identitas pengguna situs dengan membuat nama akun dan *password* ketika selesai dari proses registrasi. Pengguna yang telah mendaftar di akun tersebut bertanggung jawab untuk menjaga kerahasiaan dan keamanan atas nama dan *password* yang telah dibuat nya. Pihak situs blibli.com juga berhak untuk membatasi, memblokir, atau mengakhiri pelayanan dari suatu akun, melarang akses ke situs blibli.com dan konten layanan dan memperlambat atau menghapus *hosted content* dan mengambil langkah-langkah hukum untuk menjaga pengguna terdaftar atau pengguna lain jika pihak situs blibli.com menganggap pengguna lain melanggar hukum yang berlaku, melanggar hak milik intelektual dari pihak terkait atau melakukan suatu pelanggaran yang melanggar hal-hal yang tertera pada perjanjian ini. Kemudian pengguna situs tidak diperkenankan menjual, menawarkan, mengalihkan akun kepada pihak ketiga tanpa sepengetahuan dan persetujuan dari pihak situs blibli.com.

Isi dari bagian ketentuan perjanjian ini telah sesuai dengan salah satu bagian dari Pasal 1320 KUHPerdara, yaitu suatu hal tertentu. Karena setiap pengguna situs belanja *online* blibli.com dilarang untuk menjual, menawarkan, serta mengalihkan akun kepada pihak ketiga tanpa sepengetahuan dan persetujuan pihak yang terkait. Hal ini juga berguna untuk melindungi kepentingan setiap pengguna situs belanja *online* blibli.com.

4. Hak Dan Kewajiban Pengguna Situs

Hak dan kewajiban konsumen juga telah diatur di dalam pasal 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen No.8 tahun 1999, kewajibannya adalah sebagai berikut:

- a. Membaca dan mengikuti petunjuk informasi dan prosedur dan prosedur pemakaian pemanfaatan barang atau jasa demi keamanan dan juga keselamatan.
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang atau jasa.
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang telah disepakati.
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum tentang sengketa konsumen secara patut.

Sedangkan yang menjadi hak pelaku usaha adalah sebagai berikut:

- a. Menerima pembayaran sesuai kesepakatan.
- b. Mendapatkan perlindungan hukum dari perlakuan konsumen yang tidak beritikad baik.
- c. Melakukan pembelaan diri sepatutnya dalam penyelesaian sengketa konsumen.
- d. Merehabilitasi nama baik apabila ternyata dalam penyelesaian sengketa dengan konsumen, ternyata kerugian konsumen bukan disebabkan oleh barang dari pelaku usaha tersebut.
- e. Hak-hak lain yang diatur di dalam berbagai perundang-undangan.³⁸

³⁸ Munir Fuady, *Op.Cit.*, halaman 229.

Isi dari bagian perjanjian situs belanja online blibli.com ini membahas tentang hak dan kewajiban pengguna situs yang sudah sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen serta KUHPperdata.

5. Ketentuan Pembayaran

Situs blibli.com bekerja sama dengan penyedia jasa perbankan pembayaran yang terpercaya dalam menyediakan berbagai metode pembayaran yang dapat digunakan oleh pengguna. Setiap pengguna berhak untuk memilih metode pembayaran yang telah disediakan oleh pihak situs blibli.com, yang mana pengguna merasa lebih nyaman dan mudah dalam bertransaksi dengan situs blibli.com. Serta setiap pengguna berkewajiban untuk membayar penuh atas pemesanan yang dilakukan dalam jangka waktu yang telah ditentukan.

Isi dari bagian perjanjian ini sudah sesuai dengan salah satu syarat perjanjian di dalam KUHPperdata yaitu telah sepakat. Setiap pengguna situs belanja *online* blibli.com telah sepakat dan berhak memilih metode pembayaran yang akan digunakan ketika membayar barang-barang belanjaan.

6. Ketentuan Pengiriman

Pihak situs blibli.com hanya dapat mengirimkan barang yang telah dipesan oleh pengguna setelah mengetahui dan mendapatkan dana dari pengguna secara tepat dan sesuai dengan nilai barang yang dibeli pengguna.

Pihak situs blibli.com juga telah berkerja sama dengan perusahaan logistik yang terpercaya yang akan mengirimkan setiap barang pesanan pengguna ke alamat yang akan dituju. Segala bentuk keluhan atas pengiriman barang adalah tanggung jawab pihak logistik yang bekerja sama dengan situs blibli.com. Pihak

situs blibli.com berupaya untuk memfasilitasi antara pengguna dengan perusahaan logistik yang telah bekerja sama, dan sehubungan dengan hal tersebut pengguna menyetujui untuk membebaskan pihak situs blibli.com atas segala tuntutan dan kerugian yang diderita pengguna terkait dengan proses pengiriman barang.

Isi dari bagian perjanjian ini sudah sesuai dengan salah satu syarat perjanjian di dalam KUHPerdara yaitu dengan kata sepakat, karena setiap pengguna situs belanja *online* blibli.com telah setuju untuk membebaskan pihak situs blibli.com atas segala tuntutan serta kerugian-kerugian yang terjadi pada konsumen ketika terjadi kesalahan pengiriman barang belanjaan konsumen.

7. Pembatasan Tanggung Jawab Situs BliBli.com

Kewajiban pihak situs blibli.com hanyalah sebatas penyedia situs blibli.com. Barang-barang yang dijual di situs blibli.com merupakan tanggung jawab sepenuhnya dari penjual yang menawarkan barang-barang nya melalui situs blibli.com. Sedangkan untuk kerugiannya, dikarenakan dari tindakan pengguna yang telah melanggar perjanjian ini sepenuhnya adalah tanggung jawab dari pengguna dimana pihak situs blibli.com sepenuhnya lepas dari tuntutan dari pihak-pihak yang dirugikan.

Barang yang sudah dibeli oleh pengguna dan telah dibayar secara tepat sesuai dengan nilai barang tidak dapat dikembalikan atau dibatalkan secara sepihak oleh pengguna dan apabila setelah proses pembayaran dinyatakan berhasil dan kemudian barang yang dibeli tidak ada, maka pihak situs bli.bli.com akan mencari alternatif barang pengganti atau melakukan pengembalian dan sesuai dengan nilai yang telah dibayarkan oleh pembeli barang.

Pihak situs blibli.com tidak bertanggung jawab kepada pengguna ataupun kepada pihak lainnya untuk ketidakakuratan, kesalahan, kerugian yang disebabkan baik karena kegagalan, penundaan, terputusnya layanan dan konten sebagaimana yang terdapat dalam aplikasi ini, baik seluruh ataupun sebagian. Pengguna menyetujui bahwa setiap kejadian, pengguna tidak dapat mengajukan klaim kepada situs blibli.com atas segala kerugian atau kerusakan yang timbul sehubungan dengan akses terhadap layanan atau konten yang terdapat pada aplikasi ini ataupun hal lain yang timbul sehubungan dengan ketentuan dalam perjanjian ini. Hal-hal tersebut diatas tetap berlaku meskipun terjadi pengakhiran terhadap perjanjian ini ataupun telah habis jangka waktu berlakunya.

Pihak blibli.com dan para pihak ketiga yang berhubungan dengan pihak blibli.com dengan ini secara tegas mengecualikan:

1. Semua ketentuan, jaminan dan syarat yang lain dapat dinyatakan secara tidak langsung oleh undang-undang, hukum adat atau hukum keadilan.
2. Kewajiban atas kehilangan atau kerugian langsung, tidak langsung atau yang merupakan akibat yang ditanggung oleh pengguna dalam hubungannya dengan situs blibli.com atau hubungannya dalam penggunaan, ketidakmampuan menggunakan, atau akibat dari penggunaan situs blibli.com, setiap situs *web* yang terkait dengannya dan setiap materi yang ditempatkan padanya, termasuk namun tidak terbatas pada kewajiban atas:
 - a. kehilangan penghasilan atau pendapatan

- b. kehilangan bisnis
- c. kehilangan laba atau kontrak
- d. kehilangan penghematan yang telah diantisipasi sebelumnya
- e. kehilangan atau kerugian lain apapun jenisnya, terlepas dari bagaimana hal itu timbul dan apakah disebabkan oleh kelalaian ataupun pelanggaran.

Hal ini tidak berpengaruh pada kewajiban situs blibli.com yang tidak dapat dikecualikan atau dibatasi berdasarkan hukum yang berlaku. Pengguna menyetujui bahwa materi yang ditayangkan di situs ini adalah untuk informasi saja guna membantu pengguna dalam memutuskan untuk mengajukan penawaran untuk tidak mengajukan penawaran untuk barang-barang tersebut. Pihak situs blibli.com ataupun karyawannya tidak bertanggung jawab atas akibat langsung atau tidak langsung dari keputusan pengguna untuk mengajukan penawaran atau tidak mengajukan penawaran.

Isi dari ketentuan bagian perjanjian ini telah sesuai dengan syarat sahnya suatu perjanjian yang diatur di dalam KUHPerdara yaitu suatu hal tertentu karena pihak situs *online* blibli.com sebagai penyedia situs memberikan tanggung jawab sepenuhnya kepada penjual barang-barang yang ada di dalam situs belanja blibli.com.

8. Hak Milik Intelektual

Situs blibli.com adalah pemilik tunggal atau pemegang sah semua hak atas situs dan isi dalam situs blibli.com. Situs blibli.com dan isinya mencakup hak milik intelektual yang dilindungi oleh undang-undang hak cipta dan undang-

undang yang melindungi kekayaan intelektual lainnya yang berlaku di seluruh dunia. Semua hak milik dan hak milik intelektual atas situs blibli.com dan isinya tetap pada kami, semua hak yang tidak dicantumkan di dalam perjanjian ini tetap dilindungi oleh undang-undang.

Situs blibli.com, nama, serta ikon atau logo terkait merupakan merek dagang terdaftar di berbagai wilayah hukum dan dilindungi undang-undang tentang hak cipta, merek dagang atau hak milik kekayaan intelektual lainnya, dilarang keras menggunakan, mengubah, atau memasang merek-merek tersebut di atas.

Isi dari perjanjian di bagian ini sudah sesuai dengan salah satu syarat sah nya suatu perjanjian yang ada di dalam KUHPerdara yaitu, sepakat karena setiap pengguna harus sepakat dan mengakui bahwa situs belanja *online* blibli.com merupakan pemilik tunggal serta pemegang yang sah atas semua hak-hak dan isi yang ada di dalam situs belanja *online* blibli.com.

9. Pemberitahuan

Semua pemberitahuan atau permintaan kepada atau tentang pengguna akan diproses jika diserahkan langsung dan dikirimkan melalui kurir, surat tercatat, faksimili atau *email* ke alamat surat, faks, atau alamat *email* yang diberikan pengguna kepada pihak situs blibli.com atau dengan cara memasang pemberitahuan atau permintaan tersebut di satu tempat di situs blibli.com yang dapat diakses oleh umum tanpa dikenai biaya.

Isi dari bagian perjanjian ini sudah sesuai dengan salah satu syarat perjanjian yang ada di dalam KUHPerdara yaitu sepakat, karena pihak situs

bibli.com telah menayangkan pemberitahuan informasi-informasi mengenai isi di di dalam website tersebut dan dapat diakses oleh umum serta tanpa dikenai biaya.

10. Pengembalian Produk

Setelah mengetahui semua ketentuan, jaminan, dan syarat-syarat lain perihal pengembalian produk, pengguna dipersilahkan mengacu kepada halaman pengembalian produk.

Isi dari bagian perjanjian ini sudah sesuai dengan salah satu syarat perjanjian yang ada di dalam KUHPerdata yaitu suatu hal tertentu, karena setiap pembeli *online* yang ingin mengembalikan barang belanjaan atau ingin mengetahui informasi tentang ketentuan semua produk kepada pengguna situs diharapkan untuk membuka bagian halaman website pengembalian produk.

11. Penutup

Situs blibli.com dan pengguna merupakan hubungan independen dan tidak ada hubungan keagenan, kemitraan, usaha patungan, karyawan perusahaan atau pemilik waralaba yang akan dibuat atau dibuat dengan adanya perjanjian ini.

Judul dalam perjanjian ini dibuat sebagai acuan saja dan sama sekali tidak menetapkan, membatasi, menjelaskan atau menjabarkan apa yang ada atau tercakup dalam pasal tersebut. Tidak dilaksanakannya hak kami untuk menuntut hak kami berdasarkan perjanjian ini ataupun tidak diambilnya tindakan oleh kami terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh pengguna terhadap perjanjian ini dan tidak akan mengesampingkan hak kami untuk mengambil tindakan terhadap pelanggaran serupa atau pelanggaran berikutnya.

Isi dari bagian perjanjian ini kurang sesuai dengan syarat yang ada di dalam KUHPerdara karena yang dimaksudkan dengan hubungan independen disini sama sekali tidak ada hubungan dengan keagenan, kemitraan, usaha patungan, karyawan dan lain-lain, sementara pihak situs *online* blibli.com ini hanya sebagai penyedia situs saja bukan mengatur tentang pihak mana saja yang akan bergabung di dalam situs belanja *online* blibli.com tersebut.³⁹

Penjelasan perjanjian situs belanja *online* dengan syarat-syarat dan ketentuan yang berlaku sudah diterapkan oleh pihak situs belanja *online* tersebut. Terlepas dari hal itu perjanjian atau kontrak yang dibuat oleh pihak situs belanja *online* blibli.com mempunyai fungsi yang bersifat yuridis dan ekonomis. Yang dimaksud dengan fungsi yuridis adalah dapat memberikan kepastian hukum bagi para pihak, sedangkan fungsi ekonomisnya adalah menggerakkan (hak milik) sumber daya dari nilai penggunaan yang lebih rendah menjadi nilai yang lebih tinggi.⁴⁰

B. Bentuk Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Layanan Situs Belanja Online

Perlindungan hukum konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang merugikan konsumen itu sendiri. Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Bentuk perlindungan

³⁹ “Perjanjian Situs Belanja Online” melalui www.blibli.com. Diakses Minggu 12 Februari 2017 Pukul 21.00 wib.

⁴⁰ H. Abdullah. 2008. *Op. Cit.*, halaman 23.

konsumen terhadap layanan situs belanja *online* mempunyai cakupan yang luas, meliputi perlindungan konsumen terhadap barang atau jasa yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga sampai akibat-akibat pemakaian barang atau jasa tersebut.

Bentuk perlindungan hukum konsumen terhadap layanan situs belanja *online* blibli.com dapat dibedakan dalam dua aspek, yaitu:

1. Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati.
2. Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.

Keinginan yang hendak dicapai dalam bentuk perlindungan konsumen adalah menciptakan rasa aman bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidup. Terbukti bahwa semua norma perlindungan konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen memiliki sanksi pidana. Singkatnya, bahwa segala upaya yang dimaksudkan dalam perlindungan konsumen tersebut tidak saja terhadap tindakan preventif, akan tetapi juga tindakan represif dalam semua bidang perlindungan yang diberikan kepada konsumen. Maka pengaturan bentuk perlindungan konsumen dilakukan dengan:

- a. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses informasi, serta menjamin kepastian hukum.
- b. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha
- c. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa.

- d. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktik usaha yang menipu dan menyesatkan.
- e. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan, dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lainnya.⁴¹

Bentuk hukum perlindungan konsumen terhadap layanan situs belanja *online* adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk-produk konsumen antara penyedia dan penggunanya, dalam kehidupan bermasyarakat. Tegasnya, hukum perlindungan konsumen merupakan keseluruhan peraturan perundang-undangan, baik undang-undang maupun peraturan perundang-undangan lainnya serta putusan-putusan hakim yang substansinya mengatur mengenai kepentingan konsumen. Hal ini sangat terkait dengan Pasal 63 Undang-Undang Perlindungan konsumen yang berbunyi: “Segala ketentuan peraturan perundang-undangan yang bertujuan melindungi konsumen yang telah ada pada saat undang-undang ini diundangkan, dinyatakan tetap berlaku sepanjang tidak diatur secara khusus dan atau tidak bertentangan dengan ketentuan dalam undang-undang ini”.

Konsumen dalam transaksi *e-commerce* atau *online* memiliki resiko yang lebih besar daripada penjual. Atau dengan kata lain hak-hak konsumen dalam *e-commerce* sangat rentan. Selain itu, ada hal lain yang dapat semakin merugikan konsumen atau pembeli, yaitu data dapat dicuri oleh pihak ketiga pada saat terjadi

⁴¹ Zulham, *Op.Cit.*, halaman 21.

komunikasi antara pembeli dan penjual, pencuri bisa mendapatkan nomer kartu kredit dengan cara menyusup ke sebuah *server* atau juga *personal computer*, dan pembeli dapat saja ditipu oleh penjual yang palsu atau fiktif.

Oleh karena itulah selain jaminan yang diberikan oleh penjual sendiri, diperlukan juga jaminan yang berasal dari pemerintah. Jaminan dari pemerintah ini diharapkan berupa undang-undang yang dapat memberikan kedudukan yang lebih kuat bagi konsumen.

Pada tanggal 20 April tahun 2000, Indonesia telah memulai memberlakukan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini mengatur mengenai hak-hak konsumen, dan perbuatan-perbuatan yang dilarang bagi produsen.

Jika dikaitkan antara hak-hak konsumen yang terdapat di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dengan hak-hak konsumen pada transaksi *e-commerce*, hak-hak konsumen sangat riskan sekali untuk dilanggar.

Berdasarkan kesimpulan dari diskusi ilmiah “Pengembangan *Cyberlaw*” di Indonesia, Kesiapan Peraturan Perundang-undangan di Indonesia Mengantisipasi Kegiatan *e-commerce* di kampus Universitas Padjajaran, tanggal 3 Juni tahun 2000 disimpulkan bahwa hak-hak konsumen dalam *e-commerce* yang tergolong riskan adalah sebagai berikut:

- 1). Tidak ada jaminan keselamatan dan kemanan dalam mengkonsumsi barang dan jasa. Hal ini dikarenakan para konsumen tidak dapat langsung mengidentifikasi, melihat atau menyentuh barang yang akan dipesan lewat internet, sebagaimana yang biasa terjadi dalam transaksi tatap muka di pasar.

2). Tidak ada kepastian apakah konsumen telah memperoleh informasi yang dibutuhkannya dalam bertransaksi sebab informasi yang tersedia dibuat secara sepihak oleh penjual atau produsen, tanpa ada kemungkinan konsumen melakukan *verifikasi*.

3). Tidak terlindunginya hak-hak konsumen untuk mengeluar atau mengadu atau memperoleh kompensasi. Hal ini karena transaksi lewat internet, dilakukan tanpa adanya tatap muka, maka ini membuka peluang tidak teridentifikasinya si produsen atau penjual barang atau jasa tersebut. Bisa saja produsen hanya mencantumkan alamat yang tidak jelas atau hanya sekedar alamat di surat elektronik atau *e-mail* yang tidak terjangkau dunia nyata. Akibatnya bila terjadi keluhan, konsumen akan kesulitan menyampaikan keluhannya. Selain itu, dapat juga keluhan konsumen tidak tanggap sebab sulitnya menuntut produsen di dunia *virtual*.

4). Dalam transaksi pembayaran lewat *e-commerce*, biasanya konsumen harus terlebih dahulu membayar penuh (menggunakan kartu kredit), barulah pesannya diproses oleh produsen atau penjual. Hal ini jelas berisiko tinggi bagi konsumen sebab membuka peluang terlambatnya barang yang dipesan, atau isi dan mutunya tidak sesuai dengan pesanan atau sama sekali tidak sampai ketangan konsumen (kemungkinan terjadinya wanprestasi).

5). Transaksi *e-commerce* dapat dilakukan antar negara. Bila terjadi sengketa, akan sulit ditentukan hukum negara mana yang akan dipakai.⁴²

⁴² Edmon Makarin, *Op.Cit.*, halaman 275.

Pelaku usaha dapat berbentuk pelaku usaha di bidang pembuatan barang atau jasa, maupun di bidang pengedaran atau penjualan barang atau jasa sehingga yang menjadi lingkup atau ruang berlakunya Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini hanyalah pelaku usaha yang bergerak di dalam wilayah hukum Republik Indonesia.

Pelaku usaha yang berada di luar wilayah Indonesia tergantung dari perjanjian antara para pihak. Amazon.com misalnya, menambahkan suatu klausula yang berbunyi “bahwa segala transaksi yang terjadi dengan Amazon.com berlaku *“the laws of State of Washington.”* Dengan demikian, konsumen yang berasal dari negara manapun yang melakukan transaksi dengan Amazon.com tunduk pada hukum negara bagian Washington.

Oleh karena itu, jika gugatan ditujukan pada penjual yang ada di luar negeri, gugatan diajukan ke negara yang bersangkutan dengan menggunakan instrument hukum perdata internasional, seperti perjanjian atau yurisprudensi.

Ketika sengketa terjadi antara warga negara atau penduduk Indonesia dengan situs belanja online yang berada di Indonesia, contohnya situs blibli.com, tidak takan ada masalah karena Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang berlaku, serta adanya Undang-Undang Informasi dan Teknologi serta Undang-Undang Hak cipta.

Meskipun Undang-Undang Perlindungan Konsumen belum menjangkau *e-commerce* secara keseluruhan, tetapi untuk perusahaan yang jelas alamat dan keberadaannya, jika perusahaan tersebut melakukan wanprestasi, ia dapat tetap dituntut menurut hukum.

Lebih baik lagi jika ketentuan hukum khusus atau peraturan pelaksanaan mengenai perlindungan konsumen dalam bidang telematika segera dirumuskan untuk dapat lebih menjamin hak-hak konsumen.⁴³

Sebagaimana telah diuraikan dalam pembahasan sebelumnya, dapat dilihat bahwa hubungan para pihak dalam transaksi bisnis melalui internet atau lebih dikenal dengan *e-commerce* sepatutnya tidak hanya melibatkan pihak pelaku usaha dan konsumen saja, melainkan juga pihak *provider*. Meskipun terdapat perjanjian pendukung lain demi kelancaran proses transaksi, namun yang lebih disorot disini adalah kedudukan masing-masing pihak, mencakup hak dan kewajibannya yang tercipta dari hubungan hukum dalam dunia internet tersebut.

Perlindungan hukum bagi para pihak pada intinya sama, yaitu adanya peran pemerintah untuk melindungi kepentingan produsen dan juga konsumen dalam kerangka perdagangan. Peranan pemerintah yang dimaksud disini adalah mencakup aspek nasional dan internasional. Artinya, tuntutan adanya kepastian hukum dalam melakukan perikatan haruslah jelas dari segi aspek hukum nasional melalui pembentukan peraturan di bidang perlindungan konsumen, maupun aspek hukum internasional melalui perjanjian internasional, atau harmonisasi hukum.

Kepentingan para pihak yang berada pada yuridiksi negara yang berbeda pun tentunya akan menyulitkan untuk menentukan hukum negara mana yang berlaku karena suatu kebijakan yang mendasari adanya suatu transaksi internet harus konsisten dan dapat diberlakukan secara global, mengingat kedudukan para pihak yang tidak berada pada suatu yuridiksi negara tertentu saja. Masalah yang

⁴³ *Ibid.*, halaman 276.

kemudian berkembang dari sisi pelaku usaha selaku penyedia barang dan atau jasa adalah perlindungan hak atas kekayaan intelektual melalui nama domain, juga perlindungan hukum atas persaingan curang. Sementara itu dari sisi konsumen, diperlukan suatu bentuk perlindungan konsumen yang dapat mengakomodasi berbagai hak yang dimiliki konsumen.

Kerangka yang mendasari adanya prinsip tanggung jawab pelaku usaha lebih mendapat penekanan dalam penelitian ini karena terkait dengan kedudukan hukum yang lemah dari pihak konsumen. Sesungguhnya perikatan yang terjadi di antara para pihak merupakan wujud dari ketentuan yang tercantum dalam Pasal 1233 Jo. 1234 KUHPerdara, yaitu tiap-tiap perikatan lahir karena adanya persetujuan atau undang-undang, dan setiap perikatan adalah untuk memberikan sesuatu, untuk berbuat sesuatu, atau untuk tidak berbuat sesuatu.

Perikatan didalam suatu transaksi menimbulkan suatu janji bahwa satu pihak berjanji untuk melakukan sesuatu hal, sedangkan pihak lain berhak menuntut pelaksanaan janji itu. Hal ini perlu ditekankan karena apabila salah satu pihak yang telah menyepakati isi perjanjian kemudian tidak mematuhi, pihak tersebut dapat dikatakan wanprestasi.

Bagian ini memahami konsep tanggung jawab yang dijalankan oleh para pelaku usaha dalam permasalahan yang dihadapi konsumen, tanggung jawab tersebut dibagi menjadi dua bagian yaitu:

1. Tanggung jawab atas informasi

Pemikiran mengenai hak konsumen atas informasi diawali pada era globalisasi, yaitu ketika sekat dan batas antarbangsa telah kabur. Informasi telah

menjadi komoditas yang diperhitungkan konsumen karena sering menjadi korban akibat tidak bersikap kritis serta tidak mempertanyakan keadaan suatu informasi mengenai barang dan atau jasa yang telah dikonsumsi, padahal lengkap atau tidaknya informasi ikut menentukan keputusan untuk membeli atau tidak membeli suatu produk.

Pihak pelaku usaha harus dapat memberikan informasi yang memadai dan jelas bagi kepentingan konsumen dalam memilih barang. Standart umum mengenai informasi yang harus diberitahukan kepada konsumen adalah mengenai harga, kualitas, dan keterangan-keterangan lain yang dapat membantu konsumen dalam memutuskan untuk membeli barang sesuai dengan kebutuhannya dan kualitas barang,

Pada hal tersebut dapat membantu produsen untuk menetapkan bentuk atau *standart* produk yang ditawarkan kepada konsumen. Tentunya di sini prinsip *caveat venditor* memegang peranan penting di mana pelaku usaha harus dapat memberikan perlindungan kepada konsumen dari produk-produk yang tidak aman. Jadi, pelaku usaha harus berhati-hati terhadap keluaran produk yang berasal dari industri yang dihasilkannya. Intinya yang paling penting adalah informasi harus terbebas dari manipulasi data.

Sejalan dengan tujuan perlindungan konsumen di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 3 butir d yaitu, “Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi” ada tiga perbedaan bentuk tanggung jawab informasi di dalam transaksi di internet yaitu sebagai berikut:

a. Tanggung jawab informasi atas iklan di internet

Ada beberapa alasan mengapa iklan sering digunakan oleh perusahaan barang maupun jasa dalam promosi. Iklan dianggap sebagai faktor yang sangat penting untuk menjangkau khalayak luas. Walaupun iklan membutuhkan biaya yang tidak sedikit, namun bila dibandingkan dengan cara promosi lain, misalnya *sales promotion*, iklan dikatakan sebagai *cost effective* karena memang relative murah dan efektif.

Pengertian tanggung jawab informasi pada iklan adalah bahwa penawaran yang dilakukan pelaku usaha terhadap produk berupa barang baik bergerak maupun tidak bergerak dan atau jasa harus memuat keterangan yang tidak menimbulkan salah interpretasi mengenai keadaan barang dan atau jasa tersebut. Tanggung jawab dalam memberikan keterangan suatu produk sepenuhnya harus mengacu pada beberapa asas umum kode etik periklanan.

b. Tanggung jawab informasi atas kontrak elektronik

Pengertian tanggung jawab informasi pada pembentukan kontrak elektronik adalah kewajiban dalam memberikan keterangan yang diberikan pihak pelaku usaha kepada konsumen untuk melakukan pengikatan pada tahapan transaksi yang akan menghasilkan hak dan kewajiban masing-masing pihak.

c. Tanggung jawab informasi atas pilihan hukum

Salah satu aspek hukum dalam transaksi di internet yang berkaitan dengan penelitian ini adalah informasi seputar penyelesaian sengketa bisnis. Masalah tersebut sering kali menjadi pemikiran yang rumit di antara para pihak pelaku usaha dengan konsumen yang berbeda wilayah hukum nya. Salah satu pernyataan

kondisi yang harus ada di dalam bisnis di internet adalah mengenai yuridiksi serta pilihan hukum dan forum pengadilan mana yang akan memeriksa perkara bila sengketa terjadi. Yuridiksi adalah kekuasaan atau kompetensi hukum negara terhadap orang, benda atau peristiwa hukum. Jadi, yuridiksi berkaitan dengan kecakapan dari suatu forum tertentu untuk mengadili suatu kasus atau mengatur sesuatu hal.

2. Tanggung jawab hukum atas produk

Dalam hal tidak terdapat hubungan perjanjian antara pelaku usaha dengan konsumen, tanggung jawab pelaku usaha didasarkan pada *product liability* atau pertanggungjawaban produk.

Product liability adalah tanggung jawab perdata secara langsung (*strict liability*) dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami oleh konsumen akibat menggunakan produk-produk yang dihasilkannya. Ketentuan ini terdapat di dalam Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan pelaku usaha bertanggung jawab atas memberikan kerugian.⁴⁴

C. Pihak Situs Online Mengganti Kerugian Konsumen

Contoh dari konsumen yang merasa dirugikan oleh pihak situs belanja *online*, contohnya di dalam situs belanja *online* blibli.com, adalah sebagai berikut tentang review pembelian *iphone 7* pada konsumen yang bernama Ronny Putra, yang berkomentar: Sejauh ini selalu puas belanja di blibli.com tapi untuk hal yang satu ini sedikit terkendala di pengiriman dan beberapa *costumer service* blibli.com tentang kesimpang siuran posisi barang yang saya beli di blibli.com. Sampai

⁴⁴ *Ibid.*, halaman 392.

akhirnya ada *costumer service* yang bernama Amel menurut saya dia baik karena dia menjelaskan secara detail dan rinci serta mau mendengarkan keluhan saya serta memberikan solusi bukan hanya berkata-kata (maaf kami akan usahakan) karna dari 3 hari saya telfon *costumer service* jawaban nya sama semua seperti yang saya bilang tadi. Dan Amel mengenalkan saya kepada bu Luna yang mengambil keputusan dan memberi jaminan bahwa barang yang sudah saya beli tiba hari itu juga. Kemudian dari pihak situs blibli.com membalas komentar keluhan tersebut: Hallo Ronny Putra, sebelumnya kami meminta maaf yang sebesar-besarnya atas kendala yang telah terjadi untuk pesanannya yang terkendala. Namun kami juga sangat berterima kasih atas apresiasi baik dari kamu dan 5 bintang sempurna yang kamu berikan untuk kami. Kami akan terus meningkatkan kualitas-kualitas pelayanan yang memuaskan untuk kamu dan seluruh *costumer* blibli.com tentunya. Dan kami pun berharap setelah kejadian ini kamu masih bisa terus setia berbelanja di blibli.com. Sukses terus untuk Ronny Putra, ditunggu pesanan berikutnya.

Sebagai contoh lain dari konsumen yang bernama Saddam Taufiq yang berkomentar: Sebelumnya saya puas berbelanja di blibli.com. Sejak kejadian pesanan saya di batalkan karena stock habis dan juga konfirmasi *stock* nya begitu lama, sampai 3 hari. Dan proses *refund* nya sangat lama juga, menurut saya pihak dari situs blibli.com harusnya lebih responsive kepada konsumen. Respon dari pihak blibli.com sebagai berikut: Hai Saddam Taufiq, kami sangat menyesal atas kendala-kendala yang di temukan atas pesanan kamu yang di batalkan, kami dapat melihat data pesanan kamu yang telah dibatalkan dari pihak kami, data pesanan

anda nomor order 12006941605 (Xiaomi MI5) bahwa status terakhir nya pesanan di batalkan, di karenakan pihak *merchant* atau penjual tidak merespon atau menyanggupi atas ketersediaan produk yang anda pesan, sehingga di batalkan secara otomatis oleh sistem kami, dan mengenai proses *refund* sudah dalam proses pengembalian dana pada hari ini juga, proses nya memakan waktu satu sampai tiga hari kerja, tentu nya akan terus kami bantu pantau sampai dengan proses nya selesai. Blibli.com terus berkomitmen untuk melakukan *improvement* dalam setiap segi pelayanan kepada konsumen, semoga ke depan nya tidak akan ada lagi kendala yang ditemukan.

Kemudian ada juga konsumen yang merasa dirugikan karena *management* lemah dan menipu, begini komentar nya: Jangan langsung percaya dengan apa yang dijanjikan oleh situs belanja blibli.com, tanpa ada bukti dan jangan ke *live chat* karena suka hilang begitu saja, hati-hati karena kemarin bilang nya A ketika besok bilang nya B. Ini sangat merugikan pihak penjual dan pembeli, saya sangat kecewa. Kemudian begini lah respon dari pihak situs blibli.com: Hai Shelvia, kami sangat menyayangkan atas kekecewaan yang telah di temukan dan mohon maaf atas kendala-kendala selama anda bertransaksi dan berbelanja di situs belanja blibli.com, namun kami masih membutuhkan beberapa informasi-informasi atas klaim yang di laporkan, silahkan dapat di informasikan beberapa data dari klaim yang ingin di laporkan seperti nomor pesanan, alamat *e-mail* yang terdaftar di situs belanja blibli.com atau nomor telepon agar kami dapat membantu lebih lanjut lagi atas kendala yang di temukan, atau Shevia dapat juga menghubungi kami di nomor *customer service* 08041878871 atau bisa juga

melalui *e-mail* ke customer.care@blibli.com . Semoga kendala yang di temukan cepat selesai dan teratasi dengan baik. Salam hangat blibli.com.

Komentar selanjut nya dari konsumen yang bernama Sugeng Wahyudi yang berkomentar: Saya membeli *play station* 4 di situs blibli.com, harga yang tertera adalah Rp.3.800.000,00 dengan dua stik *play station* yang datang hanya satu stik saja sementara itu, bukti deskripsi barang sudah saya foto yang setelah keesokan hari nya di hapus dan diganti, saya tidak menginginkan kembali barang *play station* karena saya memang berniat membeli barang tersebut, saya hanya meminta hak saya untuk stik *play station* tersebut atau pertanggung jawaban yang setimpal. Karena di *online shop* lain masih banyak yang lebih murah kalau barang tersebut hanya satu stik, tapi pihak situs blibli.com tidak memberikan etiked yang baik malah barang tersebut dikembalikan atau diberikan *voucher* seharga Rp.75.000 saja, bayangkan Rp.75.000 untuk membeli stik *play station* 4 yang original, saya sudah mengalami dua kali seperti ini di situs belanja blibli.com, padahal saya suka beli barang-barang situs blibli.com karena sistem nya yang bagus tetapi pelayanan masih kurang menurut saya, terima kasih. Kemudian pihak dari situs *online* blibli.com menanggapi komentar tersebut: Hallo Sugeng, kami mohon maaf jika harapan nya tidak sesuai dengan keinginan. Permasalahan kamu saat ini sedang dalam penanganan kami, dan kami harap dapat mencari jalan tengah untuk penanganan permasalahan kamu secepatnya. Semoga mendapatkan solusi yang terbaik, salam hangat blibli.com.

Ada juga keluhan dari konsumen yang protes karena barang kena ongkos kirim yang mahal. Komentar nya sebagai berikut: Barang-barang yang dikenakan

ongkos kirim untuk di Pulau Jawa, contohnya aksesoris kompor gas. Biaya ongkos kirim jatuh nya lebih mahal dibanding e-commerce yang lain. Posisi merchant atau penjual di Yogyakarta, sedangkan saya di Solo biaya ongkos kirim untuk barang yang dimaksud adalah dengan jumlah barang ada dua barang dikenakan Rp. 33.537. Sementara saya coba pesan di *website* situs belanja lain yang umumnya mengenai biaya ongkos kirim untuk JNE dari Karawang ke Solo dengan dua jenis barang hanya dikenakan biaya Rp.18.000 untuk ongkos kirim. Itu pun pembeli dapat memilih jasa pengiriman. Harapan yang seperti ini di situs belanja blibli.com lebih diperhatikan, saya jadi batal belanja di blibli.com karena biaya ongkos kirim yang mahal. Yogyakarta ke Solo dengan JNE regular hanya dikenakan biaya Rp.11.000 saja. Kemudian respon dari pihak situs belanja *online* blibli.com adalah sebagai berikut: Hai Frans, kami mohon maaf sekali atas ketidaknyamanan dalam hal ongkos kirim barang, sampai pembelanjaan kamu pun jadi tertunda. Terima kasih sekali atas masukan yang kamu berikan dan pastinya akan membuat situs belanja *online* blibli.com kedepannya semakin baik lagi untuk melayani setiap pelanggan. Untuk saat ini memang ketetapan ongkos pengiriman dikenakan per produk bukan dari akumulasi total pemesanan. Dan perihal ongkos kirim ini sudah disesuaikan. Untuk info yang lebih lengkap lagi bisa kamu cek di panduan situs blibli.com. Kami berharap kamu bisa terus belanja di situs blibli.com. Sukses terus untuk buat kamu Frans.⁴⁵

Blibli.com merupakan sebagai penyedia situs belanja *online* saja, sedangkan tanggung jawab kerugian yang dialami oleh konsumen merupakan

⁴⁵ Review Tentang Situs Blibli, melalui trustedcompany/reviewblibli.com, diakses, Sabtu 25 Februari 2017, Pukul 23.00 wib.

tanggung jawab penjual barang yang terdaftar di situs belanja *online* blibli.com sedangkan pihak situs blibli.com pasti akan mencoba untuk membantu ketika terjadi masalah terhadap konsumen. Bahwa tidak satupun dari pihak situs blibli.com ataupun supplier, pemberi lisensi, kontraktor, ataupun pihak-pihak yang telah terkait di dalam pembuatan, produksi, penyampaian layanan, atau konten yang terdapat di dalam aplikasi belanja *online* blibli.com ini yang diharuskan bertanggung jawab terhadap pengguna ataupun setiap orang yang mengajukan klaim melalui pengguna, untuk setiap kerugian atas keuntungan dan pendapatan, ketidakakuratan data, kegagalan untuk memperoleh hasil ataupun keuntungan yang diharapkan, kerugian ekonomis, indisenial, signifikan, hukuman, kerugian secara tidak langsung (termasuk tetapi tidak terbatas pada biaya-biaya yang diperlukan untuk perbaikan) yang disebabkan karena akses yang pengguna lakukan ataupun dikarenakan kegagalan mengakses layanan atau konten yang terdapat di dalam aplikasi blibli.com ini.

Dengan contoh kerugian yang dialami konsumen tersebut merupakan salah satu bentuk pelanggaran terhadap hak konsumen. Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan hak-hak konsumen sebagai berikut:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang ataupun jasa.
2. Hak untuk memilih barang dan atau jasa serta mendapatkan barang dan atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang telah dijanjikan.

3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa.
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan atau jasa yang digunakan.
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
6. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi atau penggantian apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan perundang-undangan lainnya.

Sisi lain kewajiban bagi pelaku usaha (dalam hal ini yaitu pihak situs belanja *online* bli.bli.com) sesuai dengan Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut:

- a. Beritikad baik dalam melakukan usahanya.
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas, jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

- d. Menjamin mutu barang dan atau jasa yang diproduksi dan atau yang diperdagangkan berdasarkan ketentuan standart mutu barang dan atau jasa yang berlaku.
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan atau mencoba suatu barang atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan atau garansi atas barang yang dibuat dan atau yang diperdagangkan.
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan atau jasa yang diperdagangkan.
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian apabila barang dan atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Selaku konsumen, sesuai dengan isi Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi atau penggantian suatu barang apabila barang dan atau jasa yang telah diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan atau tidak sebagaimana mestinya. Sedangkan untuk pihak situs belanja online itu sendiri sesuai dengan isi Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen berkewajiban untuk memberi kompensasi, ganti rugi ataupun dan penggantian apabila barang dan ataupun jasa yang telah diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan isi perjanjian.⁴⁶

⁴⁶ Hukum Online, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen", melalui <http://www.hukumonline.com>, diakses Sabtu 25 Februari 2017, Pukul 22.29 WIB.

Apabila penjual *online* tidak melaksanakan kewajibannya, sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan sebelumnya, maka penjual *online* dapat dipidana berdasarkan Pasal 62 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang berbunyi: Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 8, 9, 10, Pasal 13 ayat 2, Pasal 15, Pasal 17 ayat 1, huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat 2 dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 tahun atau pidana denda paling banyak Rp.2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah).

Ketika barang konsumen yang telah diterima tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan, maka konsumen bisa menggugat penjual *online* atau pelaku usaha tersebut secara perdata dengan dalih wanprestasi.

Pasal 49 ayat 3 PP No.82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik telah mengatur khusus tentang masalah wanprestasi, yang isinya adalah sebagai berikut: “Pelaku usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim apabila tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi”.

Transaksi *online* atau *e-commerce* merupakan perjanjian jual beli juga seperti yang dimaksud oleh Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Karena ia merupakan suatu perjanjian, ia melahirkan juga apa yang disebut sebagai prestasi, yaitu kewajiban suatu pihak untuk melaksanakan hal-hal yang ada di dalam suatu perjanjian.

Adanya prestasi ini memungkinkan terjadinya juga wanprestasi atau tidak dilaksanakannya suatu prestasi atau kewajiban sebagaimana mestinya yang dibebankan oleh kontrak kepada pihak-pihak tertentu.

Selanjutnya akan dibahas mengenai jenis-jenis wanprestasi yang dilakukan oleh penjual dalam transaksi *online* atau *e-commerce*, yaitu sebagai berikut:

1. Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukannya

Dalam transaksi *online* atau *e-commerce*, penjual mempunyai kewajiban untuk menyerahkan barang yang dijual kepada pembeli dan kewajiban untuk menanggung cacat-cacat tersembunyi.

Saat penjual tidak melaksanakan kewajibannya tersebut, penjual dapat dikatakan sebagai wanprestasi. Contohnya, toko *online* *blibli.com* yang menawarkan baju ataupun barang lainnya. *Blibli.com* menjanjikan untuk mengantar barang tersebut dalam waktu 5 hari setelah pesanan diterima. Apabila pembeli membeli baju pada tanggal 23 Februari 2017, seharusnya baju tersebut sampai di alamat pembeli pada tanggal 28 Februari 2017. Akan tetapi, ternyata penjual tidak dapat melaksanaka kewajibannya tersebut, ia tidak mengirimkan baju tersebut sehingga dengan demikian penjual telah melakukan wanprestasi.

Berdasarkan pengamatan penulis, banyak toko *online* di Indonesia belum mengatur secara rinci mengenai jadwal pengiriman dan waktu yang diperlukan untuk mengirim barang. Berbeda dengan penjual yang ada di luar negeri seperti *amazon.com*, yang merinci lamanya pengiriman barang serta biaya-biaya yang harus dikeluarkan oleh pembeli. *Amzon.com* juga membedakan antara pesanan yang diantar ke luar Amerika sehingga mudah untuk membuat pernyataan wanprestasi karena sudah jelas jangka waktu yang telah dijelaskan.

2. Melaksanakan apa yang dijanjikannya, tetapi tidak sebagaimana yang dijanjikan

Contohnya pada aplikasi belanja *online* bibli.com yang dinamakan wanprestasi adalah pembeli memesan satu buah tas wanita berwarna pink pada situs belanja blibli.com, yang pembeli lihat adalah sebuah gambar tas di layar awal situs belanja online nya adalah sebuah tas berwarna merah. Akan tetapi, ternyata ketika pesanan tas tersebut telah sampai dirumah pembeli berbeda warna tas nya dengan apa yang pembeli lihat sebelumnya.

Sangat jelas sekali bahwa penjual telah melakukan wanprestasi karena melaksanakan prestasi nya dengan tidak sebagaimana mestinya yang telah disepakati.

3. Melaksanakan apa yang dijanjikannya tetapi terlambat

Wanprestasi model ini sebenarnya mirip dengan wanprestasi bentuk yang pertama. Jika barang pesanan pembeli datangnya terlambat, tetapi tetap dapat dipergunakan, hal ini dapat digolongkan sebagai prestasi yang terlambat. Sebaliknya, jika prestasi nya tidak dapat dipergunakan lagi, digolongkan sebagai tidak melaksanakan apa yang telah diperjanjikan.

Misalnya pembeli telah memesan baju dari toko *online* blibli.com. Pesannya yang seharusnya sudah datang selama 5 hari ternyata hari ke 7 baru pesannya datang. Hal ini jelas menunjukkan penjual telah melakukan wanprestasi. Akan tetapi, karena barangnya masih dapat dipergunakan, wanprestasi ini digolongkan sebagai prestasi yang terlambat dan bukan tidak melakukan prestasi.

4. Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya

Wanprestasi yang terakhir ini, contohnya adalah ketika penjual yang berkewajiban untuk tidak menyebarkan kepada khalayak umum tentang identitas serta data diri dari pembeli, tetapi ternyata penjual melakukannya.

Demikianlah jenis-jenis dari wanprestasi yang mungkin terjadi di dalam transaksi *online* atau *e-commerce*. Wanprestasi yang dilakukan oleh penjual tentu saja sangat merugikan pihak pembeli. Akan tetapi, untuk mengajukan tuntutan nya, pembeli harus mendahului tuntutan nya dengan somasi. Somasi tersebut berupa peringatan saja agar penjual melaksanakan kewajibannya. Jika somasi yang telah dibuat tersebut tidak ditanggapi, si penjual berada di dalam keadaan wanprestasi. Somasi tidak diperlukan jika si penjual keliru berprestasi.⁴⁷

Salah satu dari 4 macam jenis kelalaian tersebut terjadi kepada si penjual barang dan atau jasa, maka konsumen secara perdata dapat menggugat penjual *online* dengan dalih wanprestasi misalnya barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan spesifikasi barang yang dimuat di situs belanja *online* tersebut.

Karena risiko pembeli *online* lebih besar dalam melakukan transaksi *e-commerce*, perlu dikaji lebih lanjut, apakah konsumen telah cukup terlindungi dengan adanya jaminan-jaminan khusus, yang diberikan oleh pihak penjual maupun pihak pemerintah dengan adanya undnag-undang baik Kitab Undang-Undang Hukum Perdata maupun Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Pada bagian ini, akan dibahas menegari ganti rugi dan jaminan yang diberikan oleh penjual *online*. Pada bahasan sebelumnya telah dibahas mengenai wanprestasi yang dilakukan oleh penjual *online*. Wanprestasi menimbulkan hak-

⁴⁷ Edmon Makarin., *Op.Cit.*, halaman 270.

hak bagi pihak lain yang dalam hal ini adalah hak bagi konsumen untuk menuntut ganti rugi kepada penjual.

Konsep ganti rugi yang terdapat di dalam perjanjian situs belanja online blibli.com sudah sesuai dengan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata adalah sebagai berikut:

- a. Biaya.
- b. Kerugian (dalam arti sempit).
- c. Bunga.

Atau sering juga dalam literatur dan praktik hukum, suatu ganti rugi dapat dibagi ke dalam beberapa bagian yaitu:

1. Ganti rugi.
2. Pelaksanaan kontrak tanpa ganti rugi.
3. Pelaksanaan kontrak dengan ganti rugi.
4. Pembatalan kontrak dengan ganti rugi.
5. Pembatalan kontrak.

Praktik jual transaksi jual beli melalui *e-commerce* atau *online* terdapat jaminan-jaminan dari para penjual *online* untuk memberikan ganti rugi. Biasanya jaminan tersebut diberikan berupa ganti rugi jika barang konsumen datang nya terlambat atau tidak sesuai dengan pesanan konsumen, atau bisa juga barang tersebut rusak pada saat pengiriman. Jaminan-jaminan ini diberikan secara berbeda-beda oleh setiap penjual online. Jarang sekali terdapat penjual *online* yang memberikan jaminan kepada konsumen nya secara memadai. Hal ini terutama terjadi pada penjual *online* yang ada di Indonesia, karena biasanya

jaminan tersebut dibuat justru hanya untuk melindungi kepentingan-kepentingan penjual *online* saja.

Penulis mengambil contoh pada situs amazon.com sebagai penjual *online* yang memberikan jaminan yang cukup memadai bagi konsumennya. Amazon.com memberikan jaminan kepada para pembeli atau konsumen dengan *Return Policy*. *Return policy* menyebutkan jika dalam 30 hari sejak menerima pesanan, pembeli atau konsumen dapat mengembalikan barang-barang yang telah dibeli jika barang yang dibeli tersebut berupa buku, music cs, kaset, DVD, video game atau *software* dan barang lainnya yang masih dalam keadaan baik. Pengembalian pesanan tersebut akan diikuti dengan pengembalian pembayaran secara penuh (*full refund*).

Bagi penjual *online* yang ada di Indonesia, penulis mengambil contoh pada *website* kakilima.com. Kakilima.com hanya memberikan jaminan ataupun kerusakan kiriman yang berupa *gifts*, *toys* maupun tas jika kerusakan tersebut terjadi selama proses pengiriman. Jangka waktu pelaporannya tidak disebutkan, hanya disebutkan secepat-cepatnya. Dan ganti rugi yang diberikan oleh *website* kakilima.com juga sangat terbatas sekali. Kakilima.com hanya memberikan ganti rugi berupa barang yang rusak dengan barang-barang yang baru, untuk biaya nya pengiriman kembali tidak diganti dan untuk kasus-kasus semacam ini kakilima.com hanya memberikan penggantian berupa barang dan bukan uang dalam jangka waktu satu bulan.

Terbatasnya bentuk ganti rugi yang diberikan oleh penjual *online*, membuat konsumen tidak dapat berbuat apa-apa, terlihat sekali di sini jaminan

yang diberikan oleh penjual *online* justru bertujuan untuk memberikan jaminan bagi dirinya sendiri dan bukan bagi konsumen atau pembeli. Penjual *online* hanya memberikan ganti rugi yang sangat minimal dan pastinya dapat menguntungkan pihaknya.

Ganti rugi yang sudah baku seperti ini, mau tidak mau atau suka tidak suka harus dipenuhi oleh konsumen. Tidak ada tawar menawar dalam hal ini. Jika memang konsumen tidak setuju, ia dapat membatalkan pesannya. Akan tetapi, masih banyak konsumen di Indonesia yang tidak kritis dan tidak teliti dalam membaca ketentuan-ketentuan semacam ini, padahal jika ternyata timbul hal-hal yang tidak diinginkan dikemudian hari dan terjadi pada konsumen, akan timbul kerugian yang besar di pihaknya.

Menurut buku Menggeser Neraca Kekuatan, ada aspek hukum yang harus diperhatikan oleh konsumen, yaitu soal legalitas produk-produk tersebut, artinya apakah produk tersebut sudah terdaftar pada instansi terkait, jika konsumen tidak puas dengan produk tersebut, dapatkah dikembalikan kepada penjual jika isinya kurang dari seharusnya, sudikah selaku produsen akan memberi ganti rugi kepada konsumen yang merasa dirugikan tersebut, apakah pelabelan dan iklan produk tersebut sudah sesuai dengan peraturan-peraturan yang berlaku. Hak-hak tersebut merupakan hal-hal yang harus diperhatikan konsumen guna melindungi kepentingannya sendiri.⁴⁸

Beberapa situs *online* biasanya juga menyediakan fasilitas-fasilitas lainnya untuk menjamin bahwa barang yang dipesan tidak akan salah atau tidak sampai,

⁴⁸ *Ibid.*, halaman 274.

yaitu dengan fasilitas *order tracking*. Dengan sistem *order tracking* ini, pembeli dapat mengetahui barang pesannya sedang melalui proses apa.

Bahkan, apabila pembeli ingin mengubah atau membatalkan pesanan, hal itu dimungkinkan selama barang belum masuk pada tahap pengiriman dengan menggunakan fasilitas “*cancel an order*”. Atau pembeli juga bisa melacak sampai tahap mana barang tersebut dalam proses pengiriman, yaitu dengan “*shipping tracking*”.⁴⁹

⁴⁹ *Ibid.*, halaman 272.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Kekuatan hukum perjanjian di suatu layanan situs belanja *online* yang timbul dari penawaran melalui online menurut KUHPerdara adalah sah dan dapat diakui. Karena di dalam perjanjian situs *online* tersebut terdapat empat hal yang harus ada, yaitu harus ada perjanjian tertentu sebagaimana yang telah diatur di dalam Pasal 1320 KUHPerdara tentang syarat sahnya suatu perjanjian yaitu apabila di dalam perjanjian situs belanja online telah termuat kata sepakat, kecakapan, hal tertentu dan suatu sebab yang halal. Kemudian harus ada unsur adanya dua pihak ataupun lebih. Kemudian ada unsur yang ketiga yaitu harus menggunakan komputer atau alat komunikasi lainnya dalam hal ini menggunakan handphone untuk bertransaksi secara online.
2. Terkait dengan bentuk hukum perlindungan konsumen di dalam situs belanja *online* hak-hak konsumen yang tergolong riskan yaitu tidak adanya jaminan keselamatan dan keamanan dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa, tidak ada kepastian apakah konsumen telah memperoleh informasi yang dibutuhkannya dalam bertransaksi sebab informasi yang tersedia dibuat secara sepihak saja oleh penjual *online*, tidak terlindungnya hak-hak konsumen untuk mengeluh atau mengadu atas memperoleh kompensasi hak ini karena transaksi yang dilakukan konsumen melalui internet dilakukan tanpa bertatap muka, dalam transaksi pembayaran lewat internet biasanya

konsumen harus membayar terlebih dahulu membayar penuh atau menggunakan kartu kredit barulah pesanan konsumen bisa diproses lebih lanjut oleh penjual *online*, transaksi *online* atau *e-commerce* dapat dilakukan antara negara bila terjadi sengketa, akan pasti sulit ditentukan hukum negara mana yang akan digunakan. Di dalam hukum perlindungan konsumen juga terdapat kelemahan yang tidak dapat menjangkau tentang *e-commerce*, kelemahan ini adalah mengenai terbatasnya pengertian pelaku usaha.

3. Jika salah satu konsumen merasa dirugikan oleh pihak situs belanja *online*, contohnya di dalam situs belanja *online* blibli.com, blibli.com merupakan sebagai penyedia situs belanja *online* saja, sedangkan tanggung jawab kerugian yang dialami oleh konsumen merupakan tanggung jawab penjual barang yang terdaftar di situs belanja *online* blibli.com sedangkan pihak situs blibli.com pasti akan mencoba untuk membantu ketika terjadi masalah terhadap konsumen. Contohnya, jika ada permasalahan pada pembayaran suatu barang yang dibeli oleh konsumen, setelah sudah dibayar oleh konsumen kemudian barang yang diinginkan atau yang sudah terbeli oleh konsumen tidak ada atau tidak sampai ke alamat yang akan dituju, maka pihak situs blibli.com akan mencari alternatif barang pengganti atau melakukan pengembalian dana sesuai dengan nilai uang yang telah dibayarkan oleh pembeli.

B. SARAN

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan di atas, maka penulis memaparkan saran sebagai berikut:

1. Hendaknya kepada pemerintah membuat satu undang-undang yang mengatur secara jelas dan rinci tentang perjanjian elektronik, karena di era globalisasi sekarang ini sistem perjanjian elektronik semakin banyak jenisnya sehingga dapat mengantisipasi terjadinya kerugian-kerugian yang dialami oleh konsumen.
2. Hendaknya kepada pemerintah untuk membuat suatu undang-undang khusus yang mengatur tentang bentuk-bentuk perlindungan konsumen khusus konsumen yang menggunakan jasa *online* dalam memperoleh kebutuhannya.
3. Hendaknya kepada para konsumen yang sering berbelanja online harus berhati-hati di dalam melakukan kesepakatan terhadap suatu produk barang di dalam situs belanja *online* agar menghindari kerugian yang akan terjadi kepada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

Agus Yudha. 2011. *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas Dalam Kontrak Komersial*. Jakarta: Kencana.

Ahmad Miru. 2011. *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*. Jakarta: PT.Raja Grafindo.

Bambang Sunggono. 2013. *Metodologi Penelitian Hukum*. Jakarta: Rajawali Pers.

Cellina Tri Siwi. 2011. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.

Edmon Makarin. 2005. *Pengantar Hukum Telematika*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.

Eko Priyo Utomo. 2013. *Raja Bisnis Online*. Yogyakarta: Media Kom

Fakultas Hukum. 2014. *Buku Pedoman Penulisan Skripsi*, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Fathul Husnan. 2016. *Buku Pintar Bisnis Online*. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo.

H. Abdullah. 2008. *Perancangan Kontrak*. Jakarta: Sinar Grafika.

Munir Fuady. 2011. *Pengantar Hukum Bisnis*. Bandung: PT.Citra Aditya Bakti.

Peter Mahmud. 2014. *Penelitian Hukum Edisi Revisi*. Jakarta: Prenadamedia.

Soerjono Soekanto. 2014. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UIP.

Sumadi Suryabrata. 2014. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT.Raja Grafindo.

Wawan Muhwan. 2011. *Hukum Perikatan*. Bandung: Pustaka Setia.

Zulham. 2016. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia.

B. Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Peraturan Pemerintah Nomer 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Elektronik.

Undang-Undang No. 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta.

C. Internet

Adiman, "Pengertian Konsumen". melalui adimanpangaribuan.blogspot.co.id, diakses pada Minggu 12 Februari 2017.

Mulia Dinur, "Pengertian Kajian Hukum". melalui muliadinur.wordpress.com, diakses pada Jumat 10 Februari 2017.

Herman, "Pengertian Belanja Online". melalui hermantolle.com, diakses pada Jumat 10 Februari 2017.

Hukum Online, "Pengertian Hukum Bagi Konsumen". melalui www.hukumonline.com, diakses pada Sabtu 25 Februari 2017.

Review Tentang Situs Blibli, diakses melalui website: trustedcompany/reviewblibli.com, tanggal 25 Februari 2017, Pukul 23.00 wib.

Tibbersama, Menjamurnya Online Shop, diakses melalui website: <http://tibbersama.blogspot.co.id>, tanggal 11 Februari 2017.

Perjanjian Situs Belanja Online diakses melalui website: www.blibli.com, tanggal 12 Februari 2017 Pukul 21.00 wib.

Pengertian Kerugian Konsumen, diakses melalui website: kbbi.web.id, tanggal 31 Maret 2017.