

## **TINJAUAN YURIDIS PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE MELALUI MEDIA INSTAGRAM**

**Fakhlur**

Sekolah Tinggi Ilmu Hukum IBLAM  
Jalan Kramat Raya No.25, Jakarta Pusat  
Fahlur@iblam.ac.id

### **Abstrak**

Perkembangan media sosial pada awalnya hanya digunakan sebagai account pribadi, namun saat ini sudah banyak digunakan menjadi account bisnis berupa jual beli elektronik. Perkembangan ini muncul karena adanya penawaran dan penerimaan dari masyarakat, salah satunya yaitu media sosial instagram. Namun, karena instagram ini bukan account khusus jual beli dan kontrak perjanjian yang dilakukan tanpa tatap muka sehingga memunculkan adanya risiko seperti wanprestasi dan lain-lainnya. Mengenai jual beli elektronik ini secara umum (*lex generalis*) diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, secara khusus (*lex specialis*) transaksi jual beli elektronik ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana hak dan kewajiban antara para pihak dalam transaksi jual beli melalui instagram, apa saja kelebihan dan kelemahan dalam transaksi jual beli melalui instagram, dan bagaimana akibat hukum yang timbul apabila penjual dalam transaksi jual beli melalui instagram melakukan wanprestasi. Dalam penyusunan penelitian ini bentuk penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif, bermaksud menggambarkan efektifitas aturan dan ketentuan yang mengatur tentang penyelesaian sengketa dalam jual beli online melalui media instagram. Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif, yakni penelitian terhadap aturan hukum tentang jual beli online melalui media instagram. Metode pengumpulan data dengan studi kepustakaan (*Library Research*) dengan mengkaji berbagai peraturan, artikel, buku-buku serta literatur-literatur yang berkaitan dengan objek permasalahan. Penelitian ini menjawab bahwa keabsahan dari perjanjian jual beli *online* dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, itu sah berdasarkan asas kebebasan berkontrak sebagaimana yang telah diatur dalam pasal 1338 KUHPer tentang kebebasan berkontrak dan Apabila ada penjual yang melakukan wanprestasi penyelesaian dilakukan secara nonlitigasi dengan akibat hukum berupa ganti rugi seperti pengembalian uang, penggantian barang, atau potongan harga barang, dan kompensasi.

Kata Kunci : Konsumen, Media Sosial, Sengketa

### **A. Pendahuluan**

Teknologi merupakan hal yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan di era globalisasi ini. Peradaban dunia tidak akan bisa lepas dengan fenomena kemajuan teknologi informasi dan globalisasi yang mencakup semua unsur dalam kehidupan. Apa yang disebut dengan

globalisasi pada dasarnya bermula dari awal abad ke-20, yakni pada saat terjadi revolusi transportasi dan elektronika yang menyebar luaskan dan mempercepat perdagangan antar bangsa, disamping pertambahan dan kecepatan lalu lintas barang dan jasa (Mansyur, 2009, p. 1). Kemajuan dalam bidang teknologi, khususnya

teknologi informasi membawa banyak perubahan dalam kehidupan dalam masyarakat. Jarak, ruang dan waktu sudah tidak lagi menjadi penghambat yang berarti dalam dunia globalisasi ini. Seseorang akan sangat mudah untuk memperoleh informasi, data maupun komunikasi walaupun sumber-sumber tersebut berada di bagian bumi yang lain

Saat ini, teknologi telah berkembang dengan sedemikian pesat, proses komunikasi menjadi lebih mudah dan berkembang dengan sangat cepat. Salah satu yang diuntungkan dengan perkembangan ini adalah proses bisnis baru yang seluruhnya bergantung pada jaringan internet. Hadirnya masyarakat informasi ditandai dengan pemanfaatan internet yang semakin luas dalam berbagai aktivitas kehidupan manusia, bukan saja di negara-negara maju tapi juga di negara-negara berkembang termasuk Indonesia. Perkembangan kecanggihan teknologi memudahkan setiap orang untuk berkomunikasi bahkan bertransaksi satu dengan yang lainnya, membantu masyarakat untuk mencari informasi dan melakukan berbagai aktivitas transaksi bisnis atau transaksi jual beli melalui *online shop*.

Dengan perkembangan teknologi informasi saat ini, telah menciptakan jenis-jenis dan peluang-peluang bisnis yang baru di mana transaksi-transaksi bisnis makin banyak dilakukan secara elektronik. Sehubungan dengan perkembangan teknologi informasi tersebut memungkinkan setiap orang dengan mudah melakukan perbuatan hukum seperti misalnya melakukan jual beli. Perkembangan internet memang

cepat dan memberi pengaruh signifikan dalam segala aspek kehidupan kita. Internet membantu kita sehingga dapat berinteraksi, berkomunikasi, bahkan melakukan perdagangan dengan orang dari segala penjuru dunia dengan murah, cepat dan mudah. Penggunaan internet tidak hanya terbatas pada pemanfaatan informasi yang dapat diakses melalui media ini, melainkan juga dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi perdagangan yang sekarang di Indonesia telah mulai diperkenalkan melalui beberapa seminar dan telah mulai penggunaannya oleh beberapa perusahaan yaitu *Electronic commerce* atau yang lebih dikenal dengan *E-commerce*, yang merupakan bentuk perdagangan secara elektronik melalui media internet. *Electronic commerce (E-commerce)* merupakan bentuk perdagangan yang dinilai lebih dari perdagangan pada umumnya. Perdagangan jarak jauh dengan menggunakan media internet dimana suatu perdagangan tidak lagi membutuhkan pertemuan antar para pelaku bisnis. (Haris, 2000, p. 7).

Perkembangan *E-commerce* membawa banyak perubahan terhadap sektor aktivitas bisnis yang selama ini dijalankan di dunia nyata. Perubahan tersebut ditandai dengan adanya sejumlah upaya dari sektor aktivitas bisnis yang semula berbasis di dunia nyata (*real*), kemudian mengembangkannya ke dunia maya (*virtual*) (Barakatullah & Prasetyo, 2005, p. 2). Dalam melakukan kegiatan *E-commerce*, tentu saja memiliki peraturan terutama di negara Indonesia, yaitu Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008

tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dan Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Walaupun belum secara keseluruhan mencakup atau mengatur segala perbuatan atau kegiatan di dunia maya Penggunaan internet dalam *electronic commerce* ini memberikan dampak yang sangat positif yakni dalam kecepatan dan kemudahan serta kecanggihan dalam melakukan interaksi global tanpa batasan tempat dan waktu, yang kini menjadi hal yang biasa dan juga keberadaan *E-commerce* merupakan alternatif bisnis yang cukup menjanjikan untuk diterapkan pada saat ini.

*E-commerce* memberikan banyak kemudahan bagi kedua belah pihak, baik dari pihak penjual (*merchant*) maupun dari pihak pembeli (*buyer*) di dalam melakukan transaksi perdagangan. Transaksi bisnis yang lebih praktis tanpa perlu kertas dan pena, perjanjian *face to face* (bertemu secara langsung) pelaku bisnis kini tidak diperlukan lagi, sehingga dapat dikatakan perdagangan elektronik atau *E-commerce* ini menjadi penggerak baru dalam bidang teknologi khususnya di Indonesia. Implikasi dari pengembangan ini dirasa ada sisi positif dan negatif. Aspek positifnya bahwa dengan perdagangan di internet melalui jaringan online, telah meningkatkan peranan dan fungsi perdagangan sekaligus memberikan kemudahan dan efisiensi. Aspek negatif dari pengembangan ini adalah berkaitan dengan persoalan keamanan dalam bertransaksi dengan menggunakan media *E-commerce* dan secara yuridis terkait pula

dengan jaminan kepastian hukum (*legal certainty*). Masalah keamanan masih menjadi masalah dalam internet. Aspek-aspek yang dipermasalahkan itu antara lain :

- a. Masalah kerahasiaan (*confidentiality*) pesan;
- b. Masalah bagaimana cara agar pesan yang dikirimkan itu keutuhannya (*integrity*) sampai ke tangan penerima;
- c. Masalah keabsahan (*authenticity*) pelaku transaksi;
- d. Masalah keaslian pesan agar bisa dijadikan barang bukti.” (Barakatullah & Prasetyo, 2005, p. 3).

Salah satu media sosial yang dapat digunakan untuk jual beli yaitu instagram. Instagram yaitu sebagai media sosial untuk membuat foto dan mengirimkannya dalam waktu yang sangat cepat. Tujuan tersebut sangat dimungkinkan oleh teknologi internet yang menjadi basis aktivitas dari media sosial ini. Transaksi jual beli melalui media instagram ini menjadi alternatif yang menarik dan sangat diminati bagi pembeli pada saat ini khususnya perempuan. Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan Pew Research Center dalam penelitiannya menyatakan bahwa pembeli tertarik melakukan transaksi melalui media instagram ini karena mudah mencari barang yang diinginkan, dapat membandingkan harga, kemudian pembayaran yang dilakukan cukup mudah hanya dengan transfer, dan hanya menunggu barang datang tanpa harus keluar rumah, sehingga mengefektifkan dan mengefisienkan waktu karena transaksi dapat dilakukan oleh setiap orang kapan saja dan dimana saja

(<http://www.selipan.com/story/style/7-alasan-kenapa-penduduk-instagramkebanyakan-cewek/>, n.d.).

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang kemudian dituangkan dalam penelitian yang berjudul “Penyelesaian Sengketa Dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui Media Instagram”. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu Bagaimana keabsahan perjanjian jual beli online? Dan Bagaimana penyelesaian sengketa jual beli yang dilakukan melalui media sosial instagram?.

## **B. Metode Penelitian**

metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian normatif merupakan prosedur penelitian ilmiah untuk menemukan kebenaran berdasarkan logika keilmuan hukum dari sisi normatifnya (Ibrahim, 2007, p. 57).

## **C. Hasil Penelitian dan Pembahasan Keabsahan Jual Beli Online (Electronic Commerce) (Languyu, 2015)**

Transaksi melalui internet atau yang sering disebut *e-commerce* (*electronic commerce*), pada dasarnya sudah dikenal di Indonesia dalam waktu yang cukup lama, terutama sejak dikenalnya credit cards, automated teller machines, dan telephone banking. Hanya saja akhir-akhir ini istilah tersebut semakin banyak dikenal karena telah dipergunakan untuk keperluan yang luas, seperti dalam jual beli. Hubungan-hubungan hukum yang

terjadi antara para pihak yang menggunakan fasilitas internet tersebut berdasarkan subyek hukum yang terlibat, dapat dikelompokkan dalam :

1. *Business to business*  
Transaksi yang terjadi antara perusahaan dalam hal ini, baik pembeli maupun penjual adalah sebuah perusahaan dan bukan perorangan biasanya transaksi ini dilakukan karena mereka telah sering mengetahui satu sama lain dan transaksi jual beli tersebut dilakukan untuk menjalin kerjasama antara perusahaan itu

2. *Business to customer*  
Transaksi antara perusahaan dengan konsumen atau individu. Pada jenis ini transaksi disebarakan secara umum, dan konsumen yang berinisiatif melakukan transaksi. Produsen harus siap menerima respon dari konsumen tersebut. Biasanya system yang digunakan adalah system web karena system ini yang sudah umum dipakai dikalangan masyarakat.

3. *Customer to customer*  
Transaksi jual beli yang terjadi antar individu dengan individu yang akan saling menjual barang.

4. *Customer to business*  
Transaksi yang memungkinkan individu menjual barang pada perusahaan.

5. *Customer to government.*

Pelayanan pemerintah terhadap warga negaranya melalui teknologi *e-commerce*, selain itu dapat digunakan untuk kerjasama antara pemerintah dengan pemerintah lain atau dengan perusahaan (<http://e-journal.uajy.ac.id/7998/1/JURNAL.pdf>, n.d.) Walaupun terdapat lima kelompok sebagaimana disebutkan

diatas, namun pada dasarnya yang terkait dengan perjanjian jual beli hanya tiga kelompok yang pertama karena *customer to business* pada dasarnya melibatkan pihak yang sama dengan kelompok kedua di atas sedangkan *customer to government* jika terkait dengan jual beli, dapat dikelompokkan ke dalam kelompok kedua juga sedangkan kalau menyangkut kepentingan lain seperti pembayaran pajak, hal itu tidak terkait dengan ketentuan hukum dalam jual beli. (Miru, p. 143)

Apabila kita bicara tentang ketentuan hukum yang mengatur tentang jual beli melalui internet ini, kita tidak dapat mengingkari bahwa hal ini pun tunduk pada ketentuan tentang jual beli pada umumnya karena yang membedakan antara keduanya hanyalah media yang digunakan sehingga apa pula dampak-dampak hukum tertentu yang perlu dicarikan ketentuan hukum yang mengatur tentang dampak-dampak tersebut. Berdasarkan hal diatas, yang menjadi pertanyaan bagaimana cara lahirnya perjanjian yang dilakukan melalui internet? Hal ini dapat dijawab bahwa lahirnya perjanjian juga merupakan pada saat tercapainya kesepakatan, yakni diterimanya penawaran yang dilakukan oleh salah satu pihak. Hanya saja yang perlu dikemukakan adalah bagaimana proses terjadinya penawaran dan penerimaan dalam jual beli melalui internet (*e-commerce*) tersebut. Dalam transaksi *e-commerce* yang melakukan penawaran adalah *merchant* atau pihak penjual yang memanfaatkan website untuk memasarkan barang atau jasa yang ditawarkan kepada semua orang,

kecuali kalau penawaran itu dilakukan melalui e-mail yang merupakan penawaran khusus kepada pemegang e-mail yang dituju. Penjual ini menyediakan semacam etalase yang memuat catalog tentang barang atau jasa yang ditawarkan.

Di samping itu, pembeli juga seolah-olah berjalan di depan etalase tersebut untuk memilih barang yang diinginkannya. Hanya saja bedanya dengan jika pembeli datang membeli langsung ke toko karena dengan *e-commerce* ini, pembeli tidak perlu harus ke luar rumah dan tidak perlu khawatir bahwa toko akan tutup pada jam-jam tertentu. Jika pembeli setuju untuk membeli barang-barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu yang ditawarkan oleh penjual, pembeli menyatakan persetujuannya melalui website, e-mail, atau electronic data interchange, tergantung pada sybersystem tersebut. Apabila para pihak telah setuju dengan jual beli tersebut, dilakukan pembayaran yang dapat dilakukan dengan system ATM, pembayaran cash, ataupun dengan perantaraan pihak ketiga seperti kartu kredit online atau check online. Dengan selesainya pembayaran, maka barang yang dibeli akan diantarkan oleh penjual, baik diantar sendiri ataupun melalui jasa pihak ketiga, dan biaya pengiriman ini biasanya sudah diperhitungkan dalam komponen harga sehingga pihak pembeli tidak perlu lagi untuk mengeluarkan uang untuk pengiriman barang (Miru, p. 144)

Transaksi elektronik dapat dilakukan berdasarkan kontrak elektronik atau bentuk kontraktual lainnya sebagai bentuk kesepakatan

yang dilakukan oleh para pihak. Kontrak elektronik atau perjanjian jual beli online dianggap sah apabila:

1. Terdapat kesepakatan para pihak
2. Dilakukan oleh subyek hukum yang cakap atau yang berwenang mewakili sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan
3. Terdapat hal tertentu, dan
4. Objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang undangan, kesusilaan dan ketertiban umum.

Ketentuan ini selaras dengan pasal 1320 KUHPer tentang syarat sahnya perjanjian. (Subekti & Tjitrosudibio, 2004, p. 339)

1. Pemenuhan Terhadap Syarat Sahnya Suatu Perjanjian Berbicara mengenai perjanjian jual beli secara online, tidak terlepas dari konsep perjanjian secara mendasar sebagaimana termuat dalam pasal 1313 KUHPer : suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih (Subekti & Tjitrosudibio, 2004, p. 338)

Ketentuan yang mengatur tentang perjanjian yang terdapat dalam Buku III KUHPer yaitu memiliki sifat terbuka artinya ketentuan-ketentuannya dapat dikesampingkan, sehingga berfungsi mengatur saja. Jual beli melalui internet (*online*) pada dasarnya sama dengan jual beli pada umumnya, dimana jual beli terjadi ketika ada kesepakatan mengenai barang atau jasa yang diperjualbelikan serta harga atas barang atau jasa tersebut, yang membedakan hanya pada media yang digunakan, jika pada pada jual

beli konvensional para pihak harus bertemu langsung disuatu tempat guna menyepakati mengenai apa yang akan diperjualbelikan serta berapa harga atas barang atau jasa tersebut.

Sedangkan dalam *e-commerce*, proses transaksi yang terjadi memerlukan media internet sebagai media utamanya, sehingga proses jual beli terjadi tanpa perlu adanya pertemuan langsung antar para pihak. *E-commerce* sebagai dampak dari perkembangan teknologi memberikan implikasi pada berbagai sektor, implikasi tersebut selalu berdampak pada sector hukum. Pengaturan terhadap *e-commerce* di Indonesia belum ada aturan yang secara khusus mengatur mengenai masalah tersebut, yang umum dilakukan pengaturan mengenai ecommerce masih menggunakan aturan dalam Buku III KUHPer khususnya pengaturan mengenai masalah perjanjian. Menurut penulis, dari pembahasan di atas, perjanjian dalam ecommerce itu terjadi antara kedua belah pihak yang mana salah satu pihak berjanji kepada pihak yang lain untuk melakukan sesuatu, dimana perjanjian yang terjadi dalam *e-commerce* itu menggunakan dasar pasal 1313 KUHPer sebagai pedomannya. Sehingga apa yang menjadi syarat sahnya suatu perjanjian yang termuat dalam KUHPer harus diperhatikan agar penggunaan atas aturan perjanjian di Indonesia yang secara umum menggunakan KUHPer dapat ditetapkan, serta perjanjian dalam *e-commerce* dapat diakui keabsahannya.

## 2. Pemenuhan Terhadap Asas-asas Perjanjian

Perjanjian dalam *e-commerce* jika ditinjau dengan Hukum Perjanjian di Indonesia yang bersumber pada KUHPer adalah sah karena telah memenuhi syarat yang diharuskan baik syarat obyektif maupun syarat subyektif, maka sebagaimana halnya perjanjian pada umumnya (konvensional) perjanjian dalam *e-commerce* secara tidak langsung harus memenuhi asas-asas perjanjian dalam KUHPer :

### 1) Asas Kebebasan Berkontrak

Bahwa setiap orang bebas untuk membuat atau tidak membuat perjanjian, bebas menentukan dengan siapa akan membuat perjanjian, bebas menentukan apa saja yang menjadi obyek perjanjian, serta bebas menentukan penyelesaian sengketa yang terjadi dikemudian hari. Tentu saja bebas itu juga ada batasnya, dalam artian bahwa para pihak dilarang membuat perjanjian yang bertentangan dengan hukum, agama, kesusilaan, dan ketertiban umum yang berlaku di masyarakat. (Anshori, 2010, p. 8) Asas kebebasan berkontrak ini tersimpul dari ketentuan pasal 1338 KUHPer yang menyatakan bahwa “Semua perjanjian yang di buat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”. Dengan menekankan kata “semua” maka pasal tersebut seolah-olah berisikan suatu pernyataan kepada masyarakat tentang diperbolehkannya membuat perjanjian apa saja (asalkan dibuat secara sah) dan perjanjian itu akan mengikat mereka yang membuatnya seperti undang-undang (Subekti & Tjitrosudibio, 2004, p. 342)

Penulis memahami bahwa kebebasan individu memberikan kepadanya kebebasan untuk berkontrak. Sifat Buku III KUHPer yang bersifat terbuka mempunyai arti bahwa KUHPer memungkinkan adanya perjanjian yang belum diatur dalam KUHPer, jadi para pihak dapat membuat perjanjian yang belum diatur secara konkrit, namun tetap sesuai dengan asas dan syarat sahnya suatu perjanjian dalam KUHPer, dengan kata lain itu boleh mengesampingkan peraturan-peraturan yang termuat dalam Buku III KUHPer.

Kontrak/perjanjian elektronik dalam *e-commerce* merupakan suatu bentuk kesepakatan antara kedua belah pihak terhadap suatu perjanjian yang telah ada, diman kesepakatan terhadap kontrak tersebut menimbulkan keterkaitan antar para pihaknya yang dalam hal ini yaitu antara *merchant* dan *customer*. Sehingga dengan hal tersebut, maka asas kebebasan berkontrak sangat terlihat atau tampak dalam kontrak/perjanjian *e-commerce*.

Perjanjian dalam *e-commerce* merupakan suatu hasil dari kesepakatan antara para pihak yang terlibat didalamnya, meskipun dalam kenyataannya kontrak tersebut bukanlah merupakan hasil negosiasi yang berimbang antara kedua belah pihak, namun suatu bentuk perjanjian yang dapat dikategorikan sebagai perjanjian baku dimana sebelum ada suatu kesepakatan, yang mana salah satu pihak memberikan kepada pihak yang lainnya, yang kemudian pihak yang lain cukup menyetujui perjanjian tersebut. Tanpa sepakat maka perjanjian yang dibuat dapat dibatalkan. Seseorang tidak dapat

dipaksa untuk memberikan sepakatnya

Asas kebebasan berkontrak berhubungan dengan isi perjanjian, yaitu kebebasan menentukan “apa” dan “dengan siapa” perjanjian itu diadakan. Perjanjian yang dibuat sesuai dengan pasal 1320 KUHPer mempunyai kekuatan mengikat, sehingga dengan adanya asas kebebasan berkontrak serta sifat terbuka dari Buku III KUHPer, maka para pihak dalam ecommerce bebas untuk menentukan isi dari perjanjian yang disepakati yang pada akhirnya akan mengikat bagi kedua belah pihak. Berdasarkan penjelasan tersebut maka pemenuhan asas kebebasan berkontrak dalam membuat perjanjian jual beli dalam *e-commerce* terpenuhi.

#### 2) Asas Konsensualisme

Asas konsensualisme sering diartikan bahwa dibutuhkan kesepakatan untuk lahirnya kesepakatan. Pengertian ini tidak tepat karena maksud asas konsensualisme ini adalah bahwa lahirnya perjanjian ialah pada saat terjadinya kesepakatan. Dengan demikian, apabila tercapai kesepakatan anatar para pihak, lahirnya perjanjian, walaupun perjanjian itu belum dilaksanakan pada saat itu. Hal ini berarti bahwa dengan tercapainya kesepakatan oleh para pihak melahirkan hak dan kewajiban bagi mereka atau bisa juga disebut bahwa kontrak tersebut sudah bersifat obligatoir, yakni melahirkan kewajiban bagi para pihak untuk memenuhi perjanjian tersebut. Asas konsensualisme ini tidak berlaku bagi semua jenis perjanjian karena asas ini hanya berlaku terhadap perjanjian konsensual sedangkan

terhadap perjanjian formal dan perjanjian riil tidak berlaku. (Miru, p. 3)

Dalam *e-commerce* perjanjian yang terjadi antara *merchant* dengan customer bukan hanya sekedar kontrak yang diucapkan secara lisan, namun suatu perjanjian yang tertulis, dimana perjanjian tertulis dalam *e-commerce* tidak seperti perjanjian konvensional yang menggunakan kertas, melainkan suatu bentuk tertulis yang menggunakan data digital atau digital message atau kontrak paperless, yang mana kehendak untuk mengikatkan diri dari para pihak ditimbulkan karena adanya persamaan kehendak, perjanjian dalam *e-commerce* terjadi ketika *merchant* menyerahkan form yang berisi perjanjian dan customer melakukan persetujuan terhadap isi perjanjian tersebut.

#### 3) Asas Itikad Baik

Mengenai asas itikad baik ini tercantum dalam ketentuan pasal 1338 KUHPer, yang intinya menyatakan bahwa setiap perjanjian yang sah wajib dilaksanakan oleh pihak-pihak yang mengadakannya dengan itikad baik. Doktrin tentang itikad baik ini, merupakan doktrin yang esensial dari suatu perjanjian yang sudah dikenal sejak lama dengan asas Pacta Sunt Servanda. Bahwa obyek dari suatu perjanjian intinya berupa prestasi baik berupa memberikan sesuatu, berbuat sesuatu, ataupun tidak berbuat sesuatu. Pihak yang berhak atas prestasi disebut kreditur, sedangkan pihak yang wajib memenuhi prestasi adalah debitur. Dalam suatu perjanjian terkadang pihak debitur melakukan wanprestasi, yaitu tidak berhasil memenuhi prestasi sesuai



dengan yang diperjanjikan. (Anshori, 2010, pp. 8-10)

Itikad baik tidak sama dengan niat, akan tetapi itikad baik merupakan pelaksanaan perjanjian secara adil, patut, dan layak. Perjanjian dalam *e-commerce* terjadi ketika salah satu pihak setuju dengan apa yang ditawarkan pihak lainnya. Sebelum customer setuju untuk melakukan transaksi jual beli, mereka diharuskan untuk membaca mengenai persyaratan atau yang biasa dikenal dengan *user agreement* atau *conditions of use*, sehingga ketika customer telah membaca dan memahami apa yang dipersyaratkan, maka dibutuhkan sesuatu itikad baik dan kejujuran untuk memenuhi apa yang disyaratkan, seperti mengenai batasan umur. Begitu pula dengan *merchant*, setelah adanya perjanjian yang telah disepakati harus segera melaksanakan kewajibannya untuk melakukan pengiriman barang dibeli sesuai dengan kondisi yang dimaksud oleh customer, tentunya dengan ketentuan telah ada pembayaran lunas dari customer (<https://media.neliti.com/media/publications/26606-ID-tinjauan-hukum-mengenaitransaksi-jual-beli-melalui-situs-belanja-onlineonline-s.pdf>, n.d.)

### **Penyelesaian sengketa konsumen dalam transaksi jual beli online**

Di dalam setiap pekerjaan selalu ada 2 (dua) macam subyek hukum, yang masing-masing subyek hukum mempunyai hak dan kewajiban secara timbal balik dalam pelaksanaan perjanjian yang dibuatnya. Apabila salah satu subyek tidak melaksanakan apa yang semestinya dilakukan sesuai dengan dalam perjanjian maka perbuatan

tersebut dikatakan wanprestasi. Wanprestasi memiliki empat macam, yaitu :

- a. Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukan,
- b. Melaksanakan apa yang dijanjikan tetapi terlambat,
- c. Melaksanakan apa yang dijanjikan, tetapi tidak sebagaimana dijanjikan,
- d. Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukan. Dari kebanyakan kasus yang ada wanprestasi dilakukan oleh pelaku usaha misalnya telat mengirimkan barang, salah dalam mengirim produk barang yang dipesan, barang yang dibeli tidak sesuai dengan keterangan informasi yang ditampilkan atau bisa juga pelaku usaha yang dengan sengaja berniat tidak memenuhi kewajibannya

Jalur peradilan (*litigasi*) bukanlah satu-satunya cara penyelesaian sengketa. Ada beberapa alternatif penyelesaian sengketa selain dengan cara litigasi. Salah satu cara yang dapat ditempuh untuk menyelesaikan sengketa selain jalur peradilan lazim disebut dengan alternatif penyelesaian sengketa (*Alternative Dispute Resolution*) disingkat (ADR). Pasal 1 butir 10 Undang-Undang Nomor 30 tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa menyebutkan bahwa: “Alternatif Penyelesaian Sengketa adalah lembaga penyelesaian sengketa atau beda pendapat melalui prosedur yang disepakati para pihak, yakni penyelesaian di luar pengadilan dengan cara konsultasi, negosiasi, mediasi, konsiliasi, atau penilaian ahli”.

Baru-baru ini semakin banyak tulisan-tulisan para sarjana terkait adanya penyelesaian sengketa secara online, yang mana lazim disebut dengan *Online Dispute Resolution* (ODR). ODR adalah suatu cara penyelesaian sengketa yang dilakukan melalui media internet, dalam arti bahwa proses penyelesaiannya dilakukan oleh para pihak yang berada dalam wilayah lintas batas negara (*boderless*) tanpa harus bertemu muka (*face to face*) (Basarah, 2011, p. 92). Pada dasarnya, ODR sama seperti penyelesaian sengketa konvensional lainnya, perbedaannya terletak pada medianya yang menggunakan media Internet (*International Network*). ODR termasuk ke dalam ADR, dimana ADR memiliki 3 (tiga) tipe penyelesaian sengketa, yaitu negosiasi, mediasi dan arbitrase (Widnyana, 2014, p. 47):

Pada masa ini, dalam melaksanakan perdagangan sudah sangat umum melakukan transaksi dengan media online. Hal ini wajar didapati, karena banyak keuntungan-keuntungan yang diperoleh ketika melakukan transaksi perdagangan secara online: (Siburian, 2004, p. 110) Penghematan waktu dan uang. Sesungguhnya hal ini sudah tampak dalam penyelesaian sengketa secara tradisional dibandingkan dengan penyelesaian melalui jalur litigasi. Namun penyelesaian sengketa secara online akan lebih menghemat dibandingkan dengan alternatif penyelesaian sengketa secara tradisional. Keuntungan ini karena para pihak tidak perlu membayar biaya yang harus dikeluarkan untuk menghindari persidangan, dan biaya-biaya yang berkaitan dengan hal itu;

Bagi para konsumen berarti menghindari biaya besar dalam penyelesaian sengketa. Akan lebih mudah menerima penyelesaian sengketa secara elektronik, karena mereka dapat mengerjakannya sendiri dengan fasilitas komputer yang dimiliki. Hanya, sampai saat ini biaya akses internet masih relatif mahal dan persaingan dalam bisnis tersebut masih kurang sehat; Bagi para pihak yang menggunakan akses internet lebih yakin dalam menghadapi proses yang akan dijalaninya, sebab mereka dapat dengan mudah mengontrol dan merespons apa yang terjadi dalam proses penyelesaian sengketa; Bagi para pihak yang enggan melakukan tatap muka, dapat menghindar dari pertemuan dengan pihak lawannya. Para pihak dapat menghindarkan diri dari perasaan takut akan diintimidasi dalam proses. Hal ini merupakan persoalan psikologis; Keuntungan lainnya yang mungkin didapatkan oleh pihak lain, seperti vendor software dan lainnya. Telah disebutkan sebelumnya bahwa ADR memiliki 3 (tiga) pilihan penyelesaian sengketa, yang mana ketiganya dapat dilaksanakan secara online, yaitu: (Kania Rahma Nureda dalam <https://www.hukumonline.com/berita/baca/lt593793b7764b1/penyelesaian-sengketa-secara-online-di-indonesia-oleh--kania-rahma-nureda/>, n.d.).

### **Negosiasi Online**

Negosiasi merupakan mekanisme yang utama dan diberikan prioritas dalam penyelesaian sengketa. Negosiasi merupakan suatu cara dimana

mereka yang bersengketa berkomunikasi satu sama lain secara langsung mengatur hubungan mereka dalam bisnis dan kehidupan sehari-harinya. Didefinisikan sebagai proses yang dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan kita ketika ada pihak lain yang menguasai apa yang kita inginkan. (Abdurrasyid, 2011, p. 15) Pada dasarnya model negosiasi online terbagi atas dua bentuk yaitu *assisted negotiation* dan *automated negotiation*:

(<https://tinyurl.com/y7hobgaa>, n.d.)

*Assisted negotiation* terjadi melalui pemberian saran teknologi informasi yang diberikan kepada para pihak, dirancang melalui peningkatan kemampuan teknologi untuk mencapai penyelesaian. Menggunakan email adalah bentuk software negosiasi yang primitif, yang dapat diganti dengan sarana yang jauh lebih canggih, dengan model berbasis web yang mempunyai berbagai kemudahan. Email sendiri dianggap versi 1 software mediasi.

Bahwa jika keberhasilan dicapai dengan menggunakan sistem yang difokuskan email, keberhasilan lebih besar adalah dengan menggunakan model berbasis web yang lebih canggih sejalan dengan berkembangnya penyelesaian sengketa online. Sedangkan penyelesaian secara *automated negotiation* dilakukan melalui perbandingan antara tawaran dengan kesepakatan persetujuan dijalankan tanpa campur tangan manusia, *automated negotiation* adalah bentuk dari *assisted negotiation*, para pihak dibantu oleh komputer untuk mencapai kesepakatan tetapi disini komputerlah yang menyelesaikan

masalah tersebut. Metode ini disebut penawaran buta karena semua penawaran masih rahasia, dalam arti tidak diperlihatkan pada pihak lawan sampai mereka mendekati tingkat itu.

### **Mediasi Online**

Perlu didefinisikan terlebih dahulu mengenai apa itu mediasi. Berdasarkan Peraturan Mahkamah Agung Nomor 2 Tahun 2003 tentang Prosedur Mediasi di Pengadilan pada Pasal 1 Butir 6 bahwa Mediasi adalah penyelesaian sengketa melalui proses perundingan para pihak dengan dibantu oleh mediator, lalu pada Pasal 1 butir 5 menyatakan bahwa mediator adalah pihak yang bersifat netral dan tidak memihak, yang berfungsi membantu para pihak dalam mencari berbagai kemungkinan penyelesaian sengketa.

Pada dasarnya, tidak ada perbedaan antara penyelesaian sengketa mediasi offline dengan mediasi online, yang berbeda hanyalah media yang digunakan yakni sarana komunikasi elektronik pada mediasi offline. Terdapat 3 (tiga) jenis mediasi online, yaitu: (Abdurrasyid, 2011, p. 92)

Mediasi yang bersifat fasilitatif di mana mediator berfungsi sebagai fasilitator dan tidak dapat memberikan opini atau merekomendasikan penyelesaian. Dalam hal ini, mediator memberikan jalan agar para pihak menemukan sendiri penyelesaian bagi sengketa yang dihadapinya. Penyelesaian sengketa jenis ini dilakukan oleh *online resolution; Mediasi evaluatif*, yakni mediasi melalui mediator yang memberikan pandangan dari segi hukum, fakta dan bukti. Strategi mediasi ini yaitu membuat suatu

kesepakatan melalui mediator dengan memberikan solusi yang dapat diterima kedua belah pihak, dan mencoba membujuk para pihak untuk menerimanya;

Pendekatan yang menengahi situasi. Mediator mencoba mencampuri permasalahan sejauh disetujui para pihak. Mediator hanya masuk jika para pihak gagal melakukan negosiasi di antara mereka sendiri, mediator dapat mencampuri hanya sebatas mengajukan solusi, jika para pihak meminta kepadanya. Tujuan awal dari prosedur ini yaitu membantu memfasilitasi komunikasi antara para pihak dengan mediator dan antara para pihak sendiri. Komunikasi semacam itu dapat dijalankan dengan menggunakan teknologi yang tersedia seperti internet *relay chats*, *e-mail*, dan *video conference*. Sarana komunikasi merupakan elemen dasar dalam mediasi.

Mediasi online sama dengan mediasi offline yang biasanya diorganisasi melalui tiga tahap atau sesi (Nugroho, 2015, p. 43)

Sesi pembukaan di mana para pihak, penasihat hukum, mediator, dan mungkin ahli atau psikolog hadir. Dalam sesi ini, para pihak mengemukakan pandangan, fakta dan soal-soal hukum, mediator membuat ringkasan permasalahan yang dihadapi para pihak. Sesi-sesi lain sama sebagaimana dijelaskan dalam proses mediasi offline, yang juga dapat dilakukan kaukus jika diperlukan dalam sesi ini, mediator mendiskusikan secara privat dengan masing-masing pihak, tentu saja melalui online. Sesi ini disebut juga sebagai “*Engine Room*” dari keseluruhan prosedur yang harus

dilalui. Selanjutnya, sesi penutup di mana para pihak bertemu kembali dan melakukan verifikasi terhadap kesepakatan yang sudah dicapai atau sekurang-kurangnya ada hasil yang sudah dicapai atau sekurang-kurangnya ada hasil yang sudah dicapai. Perbedaan antara mediasi online dan mediasi offline yaitu bahwa dalam mediasi online, dunia nyata (*real space*) digantikan oleh dunia *virtual* atau dunia maya (*cyberspace*) (Nugroho, 2015, p. 43).

### **Arbitrase Online**

Prosedur untuk menyelenggarakan arbitrase secara online sebagai berikut: Peraturan yang diperlukan mengenai permohonan untuk berarbitrase dan pelaksanaannya (hal ini meliputi juga peraturan yang diterapkan oleh badan arbitrase tersebut dan informasi lain yang disediakan). Menyediakan cara untuk memilih arbiter, menerima tempat kedudukan atau menolaknya. Menyediakan tata cara berarbitrase seperti penyediaan peraturan prosedural seperti tata cara mengajukan perkara secara online, menyampaikan tanggapan, mengajukan bukti-bukti dan argumentasi, dan kemungkinan adanya penundaan; Penyediaan tata cara penggunaan pesan secara elektronik, seperti penyelenggaraan prosedur yang hanya menggunakan dokumen elektronik, penggunaan *video conferencing* dan *audio conferencing* termasuk dalam hal ini penyediaan alat-alat bukti berupa keterangan saksi dan saksi ahli. (Nugroho, 2015, p. 43).

Penyediaan pembuatan putusan secara online dan persyaratan yang diperlukan agar suatu putusan dapat

diterima dan dijalankan. Penyediaan prosedur yang mungkin untuk mengadakan perlawanan atau banding terhadap putusan. Penyediaan prosedur yang dapat memungkinkan proses berjalan secara rahasia dengan menyediakan teknologi enkripsi dan tanda tangan elektronik.

Penyediaan sarana untuk penyimpanan data terutama dalam perlawanan menyangkut hak dari salah satu pihak untuk melakukan perlawanan karena adanya dugaan bahwa hak-hak dari salah satu pihak telah dilanggar.

#### **D. Penutup**

Berdasarkan hasil analisis terhadap pembahasan yang dilakukan dalam penulisan hukum ini, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Keabsahan perjanjian jual beli melalui internet harus memiliki keabsahan yang sama dengan perjanjian konvensional sepanjang dapat dibuktikan dan memenuhi ketentuan dalam Pasal 1320 BW. Dasar keabsahan terjadi apabila keduanya sama-sama sepakat dan adanya kata kesepakatan antara pembeli dan penjual dalam berkomunikasi mengenai penawaran barang dan pemilihan barang yang diinginkan serta keduanya telah menyetujui bahwa adanya kesepakatan. Keabsahan sendiri terjadi pada saat proses pembayaran dalam perjanjian di mana pembayaran tersebut dapat dibayarkan secara langsung ataupun dibayarkan secara bertahap dari harga yang disepakati. Perjanjian jual beli melalui internet juga harus memenuhi syarat-syarat sah nya

suatu perjanjian seperti yang terdapat dalam Pasal 1320 BW yang dapat dibuktikan dan juga tidak boleh.

2. Penyelesaian sengketa yang terjadi dalam perjanjian jual beli online apabila ada pihak yang dirugikan yaitu dapat meminta ganti rugi atas wanprestasi, karena wanprestasi tersebut telah merugikan pihak lain. Ganti rugi atas wanprestasi tersebut dapat berupa pemenuhan perjanjian, pemenuhan perjanjian serta ganti rugi, ganti rugi biasa, pembatalan perjanjian disertai ganti rugi. Apabila dalam perjanjian jual beli online tahap yang dapat diambil antara lain : melalui Litigasi menurut Pasal 38 ayat (1) Undang-Undang ITE dan melalui non Litigasi menurut Pasal 39 ayat (2) Undang-Undang ITE.

#### **E. DAFTAR PUSTAKA**

##### **Buku**

Abdul Ghofur Anshori, *Hukum Perjanjian Islam Di Indonesia (konsep, regulasi, dan implementasi)* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2010)

Abdul Ghofur Anshori, *Hukum Perjanjian Islam Di Indonesia (konsep, regulasi, dan implementasi)* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2010)

Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan Dan Hukum di Indonesia*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2005

Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2010, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, PT Raja grafindo Persada

Didik M. Arief Mansur, *Cyber Law Aspek Hukum Teknologi*

*Informasi*, (Bandung: Aditama, 2009)

Freddy Haris, *Aspek Hukum Transaksi Secara Elektronik*, UI: Jakarta, 2000

H. Priyatna Abdurrasyid, 2011, *Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa (APS)*, Jakarta: PT. Fikahati Aneska

Jhonny Ibrahim, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, (Malang: UMM Press, 2007)

Made Widnyana, 2014, *Alternatif Penyelesaian Sengketa dan Arbitrase*, Jakarta: PT. Fikahati Aneska

Moch. Basarah, 2011, *Prosedur Alternatif Penyelesaian Sengketa; Arbitrase Tradisional dan Modern (Online)*, Yogyakarta, Genta Publishing

Novianto Languyu, *Kedudukan Hukum Penjual Dan Pembeli Dalam Bisnis Jual Beli Online*, Lex et Societatis, Vol. III/No. 9/Okt/2015

Paustinus Siburian, 2004, *Arbitrase Online Alternatif Penyelesaian Sengketa Perdagangan Secara Elektronik*, Jakarta: Penerbit Djambatan,

R. Subekti dan R. Tjitrosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata* (Jakarta: PT Pradnya Paramita, 2004)

Susanti Adi Nugroho, 2015, *Penyelesaian Sengketa Arbitrase dan Penerapan Hukumnya Edisi Pertama*, Jakarta: Prenadamedia Group.

### **Internet**

<http://www.selipan.com/story/style/7-alasan-kenapa-penduduk-instagramkebanyakan-cewek/>, Diakses pada 7 Mei 2021

<http://e-journal.uajy.ac.id/7998/1/JURNAL.pdf> Diakses pada tanggal 7 Mei 2021.

<https://media.neliti.com/media/publications/26606-ID-tinjauan-hukum-mengenaitransaksi-jual-beli-melalui-situs-belanja-onlineonline-s.pdf>. JURNAL ONLINE Diakses pada tanggal 7 Mei 2021

<https://media.neliti.com/media/publications/26606-ID-tinjauan-hukum-mengenaitransaksi-jual-beli-melalui-situs-belanja-onlineonline-s.pdf>. JURNAL ONLINE Diakses pada tanggal 7 Mei 2021

Kania Rahma Nureda dalam <https://www.hukumonline.com/berita/baca/lt593793b7764b1/penyelesaian-sengketa-secara-online-di-indonesia-oleh--kania-rahma-nureda/>, diakses pada tanggal 7 Mei 2021

<https://tinyurl.com/y7hobgaa>, Diakses pada 7 Mei 2021