

TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA TERHADAP KONSUMEN DALAM JUAL BELI MELALUI INTERNET

Oleh : Grace Joice S. N. Rumimper¹

A. PENDAHULUAN

Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah mengatur tentang tanggung jawab pelaku usaha dalam perjanjian jual beli dengan konsumen. Pasal 24 menyatakan “Pelaku usaha yang menjual barang dan/atau jasa kepada pelaku usaha lain bertanggungjawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila : (a) pelaku usaha lain menjual kepada konsumen tanpa melakukan perubahan apapun atas barang dan/atau jasa tersebut; (b) pelaku usaha lain, di dalam transaksi jual beli tidak mengetahui adanya perubahan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha atau tidak sesuai dengan contoh, mutu, dan komposisi.² Tanggung jawab pelaku usaha ini menurut Gunawan Wijaya selalu berkaitan dengan kerugian yang dialami konsumen, termasuk dalam perjanjian jual beli didalam hukum perlindungan konsumen tanggung jawab pelaku usaha dikenal dengan istilah *product liability*.³

Perkembangannya akibat globalisasi perdagangan dunia dan kemajuan teknologi, memunculkan sistem jual beli melalui internet (*e-commerce*). *E-commerce* bukan hanya perdagangan yang dilakukan melalui media internet saja sebagaimana yang dipahami banyak orang selama ini, melainkan pula meliputi setiap aktifitas perdagangan yang dilakukan melalui atau menggunakan media elektronik lainnya. *E-commerce* pada prakteknya banyak diartikan dengan perdagangan yang dilakukan dengan menggunakan internet.

E-commerce telah diatur secara internasional dalam UNCITRAL *Model Law* artikel 1 dan 2 yang telah memberikan definisi tentang *e-commerce* yaitu perdagangan yang dilakukan menggunakan *data message electronic* sebagai medianya. Artikel 2 menyatakan bahwa *electronic message* yaitu informasi yang dibuat dan dikirim dan disimpan lewat

¹ Lulusan Pada Program Studi Ilmu Hukum Pascasarjana Universitas Sam Ratulangi Manado Tahun 2013

² Lihat Pasal 24 Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang secara khusus mengatur tentang tanggung jawab pelaku usaha atas perdagangan dan jasa. Dalam Undang - Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 tanggung jawab pelaku usaha secara khusus diatur dalam Bab VI mulai Pasal 19 s/d Pasal 29 (10 pasal). Sumber UU No. 8 Tahun 1999, Lembaran Negara Nomor 42 Tahun 1999.

³ Gunawan Wijaya., *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2000, Hal. 59.

peralatan elektronik yang mengikat bagi para pihak.⁴ Menurut *World Trade Organization* (WTO), cakupan *e-commerce* meliputi bidang produksi, pemasaran, penjualan dan pengiriman barang dan atau jasa melalui elektronik. OECD (*Organization For Economic Cooperation and Development*) menjelaskan bahwa *e-commerce* adalah transaksi berdasarkan proses dan transmisi data secara elektronik.⁵

E-commerce menghubungkan pelaku usaha, konsumen dan komunitas lainnya melalui transaksi elektronik untuk melakukan perdagangan barang, jasa dan informasi lainnya. Kondisi ini menyebabkan jarak bukan lagi hambatan dalam dunia bisnis. Perkembangan menyolok teknologi internet membuat suatu produk dapat dipasarkan secara global dalam situs *web*, sehingga setiap orang dimanapun ia dapat langsung mengakses situs tersebut untuk melakukan transaksi secara *online*.

Keunikan pengaturan tentang *e-commerce* yaitu pelaku usaha dan konsumen tidak berhubungan secara langsung dan tidak membuat kesepakatan secara langsung. Aspek ini merupakan kelemahan terutama apabila salah satu pihak melakukan wanprestasi dan mengabaikan hak-hak konsumen sebagaimana sudah diatur dalam Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1999.

Perkembangan transaksi *e-commerce* menunjukkan peningkatan tidak hanya di Negara-negara maju tetapi juga di negara-negara berkembang, khususnya Indonesia. Berdasarkan sumber dari *Goldman Sachs Investment Researh*, lembaga penelitian ini menyebutkan bahwa pada tahun 1997 tercatat di seluruh penjuru dunia US\$8 miliar jumlah transaksi di *web* dan terdapat 55.000 situs *web* komersial. Pada tahun 2002 terjadi 327 juta transaksi di *web* (terus bertambah hingga mencapai 3987 %) dan ada 100.000 situs *web* komersial.⁶

Disamping keuntungan/kelebihan yang ditawarkan tersebut diatas,*e-commerce* juga menyodorkan kerugian/kelemahan sebagai dampak negatif dari *e-commerce* itu sendiri yang merugikan konsumen. Hasil survei 12 organisasi konsumen dunia tahun 1999 menunjukkan , faktor negatif yang timbul dari bentuk perniagaan baru (*e-commerce*) yang merugikan konsumen antara lain adalah ; (1) satu dari sepuluh jenis barang tidak pernah diterima pembeli; (2) dua pembeli, masing-masing di Inggris dan Hongkong, telah menunggu 5 tahun untuk pengembalian pembayaran; (3) hampir setengah (44%) produk yang telah dipesan ternyata diterima pembeli tanpa bukti pembayaran; hampir 73% pedagang gagal memenuhi kesepakatan kontrak ;

⁴ Lihat UNCITRAL *Model-Law On Electronic Commerce* (Whit additional article 5 nos as adoped in 1998).

⁵ Ade Manan Suherman., *Aspek Hukum Dalam Ekonomi Global*, Jakarta, Ghalia Indonesia, 2002, Hal.179

⁶ *Goldman Sachs Investment Research*, yang dipublikasikan tahun 1997. Sumber Goldman Sachs Investment Research, Publishing, 1998.

lebih dari 25% penjual tidak mencantumkan alamat dan nomor telepon dan hampir 24% penjual tidak mencantumkan biaya yang jelas atas jenis barang yang telah di pesan.⁷ Data-data tersebut dari luar Indonesia tapi merupakan indikasi bahwa Undang-Undang yang ada belum dapat sepenuhnya menjamin keamanan konsumen dalam bertransaksi elektronik.

B. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan permasalahan-permasalahan dari latar belakang di atas maka dapat diidentifikasi beberapa masalah utama sebagai berikut :

1. Bagaimana proses terjadinya jual beli melalui internet?
2. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha apabila terjadi kerugian terhadap konsumen dalam jual beli melalui internet ?

C. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang akan digunakan adalah metode penelitian hukum normatif, dan tipe penelitian adalah kajian komprehensif analitis terhadap bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier. Hasil penelitian dan pembahasan akan dijabarkan secara deskriptif normatif. Penelitian hukum normatif mengkaji hukum yang dikonsepsikan sebagai norma atau kaidah yang berlaku dalam masyarakat dan menjadi acuan perilaku bagi setiap orang. Norma hukum yang berlaku itu berupa norma hukum positif tertulis terutama menyangkut pengaturan tentang perTanggung jawaban pelaku usaha dalam jual beli melalui internet baik dalam perspektif Undang - Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 tahun 1999 maupun peraturan yang menyangkut *e-commerce* lainnya.

Fokus penelitian hukum normatif adalah inventarisasi hukum positif, asas-asas, doktrin hukum, penemuan hukum dan perkara *in concreto*, sistematik hukum, taraf sinkronisasi hukum, perbandingan dan sejarah hukum.⁸ Penelitian hukum normatif mengkaji hukum tertulis dari berbagai aspek, yaitu teori, sejarah, filosofi, perbandingan, struktur dan komposisi, lingkup dan materi, konsistensi, penjelasan umum dan pasal demi pasal, formalitas dan kekuatan mengikat suatu Undang-Undang, serta bahasa hukum yang digunakan, tetapi tidak mengkaji aspek terapannya.⁹ Penelitian ini memakai cara berpikir deduktif (umum ke khusus) dan berdasarkan pada kebenaran koheren (kebenaran yang konsisten dengan kebenaran yang telah ada sebelumnya).

⁷ W.A. urnomo., *Konsumen dan Transaksi E-commerce*. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia.2000. Hal.4.

⁸ Bambang Sunggono, *Metodologi Penelitian Hukum*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1997. Hal. 83-102.

⁹ Abdulkadir Muhamad., *Hukum dan Penelitian Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung. 2004. Hal 102.

D. PEMBAHASAN

1. Proses Jual Beli Melalui Internet

Proses/transaksi jual beli yang terjadi melalui internet berbeda dengan transaksi jual beli biasa/konvensional dalam hal pelaku usaha dan konsumen bisa bertatap muka secara langsung atau tidak langsung. Transaksi lewat internet terjadi dimana penjual dan pembeli tidak saling bertatap muka hanya dengan menggunakan *digital signature* atau instrument-instrument elektronik lain sebagai alat dalam transaksi perdagangan. Biasanya para pihak yang bertransaksi lewat internet adalah pihak pengusaha yang profesional baik pelaku usaha maupun konsumen. Transaksi lewat internet dilakukan karena jarak antara kedua belah pihak jauh dan transaksi yang dilakukan cukup rumit dan memakan biaya yang cukup besar kalau dilakukan transaksi tatap muka.

Transaksi jual beli melalui internet pada dasarnya memiliki kesamaan dengan mekanisme jual beli secara konvensional. Yang berbeda adalah sistem/alat yang digunakan yang satu dilakukan secara *online*, yang satunya secara manual(*offline*). Ada pendapat dari Janus Sidabalok, transaksi jual beli ini dapat pula dibedakan dalam 3(tiga) tahapan, yaitu tahap pratransaksi, tahap transaksi (yang sesungguhnya) dan tahap purna transaksi.¹⁰

Transaksi melalui *chatting* atau *video conference* adalah seseorang dalam menawarkan sesuatu dengan model dialog interaktif melalui internet, seperti melalui telepon, *chatting* dilakukan melalui tulisan sedang *video conference* dilakukan melalui media elektronik, dimana orang dapat melihat langsung gambar dan mendengar suara pihak lain yang melakukan penawaran dengan menggunakan alat ini. Transaksi dengan menggunakan *e-mail* dapat dilakukan dengan mudah. Kedua belah pihak harus memiliki *e-mail addres*. Sebelum melakukan transaksi, pembeli sudah harus mengetahui *e-mail* yang dituju, jenis barang cara dan jumlah yang akan dibeli. Pembeli menulis nama produk, jumlah produk, alamat pengiriman dan metode pembayaran yang diinginkan. Pembeli selanjutnya akan menerima konfirmasi dari *merchant* (pelaku usaha/penjual) mengenai order barang yang dipesan.¹¹

Suatu perjanjian adalah sah apabila memenuhi ketentuan Pasal 1320 KUHPerdato. Menurut ketentuan ini sahnya perjanjian harus memenuhi empat syarat yaitu : (1) kata sepakat bagi mereka yang mengikatkan dirinya; (2) kecakapan untuk membuat suatu perikatan; (3) suatu hal tertentu; (4) suatu sebab yang halal. Eddy Damian menjelaskan akibat dari syarat pertama yang mengatur tentang kesepakatan, disyaratkan antara pihak-pihak yang mengadakan perjanjian harus mempunyai kebebasan kehendak untuk mengadakan perjanjian. Ketentuan ini jelas menunjukkan bahwa para pihak

¹⁰ Janus Sibalok., *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti,Bandung, 2010, Hal.69

¹¹ Tim Litbang Wahana Komputer, *Apa dan Bagaimana E-Commerce*, cetakan pertama, Yogyakarta, Andi, 2001, Hal. 63

yang mengadakan perjanjian tidak boleh mendapat tekanan, paksaan, kehilafan dalam bentuk apapun yang mungkin saja menyebabkan cacat bagi perwujudan kehendak tersebut.¹² Intinya adalah persesuaian kehendak para pihak yang membentuk hubungan kontraktual.¹³ Sejak itu, perjanjian (*online*) mengikat sebagai Undang-Undang bagi mereka yang membuatnya. Karena Pasal 1338 KUHPerdara menyebutkan bahwa : semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai Undang-Undang, berarti kekuatan suatu perjanjian yang dibuat secara sah sama dengan Undang-Undang.¹⁴ Juga ada alasan yang mendasar untuk mempercayai bahwa kekuatan perjanjian sama dengan Undang-Undang. Ini terbukti dari pernyataan Peter W. Young yang mengatakan bahwa *consensus facit legem* menegaskan, bahwa perjanjian adalah Undang-Undang bagi para pihak yang membuatnya.¹⁵

Perjanjian *online* terbentuk lewat proses komunikasi elektronik yang berlangsung antara pengirim¹⁶ dengan penerima¹⁷ pesan elektronik. Untuk memastikan bahwa pesan elektronik yang dikirim oleh pengirim diterima penerima, penerima harus merespon dengan mengirim pesan balasan kepada pengirim untuk memberitahukan bahwa penerima sudah menerima pesan elektronik.¹⁸ Pemberitahuan ini penting karena tanpa pemberitahuan oleh penerima, pengirim tidak dapat memastikan bahwa apakah pesan elektronik sudah diterima oleh penerima. Waktu pengiriman pesan elektronik adalah bahwa pada saat pesan elektronik masuk ke dalam sistem informasi yang pada dasarnya di luar kemampuan kontrol dari pengirim pesan. Sementara itu, waktu penerimaan pesan elektronik adalah ketika pesan tersebut masuk ke dalam sistem informasi penerima.¹⁹

Tentu saja isi pesan elektronik yang dikirim oleh pengirim kepada penerima dapat berupa suatu penawaran. Sehingga, perjanjian elektronik lahir pada detik diterimanya penawaran. Tidak diragukan lagi bahwa akibat penerimaan suatu penawaran, dapat diasumsikan bahwa sebelumnya kedua

¹² Eddy Damian., *Hukum Hak Cipta, Edisi Ketiga*, Cetakan ke-1. Bandung : Penerbit PT. Alumni, 2009 Hal. 34.

¹³ Konrad Z. Zweigert, dan Hein Kotz., 1989. *Introduction to Comparative Law*, Third Revised Edition. Oxford : Clarendon Press.

¹⁴ Subekti, *Aneka Perjanjian.*, Penerbit PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1989, Hal. 4.

¹⁵ Peter, W. Young, *The Law of Consent. The Law Book Company Limited*, 1986, Hal. 29.

¹⁶ Stephan Kinsella dan Andrew F. Simpson (ed), *Online Contract Formation*, Oceana Publikation, INC, 2004, Hal. 607.

¹⁷ Article 5 UNCITRAL Draft Convention on Elektronik Contracting, Op. Cit, Hal. 607.

¹⁸ Baca N. Stephen Kinsella dan Andrew F. Simpson, Article 8 section 1 UNCITRAL Draft Convention on Electronic Contracting, Hal. 610.

¹⁹ Uncitral Draf Convention Electronic Contracting, United Nations General Assembly A/CN.9/WG.108, 18 Desember 2003.

belah pihak telah melakukan proses tawar menawar. Akibat diterimanya suatu penawaran, Ini berarti bahwa kedua belah pihak sudah mencapai kesepakatan yang melahirkan perjanjian *online*.

Metode penawaran (*offer*) dan penerimaan (*acceptance*) memperoleh bentuknya yang lebih tegas dalam *Convention on Contract for the International Sale of Goods* (CISG). Konvensi ini diterbitkan oleh Perserikatan Bangsa-bangsa pada tanggal 11 April 1980. Uraian dalam konvensi itu penting, karena pada tanggal 15 Februari 2005, 64 (enam puluh empat) negara telah mengadopsi CISG sebagai hukum yang mengatur perdagangan internasional mereka,²⁰ sehingga ahli hukum sering juga menyebut CISG sebagai *lex mercatoria* yang lahir dalam abad ini. Bagaimanapun, karakteristik *e-commerce* membuka peluang bagi konsumen di Indonesia untuk melakukan transaksi bisnis dengan pelaku usaha yang berdomisili di negara-negara lain. Tekanan internasional ini membuat konsumen Indonesia perlu memahami ketentuan-ketentuan penting yang termaksud dalam CISG.

Transaksi jual beli melalui internet yang sudah dibuat antara pelaku usaha/penjual dan konsumen/pembeli masih harus direalisasikan, yaitu dengan pemenuhan hak dan kewajiban di antara mereka sesuai dengan isi perjanjian yang dibuat. Dalam perjanjian jual beli penjual berkewajiban untuk menyerahkan kebendaan yang dijualnya kepada pembeli dan sebaliknya pembeli membayar sejumlah harga yang disepakati. Kewajiban yang harus dilakukan oleh para pihak di dalam perjanjian itulah yang dinamakan prestasi. Jika salah satu pihak tidak memenuhi kewajibannya dengan baik sesuai dengan perjanjian, pihak tersebut dikatakan telah *wanprestasi* yang kemudian menimbulkan hak bagi pihak lawan untuk mengajukan tuntutan.²¹

2. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Melalui Internet

Tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen dalam jual beli melalui internet memang secara spesifik belum diatur baik dalam Undang - Undang Perlindungan Konsumen maupun Undang-Undang Transaksi Elektronik. Dalam Undang - Undang Perlindungan Konsumen hanya mengatur jual beli secara konvensional tradisional sedangkan Undang-Undang Transaksi Elektronik mengatur tentang transaksi elektronik pada umumnya, tidak ada penyebutan khusus untuk jual beli. Kelemahan inilah yang menjadi salah satu faktor yang mempersulit konsumen dalam menuntut pertanggungjawaban pelaku usaha dalam jual beli melalui internet jika terjadi kerugian (dalam arti luas) bagi konsumen.

²⁰ Larry A. DiMatteo (et.al)., *International Sales Law A Critical Analysis of CISG Jurisprudence*, Cambridge University Press, 2005, Hal. XI..

²¹ Janus sidabalok., *Op.Cit.* Hal.72.

Salah satu indikator dari hal ini, penulis menemukan di internet banyak pengaduan/cerita dari konsumen (dalam hal ini pembeli) tentang penipuan dan kerugian konsumen yang membeli barang melalui internet tetapi sulit bagi penulis untuk menemukan data tentang kasus - kasus jual beli melalui internet yang telah ditangani / diselesaikan oleh Lembaga Perlindungan Konsumen Indonesia ataupun oleh lembaga peradilan Indonesia.

Untuk mengisi kekosongan hukum apabila terjadi kasus wanprestasi ataupun penipuan dari pelaku usaha yang menyebabkan kerugian bagi konsumen ini, pada prinsipnya pelaku usaha tidak bisa lari dan mengabaikan tanggung jawab. Sesuai dengan kajian dari penulis, tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen dalam jual beli melalui internet secara spesifik terikat pada pertanggungjawaban kontraktual dan pertanggungjawaban produk.

Dalam tanggung gugat berdasarkan adanya *wanprestasi*, kewajiban untuk mengganti kerugian akibat penerapan klausula dalam perjanjian merupakan ketentuan hukum yang dibuat oleh kedua belah pihak. Dengan demikian bukanlah undang-undang yang menentukan pembayaran ganti rugi dan berapa besarnya ganti rugi melainkan kedua belah pihak yang menentukan semuanya dalam perjanjian. Apa yang diperjanjikan tersebut, mengikat sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Pertanggungjawaban kontraktual (*contractual liability*) adalah tanggung jawab perdata atas dasar perjanjian/kontrak dari pelaku usaha (baik barang maupun jasa) atas kerugian yang dialami konsumen. Di dalam *contractual liability* terdapat suatu perjanjian atau kontrak (hubungan langsung) antara pelaku usaha dengan konsumen.

Pasal 1320 KUHPerdata menyebutkan ada 4(empat) syarat sahnya suatu perjanjian yaitu; ²² 1) Kata sepakat antara para pihak yang membuat perjanjian artinya kesepakatan yang dibuat itu dilakukan dengan sadar tanpa paksaan, kehilafan ataupun penipuan.; 2) Kecakapan untuk melakukan tindakan hukum; 3) Hal tertentu dan ; 4) Sebab yang halal (legal). Syarat ke-1 dan ke-2 disebut sebagai syarat subjektif yang apabila tidak terpenuhi maka salah salah pihak dapat meminta pembatalan perjanjian yang telah dibuat. Syarat ke-2 dan ke-3 disebut syarat objektif yang apabila tidak terpenuhi berakibat perjanjian tersebut batal demi hukum.

Secara sekilas jika kita membaca syarat pertama tentang sahnya perjanjian, timbul pendapat bahwa *Buy.Com* bisa saja meminta pembatalan perjanjian karena unsur ketidaksengajaan dalam kesepakatan tetapi mengapa perjanjian tersebut tidak dapat dibatalkan dan pada akhirnya *Buy.Com*lah yang harus bertanggungjawab kepada konsumen atas kerugian yang terjadi. Salah satu faktor terpenting dari proses pembentukan suatu perjanjian adalah tanggung jawab prakontraktual. Menurut Larry A. DiMatteo dkk, subjek

²² Subekti.. ,*Op.Cit.*, Hal.339.

tanggung jawab prakontraktual dapat dibagi ke dalam dua bagian.²³ Pertama, adalah tanggungjawab untuk tidak menghentikan negosiasi yang didorong oleh etika buruk. Kedua, tanggungjawab untuk dapat memberi penjelasan yang rinci dan memperlihatkan seluruh dokumen informal yang diperlukan dalam tahap negosiasi. Cristina Coteanu menyebut tahap pra kontraktual sebagai elemen nontransaksional. Gagasan-gagasan nontransaksional meliputi aspek-aspek terpenting seperti : keharusan bagi produsen untuk mencantumkan informasi yang jelas dan terperinci tentang barang dan jasa, jalur distribusi dan tata cara pemesanan produk barang atau jasa dan lokasi penjual.²⁴

Karena dalam transaksi elektronik antara penjual dan pembeli tidak saling bertemu, sehingga identifikasi penjual dan juga pembeli adalah faktor esensial dalam menentukan tanggungjawab kontraktual yang muncul akibat perjanjian *online*. Sehubungan dengan kasus *Buy.Com*, pelaku usaha harus memberikan informasi yang jelas mengenai barang dan informasi lainnya sehingga kalau terjadi kesalahan data/informasi adalah tanggung jawab pelaku usaha itu sendiri.

Article 24 CISG jelas menunjukkan interpretasi perkataan '*reach*' adalah jika suatu penawaran sudah dibicarakan secara oral, dikirim kepada orang tertentu atau dikirim ke alamat domisili usaha yang menerima penawaran, alamat surat menyurat ataupun alamat tempat tinggal yang bersangkutan. Akan tetapi, jika proposal penawaran ditarik kembali sebelum diterima oleh pihak yang menerima penawaran, akibatnya penawaran itu pada dasarnya dianggap tidak efektif, meskipun pihak yang memberi penawaran telah menyatakan bahwa penawaran tersebut tidak dapat ditarik kembali.²⁵ Namun, jika pemberitahuan tentang penarikan kembali atas proposal penawaran diterima oleh yang menerima penawaran bertepatan dengan waktu diterimanya penawaran itu, berakibat penawaran tersebut juga dianggap tidak efektif. Yang penting adalah bahwa pihak yang menerima penawaran tidak dapat mengakseptasi suatu penawaran jika penawaran tidak diterima oleh yang bersangkutan meskipun ia mengetahui bahwa proposal penawaran sudah dikirim.²⁶

Sebagaimana diketahui pasal 19 yang dimaksud mengatur tanggung jawab ganti rugi, Pasal 22 tentang tanggung jawab pembuktian unsur

²³ Larry A. DiMatteo mengatakan bahwa : *The subject of precontractual liability can be divided into two areas; first, the liability for the bad faith breaking off of negotiation; second, the enforceability of representation or informal writing given during the precontractual or negotiation stage.* Larry A. DiMatteo, (et.al), Hal. 32.

²⁴ Cristina Coteanu, *Cyber Consumer Law and Unfair Trading Practices*, Ashgate, London, 2005, . Hal. 4.

²⁵ Article 15 (2); An offer, even if it is irrevocable, may be withdrawn if the withdrawal reaches the the offeree before or at the same time as the offer.

²⁶ Larry A. DiMatteo., Op.Cit. Hal. 52.

kesalahan dalam perkara pidana, dan Pasal 23 UUPK mengatur gugatan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen atau badan peradilan di tempat kedudukan konsumen, maka berdasarkan ketentuan Pasal 28 ini bahwa beban pembuktian unsur “kesalahan” dalam gugatan ganti kerugian merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha. Hal ini memberikan konsekuensi hukum bahwa pelaku usaha yang dapat membuktikan kerugian bukan merupakan kesalahannya terbebas dari tanggung jawab ganti kerugian.

Ketentuan tentang beban pembuktian dalam hukum acara perdata merupakan suatu bagian yang sangat penting dan menentukan dapat tidaknya suatu tuntutan perdata dikabulkan, karena pembebanan pembuktian yang salah oleh hakim dapat mengakibatkan seseorang yang seharusnya memenangkan perkara menjadi pihak yang kalah hanya karena tidak mampu membuktikan sesuatu yang sebenarnya menjadi haknya.²⁷ Sebagai dasar pembebanan pembuktian dalam hukum acara perdata di Indonesia, berlaku asas umum yang terdapat dalam H.I.R/283 Rbg/1865 B.W., yang menentukan bahwa “Barangsiapa yang mengaku mempunyai hak atau yang mendasarkan pada suatu peristiwa untuk menguatkan haknya itu atau menyangkal hak orang lain, harus membuktikan adanya hak atau peristiwa itu”.

Sehubungan dengan pertanggungjawaban dalam transaksi jual beli melalui internet maka pelaku usaha tetap dapat dituntut pertanggungjawaban, apalagi kalau produk yang ditransaksikan itu cacat dan merugikan konsumen. Menurut penulis ada beberapa hal yang mungkin akan menjadi kendala ketika konsumen jual beli melalui internet meminta pertanggungjawaban yaitu perbedaan/ jarak antara pelaku usaha dengan konsumen, perbedaan hukum yang dipakai jika transaksi berbeda negara, waktu ganti rugi singkat, Kelemahan UU, kurangnya pengetahuan konsumen tentang Perlindungan konsumen.

Efektifitas penegakan hukum menurut Lawrence Friedman ditentukan oleh faktor materi (isi Undang-Undang), culture (budaya) dan lembaga termasuk prosesnya. Secara materi (isi) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan Undang - Undang Perlindungan Konsumen belum secara tegas mengatur tanggung jawab pelaku usaha dalam jual beli melalui internet yang melampaui batas-batas negara yang diatur hanyalah perdagangan secara tradisional konvensional.

Begitu pula pada Undang-Undang Teknologi dan Informasi, tidak dengan khusus mengatur tentang jual beli. Faktor *culture* budaya masyarakat Indonesia yang kurang memahami tentang hak-hak sebagai konsumen dan tanggung jawab pelaku usaha yang kurang menyebabkan masalah perlindungan konsumen menjadi hal yang biasa saja. Ditambah lagi faktor lembaga seperti YLKI dan LSM yang turut mewujudkan perlindungan konsumen di Indonesia berfungsi sebagaimana mestinya.

²⁷Ahmadi Miru., *Op.Cit*, Hal.167.

E. PENUTUP

Transaksi perdagangan (jual beli) melalui media internet atau *electronic commerce* pada dasarnya memiliki kesamaan dengan mekanisme perdagangan (jual beli) biasa (konvensional). Hanya saja, yang membedakan di antara keduanya adalah dalam transaksi jual beli melalui internet (*electronic commerce*), sistem yang digunakan dalam seluruh proses transaksi dilakukan secara *online*, mulai dari penawaran produk, pembelian, sampai dengan pembayaran, sedangkan dalam transaksi biasa, seluruh proses transaksi dilakukan secara manual (*offline*).

Tanggung jawab pelaku usaha belum diatur secara spesifik dalam UU Perlindungan Konsumen dan UU Transaksi Elektronik, tetapi pada prinsipnya pelaku usaha dapat dituntut pertanggungjawaban dalam transaksi elektronik lewat pertanggungjawaban kontraktual (*contractual liability*) berkaitan dengan kerugian yang dialami oleh konsumen. Pertanggungjawaban produk (*product liability*) apabila ternyata produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha cacat dan merugikan konsumen. Pada kenyataannya tuntutan tanggung jawab terhadap pelaku usaha masih mengalami hambatan karena diterapkannya perjanjian baku dalam kontrak dan perlunya pembuktian untuk menuntut peranggung jawaban pelaku usaha dalam transaksi internet cukup panjang dan berbelit-belit.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulkadir Muhamad., *Hukum dan Penelitian Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2004.
- Ade Manan Suherman., *Aspek Hukum Dalam Ekonomi Global*, Jakarta, Galia Indonesia, 2002
- Advendi S. Elsi Kartika Sari., *Hukum dalam Ekonomi*, Grasindo, Jakarta, 2004.
- Ahmadi Miru., *Hukum Perikatan (penjelasan pasal 1233 sampai 144 BW)*, Rajawali Pers, Bandung, 2008.
- Andi Sunarto., *Seluk Beluk E-Commerce*, Gara Ilmu, Yogyakarta, 2009.
- Andrew C. Long., *Your Guide to e-commerce Law in Singapore*, (Singapore Drew , 2000.
- Arsyad Sanusi., *E-commerce : Hukum dan Solusinya*, Mizan Grafika Sarana. Bandung, 2001.
- Bajaj, Kamlesh K dan Nebjani Nag., *Electronic Commerce The Cutting Edge of Business* (New Delhi: Tata McGraw-Hill Publishign Company Limited, 2000).
- Bambang Sunggono., *Metodologi Penelitian Hukum*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1997.

- Benny L. Kass., *Consumer Activist*, Balinge Publishing Company, 1976.
- Budi Agus Riswadi., *Hukum dan Internet di Indonesia*, UII Press , Yogyakarta, 2003, Hal.62.
- Cristina Coteanu., *Cyber Consumer Law and Unfair Trading Practices*, Ashgate, London, 2005.
- David Oughton & John Lowry., *Consumer law*, Blackstone Press Limited, 1997.
- Didik M. Arief Mansur dan Elisantris Gultom., *Aspek Hukum Teknologi Informasi*, Bandung, Refika Aditama, 2005
- David A. Acker., *Consumersm, Free Pers*, New York, 1982.
- Eddy Damian., *Hukum Hak Cipta, Edisi Ketiga*, Cetakan ke-1, PT. Alumni, Bandung, 2009.
- Gunawan Wijaya., *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2000.
- Goldman Sachs Investment Research., yang dipublikasikan tahun 1997. *Sumber Goldman Sachs Investment Research, Publishing*. 1998.
- Janus Sibalok., *Hukum Perlindungan Konsumen*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2010.
- Johanes Gunawan., *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003.
- Kalakota & Whinston., *Frontiers Of Electronic Commerce (Macassachusetts California, New York; Addison Wesley)*, 2000.
- Konrad Z. Zweigert, dan Hein Kotz., 1989. *Introduction to Comparative Law*, Third Revised Edition. Oxford : Clarendon Press.
- Larry A. DiMatteo (et.al)., *International Sales Law A Critical Analysis of CISG Jurisprudence*, Cambridge University Press, 2005.
- Lauren Krohn., *Consumer Protection and the Law*, ABC-CLIO, Santa Barbara, California, 1995
- Mariam Darus Badruzaman., *Hukum Tentang Perikatan*. Penerbit Fak. Hukum USU. Medan, 1974.
- _____., *Aneka Hukum Bisnis*, Penerbit PT. Alumni, Bandung, 1994.
- Yusuf Sofie., *Pelaku Usaha, Konsumen dan Tindak Pidana Korporasi*, Galia Ilmu , Jakarta, 2002.
- Wenjing Duan, Bin Gu dan Andrew B. Whinston., *Delivering Liquidity : And Analysis of the Impact of Dealers in Electronic Markets*. Extended Abstract For Consideration in Wise 2006, School of Business, the George Washington University, McCombs School fo Business, the University of Texas at Austin, 2006.

Ziegel., *The Future of Canadian Consumersm*, dikutip oleh John Golding ,
Consumer Protection Law, The Fedration Press, 5 th edition, 1998

Perundang Undangan :

Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No.
303/MPP/Kep/10/2001 tentang pendaftaran Lembaga Perlindungan
Konsumen Swadaya Masyarakat.

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

Pasal 24 Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan
Konsumen yang secara khusus mengatur tentang tanggung jawab
pelaku usaha atas perdagangan dan jasa. Dalam Undang - Undang
Perlindungan Konsumen No. 8 tahun 1999 Tanggung jawab pelaku
usaha secara khusus diatur dalam Bab VI mulai Pasal 19 s/d Pasal 29
(10 pasal). *Sumber UU No. 8 tahun 1999, Lembaran Negara Nomor 42
tahun 1999.*

Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi
Elektronik khususnya Pasal 5 dan Pasal 6 yang mengatur tentang
Informasi Elektronik dan Dokumen Elektronik dalam transaksi dagang
dengan menggunakan internet. *Sumber : UU No. 11 tahun 2008,
Lembaran Negara No. 58 tahun 2008.*

Pasal 1365 KUHPperdata juncto Pasal 1865 KUHPperdata.

Internet :

[www. Google.usercontent.Arifandi.com](http://www.Google.usercontent.Arifandi.com). diakses tanggal 18 Oktober 2011.

[www. Applecom/legalitas/appstore/ide/terms.htm](http://www.Applecom/legalitas/appstore/ide/terms.htm). diakses tanggal 15
Oktober 2011.

[www. Translate.google.co.id](http://www.Translate.google.co.id). diakses tanggal 18 Oktober 2011.