

## PERLINDUNGAN HUKUM DALAM TRANSAKSI KONTRAK E-COMMERCE

JA  
27

**Yulia**  
**Arina Novizas Sebubakar**  
Universitas AL- Azhar Indonesia

**Classification**  
*Research Article*

### ABSTRAK

Penelitian ini mendalami hubungan yang rumit antara aspek kontrak dan perlindungan hukum konsumen dalam konteks transaksi *E-commerce* di Indonesia. Dengan pertumbuhan pesat industri *E-commerce*, landasan hukum yang mengatur perjanjian digital dan perlindungan konsumen menjadi semakin kompleks. Melibatkan perspektif hukum domestik Indonesia dan kerangka hukum internasional, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang komprehensif terhadap dampak dan implikasi hukum yang mungkin timbul dalam transaksi *E-commerce*. Latar belakang penelitian mencakup dinamika transformatif *E-commerce* dan kompleksitas aspek kontrak di dalamnya. Analisis mendalam tentang Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan prinsip-prinsip hukum kontrak, baik di tingkat nasional maupun internasional, menjadi fokus utama. Hasil penelitian diharapkan dapat membawa kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan kebijakan perlindungan konsumen dan penegakan hukum dalam transaksi *E-commerce* di Indonesia. Penelitian ini membuka pintu bagi pemahaman yang lebih dalam terhadap dinamika hukum dalam transaksi daring, sekaligus diharapkan dapat menciptakan kerangka hukum yang adil dan efisien bagi semua pihak yang terlibat dalam ekosistem *E-commerce* yang terus berkembang.

Submitted : 28 Februari 2024  
Accepted : 2 April 2024  
Online : 30 April 2024

**Kata Kunci :** *E-Commerce*, Aspek Kontrak, Perlindungan Hukum Konsumen

*Corresponding Author:*

**Yulia**  
Universitas AL- Azhar Indonesia  
E-mail: yulia880707@gmail.com

**Arina Novizas Sebubakar**  
Universitas AL- Azhar Indonesia



© The Author(s) 2024

CC BY: This license allows reusers to distribute, remix, adapt, and build upon the material in any medium or format, so long as attribution is given to the creator. The license allows for commercial use.

## PENDAHULUAN

Sejak akhir abad ke-20, perdagangan elektronik atau *E-commerce* telah menyediakan model transaksi bisnis yang praktis, cepat, sederhana, dan terjangkau di seluruh dunia. Kombinasi teknologi komputer dan infrastruktur telekomunikasi menghasilkan manfaat baru yang bermanfaat bagi seluruh dunia dengan memfasilitasi miliaran transaksi setiap detik dengan presisi, kecepatan, dan kemudahan. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah membuka pintu baru bagi dinamika bisnis global. Salah satu fenomena paling mencolok yang muncul dari transformasi ini adalah pesatnya pertumbuhan industri *E-commerce*. Melibatkan transaksi bisnis secara elektronik, *E-commerce* memberikan kebebasan akses dan kemudahan berbelanja yang tak tertandingi, mengubah fundamental cara konsumen berinteraksi dengan pasar. Seiring dengan popularitas *E-commerce* yang terus meningkat, kita menyaksikan bagaimana model bisnis konvensional ditinggalkan demi transaksi yang lebih efisien secara digital.

Pada dasarnya, perdagangan elektronik adalah pembelian, pengiriman, atau pertukaran barang, jasa, dan/atau informasi melalui jaringan komunikasi komputer, seperti internet. Salah satu contohnya adalah jual beli online. Belanja dan penjualan online, atau *E-commerce*, menawarkan konsumen berbagai produk dan layanan dengan biaya lebih rendah dan waktu transaksi lebih cepat. Di sisi lain, pemasok dan penjual, khususnya usaha kecil dan menengah, akan memiliki akses lebih besar terhadap peluang pasar virtual yang cepat dan terjangkau. Kemampuan untuk melakukan transaksi elektronik melalui jaringan internet kapan saja dan dari lokasi mana pun oleh pihak-pihak tanpa dibatasi jam kerja atau jam kerja merupakan keunggulan lain dari sistem transaksi *E-commerce* yang memungkinkan penghapusan batasan waktu. Paradigma pengembangan, pemasaran, penjualan, pemesanan, pengiriman, pelayanan, prosedur pembayaran, dan sebagainya tentu saja telah berubah akibat adanya *E-commerce*. Cara pemasaran produk dan jasa beralih dari offline ke online dan semakin interaktif. Maraknya kontak internasional virtual antara pelaku bisnis dan konsumen salah satu dampaknya adalah adanya transaksi elektronik online melalui internet. Misalnya, para pebisnis merasa tertarik untuk membeli dan menjual melalui toko internet karena tidak memerlukan investasi dana yang besar. Karena pelanggan dapat mengakses internet dari mana saja di dunia, pengecer online memiliki pasar yang besar. Selain itu, banyak orang menganggap belanja online lebih menyenangkan karena biayanya biasanya lebih rendah dibandingkan di toko fisik.

Meskipun memberikan kemudahan yang luar biasa, pertumbuhan ini juga memunculkan sejumlah permasalahan yang harus diatasi, terutama dalam konteks perlindungan hukum konsumen. Dengan kontrak-kontrak yang terjalin secara virtual di dalam lingkungan *E-commerce*, perlindungan hukum konsumen menjadi semakin kompleks dan memerlukan pemahaman yang mendalam.

Pertumbuhan pesat industri *E-commerce* telah membawa perubahan signifikan dalam perilaku konsumen, menggeser paradigma konvensional transaksi bisnis ke arah yang lebih digital. Masyarakat saat ini semakin mengandalkan platform-platform *E-commerce* untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka, mulai dari pembelian produk hingga layanan. Sementara kenyamanan dan kemudahan yang ditawarkan oleh *E-commerce* menjadi daya tarik utama, namun dalam perkembangannya, aspek perlindungan hukum konsumen dalam transaksi *E-commerce* menjadi semakin kompleks. Dalam ekosistem transaksi *E-commerce*, hubungan kontrak antara konsumen dan penyedia layanan menjadi esensial. Kontrak-kontrak ini mencakup berbagai aspek, seperti ketentuan pengiriman, hak dan kewajiban pembeli dan penjual, serta penyelesaian

sengketa. Namun, dengan pertumbuhan yang pesat ini, muncul berbagai isu hukum terkait perlindungan konsumen yang dapat memengaruhi dinamika transaksi tersebut.

Dalam hal ini transaksi *E-commerce* dilakukan secara jarak jauh dibandingkan secara langsung, maka terdapat risiko tinggi terjadinya pelanggaran ketentuan dalam proses jual beli online, seperti wanprestasi di salah satu pihak yang merugikan pihak lain. Untuk itu, baik penjual maupun pembeli harus mendapatkan perlindungan hukum. Keberadaan kontrak sangatlah penting karena memberikan kepastian hukum yang perlu dilindungi kepada para pihak yang terlibat dalam transaksi *E-commerce*. Internet akan sulit berkembang sebagai media perdagangan dan bisnis tanpa kejelasan hukum untuk perlindungan partai. Intinya, tidak banyak perbedaan antara persyaratan hukum untuk transaksi fisik dan online. Transaksi online dan offline sama dalam hal hak para pihak, pengungkapan kewajiban, perlindungan terhadap transaksi tidak adil, dan perlindungan konsumen. Kepercayaan masyarakat dalam bertransaksi akan terbina dengan adanya perlindungan hukum dalam *E-commerce*. Salah satu pertimbangan hukum yang perlu dilakukan adalah kontrak elektronik. Selain melindungi nilai keadilan, perlindungan hukum terhadap seluruh aspek e-commerce diyakini akan memberikan sistem dan koridor hukum yang dapat menjamin terbangunnya lingkungan sistem *E-commerce* yang menguntungkan. Hal ini secara tidak langsung akan meningkatkan kualitas hidup manusia.

Di Indonesia, landasan hukum konsumen diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Namun, dalam era transaksi *E-commerce* yang semakin kompleks dan dinamis, implementasi undang-undang ini menghadapi tantangan yang signifikan. Pertanyaan mendasar mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi *E-commerce*, khususnya melibatkan aspek kontrak, menuntut analisis lebih lanjut. Seiring dengan perluasan skala transaksi *E-commerce*, muncul ketidakpastian hukum terkait bagaimana aspek-aspek kontrak diregulasi dan diinterpretasikan dalam konteks yang semakin kompleks ini. Dalam kaitannya dengan itu, penting untuk mengidentifikasi dan menganalisis dampak peraturan perlindungan konsumen dalam kerangka hukum kontrak. Hal ini bukan hanya untuk menjaga kepentingan konsumen tetapi juga untuk menciptakan lingkungan bisnis *E-commerce* yang adil dan berkeadilan.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur sejumlah hak dan kewajiban yang harus dipegang teguh oleh para pelaku bisnis, termasuk pelaku *E-commerce*. Namun, implementasi undang-undang tersebut dalam kerangka transaksi *E-commerce* seringkali menghadapi tantangan yang memerlukan pemahaman yang lebih mendalam dan penyelidikan lebih lanjut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk membawa pemahaman yang lebih mendalam terhadap bagaimana aspek kontrak tercermin dan diintegrasikan dalam kerangka hukum perlindungan konsumen, khususnya dalam transaksi *E-commerce* di Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya akan memberikan pandangan yang komprehensif terhadap perlindungan hukum konsumen, tetapi juga akan membuka diskusi terhadap isu-isu aktual yang dihadapi oleh para pemangku kepentingan di dunia *E-commerce*, baik dari sisi konsumen maupun penyedia layanan.

Adanya pembaharuan perundang – undangan yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan konsumen pada saat ini dapat memberikan perlindungan yang lebih komprehensif dan efektif bagi konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi *E-commerce*. Selain itu, peran pemerintah dalam melakukan tindakan preventif dan represif menjadi salah satu tantangan baik kemajuan *E-commerce*. Pemerintah dapat membuat dan mengimplementasikan peraturan yang jelas dan tegas, melakukan sosialisasi dan edukasi

kepada konsumen dan pelaku usaha. Memberikan fasilitas dan mekanisme yang mudah dan cepat untuk mengadukan dan menyelesaikan sengketa. Memberikan sanksi yang tegas dan proporsional kepada pelaku usaha yang melanggar hak-hak konsumen.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Untuk menjawab permasalahan hukum yang ada, penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif, yang kadang disebut penelitian kepustakaan. Pendekatan ini melibatkan pencarian norma-norma hukum, asas-asas hukum, dan doktrin-doktrin hukum. Dokumen hukum dari sumber primer, sekunder, dan tersier merupakan contoh pengumpulan data sekunder yang dapat dikumpulkan melalui penelitian kepustakaan. Namun demikian, wawancara dengan berbagai narasumber yang dianggap memahami gagasan dan konsep yang terkandung dalam data sekunder dapat dilakukan untuk membantu dan menyempurnakan analisis data sekunder, jika diperlukan, dengan syarat tetap berada dalam batasan metodologi penelitian hukum normatif.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Aspek Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen**

Mery Christian Putri mengartikan perlindungan hukum sebagai suatu usaha atau jenis pelayanan yang diberikan oleh hukum kepada subyek hukum dan benda-benda yang dilindungi. Maria Theresia Geme mengartikan perlindungan hukum adalah berkaitan dengan tindakan negara untuk melakukan sesuatu (eksklusif menegakkan hukum negara) dengan tujuan memberikan jaminan kepastian hak seseorang atau sekelompok orang.

Konsumen adalah setiap orang yang memanfaatkan suatu produk atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik untuk kepentingan pribadi, keluarga, orang lain, atau makhluk hidup lainnya, dan bukan untuk tujuan perlindungan, sesuai dengan Pasal 1 Angka 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Konsumen biasanya didefinisikan sebagai individu yang menggunakan produk yang diberikan oleh pengusaha, yaitu seseorang yang membeli barang untuk digunakan sendiri dan bukan untuk dijual kembali atau diperdagangkan. Namun pelaku usaha adalah orang atau organisasi yang melakukan usaha di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia, baik sendiri maupun melalui organisasi, dengan penekanan pada sektor perekonomian yang berbeda. Badan-badan tersebut juga dapat berupa badan hukum. Terdapat ketergantungan yang saling memperkuat antara pelaku korporasi dan pelanggan. Perangkat peraturan yang dapat memberikan perlindungan hukum kepada pelanggan diperlukan untuk menjaga keseimbangan sikap ini. Secara umum konsumen dirugikan ketika berinteraksi dengan pelaku usaha (produsen) karena beberapa faktor seperti ekonomi, pendidikan, persaingan, dan kemampuan tawar-menawar. Oleh karena itu, perlindungan sangatlah penting. UU Perlindungan Konsumen memberikan penjelasan mengenai peraturan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen. Pasal 1 Ayat 1 UU tersebut menyatakan bahwa setiap tindakan yang menjamin kepastian hukum untuk membela hak-hak konsumen dianggap sebagai perlindungan konsumen. Kepastian hukum berupaya memberikan perlindungan khusus terhadap hak-hak konsumen yang diperkuat dengan peraturan perundangan lebih lanjut. Landasan ini diharapkan dapat mencegah pelaku usaha bertindak sewenang-wenang yang dapat melanggar hak konsumen.

Undang-undang Perlindungan Konsumen memuat peraturan-peraturan yang berkaitan dengan hukum perlindungan konsumen. Menurut Pasal 1 Ayat 1 UU tersebut, perlindungan konsumen adalah serangkaian usaha yang menjamin kepastian hukum

sekaligus memberikan perlindungan konsumen. Kepastian hukum membantu menjaga hak-hak konsumen dengan mencegah pelaku usaha bertindak sewenang-wenang dan membahayakan dirinya. Hal ini dicapai dengan diberlakukannya undang-undang khusus. Lima prinsip dasar keuntungan, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen yang berkaitan dengan pembangunan nasional menjadi landasan implementasi perlindungan konsumen secara kolaboratif. Berikut merupakan Tujuan Perlindungan Konsumen (Pasal 3 UU PK):

- 1) "Meningkatkan kemandirian, kemampuan, dan kesadaran konsumen."
- 2) "Mencegah Dampak Buruk Terhadap Pemanfaatan Produk dan/atau Jasa Untuk Meningkatkan Nilai dan Martabat Konsumen."
- 3) "Memberi Nasabah Kekuasaan untuk Memilih, Menilai, dan Menyatakan Haknya."
- 4) "Membangun sistem perlindungan konsumen yang menjamin keterbukaan informasi, kepastian hukum, dan akses informasi."
- 5) "Meningkatkan kesadaran pelaku usaha akan pentingnya perlindungan konsumen dan mengedepankan perilaku ikhlas dan akuntabel dalam dunia usaha."
- 6) "Meningkatkan Mutu Barang dan/atau Jasa untuk Menjamin Kelangsungan Usaha, Keselamatan Konsumen, Kenyamanan, Keamanan, dan Kesehatan."

Kemudian, terdapat hak-hak konsumen sebagai berikut (yang berdasarkan Pasal 4 dan 5 UU PK):

- 1) "Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam menggunakan barang dan/atau jasa;
- 2) "Hak untuk memilih dan memperoleh barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan jaminan yang dijanjikan;"
- 3) "Hak atas informasi yang akurat, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;"
- 4) "Hak untuk mendengar keluhan dan pendapat mengenai barang dan/atau jasa yang digunakan;"
- 5) "Hak atas advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen yang tepat;"
- 6) "Hak untuk mendapatkan bimbingan dan pendidikan konsumen;"
- 7) "Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar, jujur, dan adil."
- 8) "Hak untuk Mendapatkan Kompensasi, Ganti Rugi, dan/atau Penggantian Jika Barang dan/Jasa Tidak Sesuai dengan Perjanjian."

Atas nama perlindungan konsumen itu sendiri, para pelaku usaha wajib menahan diri untuk tidak melakukan tindakan sewenang-wenang yang merugikan konsumen, dan pengertian perlindungan konsumen yang diatur dalam Pasal 1 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen dirasa cukup dalam hal ini. pandangan.

Berikut Kewajiban Konsumen:

1. "Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian / pemanfaatan barang & jasa untuk tujuan mengamankan dan menyelamatkan konsumen."
2. "Memiliki niat baik dalam transaksi Jual-Beli."
3. "Membayar sesuai dengan harga dan nilai yang telah disepakati."
4. "Melaksanakan Upaya secara runtut untuk menyelesaikan sengketa perlindungan konsumen."

### Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha (Berdasarkan Pasal 6 UU PK)

1. “Hak untuk dibayar sesuai dengan Kesepakatan mengenai Kondisi dan Nilai Tukar Barang dan/Jasa yang Diperdagangkan.”
2. “Hak untuk memperoleh Perlindungan Hukum dari Tindakan Konsumen yang tidak memiliki Beritikad Baik.”
3. “Hak untuk Melakukan Pembelaan Diri yang Sepatutnya dalam Penyelesaian Hukum Sengketa Konsumen.”
4. “Hak untuk mengembalikan nama baiknya, jika secara hukum terbukti tidak bersalah.”

Sedangkan untuk Kewajiban Pelaku Usaha :

1. “Memberikan Informasi yang Benar, Jelas, dan Jujur “Memberikan Informasi yang Benar, Jelas, dan Jujur mengenai Kondisi dan Jaminan Barang dan/Jasa serta Memberi Penjelasan Penggunaan, Perbaikan, dan Pemeliharaan.”
2. “Memperlakukan atau Melayani Konsumen secara Benar dan Jujur serta Tidak Diskriminatif. Menjamin Mutu Barang dan/Jasa yang Diproduksi dan/atau Diperdagangkan Berdasarkan Ketentuan Standar Mutu yang Berlaku.”
3. “Memberi Kesempatan pada Konsumen untuk Menguji dan/atau Mencoba Barang dan/atau Jasa serta Memberi Jaminan dan/atau Garansi.”
4. “Memberi Kompensasi, Ganti Rugi, dan/atau Penggantian atas Kerugian Akibat Penggunaan, Pemakaian, dan Pemanfaatan Barang dan/atau Jasa yang Diperdagangkan.”

Adanya pembaharuan perundang – undangan yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan konsumen pada saat ini dapat memberikan perlindungan yang lebih komprehensif dan efektif bagi konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi *E-commerce*. Selain itu, peran pemerintah dalam melakukan tindakan preventif dan represif menjadi salah satu tantangan baik kemajuan *E-commerce*. Pemerintah dapat membuat dan mengimplementasikan peraturan yang jelas dan tegas, melakukan sosialisasi dan edukasi kepada konsumen dan pelaku usaha. Memberikan fasilitas dan mekanisme yang mudah dan cepat untuk mengadukan dan menyelesaikan sengketa. Memberikan sanksi yang tegas dan proporsional kepada pelaku usaha yang melanggar hak-hak konsumen.

### **Analisis Aspek Kontrak Berdasarkan Hukum dalam Transaksi *E-Commerce***

Paradigma jual beli telah berubah seiring dengan kemajuan teknologi, khususnya internet, yang memungkinkan terjadinya transaksi antara pembeli dan penjual secara virtual. Jenis pembelian dan penjualan online ini disebut sebagai perdagangan elektronik, atau hanya e-commerce. *E-commerce* mengacu pada pertukaran komersial yang terjadi melalui sarana elektronik (media digital) antara pembeli dan penjual untuk mentransfer hak, menawarkan barang, atau keduanya, tanpa kehadiran fisik para pihak. Materi ini dapat diakses melalui jaringan publik terbuka seperti internet atau world wide web, yang memungkinkan transaksi tanpa memperhatikan batasan nasional atau regional. *E-commerce* adalah praktik bisnis berbagi data melalui internet dengan tujuan melakukan perjanjian dan transaksi antara pembeli dan penjual, termasuk institusi dan konsumen langsung. *E-commerce* didefinisikan sebagai mekanisme bisnis elektronik yang berfokus pada transaksi bisnis individu dengan menggunakan internet sebagai media pertukaran barang atau jasa, baik antar pelaku bisnis (business to business) maupun antara pelaku bisnis dengan konsumen (business to konsumen). Amir Hatman memberikan definisi

yang lebih menyeluruh tentang istilah ini dalam bukunya "Net Ready: Strategies for Success in the Economy". Business to Business (bisnis ke bisnis), Business to Consumer (bisnis ke konsumen), dan Consumer to Consumer (konsumen ke konsumen) merupakan tiga bentuk utama transaksi e-commerce. Tergantung seberapa rumitnya transaksi tersebut, ada sejumlah pihak yang ikut serta dalam transaksi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Hal ini mengacu pada apakah platform digital digunakan untuk setiap langkah proses transaksi atau hanya yang spesifik saja. Perjanjian yang digunakan dalam kegiatan e-commerce pada hakekatnya sama dengan perjanjian dalam transaksi konvensional jika keseluruhan transaksinya dilakukan secara online, termasuk proses pembayarannya. Namun perjanjian e-commerce memiliki karakteristik unik yang ditentukan berdasarkan situasi.

Secara digital, atau biasa disebut dengan kontrak elektronik. Kontrak elektronik adalah suatu jenis kontrak standar yang dibuat, dihasilkan, diputuskan, digandakan, dan didistribusikan secara digital melalui situs web, biasanya tanpa izin pihak lain, oleh pihak yang membuat kontrak (terutama pelaku usaha) khususnya konsumen. Segala tindakan yang dilakukan untuk menjamin kepastian hukum dalam rangka membela hak-hak konsumen disebut dengan "perlindungan konsumen".

Kontrak memiliki beberapa elemen penting. Pertama, ada penawaran dan penerimaan. Penawaran adalah tawaran untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu, dan penerimaan adalah persetujuan terhadap penawaran tersebut. Kedua, ada pertimbangan, yang berarti setiap pihak memberikan sesuatu dengan nilai. Ketiga, ada niat untuk menciptakan hubungan hukum. Keempat, kedua belah pihak harus memiliki kapasitas hukum untuk membuat kontrak. Hukum kontrak juga mencakup konsep penting seperti pelanggaran kontrak, di mana satu pihak tidak memenuhi kewajibannya, dan pemulihan, di mana pihak yang dirugikan berhak mendapatkan kompensasi. Ada juga konsep seperti pengecualian kewajiban, di mana suatu peristiwa tertentu dapat membebaskan pihak dari kewajiban mereka.

Meskipun pemerintah telah mengeluarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menjadi landasan perlindungan hukum, namun kenyataannya di masyarakat banyak konsumen yang dirugikan, terutama dalam pembelian online. Transaksi e-commerce memiliki dua aspek yang berbeda, salah satunya adalah kemampuan uniknya dalam melakukan transaksi tanpa memerlukan kontak tatap muka antara pembeli dan penjual. Salah satu manfaatnya adalah pelanggan kini bisa mendapatkan barang yang diinginkannya tanpa harus berurusan dengan merchant atau pelaku usaha lainnya. Di sisi lain, pelanggan juga bisa dirugikan, terutama jika vendor atau pelaku usaha lain tidak berperilaku jujur. Konsumen yang telah membayar barang dan menyelesaikan seluruh komitmennya sering kali mengalami kesulitan di masyarakat. Pelanggan dalam skenario ini kesulitan memperoleh informasi yang tertera pada profil pelaku usaha tentang penjual atau pelaku usaha lainnya.

Pelanggan kesulitan untuk menghubungi pelaku usaha dan akun yang digunakan untuk mengiklankan produk dan/atau jasa hilang ketika mereka mencoba mencari rincian pelaku usaha menggunakan nomor telepon yang digunakan pada awal transaksi. Hal ini dapat terjadi ketika pelaku korporasi menghalangi nasabah untuk menyelesaikan transaksi, sehingga memberikan kesan bahwa nasabah tidak lagi memiliki kemampuan hukum untuk menyelesaikan pengaduan terkait perlindungan. Kehidupan masyarakat sehari-hari telah berubah secara signifikan sebagai dampak dari pesatnya ekspansi dan kemajuan industri teknologi informasi, khususnya di sejumlah industri. Hal ini menyebabkan munculnya jenis-jenis tindakan hukum baru. Saat ini, perdagangan dan

perluasan perekonomian dunia sangat bergantung pada penggunaan teknologi informasi. Karena setiap pelaku perusahaan memiliki kebebasan dalam menggunakan teknologi informasi, maka sulit bagi pelanggan untuk membedakan antara pelaku usaha yang bereputasi baik dan yang tidak jujur.

Melalui pemberlakuan Undang-Undang Transaksi Informatika (ITE), pemerintah saat ini fokus pada pesatnya perkembangan informasi dan transaksi secara elektronik karena masih adanya kendala. Pedoman transaksi secara elektronik dalam ITE adalah sebagai berikut:

A) Pasal 17 mengatur

- Pengelolaan transaksi secara elektronik dapat dilakukan oleh pemerintah dan perusahaan;
- Para pihak yang melakukan transaksi melalui email diharuskan berinteraksi atau bertukar informasi atau dokumen
- Peraturan perundang-undangan suatu negara dapat menetapkan ketentuan lebih lanjut mengenai penyelenggaraan transaksi elektronik.

B) Pasal 18 Mengatur tentang :

- Transaksi yang dimuat secara elektronik dalam suatu kontrak mengikat semua pihak
- Setiap Pihak berhak menentukan peraturan perundang-undangan yang berlaku terhadap transaksi elektronik antarnegara
- Dalam hal para pihak tidak mengambil keputusan hukum dalam transaksi elektronik internasional, maka hukum yang berlaku akan berdasarkan Hukum Perdata Internasional

C) Menurut Pasal 19 dan 20, semua pihak yang melakukan transaksi secara elektronik wajib menggunakan sistem elektronik yang disepakati. Kecuali jika para pihak menentukan lain, setelah penawaran transaksi dikirimkan dan dikonfirmasi oleh pengirim kepada penerima, transaksi akan dilakukan secara elektronik. dan 2) Pernyataan persetujuan yang diberikan secara elektronik harus digunakan untuk menyetujui tawaran suatu transaksi.

Saat menjalankan bisnis melalui website, pengunjung atau calon pelanggan biasanya memilih produk tertentu yang ditawarkan penjual. Jika calon pelanggan menyatakan minatnya, keranjang belanja akan menampung barang-barang yang diinginkan calon pelanggan tersebut hingga ia yakin dengan piliahnya. Setelah dibujuk, calon pelanggan akan melanjutkan ke tahap pembayaran. Ketika tahap transaksi ini selesai, maka telah tercipta kontrak online karena pengunjung toko online telah menerimanya. Dalam transaksi elektronik, suatu kontrak dapat dikatakan telah terjadi jika pembeli menerima tawaran tersebut, karena hal ini menunjukkan telah adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli. Pasal 20 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2008 Tahun 2016 menyatakan, “Kecuali ditentukan lain oleh para pihak, transaksi elektronik terjadi apabila penawaran transaksi yang dikirimkan oleh pengirim telah diterima dan disetujui oleh penerima.” Kontrak elektronik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 angka 17 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik adalah perjanjian antara para pihak yang dilakukan melalui sistem elektronik. Asas hukum perdata, yang menyatakan bahwa suatu perjanjian terjadi pada saat tercapainya kesepakatan, sejalan dengan hal tersebut. Dengan demikian, atas persetujuan penjual dan pembeli untuk mengadakan suatu perjanjian jual beli, maka kedua belah pihak secara hukum wajib

mentaati syarat-syarat perjanjian itu. Oleh karena itu, apabila terjadi perbedaan pendapat, sebaiknya tetap mempertahankan pernyataan yang mengandung kata “setuju” sebagai bukti telah tercapainya kesepakatan.

Prinsip Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 adalah kontrak atau perjanjian yang ditandatangani secara elektronik dalam transaksi *e-commerce* mempunyai kekuatan hukum sama seperti perjanjian tradisional. Hal ini menunjukkan bahwa suatu perjanjian atau kontrak elektronik perlu mengikat para pihak secara hukum, sesuai dengan Pasal 18 ayat (1) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 yang menyatakan bahwa “Transaksi elektronik yang dituangkan dalam suatu kontrak elektronik mengikat para pihak.” Komponen penting dari transaksi elektronik adalah perjanjian atau kontrak yang diselesaikan secara online, atau kontrak elektronik. Data digital digunakan sebagai media perjanjian online dan sebagai pengganti kertas dalam model perjanjian ini. Meningkatkan efisiensi skala merupakan salah satu manfaat perjanjian online, khususnya bagi bisnis dan individu yang melakukan bisnis internasional. Kemudahan bagi pelaku bisnis atau individu yang melakukan operasionalnya secara online untuk mencapai kesepakatan dengan rekan bisnisnya merupakan bukti manfaat dari perjanjian online. Selain itu, kenyataan menunjukkan bahwa dunia usaha dan mitranya dapat mencapai kesepakatan dalam jumlah yang terus meningkat dan menawarkan peluang kerja sama yang luas dengan mitra di seluruh dunia.

Berbeda dengan praktik perjanjian tradisional, yang mengharuskan para pihak bertemu langsung untuk membuat perjanjian, kontrak elektronik memungkinkan pembuatan perjanjian jarak jauh. Kontrak elektronik ini dianggap sah apabila:

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

Ketentuan tersebut terdapat pada Pasal 46 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

Pasal 47 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 mengatur bahwa kontrak yang ditujukan kepada penduduk Indonesia, termasuk kontrak elektronik, harus dibuat dalam bahasa Indonesia. Begitu pula dengan Pasal 47 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 yang sama menyebutkan bahwa kontrak yang memuat klausul baku atau “e-kontrak” harus berpegang pada ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai klausul baku. Ketika berbicara tentang pasar dan toko online, pedagang memberikan pilihan kepada pelanggan atas barang yang ingin mereka jual. Pelanggan tinggal memilih barang yang tersedia. Pembeli dianggap menyetujui dan menerima tawaran jika telah memilih barang dagangan dan membaca seluruh ketentuan penjual sebelum melakukannya. Kontrak elektronik telah dibuat dalam hal ini antara pembeli dan penjual. Pembayaran pembeli untuk produk yang dipilih adalah langkah berikut. Saat tawaran diterima, itu menjadi kontrak elektronik. Kedua belah pihak diasumsikan telah melakukan negosiasi sebelumnya sebelum tawaran diterima. Perjanjian online atau kontrak elektronik tercipta ketika kedua belah pihak mencapai konsensus sebagai konsekuensi menerima tawaran (penerimaan).

Pasal 20 ayat (1) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 mengatur aturan yang mengatur penawaran dan penerimaan dalam kontrak elektronik ini. Dikatakan bahwa

“persetujuan atas penawaran transaksi elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus dilakukan dengan pernyataan penerimaan secara elektronik.” Akan ada hak dan kewajiban dalam kontrak elektronik yang harus dijunjung tinggi oleh para pihak. Kontrak dalam transaksi elektronik menimbulkan kekuasaan ketika salah satu pihak, seperti pihak pertama, mempunyai kewajiban untuk menyerahkan sesuatu dan berhak atas sesuatu, dan ketika pihak lain mempunyai hak atas sesuatu dan diharuskan untuk menyerahkan sesuatu, seperti pihak lain. penjual menyerahkan benda atau barang bergerak dan pembeli wajib menyerahkan uang. kekuatan negosiasi yang tidak setara antara pelanggan dan pelaku korporasi. Basis konsumen ini tidak memiliki alat pelindung diri yang terorganisir. Hal ini dapat dijelaskan dengan fakta bahwa pelaku usaha yang menggunakan kontrak biasa untuk menawarkan barang atau jasa secara online seringkali memiliki daya tawar yang timpang.

Kontrak baku adalah kontrak yang dibuat secara tertulis dan dibuat oleh salah satu pihak saja. Seringkali, salah satu pihak mencetak kontrak (juga dikenal sebagai boilerplate) dalam format tertentu, dan pada saat penandatanganan, pihak tersebut hanya mengisi informasinya (sudah ada yang kosong). Kontrak baku memiliki keuntungan karena lebih praktis, sederhana, dan efisien. Ketidakmampuan pihak lain untuk terlibat dalam negosiasi merupakan kerentanannya. Dalam *e-commerce*, kontrak bisa berupa kontrak konvensional dengan salah satu pihak menandatangannya atau kontrak standar tanpa tanda tangan sama sekali. Satu pihak hanya menandatangani kontrak baku tanpa tanda tangan, sedangkan beberapa kontrak baku tidak ada tanda tangan sama sekali dari kedua belah pihak. Kontrak yang tidak ditandatangani tersebut merupakan suatu perjanjian tersendiri atau merupakan suatu komponen dari perjanjian lain. Kontrak yang hanya mempunyai satu tanda tangan atau tidak ada tanda tangan sama sekali tetap dapat dilaksanakan. Suatu kontrak tidak pernah memuat klausul yang menyatakan bahwa kontrak tersebut hanya dapat dilaksanakan jika kedua belah pihak menandatangannya. Pada kenyataannya, perjanjian lisan atau isyarat biasanya dapat didukung oleh hukum, kecuali perjanjian yang harus dibuat secara tertulis dan ditandatangani oleh kedua belah pihak. Ada yang berpendapat bahwa kontrak yang hanya ditandatangani oleh satu pihak atau tidak ditandatangani sama sekali oleh pihak mana pun masih dapat dilaksanakan. Ciri terburuk dari kontrak konvensional adalah banyaknya persyaratan, terutama klausul pengecualian, yang memberikan beban berat pada salah satu pihak. Ketentuan pengecualian dalam kontrak melepas atau membatasi tanggung jawab salah satu pihak jika terjadi wanprestasi, meskipun undang-undang secara teknis mewajibkan pihak tersebut untuk menanggung tanggung jawab tersebut.

Kontrak dan perjanjian baku dalam transaksi e-niaga cenderung mengabaikan elemen penting yang berkontribusi pada pembentukan perjanjian, hal tersebut dapat merugikan pelanggan. Kontrak baku biasanya merupakan perjanjian tertulis yang disalin dalam bentuk formulir yang isinya telah dicatat secara sepahak oleh pelaku usaha sebelumnya. Kemudian, para pelaku usaha, dengan tidak menghiraukan perbedaan keadaan masing-masing pelanggan, melakukan penawaran massal terhadap barang atau jasa tertentu. Pada akhirnya, syarat-syarat perjanjian pada hakekatnya merupakan situasi ambil atau tinggalkan bagi konsumen, yang seringkali mengakibatkan pelanggaran hak. Konsep dasar kontrak prinsip kebebasan berkontrak dilanggar ketika kontrak standar digunakan. Setiap orang perseorangan dan badan hukum bebas mengadakan kontrak; namun demikian, perjanjian atau kontrak yang berdasarkan sistem yang melanggar hukum atau merupakan hasil keterpaksaan tidak dianggap sebagai hasil kebebasan tersebut dan tidak mengikat para pihak. mirip dengan bagaimana bentuk kontrak

---

konvensional digunakan dalam kontrak elektronik. Tidak dapat dipungkiri bahwa pembeli harus menyetujui persyaratan yang ditetapkan oleh penjual. Dari sudut pandang sosiologi, penerapan kontrak elektronik di Indonesia menimbulkan permasalahan, baik moral maupun hukum. Masalah hukum, khususnya penjual menjalankan fungsinya secara tidak semestinya.

Beberapa pedagang menyertakan penafian dalam kontrak konvensional yang menyatakan bahwa "barang yang dibeli tidak dapat dikembalikan", terutama bila barang yang dikirimkan ke pelanggan berbeda dengan barang yang mereka pilih. Jika penjual memilih untuk tidak mengganti barang yang salah diberikan kepada pembeli, hal ini jelas akan berdampak buruk bagi pembeli. Hal ini menunjukkan tidak adanya kesungguhan para pelaku usaha dalam menjalankan tugasnya dalam menjalankan kontrak elektronik dengan memanfaatkan jarak yang sangat jauh antara pembeli dan pemasok. Konsumen mungkin menderita karena banyak pelaku perusahaan yang masih tidak mengungkapkan alamat mereka atau memberikan deskripsi yang tidak memadai tentang barang atau jasa yang mereka tawarkan. Terkait perjanjian antara penjual dan pembeli, pelaku usaha mempunyai tantangan tambahan. Pelaku usaha memesan barang yang dipilih oleh pembeli dan untuk dijual oleh penjual ketika mereka yakin telah mencapai kesepakatan bersama dengan pelanggan. Namun begitu produk diserahkan kepada pembeli, pembeli membatalkan transaksi dengan alasan tidak ada kesepakatan dan penjual mengalami kerugian. Baik pembeli maupun penjual berhak menolak perjanjian dan menolak memenuhi tujuan tawar-menawar mereka.

Salah satu konsep hukum yang mengatur interaksi antara produsen/pedagang dengan pelanggan adalah kontrak baku dan perlindungan konsumen. Kontrak baku yang bersifat sepihak atau dibuat secara tidak tepat bertentangan dengan undang-undang perlindungan konsumen yang dituangkan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dalam hal kemitraan dengan pelanggan. Mengingat pesatnya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, yang mendorong produktivitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang mereka produksi guna memenuhi tujuan bisnis, perlindungan konsumen—baik secara material maupun formal menjadi semakin penting. Konsumen pada akhirnya akan terkena dampak, baik secara langsung atau tidak langsung, oleh upaya dan pencapaian kedua tujuan tersebut. Mengingat kompleksitas permasalahan perlindungan konsumen, khususnya dengan meningkatnya transaksi elektronik multipihak, maka upaya untuk memberikan perlindungan yang memadai bagi kepentingan konsumen merupakan hal yang krusial dan mendesak yang memerlukan solusi segera, khususnya di Indonesia. termasuk pembeli, penjual, dan jasa ekspedisi.

Undang-undang menerapkan hukuman dalam bentuk pembayaran, pengakhiran perjanjian, dan pelestarian risiko untuk mencegah terjadinya wanprestasi dan memberikan keadilan dan kejelasan hukum kepada para pihak. Penggantian kerugian materil yang sebenarnya akibat pelanggaran kontrak inilah yang dapat dimintakan dalam kasus pelanggaran kontrak. Biaya-biaya yang timbul, kerugian yang diderita, dan keuntungan yang seharusnya diperoleh jika tidak terjadi wanprestasi, semuanya dapat dimasukkan dalam kompensasi. Selain itu, ada kompensasi atas kerugian non-materi, yang semuanya harus diukur dalam bentuk uang dan mencakup hal-hal seperti kehilangan peluang, kesenangan, dan sejenisnya. Kreditur atau juru sita hanya dapat menyatakan debitur wanprestasi apabila telah menerima surat panggilan. Juru sita atau kreditur telah melayani panggilan tersebut sedikitnya tiga kali.

Kreditur dapat mengajukan gugatan jika pemanggilan tersebut tidak diindahkan, dan hakim akan menentukan apakah debitur wanprestasi atau tidak. Seorang debitur harus

memberitahukan terlebih dahulu kepada kreditur mengenai suatu wanprestasi agar kreditur dapat memenuhi kewajibannya. Peringatan resmi (panggilan) harus dikirimkan kepada debitur, memberitahukan kewajibannya untuk menyelesaikan tujuan dalam waktu yang ditentukan. Debitur dianggap wanprestasi jika gagal memenuhi dalam jangka waktu tersebut. Kreditur dapat mengajukan gugatan untuk menyelesaikan pelunasan apabila, meskipun telah dipanggil, debitur tetap tidak mau memenuhi tanggung jawabnya. Perlindungan hukum bagi para pihak dalam kontrak elektronik dalam perdagangan elektronik (e-commerce) tidak dapat sepenuhnya diterapkan, khususnya terhadap komoditas yang bernilai rendah. Pembeli dalam transaksi elektronik harus siap menanggung kerugian sebagai risiko dengan adanya kontrak standar. Oleh karena itu, untuk menghindari kerugian pada pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi elektronik, kedua belah pihak harus bertindak dengan itikad baik saat memenuhi tanggung jawab kontrak mereka.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Penelitian ini secara cermat menjelajahi hubungan kompleks antara aspek kontrak dan perlindungan hukum konsumen dalam dunia transaksi E-commerce di Indonesia. Menghadapi lonjakan pesat dalam industri E-commerce, landasan hukum yang mengatur perjanjian digital dan perlindungan konsumen menjadi semakin rumit dan memerlukan pemahaman yang mendalam. Penelitian ini merangkul perspektif hukum domestik Indonesia sekaligus meresapi kerangka hukum internasional, memberikan tinjauan holistik terhadap permasalahan yang dihadapi. Dengan menyelidiki dinamika transformatif E-commerce dan kompleksitas aspek kontrak di dalamnya, penelitian ini menawarkan analisis yang mendalam terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan prinsip-prinsip hukum kontrak, baik di tingkat nasional maupun internasional. Fokus utama terletak pada pemahaman mendalam terhadap bagaimana peraturan perlindungan konsumen dan prinsip-prinsip hukum kontrak dapat berinteraksi dan memberikan bentuk keadilan dalam konteks transaksi E-commerce yang terus berkembang.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang komprehensif terhadap dampak dan implikasi hukum yang mungkin muncul, dan hasilnya diharapkan dapat memberikan sumbangan signifikan bagi pengembangan kebijakan perlindungan konsumen serta penegakan hukum di tengah dinamika transaksi E-commerce di Indonesia. Dengan menganalisis tantangan dan peluang yang dihadapi oleh konsumen dan pemangku kepentingan bisnis, penelitian ini membuka ruang bagi perbaikan dan penyempurnaan dalam kerangka hukum, bertujuan menciptakan ekosistem E-commerce yang adil, efisien, dan berdaya saing tinggi. Selain itu, dengan mengeksplorasi implikasi hukum transaksi daring, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang substansial dalam membentuk landasan hukum yang sesuai dan relevan dengan perkembangan industri yang terus berkembang ini.

## **REFERENSI**

- Artanti, D. A., & Widiatno, M. W. (2020). Keabsahan Kontrak Elektronik Dalam Pasal 18 ayat 1 UU ITE Ditinjau dari Hukum Perdata di Indonesia. *JCA of Law*1, 1, 8 8–98. <https://jca.esaunggul.ac.id/index.php/law/article/view/10>
- Barkatullah, A. H. (2019). Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia: Sebagai Pedoman Dalam Menghadapi Era Digital Bisnis e-commerce di Indonesia. Nusa Media.

- Barkatullah, A. H., & Prasetyo, T. (2006). Bisnis E-Commerce: Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia. Pustaka Pelajar.
- Damayanti, A. N., Pamungkas, Z. B., & Lestari, T. I. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Jasa Perbankan. Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains dan Teknologi, 3, 487–496.
- Gunawan, J. (2018). Kontroversi Strict Liability Dalam Hukum Perlindungan Konsumen. *Veritas et Justitia*, 4(2), 274–303.  
<https://doi.org/10.25123/vej.v4i2.3082>
- Indrajit, R. E. (2001). E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya. Elex Media Komputindo.
- Isnaeni. (2016). Perjanjian Jual Beli. Bandung : Refika Aditama.
- Kristiyanti, C. T. S. (2008). Hukum Perlindungan Konsumen. Sinar Grafika. Melalui Media Internet. *Jurnal Perspektif Hukum*, 2(1), 178–191.  
<https://doi.org/10.35447/jph.v2i1.343>
- Peraturan Perundang-Undangan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Raditio. (2014). Aspek Hukum Transaksi Elektronik, Perikatan, Pembuktian dan Penyelesaian Sengketa. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Renouw. D. M. E. (2016). Perlindungan Hukum E-Commerce; Perlindungan Hukum Pelaku Usaha & Konsumen E-Commerce Di Indonesia, Singapura dan Australia. Yogyakarta : Yayasan Taman Pustaka.
- Soekanto, S., & Mamudji, S. (2012). Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat. RajaGrafindo Persada.
- Susanto, H. (2008). Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan. Visimedia.
- Torong, D. C. (2021). Analisis Yuridis Wanprestasi Oleh Penjual Dalam Jual Beli
- V. B. Sitompul. (2017). Buku Mengajar Hukum Perdata. Jakarta : Pustaka Mandiri.

**Competing interests**

No conflict interest.

**Funding.**

None.

**Acknowledgements.**

Thank you to all those who have supported and helped this research.

**About the Authors**

The authors is a from Universitas AL- Azhar Indonesia