

**PELAKSANAAN PERJANJIAN JUAL BELI
MELALUI INTERNET**



*Diajukan Guna Memenuhi Sebagian Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum*

Oleh:

FAHMIRIZAL
04140100



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ANDALAS**

PADANG

2008



No. Reg. 2510/PK.II/02/2008

PELAKSANAAN PERJANJIAN JUAL BELI MELALUI INTERNET

(Fahmirizal, Bp. 04140100, Hukum Perdata Ekonomi, Fakultas Hukum
Universitas Andalas)

ABSTRAK

Salah satu produk inovasi teknologi telekomunikasi adalah Internet (*Interconnection Networking*) yaitu suatu koneksi antar jaringan komputer. Aplikasi Internet saat ini telah memasuki berbagai segmen aktivitas manusia, baik dalam sektor politik, sosial, budaya, maupun ekonomi dan bisnis. Dalam bidang perdagangan, Internet mulai banyak dimanfaatkan sebagai media aktivitas jual beli terutama karena kontribusinya terhadap efisiensi. Aktivitas jual beli melalui media Internet ini populer disebut dengan *Electronic Commerce (E-Commerce)*. Akan tetapi sampai sekarang Indonesia belum mempunyai suatu perangkat hukum yang dapat memberikan kepastian hukum berkaitan dengan pengakuan dan keabsahan perjanjian jual beli melalui Internet dan bagaimana pembuktian bila terjadi wanprestasi. Dalam penelitian ini penulis membatasi pada pelaksanaan perjanjian jual beli melalui Internet. Perumusan masalah yang diangkat mengenai bagaimanakah prosedur transaksi jual beli melalui Internet, bagaimana tanggung jawab para pihak dalam jual beli melalui Internet serta bagaimana perlindungan terhadap pembeli melalui transaksi Internet. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif yaitu penelitian yang dilakukan terhadap bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan studi kepustakaan yang dilakukan guna mendapatkan data sekunder. Data sekunder kemudian diolah dengan cara editing, yaitu dengan cara melakukan pengeditan data yang diperoleh, yang kemudian dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Dari penelitian yang penulis lakukan maka hasil penelitian yang didapat adalah bahwa pada dasarnya transaksi *E-Commerce* sama dengan perjanjian jual beli konvensional, hanya saja bedanya terdapat pada media yang digunakan yaitu media elektronik. Transaksi *E-Commerce* karena merupakan suatu perjanjian maka terbuka kemungkinan terjadinya wanprestasi seperti tidak melakukan apa yang telah disanggupi akan dilakukannya, melaksanakan apa yang dijanjikannya tetapi tidak sebagaimana yang dijanjikan, melaksanakan apa yang dijanjikannya tetapi terlambat, dan melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukan. Masalah-masalah yang ditemui dalam transaksi *E-Commerce* diharapkan dapat diatasi dengan dikeluarkannya undang-undang yang mengatur tentang kegiatan pada dunia maya (*Cyberlaw*).

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemrakarsa Internet tidak pernah menduga ketika Internet diperkenalkan pertama kali bahwa dampaknya kemudian hari akan sedemikian hebat. Sebelumnya manusia hanya membayangkan bahwa itu adalah suatu globalisasi dunia fisik ketika batasan geografis yang membagi bumi menjadi beberapa negara akan pudar dan hilang. Secara perlahan-lahan usaha tersebut mulai dilakukan, yaitu dengan cara membuka transaksi jual beli dunia seluas-luasnya tanpa proteksi dari pemerintah atau pihak lain yang mengatur prosedur jual beli.

Perkembangan Internet menyebabkan terbentuknya sebuah arena baru yang lazim disebut sebagai *Cyberspace* atau dunia maya. Di sini setiap individu memiliki hak dan kemampuan untuk berhubungan dengan individu yang lain tanpa batasan apapun yang menghalanginya. Inilah globalisasi yang pada dasarnya telah terlaksana di dunia maya, yang menghubungkan seluruh masyarakat digital atau mereka yang kerap menggunakan Internet dalam aktivitas kehidupan setiap hari.

Berbeda dengan dunia nyata, *Cyberspace* memiliki karakteristik yang unik. Karakteristik unik tersebut memperlihatkan bahwa seorang manusia dapat dengan mudah berinteraksi dengan siapa saja di dunia ini sejauh yang bersangkutan terhubung ke Internet. Hilangnya batas dunia yang memungkinkan seseorang berkomunikasi dengan orang lain secara efisien dan efektif ini secara langsung mengubah cara perusahaan melakukan bisnis dengan perusahaan lain dan atau konsumen.

Sektor bisnis atau sektor jual beli merupakan sektor yang paling cepat tumbuh sebagai akibat dari kehadiran Internet. Bertransaksi jual beli di dunia maya dengan memanfaatkan perangkat telekomunikasi yang mana kerap diistilahkan dengan *E-Commerce (Electronic Commerce)*, merupakan mekanisme bisnis tersendiri yang usianya masih seumur jagung. Namun disinilah letak keistimewaannya. Untuk pertama kalinya seluruh manusia di muka bumi memiliki kesempatan dan peluang yang sama agar dapat berhasil berbisnis di dunia maya karena selain "permainan" ini masih sangat baru, lahan yang baru "digarap" pun masih sangat sedikit.

Perniagaan Elektronik atau *E-Commerce* pada dasarnya merupakan dampak dari berkembangnya teknologi informasi dan telekomunikasi. Secara signifikan ini mengubah cara manusia melakukan interaksi dengan lingkungannya, yang dalam hal ini terkait dengan prosedur jual beli.

Peter Fingar mengungkapkan :

"Bahwa pada prinsipnya *E-Commerce* menyediakan infrastruktur bagi perusahaan untuk melakukan ekspansi proses bisnis internal menuju lingkungan eksternal tanpa harus menghadapi rintangan waktu dan ruang (*time and space*) yang selama ini menjadi isu utama. Peluang untuk membangun jaringan dengan berbagai institusi lain harus dimanfaatkan karena dewasa ini persaingan sesungguhnya terletak bagaimana sebuah perusahaan dapat memanfaatkan *E-Commerce* untuk meningkatkan kinerja dalam bisnis inti yang digelutinya."¹

Kajian *Electronic Commerce* adalah salah satu bagian dalam pembahasan *Cyber Law* yang akhir-akhir ini hangat dibicarakan, merupakan suatu kajian yang lebih khusus dibicarakan. Hal ini dikarenakan *E-Commerce* dipandang belum ada hukum yang mengaturnya. Perjanjian-perjanjian yang terjadi di dalam *E-*

¹ Ricardus Eko Indrajit, *E-Commerce Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, Elek Media Komputindo, Jakarta, 2001, hal 2.

Commerce masih diragukan keabsahannya. Berbagai pendapat di kalangan ahli hukum di Indonesia masih berbeda pendapat menyangkut keabsahan perjanjian yang dibuat melalui Internet.

Jual beli melalui Internet (*E-Commerce*) belum ada diatur secara khusus dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia, tetapi hal tersebut tidak menyebabkan terjadinya kekosongan hukum. Hubungan hukum para pihak dalam transaksi melalui Internet ini dapat didasarkan kepada ketentuan KUH Perdata, khususnya tentang ketentuan hukum perikatan dan juga didasarkan kepada asas-asas hukum perjanjian (asas konsesualisme, asas *pacta sunt servanda*, dan asas kebebasan berkontrak). Selain itu hubungan hukum para pihak dalam transaksi melalui Internet ini dapat pula didasarkan kepada ketentuan-ketentuan yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan lainnya yang sedikit tidaknya memiliki keterkaitan dengan masalah *E-Commerce* ini.

Penulisan ini memilih judul “ Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Melalui Internet ”. Hal ini sangat menarik untuk ditelaah, karena transaksi jual beli melalui Internet dimulai dengan adanya penawaran dari penjual dalam website tertentu atau penawaran langsung melalui email. Pembeli setelah membaca penawaran terhadap barang-barang tadi serta ketentuan syarat-syarat penawarannya sudah dianggap sesuai, maka pembeli menyatakan persetujuan dengan menandatangani formulir aplikasi secara elektronik.

Dari aspek-aspek tersebut di atas menimbulkan berbagai pertanyaan, seperti : kapan tercapainya kesepakatan para pihak, bagaimana tata cara pembayarannya, bagaimana jika penawaran yang dilakukan melalui website tidak sesuai dengan kenyataan, bagaimana hak dan kewajiban para pihak dalam jual

beli melalui Internet, bagaimana ketentuan pengiriman barang, dan apa saja hal-hal yang merupakan wanprestasi dalam transaksi jual beli melalui Internet.

B. Perumusan Masalah

Adapun yang menjadi permasalahan di dalam penulisan ini adalah :

1. Bagaimanakah prosedur transaksi jual beli melalui Internet ?
2. Bagaimana tanggung jawab para pihak dalam jual beli melalui Internet ?
3. Bagaimana perlindungan terhadap pembeli melalui transaksi Internet ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan memahami prosedur transaksi jual beli melalui Internet.
2. Untuk mengetahui tanggung jawab para pihak dalam jual beli melalui Internet.
3. Untuk mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan perlindungan terhadap pembeli melalui transaksi Internet.

D. Kegunaan dan Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan dan manfaat dari penelitian ini adalah dapat dibedakan menjadi manfaat teoritis dan manfaat praktis. Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah :

1. Dapat dijadikan sebagai bahan acuan atau referensi bagi mereka yang ingin mendalami bidang Hukum Bisnis dan Hukum Perjanjian terutama dalam hal Perniagaan Elektronik (*Electronic Commerce*).

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah :

1. Menambah wawasan tentang prosedur jual beli melalui Internet (*Electronic Commerce*).

BAB III

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Prosedur Transaksi Jual Beli Melalui Internet

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.⁵¹

1. Penawaran

Penawaran merupakan suatu "*invitation to enter into a binding agreement*". Tawaran merupakan sebuah tawaran jika pihak lain memandangnya sebagai suatu tawaran. Suatu perbuatan seseorang beralasan bahwa perbuatan itu sendiri sebagai ajakan untuk masuk ke dalam suatu ikatan perjanjian dapat dianggap sebagai tawaran.

Dalam transaksi *E-Commerce* khususnya jenis *business to consumer* yang melakukan penawaran adalah *Merchant* atau Penjual. Para *Merchant*/Penjual tersebut memanfaatkan *website* untuk menjajakan produk dan jasa pelayanan. Para Penjual menyediakan semacam *storefront* yang berisikan katalog produk dan pelayanan yang diberikan. Dan 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.

⁵¹ Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Perikatan*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2003, hal 223.

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari uraian yang telah disampaikan pada bab-bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Prosedur transaksi jual beli melalui Internet terdiri dari Penawaran dan Penerimaan. Penawaran oleh pihak penjual biasanya dilakukan melalui *website* tertentu atau langsung melalui *e-mail* kepada calon konsumen/pembeli. Sedangkan Penerimaan dari calon konsumen/pembeli dapat dinyatakan melalui *website*, *e-mail*, atau juga melalui *electronic data interchange*.
2. Tanggung jawab para pihak dalam jual beli melalui Internet, maka pihak pembeli dapat mengajukan tuntutan ganti rugi kepada penjual yang memasang situs penjualan di Internet. Pengajuan tuntutan ganti rugi akan sangat sulit dilakukan karena media yang dipakai dalam transaksi jual beli adalah media elektronik, sehingga dalam hal ini dibutuhkan perundang-undangan untuk mengaturnya.
3. Transaksi *E-Commerce* adalah suatu perjanjian, maka terbuka kemungkinan terjadinya wanprestasi. Dalam pengertian tersebut tampak bahwa bila pelaku usaha tersebut berdiri dan mempunyai kegiatan dalam wilayah hukum negara Indonesia maka ketentuan UUPK bisa mengikat mereka. Sehingga perlindungan terhadap pembeli yang merupakan konsumen dalam transaksi jual beli melalui Internet yang terdapat dalam UUPK bisa diterapkan. Tetapi sulit bila ternyata mereka berkedudukan

hukum di negara lain. Sehingga UUPK tidak bisa menjangkau pelaku usaha dalam transaksi *E-Commerce*. Untuk pelaku usaha yang berada di luar wilayah Indonesia, maka tergantung dari perjanjian antara para pihak. Jika tidak ditentukan dalam klausula perjanjian *E-Commerce*, maka hukum yang berlaku dapat ditentukan berdasarkan teori yang ada.

B. Saran

Adapun saran-saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Calon pembeli dalam melakukan transaksi *E-Commerce* diharapkan agar lebih cermat dan teliti dalam membaca penawaran yang diberikan oleh pihak penjual, apalagi penawaran yang dikirimkan pada *e-mail* tertentu.
2. Setiap transaksi jual beli melalui Internet hendaknya harus dapat dipertanggungjawabkan secara baik dan benar bagi para pihak pembeli maupun penjual itu sendiri.
3. Dalam rangka untuk menjamin hak-hak pembeli yang merupakan konsumen, maka pemerintah perlu segera membentuk peraturan hukum mengenai *Cyberlaw* termasuk di dalamnya tentang *E-Commerce* agar hak-hak konsumen sebagai pengguna Internet khususnya dalam melakukan transaksi *E-Commerce* dapat terjamin.

DAFTAR PUSTAKA

I. Buku

- Abdul Kadir Muhammad, 1982, *Hukum Perikatan*, Penerbit Alumni, Bandung.
- Bambang Sunggono, 2003, *Metodologi Penelitian Hukum*, Penerbit RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Budi Agus Riswandi, 2003, *Hukum dan Internet di Indonesia*, Penerbit UII Press, Yogyakarta.
- Edmon Makarim, 2003, *Kompilasi Hukum Perikatan*, Penerbit RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, 2001, *Transaksi Bisnis Internasional*, Penerbit RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- _____, 2001, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Penerbit Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- J. Satrio, 1995, *Hukum Perikatan, Perikatan yang Lahir Dari Perjanjian*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Mariam Darus Badruzaman, 2001, *Kompilasi Hukum Perikatan*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Munir Fuadi, 2001, *Hukum Kontrak*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- _____, 2002, *Pengantar Hukum Bisnis : Menata Bisnis Modern di Era Global*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Richard Burton Simatupang, 1999, *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, Penerbit Rinca Cipta, Bandung.
- Riyeke Ustadiyanto, 2001, *Framework E-Commerce*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Subekti, 1981, *Aneka Perjanjian*, Penerbit Alumni, Bandung.
- _____, 2002, *Hukum Perjanjian*, Penerbit PT. Intermasa, Jakarta.
- _____, 1995, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, Penerbit PT. Intermasa, Jakarta.
- Ricardus Eko Indrajit, 2001, *E-Commerce Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, PT Elek Media Komputindo, Jakarta.
- R. Setiawan, 1987, *Pokok-Pokok Perjanjian*, Penerbit Bina Cipta, Bandung.