

TANGGUNGJAWAB PENJUAL ATAS BARANG DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE*



Oleh:

KHAERUNNISA JAURA RAHMAN
040 2022 0283

SKRIPSI

Diajukan sebagai Tugas Akhir dalam rangka Penyelesaian Studi
Pada Program Studi Ilmu Hukum

FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA
MAKASSAR
2026

HALAMAN JUDUL

**TANGGUNGJAWAB PENJUAL ATAS BARANG DALAM
TRANSAKSI *E-COMMERCE***

Disusun dan diajukan oleh :

Khaerunnisa Jaura Rahman
040 2022 0283

SKRIPSI

**Skripsi Ini Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Hukum Pada Fakultas Hukum Pada
Program Studi Ilmu Hukum
Di Universitas Muslim Indonesia**

FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA
MAKASSAR
2026

PERSETUJUAN SKRIPSI

Diterangkan bahwa skripsi mahasiswa:

Nama Mahasiswa : Khaerunnisa Jaura Rahman
NIM : 040 2022 0283
Bagian : Hukum Perdata
Judul skripsi/penelitian : **Tanggungjawab Penjual Atas Barang Dalam Transaksi E-Commerce**
Dasar penetapan SK Pembimbing : 0119/H.05/FH-UMI/IX/2025

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dalam Ujian Skripsi.

Makassar,.....2026

Komisi Pembimbing,

Pembimbing I,



Prof. Dr. H. Sufirman Rahman, S.H., M.H.
NIPs. 104960616

Pembimbing II,



Dr. Hj. Anggreany Arief, S.H., M.H.
NIPs. 1974120320050120001

Mengetahui,
Ketua Bagian Hukum Perdata



Dr. Hj. Anggreany Arief, S.H., M.H.
NIPS. 1974120320050120001

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Diterangkan bahwa skripsi mahasiswa:

Nama : Khaerunnisa Jaura Rahman

NIM : 040 2022 0283

Bagian : Hukum Perdata

Judul Skripsi : **Tanggungjawab Penjual Atas Barang Dalam
Transaksi E-Commerce.**

Memenuhi syarat untuk diajukan dalam ujian skripsi sebagai ujian akhir
program studi.

Dikeluarkan di : Makassar

Pada Tanggal :

An. Dekan

Wakil Dekan I,



Dr. Andika Prawira Buana, S.H., M.H.
NIPs. 104151319

PENGESAHAN SKRIPSI

Diterangkan bahwa skripsi tersebut dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Khaerunnisa Jaura Rahman
Nim : 040 2022 0283
Bagian : Hukum Perdata
Dasar Penetapan Sk Pembimbing : 0119/H.05/FH-UMI/IX/2025
Judul Skripsi/Penelitian : Tanggungjawab Penjual Atas Barang
Dalam Transaksi *E-Commerce*.

Telah dipertahankan dihadapan Majelis Ujian Skripsi dan dinyatakan LULUS oleh:

1. Prof. Dr. H.Sufirman Rahman, SH.,MH
Ketua Pembimbing

()

2. Dr. Hj. Anggreany Arief, SH.,MH
Anggota Pembimbing

()

3. Dr. H. Rustan, SH.,MH
Penguji I

()

4. Hasanuddin Kanenu, SH.,MH
Penguji II

()



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Khaerunnisa Jaura Rahman

Stambuk : 04020220283

Program Studi : Ilmu Hukum

Bagian : Hukum Perdata

Judul : **“Tanggungjawab Penjual Atas Barang Dalam Transaksi E-Commerce”**

Dasar Penetapan : NOMOR : 0119/H.05/FH-UMI/IX/2025

SK Pembimbing

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa hasil skripsi saya ini benar merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan hasil plagiasi terhadap karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini merupakan hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi karena perbuatan tersebut.

Makassar, 02 APRIL 2026



Khaerunnisa Jaura Rahman

PENGESAHAN SKRIPSI

**TANGGUNGJAWAB PENJUAL ATAS BARANG DALAM
TRANSAKSI *E-COMMERCE***

Disusun dan diajukan oleh:

KHAERUNNISA JAURA RAHMAN

04020220283

Telah dipertahankan dihadapan panitia ujian skripsi pada program studi sarjana
Ilmu Hukum Fakultas Hukum

Universitas Muslim Indonesia

Pada.....2026

Dan dinyatakan diterima

Makassar,.....2026

Ketua


Prof. Dr. H. Sufirman Rahman, SH.MH
NIP.104960616

Anggota


Dr. Hj. Anggreany Arief, SH.MH
NIP.197412032005012001

Panitia Ujian

An. Dekan


Prof. Dr. Muhammad Rinaldy Bima, SH.MH
NIPs.104101110

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, karena dengan rahmat, taufiq dan inayah-Nya sehingga penyusunan Skripsi ini dengan judul **“Tanggungjawab Penjual Atas Barang Dalam Transaksi E-Commerce”** dapat dirampungkan sesuai dengan waktu yang direncanakan. Tak lupa penulis kirimkan salawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW sebagai teladan bagi seluruh umat manusia.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Hal tersebut tidak terlepas dari keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik, saran, serta masukan yang membangun demi perbaikan dan penyempurnaan karya ilmiah ini di masa yang akan datang.

Pada kesempatan ini, dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua tercinta, Ayahanda **Jamaluddin Rahman S.E., M.M.** dan Ibunda **Ir. Hj. Jumrah S.T** Terima kasih atas cinta yang tidak pernah habis, doa yang tidak pernah putus, serta pengorbanan yang tidak dapat terbalaskan oleh apapun. Dari ayah, penulis belajar arti keberanian, tanggung jawab, dan keteguhan dalam menghadapi kehidupan. Dari Ummi, penulis belajar arti ketulusan, kesabaran, dan kasih sayang yang selalu menjadi cahaya ketika penulis merasa lelah dan hampir menyerah. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada adik-adik tercinta,

Ahmad Alwan Rahman, Rayyan Fikri Rahman, Farid Fatur Rahman, dan Fatimah Zahra Rahman. Terima kasih karena selalu menjadi penghibur di tengah lelahnya perjalanan menyelesaikan skripsi ini. Kadang kalian membuat penulis tertawa dengan tingkah yang sederhana, kadang juga membuat penulis terharu karena dukungan kecil yang diberikan, seperti menanyakan “kapan kakak selesai skripsinya?”. Meskipun terlihat sederhana, namun perhatian itu menjadi semangat tersendiri bagi penulis untuk terus berjuang hingga sampai pada tahap ini. Kehadiran kalian mengingatkan penulis bahwa dalam setiap proses yang sulit, selalu ada keluarga yang menjadi tempat pulang dan sumber kekuatan. serta seluruh keluarga besar penulis. Pada kesempatan ini, penulis dengan penuh rasa hormat menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. **Prof. Dr. H. Hambali Thalib, S.H., M.H.,** selaku Rektor Universitas Muslim Indonesia beserta seluruh jajarannya;
2. **Prof. Dr. Muhammad Rinaldy Bima, S.H., M.H.,** selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Muslim Indonesia;
3. **Dr. Hj. Anggreany Arief, S.H., M.H.,** selaku Ketua Bagian Hukum Perdata. Fakultas Hukum Universitas Muslim Indonesia, yang telah memberikan izin, kesempatan dan fasilitas kepada Penulis selama mengikuti pendidikan Program Sarjana;
4. **Prof. Dr. H. Sufirman Rahman, S.H., M.H. dan Dr. Hj. Anggreany Arief, S.H., M.H.,** selaku Ketua dan Anggota Pembimbing, yang

memberikan bimbingan dengan penuh keseriusan, kecermatan dan kebijakan dalam memberi petunjuk-petunjuk perihal prinsip penulisan karya ilmiah kepada penulis;

5. **Dr. H. Rustan, S.H., M.Hum.** dan **Hasanuddin Kanenu, S.H., M.H.**, selaku selaku Penguji yang memberikan masukan dan saran pada ujian Seminar Proposal sampai Ujian Skripsi;
6. **Seluruh dosen, pegawai, dan staf** Fakultas Hukum Universitas Muslim Indonesia yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, atas bantuan dan pelayanan yang diberikan selama penulis menempuh pendidikan.
7. **Selviani Ismail, Andi Umairah, Sofie Hasmirandah, Dan Hania Putri** sahabat sahabat penulis yang telah memberikan dukungan , semangat , serta kebersamaan selama kuliah.
8. **Mahira Asyrafunnisa, Zahra Khaerunnisa , dan Siti Nur Asyah** sahabat masa SMA yang selalu memberikan semangat dan menjadi tempat berbagi cerita ditengah perjuangan menyelesaikan skripsi.
9. Untuk teman – teman **KKPH Pengadilan Tinggi Tata Usaha Negara Makassar**, yang telah menjadi bagian dari cerita selama perkuliahan. Terlebih ketika penulis dipercaya sebagai bendahara, yang tidak hanya belajar mengelola keuangan, tetapi juga belajar menghadapi “tagihan” kebersamaan dan tawa selama menjalani kkph.
10. Untuk “teman setia” yaitu, sepeda motor dengan nomor polisi **DD 4211 SB** yang selalu setia menemani perjalanan selama masa perkuliahan

hingga penyusunan skripsi ini. Mulai dari berangkat kuliah, pergi bimbingan, hingga pulang larut setelah mengerjakan berbagai tugas. Di bawah panas matahari maupun hujan, kendaraan sederhana ini tetap setia mengantar penulis dalam setiap langkah perjuangan. Meskipun hanya sebuah kendaraan, namun ia menjadi saksi perjalanan panjang penulis dalam menyelesaikan skripsi.

11. Terakhir, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada diri saya **Khaerunnisa Jaura Rahman** yang telah berjuang hingga sampai pada titik ini. Perjalanan menyelesaikan skripsi ini bukanlah perjalanan yang mudah. Ada banyak malam yang dilalui dengan rasa lelah, kebingungan, bahkan air mata. Ada saat-saat ketika penulis merasa ragu pada diri sendiri, merasa tidak mampu, dan hampir menyerah di tengah jalan. Namun di balik semua itu, penulis tetap berusaha untuk bangkit dan melangkah kembali. Walaupun terkadang langkah terasa berat, penulis memilih untuk tidak berhenti. Skripsi ini bukan hanya sekadar tugas akhir untuk meraih gelar sarjana, tetapi juga menjadi saksi dari proses panjang perjuangan, kesabaran, dan keteguhan hati. terima kasih karena tidak menyerah pada keadaan, karena tetap bertahan ketika semuanya terasa sulit, dan karena tetap percaya bahwa setiap perjuangan akan menemukan jalannya. Semoga perjalanan ini menjadi pengingat bahwa penulis mampu melewati banyak hal dalam hidup, dan bahwa setiap langkah kecil yang diambil

dengan penuh harapan pada akhirnya akan membawa penulis menuju masa depan yang lebih baik.

Akhirnya Penulis mengharap semoga dengan hadirnya Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu dan teknologi. Semoga Allah SWT., Senantiasa memberkati dan merahmati segala aktivitas keseharian sebagai suatu ibadah disisi-Nya. Amin.

Makassar,.....2026

Khaerunnisa Jaura Rahman

ABSTRAK

Khaerunnisa Jaura Rahman (04020210418) Fakultas Hukum Universitas Muslim Indonesia, dengan judul ***Tanggungjawab Penjual Atas Barang Dalam Transaksi E-Commerce*** dibawah bimbingan Bapak **H. Sufirman Rahman**, sebagai Ketua Pembimbing dan Ibu **Hj. Anggreany Arief**, sebagai Anggota Pembimbing.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis tanggung jawab penjual terhadap risiko kerusakan atau kehilangan barang dalam transaksi *e-commerce*, serta untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi tanggungjawab penjual terhadap risiko kerusakan atau kehilangan dalam transaksi *e-commerce* menurut perspektif hukum perdata.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan peraturan perundang- undangan, dan pendekatan konseptual dengan menggunakan bahan hukum primer,sekunder ,dan tersier.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggung jawab penjual dalam transaksi *e-commerce* merupakan tanggung jawab kontraktual yang timbul dari perjanjian jual beli antara penjual dan pembeli. Penjual wajib menyerahkan barang dalam keadaan baik dan sesuai dengan kesepakatan. Apabila barang rusak atau hilang sebelum diterima pembeli , maka penjual pada umumnya tetap bertanggung jawab memberikan ganti rugi berupa penggantian barang atau pengembalian dana. Tanggung jawab tersebut didasarkan pada ketentuan perjanjian serta diperkuat oleh Undang- Undang Perlindungan Konsumen. Faktor-faktor yang mempengaruhi tanggung jawab penjual antara lain perjanjian atau kesepakatan para pihak,peralihan risiko atas barang, keterlibatan jasa pengiriman,jenis barang yang diperjualbelikan, ketentuan *platform e-commerce* serta asas itikad baik antara penjual dan pembeli.

Rekomendasi penelitian ini meyakinkan agar penjual dalam transaksi *e-commerce* lebih memperhatikan dan melaksanakan tanggung jawab terhadap risiko kerusakan atau kehilangan barang sebelum barang diterima oleh pembeli,sehingga dapat memberikan kepastian hukum serta perlindungan yang lebih baik bagi konsumen.

Kata Kunci : Tanggung Jawab, Risiko Kerusakan, E-Commerce.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Tinjauan Umum Tentang Tanggungjawab.....	7
1. Pengertian Tanggungjawab.....	7
2. Prinsip Tanggung Jawab	8
B. Tinjauan Umum Perlindungan Konsumen	10
1. Pengertian Tentang Perlindungan Konsumen	10
2. Perlindungan Hukum.....	16
3. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) .	18
C. Tinjauan Umum Tentang <i>E-Commerce</i>	22
1. Pengertian Jual Beli	22
2. Pengertian tentang <i>E-Commerce</i>	23
3. Karakteristik dan Mekanisme <i>E-Commerce</i>	24
4. Jenis-jenis Transaksi dalam <i>E-Commerce</i>	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
A. Tipe Dan Pendekatan Penelitian	33
B. Jenis dan Sumber Bahan Hukum	34

C. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum	35
D. Analisis Bahan Hukum	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
A. Tanggung Jawab Penjual Terhadap Risiko Kerusakan atau Kehilangan Barang Dalam Transaksi <i>E-Commerce</i> . .	38
B. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tanggung jawab Penjual Terhadap Resiko Kerusakan/Kehilangan Barang Dalam Transaksi <i>E-Commerce</i>	52
BAB V PENUTUP	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia merupakan sebuah negara yang berkembang. Dalam perkembangannya negara Indonesia mengutamakan sektor ekonomi untuk dapat sejajar dengan negara-negara yang ada di dunia. Dalam memajukan sektor ekonomi ini berarti setiap perbuatan manusia harus berlandaskan hukum. Semakin pesatnya perkembangan dunia terutama dalam bidang ekonomi telah banyak membawa dampak baik positif maupun negatif bagi Negara-negara di dunia.¹

Diera digital saat ini, Jual-Beli *Online* sudah sangat pesat perkembangannya. Dirjen Aplikasi Informatika Kementerian Komunikasi dan Informasi menyampaikan bahwa Jual-Beli *Online* dapat melakukan transaksi tanpa harus ketemu langsung yang disebut model transaksi elektronik atau *e-commerce*. Transaksi elektronik ini telah diatur dalam Undang-undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang disingkat UU ITE.²

Transaksi *online* ini juga memiliki beberapa kelemahan. Dengan menggunakan transaksi *online* yang tidak mempertemukan antara yang memiliki usaha *online* dan pembeli langsung, dimana konsumen tidak bisa melihat barang secara langsung (dalam wujud sebenarnya) hal ini dapat

¹ Muhammad Amsal Sahban. *Kolaborasi Pembangunan Ekonomi di Negara Berkembang*. (Makassar, 2018). Hlm.1

² Setia Putra, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui E-Commerce" (Jurnal Ilmu Hukum. Volume 4 No. 2 Februari-Juli 2014).

menimbulkan masalah seperti tidak sesuai barang yang di foto dengan barang yang sudah sampai ditangan konsumen, tidak tepatnya waktu pengiriman barang. “ faktor keamanan transaksi *online* seperti keamanan pembayaran adalah salah satu masalah bagi masyarakat yang membeli barang *online*”.³

Dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2004 tentang Perdagangan atau disingkat UU Perdagangan, diatur tentang bagaimana cara atau memberikan pelayanan yang terbaik dari penjual untuk konsumen dan memberikan kualitas barang yang sesuai barang yang ditawarkan. Konsumen berhak memiliki perlindungan agar dapat terjaga data pribadinya, dan memastikan barang tersebut berkualitas baik.. Dalam bidang *e-commerce* juga terdapat permasalahan utama yaitu dalam memberikan perlindungan keamanan terhadap para pihak yang melakukan transaksi internet khususnya pembelian sebagai konsumen.

Untuk itu, dalam rangka menjamin keamanan didalam transaksi *electronic commerce* muncul berbagai solusi keamanan seperti *Digital Signature*, Kunci kriptografi, maupun *Secure Electronic Transaction (SET)* yang dibuat penyedia *electronic commerce* pada *website* mereka dengan tujuan untuk melindungi para konsumen. Akan tetapi, berbagai solusi keamanan tersebut tidak memberikan jaminan sepenuhnya kepada perusahaan penyedia *electronic commerce* untuk terbebas dari kerugian. Tidak ada jaminan bahwa transaksi *e-commerce* terbebas dari upaya

³ Kemenprin RI.”Peran Sector Industri Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Nasional, “(online),<http://kemenperin.go.id/artikel/5422/Peran-Sektor-Industri-Dalam-Mendorong-Perubahan-Ekonomi-Nasional/>,diakses 17 Mei 2022, 2013.

perusakan/manipulasi data tentu akan berdampak pada turunnya kepercayaan masyarakat terhadap sistem ini. Padahal dalam transaksi bisnis di era global seperti sekarang, kepastian dan keamanan merupakan salah satu pilar penopang berkembangnya aktivitas ekonomi.

sesungguhnya kemerdekaan memberikan pikiran dan kebebasan berpendapat serta tempat memperoleh informasi. Teknologi informasi dan komunikasi ditujukan untuk memajukan kesejahteraan umum, dan mencerdaskan kehidupan bangsa serta memberikan rasa aman, keadilan, dan kepastian hukum bagi pengguna dan Pemakai sistem *elektronik*

tanggungjawab dari suatu pelaku penjual *online* atas kerugian akibat kerusakan barang yang dibeli konsumen wajib dilaksanakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku termasuk pemberian ganti kerugian yang perlu diberikan kepada konsumen sebagai bentuk pertanggungjawaban pemilik/penjual *online*. Bahwa dalam penelitian yang peneliti ambil bahwa para pengusaha tidak memikul tanggung jawab terhadap barang yang mereka penjual belikan mengalami kerusakan dan tidak mengganti rugi.

Pemberian garansi juga diperlukan untuk mengurangi resiko kerugian dari konsumen dan untuk memberikan yang terbaik pada barang yang diperjual belikan tersebut. Garansi tidak hanya memberikan jaminan jangka waktu saja tetapi garansi biasa juga berupa penggantian barang yang dibeli atau atau bentuk lain senilai barang tersebut, atau berbentuk layanan perbaikan kerusakan. Garansi ini sebetulnya penting karena

dengan adanya garansi kualitas produk juga akan mempengaruhi harga jual dan minat masyarakat dalam membeli suatu produk, dapat juga meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Salah satu kekurangan utama dalam transaksi perdagangan online adalah ketiadaan pertemuan fisik antara pembeli dan penjual, di mana produk yang ditawarkan hanya direpresentasikan melalui keterangan tertulis dan gambar. Kondisi semacam ini tentunya meningkatkan risiko terjadinya kecurangan. Insiden penipuan dalam jual beli melalui platform online pun cukup sering terjadi, misalnya produk yang diterima tidak sesuai dengan visualisasi yang ditampilkan atau mengalami kerusakan saat tiba.

Dalam KUHPerdata, khususnya bagian yang berkaitan dengan cacat yang tidak terlihat, disebutkan bahwa penjual wajib memikul tanggung jawab penuh atas kerusakan semacam itu. Oleh karena itu, apabila pembeli menemukan adanya cacat tersembunyi pada barang yang dibeli, mereka memiliki dua opsi tindakan. Opsi pertama melibatkan pengembalian barang beserta penerimaan kembali dana pembelian, sedangkan opsi kedua memungkinkan pembeli untuk mempertahankan barang tersebut sambil mendapatkan ganti rugi dari pihak penjual.

Oleh karena itu, dengan berbagai pertimbangan penulis merasa tertarik dengan judul penelitian ini “Tanggungjawab Penjual Atas Barang Dalam Transaksi *E-Commerce*.”

B. Rumusan Masalah

Dari rumusan masalah diatas maka dapat dirumuskan permasalahan yang terkait dengan pembahasan penelitian ini:

1. Apakah Bentuk Tanggungjawab Penjual terhadap risiko kerusakan atau kehilangan barang dalam transaksi *E-Commerce* ?
2. Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi tanggungjawab penjual terhadap risiko kerusakan atau kehilangan barang dalam transaksi *E-Commerce* ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang ini dan permasalahan tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis tanggungjawab penjual terhadap risiko kerusakan atau kehilangan barang dalam transaksi *E-Commerce*.
2. Untuk mengetahui dan mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi tanggungjawab penjual terhadap risiko kerusakan atau kehilangan dalam transaksi *E-Commerce* menurut perspektif Hukum Perdata.

D. Manfaat Penelitian

Oleh karena itu terkait dengan penelitian ini dapat memberikan manfaat yaitu sebagai berikut:

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini ditujukan agar dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu yang diteliti dari segi teoritis, dengan kata lain hasil penelitian ini dapat menunjukkan dan dapat dijadikan sebagai

pemikiran baru untuk perkembangan ilmu khususnya perkembangan di bidang hukum dan penelitian ini juga dapat memperkuat atau melemahkan teori yang sudah diteliti sebelumnya.

2. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat memberikan masukan yang baik dan juga sebagai referensi tentang perlindungan pembeli/konsumen yang digunakan pada waktu pembeli mengalami kerugian atas barang yang dibeli mengalami kerusakan atau kehilangan.

3. Bagi peneliti

Untuk menerapkan teori yang didapatkan selama kuliah dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi dunia usaha, serta untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di bidang hukum.

4. Bagi peneliti lain

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang Tanggungjawab

1. Pengertian Tanggungjawab

Pengertian tanggungjawab adalah sikap atau perilaku untuk melakukan sesuatu dengan sungguh-sungguh dan siap menanggung risiko dan perbuatan. Tanggungjawab dalam bahasa Inggris disebut dengan "*Responsibility*" yang berarti wajib menanggung atas sesuatu yang memang seharusnya dilakukan. Tanggung Jawab dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah keadaan dimana berkewajiban menanggung segala sesuatu.⁴ Maka dari itu berkewajiban memikul serta menanggung, segala sesuatu atau memberikan pertanggung jawab serta menanggung akibatnya. Tanggung jawab juga secara definisi merupakan kesadaran tingkah laku atau perbuatan yang bersifat baik disengaja maupun tidak disengaja.

Setiap orang pada hakikatnya telah diberikan tanggung jawab, yang telah menjadi bagian dari kehidupan manusianya sebagai kodrat. Dari sifat kodrati tersebut yang berarti bahwa tanggung jawab merupakan bagian kehidupan manusia bahwa setiap manusia dan yang pasti masing-masing orang akan

⁴ KBBI,"*Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI)", (online) <https://kbbi.web.id/tanggungjawab/>diakses 17 Mei 2022), 2022.

memikul suatu tanggung jawabnya sendiri-sendiri. Tanggung jawab menurut hukum perdata berupa tanggung jawab orang terhadap perbuatan melawan hukum.

Setiap manusia memiliki tanggung jawab, tanggung jawab merupakan ciri manusia yang beradab, manusia merasa bertanggungjawab karena menyadari akibat baik atau buruk dari perbuatannya menyadari pula bahwa pihak lain memerlukan pengabdian atau pengorbanannya. Untuk memperoleh atau meningkatkan kesadaran bertanggung jawab perlu ditempuh usaha melalui pendidikan, penyuluhan, keteladanan dan takwa kepada Tuhan Yang Esa.

2. Prinsip Tanggung Jawab

Prinsip tanggung jawab adalah hal yang sangat penting dalam konsumen yang tentunya menjadi tanggung jawab bagi pengusaha. Dimana pengusaha dan pengguna jasa adanya perjanjian kerja antara pengusaha dan instruktur itu juga melahirkan tanggung jawab apabila ada pihak yang merasa dirugikan.

Prinsip tanggung jawab dibagi menjadi 4 yaitu :

1. Prinsip tanggungjawab berdasarkan unsur kesalahan (*liability based on fault*)

Prinsip tanggung jawab berdasarkan kesalahan yaitu prinsip yang cukup umum berlaku dipidana dan perdata. Didalam

KUHPerdata khususnya pasal 1365, 1366, 1367 prinsip ini merupakan prinsip yang dipegang teguh. Prinsip ini baru bisa dimintakan pertanggungjawaban apabila ada unsur kesalahan. Dalam Undang-Undang Perdata Pasal 1365 diharuskan terpenuhinya perbuatan melawan hukum antara lain :

- a. Adanya perbuatan
 - b. Adanya unsur kesalahan
 - c. Adanya kerugian yang diderita
 - d. Adanya hubungan kualitas antara kesalahan dan kerugian.
2. Prinsip praduga untuk selalu bertanggungjawab (*presumption of liability*).

Prinsip praduga untuk selalu bertanggungjawab adalah tergugat selalu dianggap bertanggungjawab sampai ada bukti bahwa tidak bersalah, jadi beban pembuktian berada di penggugat. Dalam hal ini pembuktian ada ditergugat dan beban pembuktian terbalik, yang mana dasar pemikiran teori ini adalah pembalikan beban yaitu seorang dianggap bersalah, sampai ada pembuktian bahwa dia tidak bersalah.

3. Prinsip praduga tidak selalu bertanggungjawab (*presumption of non liability*)

Prinsip ini merupakan prinsip kebalikan dari prinsip kedua. Prinsip lingkup transaksi konsumen terbatas. Dalam hal ini contohnya pada hukum pengangkutan yang mana apabila

terdapat kerusakan atau kehilangan bagasi tangan yang dibawah oleh konsumen ini merupakan tanggungjawab dari konsumen tersebut, sehingga hal ini pengusaha tidak bisa mengganti rugi atau bertanggungjawab.

4. Prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*)

Prinsip tanggungjawab mutlak atau yang biasa disebut strict liability sering diindentikan dengan tanggung jawab absolut (*absolute liability*). *Strict liability* adalah tanggung jawab yang menetapkan kesalahan tidak sebagai faktor yang menentukan. Namun dalam prinsip ini ada pengecualian yang bisa saja dibebaskan dari tanggung jawab.

B. Tinjauan Umum Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Tentang Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen yaitu keseluruhan peraturan yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalahnya dengan penyedia barang atau konsumen.⁵ Perlindungan konsumen yang diatur oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah memberdayakan konsumen memperoleh atau menentukan pilihannya atas barang dan jasa kebutuhan serta mempertahankan atau membela adanya kepastian hukum terhadap segala perolehan

⁵ AZ.Naution."Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar."(Jakarta : Diadit, 2014), hlm. 12.

kebutuhan konsumen. Kepastian hukum meliputi segala upaya berdasarkan hukum untuk hak-haknya apabila dirugikan oleh perilaku-perilaku usaha sebagai penyedia kebutuhan konsumen.

Karena posisi konsumen yang lemah maka ia harus dilindungi oleh hukum, untuk memberikan perlindungan kepada masyarakat. Hukum perlindungan konsumen bagi pembeli adalah hal yang sangat penting atau utama dalam kegiatan transaksi jual beli, karena dapat menghasilkan keamanan dan mencegah terjadinya kerugian-kerugian bagi pihak pembeli selaku konsumen. Dengan adanya hukum ini juga pembeli mendapatkan hak barang yang sesuai dengan yang dijanjikan oleh pihak penjual selaku pelaku usaha. Pembeli selaku konsumen serta penjual selaku pelaku usaha berhak untuk menerima manfaat yang bersifat tidak merugikan salah satu pihak. Keterbukaan informasi juga menjadi tolak ukur utama yang dilakukan penjual terhadap konsumen, guna mendapatkan kepercayaan maupun kenyamanan terhadap konsumen sebagai pengguna barang atau produk yang dibeli.

Perlindungan konsumen dilakukan apabila dalam suatu transaksi terdapat kesalahan dari pihak penjual yang merugikan konsumen. Hukum perlindungan konsumen merupakan salah satu bagian dari hukum konsumen yang memuat berbagai asas-asas dan kaidah-kaidah yang memiliki sifat mengatur serta melindungi kepentingan konsumen agar mereka tidak mengalami kerugian

akibat ulah produsen yang tidak bertanggung jawab atas barang dan atau jasa yang diproduksi.⁶ Perlindungan ini diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang meliputi konsumen dari praktik-praktik yang melanggar hukum yang dilakukan oleh penjual. Hukum perlindungan konsumen dibutuhkan apabila kondisi pihak-pihak yang mengadakan hubungan hukum atau bermasalah dalam masyarakat itu tidak seimbang. Pada dasarnya baik hukum konsumen maupun hukum perlindungan konsumen membicarakan hal yang sama, yaitu kepentingan hukum (hak-hak) konsumen.⁷ Perlindungan konsumen merupakan masalah yang sangat terkait dengan kepentingan manusia, sehingga menjadi harapan semua bangsa terkhusus Negara Republik Indonesia untuk mewujudkan perlindungan hukum dan jaminan kepastian hukum terhadap konsumen yang merasa dirugikan agar dapat terpenuhi hak-hak konsumen.⁸

Pembeli selaku konsumen serta penjual selaku pelaku usaha berhak untuk menerima manfaat yang bersifat tidak merugikan salah satu pihak. Keterbukaan informasi juga menjadi tolak ukur utama yang dilakukan pelaku usaha terhadap konsumen, guna

⁶ Sidharta." *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*". Ctk Kedua (edisi revisi), (Jakarta : PT. Grasindo, 2004), hlm. 12.

⁷ Az. Nasution, "*Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*". (Jakarta : Diadit, 2014), hlm.12

⁸ Eli Wuria Dew." *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*". Ctk. Kedua (edisi revisi), (Jakarta : PT. Grasindo, 2004). Hlm. 12.

mendapat kepercayaan maupun nyaman terhadap konsumen sebagai pengguna barang atau produk yang dibeli.

Oleh karena itu, penting adanya perlindungan hukum bagi konsumen. Pengaturan perlindungan konsumen yang dilakukan dengan:⁹

- a. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses dan informasi serta menjamin kepastian hukum;
- b. Melindungi kepentingan khususnya pada konsumen dan pelaku usaha;
- c. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa ;
- d. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktik-praktik usaha yang menipu dan/atau menyesatkan; dan
- e. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan, dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang- bidang perlindungan pada bidang lain.

Di dalam Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa perlindungan konsomen berdasarkan: manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen serta partisipasi hukum sebagai berikut:¹⁰

⁹ Husni Ayawali Dan Sri Imaniyati (ed). "*Hukum Perlindungan Konsumen*". (Bandung : Mandar Maju, 2000), hlm. 7.

¹⁰ Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang *Perlindungan Konsumen*.

a. Asas Manfaat

Asas ini dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha.

b. Asas Keadilan

Asas ini dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya serta melaksanakan kewajibannya secara adil.

c. Asas Keseimbangan

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan kesempatan imbang antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual.

d. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi.

e. Asas Kepastian Hukum

Asas ini dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin adanya kepastian hukum.

Asas ini menjadikan rujukan pertama baik dalam pengaturan perundang-undangan maupun dalam aktivitas yang berhubungan dengan gerakan perlindungan konsumen oleh semua pihak yang berada didalamnya.¹¹ Dengan adanya perlindungan konsumen ini juga pembeli mendapatkan hak barang sesuai dengan yang dijanjikan oleh pihak penjual selaku pelaku usaha untuk menerima manfaat yang bersifat tidak merugikan salah satu pihak. Keterbukaan informasi juga menjadi tolak ukur utama yang dilakukan pelaku usaha terhadap konsumen, guna mendapat kepercayaan maupun kenyamanan terhadap konsumen sebagai pengguna barang atau produk yang dibeli.

Salah satu Tujuan hukum perlindungan konsumen yang diatur dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebagai berikut :

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa.
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen

¹¹ Ahmad Mirun dan Sutarnan Yodo." *Hukum Perlindungan KOnsumen*". Ctk. Ke 8, (Jakarta : Raya Grafindo Persada, 2014). Hlm. 27.

- d. Menciptakan sistem perlindungan yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha untuk mengenal pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha.
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

2. Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum menurut Satjipto Rahardjo adalah memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka menikmati semua hak – hak yang diberikan oleh hukum untuk memberikan rasa aman baik pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun.¹² Fungsi hukum menurut Satjipto Raharjo adalah melindungi kepentingan seseorang dengan cara mengalokasikan suatu kekuasaan kepadanya untuk bertindak dalam rangka kepentingan tersebut. Pengalokasian kekuasaan ini dilakukan

¹² Satjipto Rahardjo. “ *Ilmu Hukum*”. (Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 2000), hlm.54.

secara terukur, dalam arti ditentukan keluasaan dan kedalamannya.¹³

Perlindungan diartikan sebagai perbuatan memberi jaminan, atau ketentraman, keamanan, kesejahteraan dan kedamaian dari perlindungan kepada yang dilindungi atas segala bahaya atau resiko yang mengancamnya.

Perlindungan secara umum berarti mengayomi sesuatu dari hal-hal yang membahayakan atau lebih bersifat *negative*, sesuatu itu bisa saja berupa kepentingan maupun benda atau barang. Selain itu perlindungan yang mengandung makna pengayoman yang diberikan oleh seseorang kepada orang yang lebih lemah. Dengan demikian, perlindungan hukum artinya dengan segala upaya pemerintah untuk menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada warga negara agar haknya sebagai seorang warga negara tidak dilanggar, dan bagi yang melanggar akan dapat dikenakan sanksi sesuai peraturan yang ada.

Bentuk perlindungan hukum yang diberikan oleh suatu negara memiliki dua sifat, yaitu bersifat pencegahan (*prohibited*) dan bersifat hukuman (*sanction*).¹⁴ Bentuk perlindungan hukum yang paling nyata adalah institusi-institusi penegak hukum seperti pengadilan, Kejaksaan, kepolisian, dan lembaga-lembaga penyelesaian sengketa diluar pengadilan (*non-litigasi*) lainnya.

¹³ Satjipto Rahardjo. " *Ilmu Hukum*". (Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 2006). Hlm. 18.

¹⁴ R. La Porta. " *Investor Protection and Corporate Governance*" *Jurnal Of Financial Economics* 58 (1 Januari), 2000.

Perlindungan yang dimaksud dengan bersifat pencegahan (*prohibited*) yaitu membuat peraturan, Sedangkan perlindungan yang dimaksud bersifat hukuman (*sanction*) yaitu menegakkan peraturan.

3. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata)

Hukum perdata adalah hukum yang mengatur hubungan antar perseorangan yang memiliki karakter mengatur dengan tujuan melindungi kepentingan individu (*individual interest*).¹⁵ Menurut Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata). Hukum memberikan perlindungan hukum kepada konsumen Indonesia terhadap produk yang cacat dan pertanggung jawabannya atas kompensasi didasarkan pada wanprestasi. Sedangkan pihak konsumen menerima barang yang mengandung unsur cacat tersembunyi maka pihak konsumen menerima barang yang mengandung unsur cacat tersembunyi maka pihak konsumen dapat meminta tanggung jawab kepada pihak pelaku usaha, sesuai Pasal 1505 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer).

Pada Pasal 1504 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata mengatakan bahwa cacat tersembunyi adalah keadaan barang yang mengakibatkan barang itu tidak dapat dipakai untuk keperluan yang dimaksudkan atau yang mengurangi daya pemakaian itu sedemikian rupa, sehingga pembeli semula tahu keadaan itu, ia

¹⁵ Tan Kamello. “ Hukum Perdata : Hukum Orang & Keluarga”. (Medan : USU Press, 2011), hlm.11.

tidak akan membeli barang itu atau membelinya dengan harga yang kurang dari harga yang telah dimufakati oleh dua belah pihak.¹⁶ Agar dapat mengetahui dasar dari cacat tersembunyi maka cacat itu harus menjadikan barang itu tidak dapat digunakan atau mengurangi kemungkinan penggunaannya. Cacat tersembunyi dapat berupa kesalahan dalam materi, sobek, patah, pecah dan rusak. Misalnya dapat juga barang yang berupa atau berbahan dasar kayu dengan kualitas yang jelek, atau besi yang jelek, Hal-hal tersebut diatas dapat dikatakan sebagai cacat tersembunyi apabila mempengaruhi penggunaan.

Hal dalam kewajiban untuk menanggung cacat tersembunyi (*verborgen gebreken, hidden defects*) dapat diterangkan bahwa si penjual diwajibkan menanggung terhadap cacat pada barang yang dijualnya yang membuat barang tersebut tidak dapat dipakai untuk keperluan yang dimaksudkan.¹⁷ Namun disini penjual tidak diwajibkan menanggung terhadap cacat yang kelihatan dan ini memang sudah sepantasnya. Kalau cacat itu kelihatan dengan kata lain, pembeli dengan mudah dapat mengetahui adanya cacat itu, dapat dianggap bahwa pembeli menerima adanya cacat tersebut.

Penjual diwajibkan menanggung terhadap cacat tersembunyi, meskipun ia sendiri tidak mengetahui adanya cacat

¹⁶ Wirjono Prodjodikoro," *Hukum Perdata Tentang Persetujuan – Persetujuan Tertentu*". (Bandung : Vorkinkvan Hoeve, 2000), hlm. 26.

¹⁷ Wirjono Prodjodikoro." *Hukum Perdata Tentang Persetujuan-Persetujuan Tertentu*." (Bandung : Vorkinkvan Hoeve, 2000), hlm. 26.

itu, kecuali jika ia dalam hal yang demikian, telah meminta diperjanjikan bahwa ia tidak diwajibkan menanggung sesuatu apapun.¹⁸ Pembeli dalam hal ini cacat tersembunyi harus dapat membuktikan bahwa :

- a. Benar-benar terjadinya adanya cacat tersembunyi pada barang atau produk yang dibelinya atau yang dikonsumsi. Dari ketentuan Pasal 1504 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, bahwa cacat itu memang sudah ada sebelum perjanjian dilaksanakan oleh kedua belah pihak . Kedua belah pihak tersebut tidak mengetahui adanya cacat itu. Apabila cacat itu kelihatan, maka pembeli dianggap menerima dengan harga yang telah disesuaikan dengan adanya cacat tersebut.
- b. Bahwa pembeli pada saat membuat perjanjian tidak mengetahui adanya cacat tersembunyi seperti apa yang telah disebutkan diatas. Dalam hal adanya cacat tersembunyi, maka cacat pada barang tersebut harus dapat dibuktikan. Pembuktian tersebut dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti keterangan ahli, dokumen pendukung, maupun fakta –fakta yang menunjukan bahwa cacat tersebut telah ada sebelum terjadinya perjanjian.

Menurut Pasal 1505 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata penjual tidak wajib menjamin cacat kelihatan karena pembeli sendiri mengetahuinya, Dalam hal yang cacat tersembunyi pada

¹⁸ Subekti. *"Hukum Perdata Tentang Persetujuan-Persetujuan Tertentu"*. (Bandung : Vorkinkvan Hoeve, 2000), hlm. 23.

benda yang dijual, menurut Pasal 1507 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata pembeli dapat memilih antara dua kemungkinan,¹⁹ :

- a. Pembeli membatalkan jual beli dengan mengembalikan benda dan menuntut pengembalian harganya. Jika pembeli memilih alternatif ini, sedangkan penjual mengetahuinya adanya cacat tersembunyi itu, maka menurut Pasal 1508 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, penjual wajib mengembalikan harga pembelian dan membayar ganti kerugian kepada pembeli. Namun jika penjual tidak mengetahuinya adanya cacat tersembunyi itu, menurut Pasal 1509 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata penjual wajib mengembalikan harga pembelian dan biaya yang telah dikeluarkan oleh pembeli.
- b. Pembeli tetap memiliki bendanya sambil menuntut pengembalian sebagian harganya. Jika pembeli memilih alternatif ini, benda yang mengandung adanya cacat tersebut, penjual wajib mengembalikan harga pembelian dan membayar ganti kerugian kepada pembeli. Tetapi jika penjual tidak mengetahui adanya cacat yang menimbulkan

¹⁹ Abdul Kadir Muhammad. “ *Hukum Perdata Tentang Persetujuan-Persetujuan Tertentu*.” (Bandung : Vorkinkvan Hoeve, 2000), hlm. 52.

kemusnahan itu, dia wajib mengembalikan harga pembelian (Pasal 1510 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata).

C. Tinjauan Umum Tentang *E-Commerce*

1. Pengertian Jual Beli

Menurut Pasal 1457 KUHPerdata, jual-beli adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan.²⁰ Pengertian jual beli memiliki dua unsur yaitu “harga” dan “barang”. Pengertian perjanjian jual beli sendiri adalah perjanjian konsensualisme yang artinya perjanjian jual-beli sudah dianggap terjadi sejak tercapainya kata sepakat para pihak (menurut Pasal 1458 KUHPerdata).²¹ Perjanjian jual-beli bersifat *obligator* yang artinya perjanjian ini baru meletakkan hak dan kewajiban kepada para pihak, belum memindahkan hak milik.

Jadi inti dari pengertian jual-beli adalah suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai sama secara sukarela diantara dua belah pihak, yang salah satunya menerima benda dan pihak lain menerimannya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan. Oleh karena itu, penerapan prinsip-prinsip dalam perjanjian jual beli harus tetap dijadikan pedoman

²⁰ Djaja S. Meliala, “*Hukum Perjanjian Khusus Jual-Beli, Sewa-Menyewa, Pinjam-Meminjam*.” (Bandung : Penerbit Nuansa Aulia, 2012).

²¹ Ibid.

utama, baik dalam transaksi konvensional maupun elektronik sehingga dapat diketahui hak dan kewajiban para pihak secara jelas

2. Pengertian tentang *E-Commerce*

Pengertian *E-Commerce* adalah segala bentuk transaksi perdagangan atau perniagaan barang atau jasa dengan menggunakan *media elektronik*. Dalam perekonomian dunia sekarang memasuki babak baru yang lebih populer salah satunya yang lebih menarik dan banyak disukai oleh banyak orang adalah *digital economic* atau *ekonomi digital*.

Perdagangan merupakan salah satu tempat yang memanfaatkan media komunikasi sebagai tempat jual-beli yang disebut perdagangan elektronik, semakin banyak mengandalkan perdagangan elektronik atau *electronic commerce (e-commerce)* sebagai media transaksi.²²

Ada beberapa sebutan untuk *E-Commerce* yaitu *internet Commerce* atau *Ecom* atau *E-Commerce* atau *Immerce*, yang pada dasarnya semua relevan diatas mempunyai makna yang sama. *E-Commerce* juga berarti pemasangan iklan, penjualan dan dukungan dan pelayanan yang terbaik menggunakan sebuah *web shop* 24 jam

Adapun beberapa dokumen yang tidak dapat menggunakan informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik, seperti yang

²² Richardus Eko Indrajit. " *E-Commrtce: Kita Dan Strategi Bisnis Di Dunia Maya.*" (PT. Elex Media Komputindo, 2001), hlm. 21.

disebut dalam Pasal 5 ayat (4) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Definisi dari *E-Commerce* menurut Kalakota dan Whinston dapat ditinjau dalam 4 perspektif berikut:

- a. Dari perspektif komunikasi, *E-Commerce* adalah pengiriman barang, layanan, informasi, atau pembayaran melalui jaringan *computer* atau melalui peralatan elektronik lainnya.
- b. Dari perspektif proses bisnis, *E-Commerce* adalah aplikasi dari teknologi yang menuju otomatisasi dari transaksi bisnis dan aliran kerja.
- c. Dari perspektif layanan, *E-Commerce* merupakan suatu alat yang memenuhi keinginan perusahaan, konsumen, dan manajemen untuk memangkas biaya layanan (*service cost*) ketika meningkatkan kualitas barang dan meningkatkan kecepatan layanan pengiriman.
- d. Dari perspektif *online*, *E-Commerce* menyediakan kemampuan untuk membeli dan menjual barang ataupun informasi melalui *internet* dan sarana *online* lainnya.²³

3. Karakteristik dan Mekanisme *E-Commerce*

E-Commerce merupakan transaksi yang memiliki beberapa perbedaan dengan perdagangan konvensional biasa. Transaksi *e-commerce* memiliki hubungan antar pihak *e-merchant* dan pihak *e-*

²³ Tim E-Commerce, co. id". *Definisi, Tujuan, Jenis dan Manfaat E-Commerce*," *E-Commerce, co, id Last modified, www, ecommerce,co,id*.

commerce yang dimana pada umumnya berlangsung secara *poperless transaction*. Sedangkan dokumen yang digunakan dalam transaksi tersebut bukanlah paper dokumet melainkan dokumen elektronik (*digital document*).²⁴ Karakteristik *e-commerce* yang membedakannya dengan transaksi perdagangan biasa adalah.²⁵

a. Transaksi tanpa batas

Sebelum era internet, batas-batas geografi menjadi penghalang suatu perusahaan atau individu yang ingin *go international*. Sehingga hanya perusahaan atau individu yang memiliki modal besar yang dapat memasarkan produknya keluar negeri. Dewasa ini, dengan adanya internet, perusahaan kecil atau menengah dapat memasarkan barangnya ke luar negeri dengan hanya membuat *website* atau memajang iklan-iklannya di *internet* tanpa batas waktu (24 jam), maka pelanggan dari seluruh dunia dapat mengaksesnya dan melakukan transaksi secara *online*.²⁶

b. Transaksi bersifat anonim

Para penjual dan pembeli dalam transaksi *e-commerce* tidak harus bertemu muka secara langsung satu sama lainnya. Bahkan penjual tidak memerlukan sama pembeli, selama

²⁴ M. Arsyad Sanusi. "E-Commerce (Hukum Solusinya)" . (Jakarta : PT. Mitra Grafika Sarana, 2001).

²⁵ Shabur Miftah Maulana. "Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjual Online," Jurnal Administrasi Bisnis 29 (2016).

²⁶ Ibid. hlm. 68.

pembayarannya telah diotorisasi oleh penyedia layanan yang ditentukan, biasanya pembayaran dilakukan dengan menggunakan kartu kredit atau *transfer via bank*.²⁷

c. Produk yang diperdagangkan

Produk yang diperdagangkan melalui *internet* berupa produk digital maupun non *digital*, barang berwujud maupun tak berwujud, dan barang bergerak.

Adapun tahapan mekanisme transaksi *e-commerce* dapat diurutkan sebagai berikut.²⁸

1. *Find it*

Pada tahap ini pembeli bisa mengetahui dengan pasti dan mudah jenis barang yang diinginkan. Ada beberapa metode yang dapat dilakukan yaitu *metode search* dan *metode broser*. Dengan *metode search*, pembeli bisa menemukan tipe barang yang dikehendaki dengan memasukkan kata kunci barang yang diinginkan pada kotak *search*. Sedangkan metode browser menyediakan menu-menu yang terdiri atas jenis barang yang disediakan.²⁹

2. *Explore it*

Setelah memiliki jenis barang tertentu yang diinginkan, maka ditemukan keterangan mengenai barang dipilih, yang terdiri dari informasi penting tentang produk yang ingin dibeli. Nilai

²⁷ Ibid, hlm. 69.

²⁸ Mahir Perdana, "Klasifikasi E-Commerce di Indonesia". Jurnal MODUS 27 (2015).

²⁹ Ibid

barang yang diperoleh dari pembeli sebelumnya mengenai keadaan produk yang apakah mengecewakan atau tidak, spesifikasi dan hal lain yang berhubungan dengan barang yang ingin dibeli tersebut. Jika barang yang dilihat sudah cocok, maka transaksi siap untuk dilakukan.³⁰

3. *Select it*

Seperti layaknya toko yang nyata, shopping cart akan menyimpan terlebih dahulu barang yang diinginkan sampai *check out*. Dalam *shopping cart* dapat melakukan proses *check out*, menghapus atau menyimpan daftar belanja.³¹

4. *Buy it*

Setelah melakukan *check out* dan mengisi formulir yang telah disediakan oleh pihak *e-merchant*, tahap selanjutnya dilakukan proses transaksi pembayaran oleh konsumen. Pihak *e-merchant* tidak akan menarik pembayaran pada kartu kredit sampai proses perintah pengiriman diselesaikan. Pada saat proses pembayaran melibatkan pihak bank sebagai perantara pihak-pihak yaitu *acquiring merchant* dan *issuing customer*, bank untuk dan atas nama *e-customer* yang melakukan pembayaran atas harga barang kepada *acquiring merchant bank* yang ditujukan kepada *e-merchant*.³²

³⁰ Ibid. hlm.64.

³¹ Ibid.

³² Ibid.

5. *Ship it*

Setelah proses transaksi selesai, pihak *e-merchant* mengirim *email* konfirmasi pembelian dan email lain yang akan memberitahukan status pengiriman barang yang dilakukan. *Toko online* juga menyediakan *account* kepada pelanggan, sama halnya dengan memasuki mailbox pada layanan fasilitas email gratis, sehingga pembeli dapat mengetahui *status order* pada *account* yang telah disediakan.³³

4. Jenis-jenis Transaksi dalam *E-Commerce*

E-Commerce dapat diklasifikasikan dalam beberapa jenis. Dalam perkembangan perdagangan membutuhkan pertemuan secara langsung antara para pelaku usaha. Jenis-jenis transaksi dalam *e-commerce* meliputi 3 sisi, yaitu.³⁴

a. *Business to Business* (B2B)

Merupakan sistem komunikasi bisnis antara pelaku bisnis atau dengan kata lain secara elektronik antar perusahaan yang dilakukan secara rutin dan dalam kapasitas atau volume produk yang besar. Aktivitas *e-commerce* dalam ruang lingkup ini ditujukan untuk menunjang kegiatan para pelaku bisnis itu sendiri.

³³ Ibid.

³⁴ Abul Halim Barkatullah, " *Bisnis E-Commerce. (Studi Sistem Keamanan Dan Hukum Di Indonesia)* (Yogyakarta Pustaka Pelajar, 2005), hlm. 12.

Karakteristik yang umum dalam lingkup B2B adalah :

1. *Trading Partners* yang sudah saling mengetahui dan antara mereka sudah saling mengetahui dan sudah terjalin hubungan yang berlangsung cukup lama. Pertukaran informasi berlangsung diantara mereka dan arena sudah sangat mengenal, maka pertukaran informasi dilakukan atas dasar kebutuhan dan kepercayaan:
2. Pertukaran yang dilakukan secara berulang-ulang dan berkala format data yang telah disepakati. Jadi, *service* yang digunakan antara kedua sistem tersebut sama dan menggunakan standar yang sama pula. Salah satu pelaku tidak harus menunggu *partners* mereka lainnya untuk mengirimkan data:
3. Model yang umumnya digunakan adalah *peer to peer* atau dari satu titik ke titik lainnya, dimana *processing intelligence* dapat di distribusikan oleh kedua pelaku bisnis.”³⁵

b. *Business to Consumer* (B2C)

Bisnis ke konsumen merupakan suatu transaksi yang dilakukan oleh pelaku usaha dan pihak konsumen untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu pula. Produk yang diperjual belikan dalam transaksi ini merupakan produk barang dan jasa baik dalam bentuk berwujud

³⁵ Ibid. ham. 25.

maupun dalam bentuk elektronik yang siap untuk digunakan. Perkembangan transaksi ini tidak hanya membawa keuntungan pada pelaku usaha saja, melainkan pihak konsumen juga mendapat keuntungan yang sama, meskipun penyimpangan di dunia maya kemungkinan dapat terjadi.

Karakteristik dari transaksi B2C adalah :

1. Terbuka untuk umum, dimana informasi disebarkan secara umum
2. *Service* yang diberikan juga bersifat umum sehingga mekanisme dapat digunakan oleh banyak orang.
3. *Service* yang diberikan adalah berdasarkan permintaan. Konsumen berinisiatif sedangkan produsen harus merespon terhadap inisiatif konsumen tersebut.
4. Sering dilakukan pendekatan *client-server* dimana konsumen berada di pihak *client* menggunakan sistem yang muncul berbasis *website* dan penyediaan barang dan jasa (*business procedur*) berada pada pihak *server*. Pelayanan yang diberikan dalam transaksi ini berdasarkan pada permintaan konsumen. Masalah perlindungan konsumen dalam lingkup ini adalah produk yang diperjual belikan merupakan barang dan jasa yang siap dikonsumsi. Jenis perjanjian dalam metode ini pada umumnya merupakan perjanjian *online* yang

telah berbentuk perjanjian dan ditawarkan kepada pihak umum dalam bentuk *take it or leave it contract*.

c. *Consumer to Consumer (C2C)*

Konsumen ke konsumen merupakan transaksi bisnis elektronik yang dilakukan antar pihak konsumen dengan konsumen untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu juga. Ruang lingkup C2C ini bersifat lebih khusus karena transaksi dilakukan oleh konsumen dengan konsumen yang memerlukan transaksi melalui internet sebagai sarana tukar menukar informasi tentang produk, harga maupun kualitas dan pelayanannya. Para *customer* dapat membentuk komunitas sebagai pengguna atau penggemar produk untuk memberikan penilaian terhadap pelayanan suatu perusahaan sehingga *customer* memiliki kedudukan/posisi tawar yang tinggi.”³⁶

Pada prakteknya, model transaksi yang banyak dipakai oleh konsumen sampai saat ini adalah model B2B dan B2C. Berbeda dengan B2C yang umumnya menggunakan jaringan terbuka sehingga informasi dapat disebarkan kemasyarakat umum. B2B memiliki ciri-ciri yang berbeda hanya di pertukarkan melalui mitra bisnisnya saja, meskipun dilakukan menggunakan media internet juga. Dengan melihat ciri dan karakteristik dari model transaksi *e-commerce*, jika pelaku bisnis mampu

³⁶ Ibid, hlm. 59.

mengoptimalkan kemampun dalam transaksi akan mendapatkan keuntungan yang besar.”³⁷

Sebagai penutup, baik model B2B maupun B2C dalam transaksi e-commerce pada dasarnya memiliki tujuan yang sama, yaitu mempermudah proses jual beli secara digital. Perbedaannya hanya terletak pada pihak yang terlibat dan skala transaksinya, namun keduanya tetap memberikan kontribusi.

³⁷ *Ibid, hlm. 61.*

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Dan Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang dipergunakan ialah yuridis normatif. Pendekatan yuridis normatif yakni penelitian hukum yang dijalankan dengan menelaah bahan kepustakaan ataupun data sekunder selaku bahan dasar guna diteliti dengan menjalankan penyelidikan pada sejumlah literatur dan yang peraturan yang berkaitan pada masalah yang diteliti.³⁸ Spesifikasi pada penelitian berikut berjenis deskriptif analitis, artinya penulis ingin mendeskripsikan Tanggung Jawab Penjual atau Pelaku Usaha terhadap Pembeli/Konsumen yang menderita kerugian pada transaksi Jual Beli melalui *E-Commerce* menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (*UU ITE*). Adapun yang menjadi objek penelitian pada penulisan hukum berikut ialah semua informasi yang berhubungan dengan pengaturan tanggung jawab penjual/pelaku usaha kepada pembeli/konsumen pada kasus transaksi *E-Commerce*. Dengan menggunakan pendekatan yuridis normatif ini, penelitian diharap mampu mengidentifikasi dan menjelaskan secara komprehensif bagaimana bentuk tanggung jawab

³⁸ Soerjono Soekanto, "Penelitian Hukum Normal." (Jakarta : Raja Grafindo Perkasa, 2006). Hlm. 30.

hukum penjual dalam transaksi *E-Commerce*, serta menilai sejauh mana regulasi yang telah ada mampu memberikan perlindungan hukum yang efektif bagi konsumen.

B. Jenis dan Sumber Bahan Hukum

Dalam penelitian hukum normatif, bahan hukum memiliki peranan yang sangat penting karena menjadi dasar utama dalam melakukan analisis terhadap permasalahan hukum yang diteliti. Penelitian ini menggunakan tiga jenis bahan hukum, yaitu bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier, yang saling berkaitan dan mendukung dalam mencapai hasil analisis yang komprehensif.

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang memiliki kekuatan mengikat secara langsung karena bersumber dari peraturan perundang-undangan dan ketentuan hukum yang berlaku. Dalam penelitian ini, bahan hukum primer meliputi Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), serta Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) beserta perubahannya.

Selanjutnya, bahan hukum sekunder digunakan untuk memberikan penjelasan, komentar, dan interpretasi terhadap bahan hukum primer. Bahan hukum sekunder dalam penelitian ini mencakup

buku-buku hukum yang relevan, artikel ilmiah, jurnal hukum, hasil penelitian, karya ilmiah seperti skripsi, tesis, dan disertasi, laporan lembaga seperti Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) serta Kementerian Perdagangan, dan pendapat para ahli hukum yang berkompeten di bidang perlindungan konsumen. Selain itu, bahan hukum tersier dalam penelitian ini berupa kamus hukum, kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), ensiklopedia hukum, serta sumber daring resmi seperti Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum.

C. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Teknik pengumpulan bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan (*library research*). Studi kepustakaan merupakan metode utama dalam penelitian hukum normatif karena berfokus pada kegiatan menelaah dan menganalisis bahan-bahan hukum yang bersifat tertulis. Melalui teknik ini, peneliti mengumpulkan data dari berbagai sumber literatur yang relevan dengan permasalahan hukum yang dikaji, khususnya yang berkaitan dengan tanggung jawab penjual atas barang dalam transaksi *E-Commerce*.

Pengumpulan bahan hukum dilakukan dengan cara menelusuri berbagai peraturan perundang-undangan, doktrin hukum, hasil penelitian terdahulu, artikel ilmiah, serta sumber-sumber hukum lainnya yang berhubungan dengan topik penelitian. Proses ini dilakukan secara sistematis dengan tujuan memperoleh data hukum

yang akurat, valid, dan relevan. Peneliti terlebih dahulu melakukan inventarisasi bahan hukum, kemudian mengklasifikasikan bahan tersebut berdasarkan jenisnya, yaitu bahan hukum primer, sekunder, dan tersier.

Tahapan selanjutnya adalah setiap bahan hukum dicatat dengan cermat sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah agar memudahkan proses pengutipan dan analisis. Teknik ini juga melibatkan penelusuran terhadap literatur digital melalui berbagai sumber resmi. Melalui teknik pengumpulan bahan hukum ini, peneliti dapat memperoleh dasar hukum yang kuat untuk menjawab permasalahan penelitian, menelaah penerapan hukum positif di Indonesia, serta menguraikan secara mendalam bagaimana bentuk dan pelaksanaan tanggung jawab hukum penjual terhadap pembeli dalam transaksi *E-Commerce*. Melalui teknik pengumpulan bahan hukum tersebut, peneliti dapat memperoleh dasar hukum yang kuat, lengkap, dan komprehensif untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

D. Analisis Bahan Hukum

Analisis bahan hukum dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis kualitatif. Metode ini dipilih karena sesuai dengan karakteristik penelitian hukum normatif yang tidak berorientasi pada angka atau data kuantitatif, melainkan pada pemahaman mendalam terhadap norma-norma hukum, asas hukum,

dan teori-teori yang berlaku dalam sistem hukum Indonesia. Melalui analisis kualitatif, peneliti berupaya menguraikan, menafsirkan, dan menilai hubungan antara ketentuan hukum yang terdapat dalam berbagai peraturan perundang-undangan, serta teori hukum yang relevan dengan tanggung jawab penjual atas barang dalam transaksi *E-Commerce*.

Analisis ini dilakukan dengan menafsirkan makna hukum yang menjadi dasar hukum transaksi elektronik, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) beserta peraturan pelaksanaannya. Seluruh bahan hukum dikumpulkan kemudian diolah secara sistematis dengan mengkaji kesesuaian antara teori hukum dan penerapannya sehingga dapat diperoleh pemahaman mengenai tanggung jawab hukum penjual terhadap pembeli dalam transaksi *E-Commerce*.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Tanggung Jawab Penjual Terhadap Risiko Kerusakan atau Kehilangan Barang Dalam Transaksi *E-Commerce*.

Dalam era digital yang semakin maju, transaksi jual beli secara *online* telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat Indonesia. Namun, seiring dengan kemudahan yang ditawarkan, muncul berbagai tantangan terkait perlindungan konsumen, khususnya mengenai tanggung jawab penjual terhadap barang yang rusak atau kehilangan. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjadi landasan hukum utama yang mengatur hal ini.³⁹

Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) memberikan perlindungan komprehensif bagi konsumen, termasuk dalam transaksi *e-commerce*. Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) menyatakan bahwa konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Selain itu, konsumen berhak mendapatkan informasi yang benar dan jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan /atau jasa tersebut. Hak-hak ini menjadi dasar bagi konsumen untuk menuntut pertanggungjawaban penjual apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Dalam konteks transaksi *online*,

³⁹ Winarti Putri, E. O. Transformasi Kontrak Dalam Era Digital : Tantangan Hukum Bisnis Dalam Transaksi Elektronik di Bisnis Sewa Kebaya online. (2024) (Skripsi, Universitas Islam Sultan Agung Semarang). (Diakses 7 Januari 2025).

dimana konsumen tidak dapat memeriksa barang secara fisik sebelum membeli, informasi yang akurat dari penjual menjadi krusial. Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) mewajibkan pelaku usaha untuk beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, serta menjelaskan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan barang dan/atau jasa tersebut.

Kewajiban ini menegaskan bahwa penjual harus memberikan deskripsi produk yang akurat dan tidak menyesatkan. Apabila terjadi kerusakan atau cacat pada barang yang diterima konsumen, Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) menetapkan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerugian yang diderita konsumen. Ganti rugi tersebut dapat berupa pengembalian uang, penggantian barang, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan sesuai dengan kerugian yang diderita konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa penjual memiliki tanggung jawab penuh atas produk yang dijualnya, termasuk dalam transaksi online.⁴⁰

Definisi dari jual beli dituangkan pada buku ketiga KUH Perdata mengenai perikatan tepatnya pada Pasal 1457 yakni suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk

⁴⁰ Fadhly, F. *Ganti Rugi sebagai Perlindungan hukum bagi konsumen akibat produk cacat*. Arena Hukum. (2016) (Diakses 7 Januari 2025).

menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah disepakati sebagai imbalan perolehan hak milik.⁴¹ Jual beli dinilai sah jika para pihak mencapai kata sepakat. Sayangnya, KUH Perdata hanya mengatur mengenai jual beli secara konvensional serta secara umum, KUH Perdata belum mengatur mengenai jual beli secara online. Menjawab persoalan ini pemerintah menerbitkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Secara keseluruhan, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, mengatur mengenai 2 hal antara lain informasi serta transaksi elektronik juga pengaturan terkait perbuatan yang dilarang pada transaksi elektronik. Tahun 2014 tentang Perdagangan di Pasal 1 angka 24 yang menyebutkan bahwa : perdagangan melalui sistem elektronik adalah perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik. Kemudian di Pasal 5 ayat 1 dinyatakan bahwa, setiap pelaku usaha yang memperdagangkan barang dan jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data dan informasi secara lengkap dan benar. Kontrak elektronik sangatlah membantu proses transaksi elektronik supaya dapat berjalan dengan baik serta benar.

Persetujuan konsumen dalam membeli barang secara online melalui mengklik persetujuan terhadap transaksi ialah wujud tindakan

⁴¹ Subekti, R, *Aneka Perjanjian*. (1995). Bandung ; PT. Citra Aditya Bankti.

penerimaan yang menyatakan persetujuan pada kesepakatan transaksi elektronik. Tindakan penerimaan itu umumnya didahului pernyataan persetujuan terhadap syarat serta ketentuan jual beli secara *online* yang bisa juga disebut selaku salah satu wujud Kontrak Elektronik. Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa konsumen memiliki hak sebagai konsumen antara lain hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta menerima barang dan jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi sesuai yang diperjanjikan, hak atas informasi yang benar, jelas serta jujur terkait kondisi barang dan jasa, hak untuk memperoleh kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian jika barang dan jasa yang diterima tidak sesuai dengan yang diperjanjikan. Untuk menjamin hal tersebut, perlu diupayakan adanya perlindungan hukum untuk para pihak agar para pihak terutama konsumen merasa aman melakukan jual beli elektronik.⁴²

Secara khusus dinyatakan di Pasal 20 ayat 1 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, bahwa kecuali ditentukan lain oleh pihak, transaksi elektronik terjadi pada saat penawaran transaksi yang dikirim pengirim telah diterima dan disetujui penerima. Kemudian di Pasal 20 ayat 2 ditentukan juga, persetujuan terhadap penawaran transaksi elektronik tersebut haruslah dilakukan dengan pernyataan penerima secara elektronik. Syarat sahnya kontrak elektronik dimuat di

⁴² Muhammad Amsal Sahban. Hukum Perjanjian. (2010), Bandung : PT Alumni.

Pasal 52 Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Kemudian Pasal 53 ayat 1, pada Kontrak Elektronik itu sendiri sedikitnya haruslah dimuat sejumlah hal berikut :

1. Identitas para pihak
2. Detail barang dan jasa yang disepakati
3. Legalitas barang dan jasa
4. Nilai transaksi perdagangan
5. Syarat serta jangka waktu pembayaran
6. Tahapan operasional pengiriman barang dan jasa
7. Tahapan pengembalian barang dan jasa dalam hal ini muncul ketidaksesuaian antara barang dan jasa yang diterima dengan yang diperjanjikan
8. Tahapan saat adanya pembatalan oleh para pihak, dan
9. Alternatif hukum penyelesaian Transaksi Elektronik.

Melalui Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan/atau Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dapat menjadi dasar hukum guna mengatur transaksi elektronik serta semua hal yang berhubungan dengan dunia internet.⁴³

Tiap kontrak jual beli ataupun bentuk kontrak lainnya mempunyai 3 (tiga) rangkaian implementasi yang dimulai dari tahap

⁴³ Wirjono Prodjodikoro. Asas-Asas Hukum Perjanjian. (2000). Bandung : Mandar Maju.

pra contractual yakni terdapat penawaran serta penerimaan, tahap *contractual* yakni terdapat penyesuaian pernyataan antara pihak , serta tahap “*post contractual*” yakni pelaksanaan perjanjian. Hal ini penting sebelum mencapai kesepakatan ialah tahap pra kontrak yakni terdapat penawaran jual serta penerimaa beli diantara para pihak.⁴⁴ Pra kontrak pada transaksi *e-commerce* yakni penawaran yang dilakukan penjual, misalnya penjual hanya harus menempatkan pelayanan atau katalognya yang ditampilkan di situs tersebut, lalu calon pembeli akan menemukannya dari *searh engine*. Seluruh informasi tentang produk yang ditawarkan sudah tercantumkan misalnya harga, spesifikasi barang serta menu produk lain yang berhubungan.⁴⁵

Pelaku usaha berkewajiban dalam memberi informasi yang benar serta jujur tenang produk yang ditawarkan sebagaimana sudah di atur di Pasal 9 UUTE menyatakan, pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Pembeli juga diberi kebebasan dalam menanyakan lebih lanjut ketersediaan maupun spesifikasi produk ke penjual melalui *fitur online chat* ataupun *e-mail*. Apabila pembeli tertarik, sebelum produk tersebut dibayar produk yang akan dibeli dapat dimasukkan ke *shopping cart* atau sejenis keranjang belanja *online* seperti di swalayan. Sebelum akhirnya mengakhiri transaksi

⁴⁴ ibid

⁴⁵ Ibid

atau *final order*, pembeli diberi waktu mengisi form pemesanan yang berisikan informasi produk, mekanisme pembayaran, serta alamat pengiriman. Sesudah mengisi form pemesanan, ketika itu juga pembeli dinilai sudah menyetujui semua ketentuan jual beli tersebut. Kemudian dari sana timbul kewajiban pembeli guna membayarkan produk yang sudah dipesan.

Model pembayaran pada dunia *E-Commerce* cukup beragam, dapat melalui pembayaran langsung ketika barang terkirim atau *Cash On Delivery* (COD), mempergunakan internet banking, ATM, kartu kredit, dan lain-lainnya. Sejak pembayaran terkonfirmasi, disanalah timbul kewajiban penjual guna mengirim barang ke pembeli mempergunakan jasa pengiriman. Biaya pengiriman dapat ditanggung penjual atau pembeli, menurut kesepakatan para pihak. Selain pengaturan transaksi elektronik, ada juga pengaturan tentang sejumlah hak dan kewajiban para pihak. Dikarenakan di tiap transaksi jual beli selalu melibatkan banyak pihak. Umumnya di kenal 4 jenis hak dasar konsumen, yakni Hak memperoleh keamanan, informasi, memilih, serta hak untuk didengar.⁴⁶ Para pihak dalam transaksi jual beli *online* diantaranya :

- a. Penjual (pelaku usaha) ialah pihak yang menawarkan dan menjual barang/jasa melalui sistem elektronik.

⁴⁶Kristianti, C,T,S, *Hukum Perlindungan Konsumen*(4th,ed). (2014). Jakarta : Sinar Grafika.

- b. Pembeli (konsumen) ialah setiap orang yang oleh Undang-Undang tak dilarang menerima penawaran serta menjalankan transaksi jual beli produk yang diberikan penjual.
- c. Bank ialah pihak yang menghubungkan antara penjual serta pembeli dalam hal pembayaran barang yang ditransaksikan dikarenakan penjual serta pembeli ada di daerah yang berbeda.
- d. Penyelenggara Sistem Elektronik (marketplace/platform) ialah pihak yang menyediakan aplikasi atau website yang mempertemukan penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi secara online. Contohnya: Shopee, Tokopedia, Lazada, dll.
- e. Jasa Pengiriman (Ekspedisi) adalah pihak yang bertugas mengantarkan barang dari penjual kepada pembeli dalam transaksi online. Contohnya: JNE, J&T, Pos Indonesia, dll.

Transaksi *E-Commerce* memberikan kecepatan, kenyamanan serta kepraktisan bertransaksi bagi masyarakat yang menjadi nilai tambah konsumen. Tetapi dilain sisi, hak konsumen masih seringkali diabaikan pelaku usaha. Dikarenakan, banyak konsumen yang tak menyadari haknya sendiri karena kurang ataupun bahkan tak sampainya informasi tentang hak konsumen menyebabkan konsumen ada diposisi yang lemah serta rentan terhadap tipu daya penjual. Sehingga konsumen haruslah mencari tahu hak yang dimilikinya atau didapatkannya berdasarkan hukum yang berkaitan pada transaksi *E-Commerce*. Kasus wanprestasi yang dijalankan pelaku usaha

seringkali muncul di *E-Commerce* dikarenakan jual beli *online* tak menyertakan pertemuan secara langsung antara sejumlah pihak. Terkait dengan hal itu, lebih banyak diatur perlindungan yang diberikan ke konsumen dibanding pelaku usaha, hal tersebut karena konsumen selalu ada pada posisi lemah sehingga berhubungan dengan perlindungan konsumen, bentuk nyata perlindungan hukum yang diberikan pemerintah guna melindungi sejumlah hak konsumen tertuang di Undang- Undang Perlindungan Konsumen jelasnya ada di Pasal 4. Di lain sisi, kewajiban pelaku usaha menurut pasal 7 Undang- Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) diantaranya memberi informasi yang jelas, benar, serta jujur terkait kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan kompensasi, penggunaan, ganti rugi dan penggantian jika barang dan/atau jasa yang diterima atau digunakan tak sesuai dengan perjanjian.⁴⁷

Aturan lain tentang perlindungan hukum yang diberikan konsumen ada di dalam dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2009 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik . Pasal 13 ayat 1 Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik menyatakan, dalam setiap perdagangan melalui sistem elektronik pelaku usaha wajib menyampaikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan terhadap barang dan jasa yang diperdagangkan termasuk sistem elektronik yang digunakan sesuai karakteristik fungsi

⁴⁷ Kristianti, C.T.S. *Hukum Perlindungan Konsumen*. (2022) Jakarta : Sinar Grafika.

dan perannya pada transaksi tersebut. Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik ialah dasar hukum dalam hal konsumen menjalankan transaksi *E-Commerce* serta menyelesaikan masalah yang berkaitan pada transaksi tersebut sementara Undang- Undang Perlindungan Konsumen berperan selaku dasar hukum untuk perlindungan konsumen.

Wanprestasi dapat dikategorikan menurut beberapa bentuk. Subekti menyatakan terdapat 4 (empat) macam bentuk wanprestasi, yaitu tak menjalankan apa yang disanggupi untuk dijalankannya, menjalankan apa yang dijanjikannya namun tidak sebagaimana yang dijanjikan, menjalankan apa yang dijanjikan terlambat, menjalankan sesuatu yang menurut perjanjian tak dibolehkan. Berkaitan juga dengan Pasal 8 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang melarang pelaku usaha dalam memperdagangkan barang dan jasa yang tak sesuai dengan janji yang dinyatakan pada etiket, label, iklan, keterangan, ataupun promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut. Menurut pasal tersebut, ketidaksesuaian spesifikasi barang yang diterima dengan barang yang tercantum iklan/foto ialah wujud pelanggaran pelaku usaha saat memperdagangkan barang. Secara umum, sejumlah prinsip tanggung jawab hukum bisa dikategorikan menjadi :

1. Prinsip tanggung jawab menurut unsur kesalahan

Prinsip yang menyatakan bahwa seseorang atau suatu pihak hanya dapat dimintakan pertanggung jawaban apabila terbukti

adanya unsur kesalahan, baik berupa kesengajaan maupun kelalaian yang menimbulkan kerugian bagi pihak lain. Dalam penelitian ini, seorang pelaku usaha hanya dapat dimintakan pertanggungjawaban apabila ada unsur kesalahan yang dilakukan oleh pelaku usaha seperti pada transaksi *E-Commerce* saat barang dikirim sampai ke alamat penerima dalam kondisi rusak, artinya ada unsur kesalahan, konsumen berhak meminta pertanggung jawaban kepada pihak pelaku usaha.

2. Prinsip Praduga untuk selalu bertanggung jawab

Tergugat selalu dinilai bertanggung jawab hingga ia bisa membuktikan bahwa dirinya tak bersalah. Beban pembuktian terletak pada tergugat. Ketika terjadi suatu wanpretasi dalam suatu transaksi *E-Commerce*, pelaku usaha wajib untuk membuktikan bahwa dirinya tidak bersalah. Namun hal tersebut tentunya bukan berarti konsumen dapat seenaknya mengajukan gugatan karena pelaku usaha memiliki hak untuk mengajukan gugatan balik ke konsumen apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa dirinya tidak bersalah.

3. Prinsip Praduga untuk selalu tidak bertanggung jawab

Prinsip ini hanya dikenal dalam lingkup transaksi yang terbatas misalnya dalam hal kehilangan atau kerusakan barang pada kabin pesawat yang diawasi oleh penumpang. Dalam hal ini tanggung jawab berada di tangan penumpang.

4. Prinsip Tanggung jawab mutlak

Umumnya digunakan guna mencari pelaku usaha, utamanya produsen barang, yang memasarkan produknya yang merugikan konsumen. Dengan kata lain, pelaku usaha harus bertanggung jawab pada kerugian yang di alami oleh konsumen tanpa harus membuktikan adanya kesalahan. Dalam transaksi *E-Commerce*, bilamana barang yang dipesan datang dalam keadaan rusak, pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi berupa pengembalian dana atau penukaran barang kepada konsumen.

5. Pembatasan tanggung jawab

Prinsip ini merupakan prinsip pertanggungjawabam pelaku usaha dengan menentukan batasan untuk dicantumkan ke dalam klausul perjanjian standar yang dibuat olehnya. Dalam transaksi *E-Commerce* terdapat beberapa pelaku usaha yang menerapkan prinsip ini yaitu dengan memberikan ketentuan harus menyertakan video pembukaan paket saat akan mengajukan komplain.

Tanggung jawab penjual terhadap risiko kerusakan atau kehilangan barang dalam transaksi *e-commerce* pada dasarnya bersumber dari hubungan hukum berupa perjanjian jual beli antara penjual dan pembeli. Berdasarkan Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Jual beli adalah suatu perjanjian dimana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang dan pihak yang lain (pembeli) untuk membayar harga yang

telah dijanjikan. Ketentuan ini menegaskan bahwa kewajiban utama penjual adalah menyerahkan suatu barang dalam keadaan sebagaimana diperjanjikan.

Keabsahan perjanjian jual beli dalam transaksi elektronik tetap mengacu pada pasal 1320 Kitab Undang- Undang Hukum Perdata mengenai syarat sah perjanjian , yaitu adanya kesepakatan, kecakapan, objek tertentu, dan sebab yang halal . Dalam konteks *e-commerce*, kesepakatan tersebut diwujudkan melalui persetujuan elektronik (klik “checkout” atau “setuju”) ,yang secara hukum diakui sebagai kontrak elektronik berdasarkan pasal 18 ayat 1 Undang- Undang Nomor 11 Tahun 2008 . Lebih lanjut, tanggung jawab penjual juga ditegaskan dalam pasal 19 ayat (1) Undang –Undang Nomor 8 Tahun 1999 yang menyatakan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan atau kerugian yang diterima konsumen atas barang dan/jasa yang diperdagangkan. Ketentuan ini menunjukkan menunjukkan bahwa dalam perspektif perlindungan konsumen, penjual tetap memikul tanggung jawab atas barang yang diperjualbelikan sampai konsumen memperoleh hak nya secara layak.

Namun demikian, dalam praktik transaksi *e-commerce* terdapat keterlibatan pihak ketiga, yaitu jasa pengiriman (ekspedisi) , yang menimbulkan hubungan hukum tersendiri berupa perjanjian pengangkutan. Apabila penjual telah menyerahkan barang kepada

jasa pengiriman dalam kondisi baik ,dan selanjutnya terjadi kerusakan atau kehilangan dalam proses distribusi , maka dianalisis berdasarkan prinsip tanggung jawab menurut kesalahan(*liability based on fault*).

Prinsip ini memiliki dasar hukum dalam pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang menyatakan bahwa setiap perbuatan melawan hukum yang menimbulkan kerugian mewajibkan pihak yang karena kesalahannya menimbulkan kerugian tersebut untuk mengganti kerugian. Ketentuan ini diperkuat oleh pasal 1366 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang menegaskan bahwa seseorang bertanggung jawab tidak hanya atas perbuatannya,tetapi juga atas kelalaiannya. Dengan demikian, pembebanan tanggung jawab harus didasarkan pada ada atau tidaknya unsur kesalahan.

Apabila terbukti bahwa kerusakan atau kehilangan barang terjadi akibat kelalaian dalam proses pengangkutan, maka unsur kesalahan berada pada pihak eskpedisi.Dalam kondisi tersebut , secara hukum tanggung jawab beralih kepada jasa pengiriman sebagai pihak yang melakukan kelalaian. Meskipun demikian, terhadap konsumen, penjual tetap memiliki tanggung jawab eksternal berdasarkan rezim perlindungan konsumen, dan selanjutnya penjual berhak menuntut ganti rugi kepada pihak ekspedisi melalui mekanisme regres.

Disamping itu, perlindungan terhadap konsumen tetap menjadi prioritas utama dalam setiap transaksi *e-commerce*, sehingga penjual tidak dapat sepenuhnya melepaskan tanggung jawabnya dengan

alasan telah menyerahkan barang kepada pihak pengangkut. Penjual tetap berkewajiban memastikan bahwa barang yang dikirim sampai kepada konsumen dalam keadaan baik, sesuai dengan perjanjian.

Dengan demikian, tanggung jawab penjual terhadap risiko kehilangan atau kerusakan barang dalam transaksi *e-commerce* tidak bersifat absolut, melainkan bergantung pada letak terjadinya risiko dan pihak yang melakukan kesalahan. Apabila kerusakan terjadi sebelum barang diserahkan kepada jasa pengiriman, maka penjual sepenuhnya bertanggung jawab. Sebaliknya, apabila kerusakan atau kehilangan barang terjadi setelah barang berada dalam penguasaan pengangkut dan terbukti akibat kelalaian pengangkut, maka berdasarkan prinsip tanggung jawab menurut unsur kesalahan, pihak ekspedisi yang secara hukum memikul tanggung jawab tersebut, tanpa menghilangkan kewajiban penjual untuk tetap memberikan perlindungan kepada konsumen.

B. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tanggung jawab Penjual Terhadap Resiko Kerusakan/Kehilangan Barang Dalam Transaksi *E-Commerce*

Perkembangan teknologi dan komunikasi telah membawa perubahan yang sangat signifikan dalam praktek transaksi jual beli. Transaksi yang semula dilakukan secara tatap muka dengan penyerahan barang secara tidak saling bertemu langsung kini beralih menjadi transaksi berbasis sistem elektronik melalui *platform*

e-commerce. Perubahan tersebut memberikan kemudahan dan efisiensi bagi masyarakat, namun disisi lain juga menimbulkan berbagai permasalahan hukum baru, khususnya yang berkaitan dengan tanggung jawab penjual terhadap risiko kerusakan atau kehilangan barang dalam proses transaksi.

Dalam transaksi *e-commerce* penjual dan pembeli tidak berada dalam satu tempat dan tidak saling bertemu secara langsung. Proses penyerahan barang dilakukan melalui perantara pihak ketiga, yaitu jasa pengiriman. Kondisi ini menyebabkan terjadinya pergesaran konsep penyerahan barang dan peralihan risiko sebagaimana dikenal dalam transaksi jual beli konvensional. Apabila dalam jual beli konvensional risiko atas barang dapat dengan mudah ditentukan karena penyerahan dilakukan secara langsung, maka dalam transaksi *e-commerce* penentuan tanggung jawab menjadi lebih kompleks karena melibatkan lebih dari dua pihak.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, tanggung jawab penjual dalam transaksi *e-commerce* tidak bersifat mutlak(*absolut*), melainkan dipengaruhi oleh beberapa faktor hukum maupun non-hukum yang saling berkaitan satu sama lain. Faktor-faktor tersebut menentukan apakah risiko atas barang masih berada pada penjual atau telah beralih kepada pembeli, serta sejauh mana penjual dapat diminta pertanggungjawaban apabila terjadi kerusakan atau kehilangan barang. Berikut ini mengenai faktor-faktor yang

mempengaruhi tanggung jawab penjual terhadap risiko kerusakan atau kehilangan barang dalam transaksi *e-commerce* sebagai berikut :

1. Perjanjian atau Kesepakatan antara Penjual dan Pembeli

Faktor utama dan paling mendasar yang mempengaruhi tanggung jawab penjual adalah perjanjian atau kesepakatan yang dibuat antara penjual dan pembeli. Dalam transaksi *e-commerce*, perjanjian tidak dibuat secara tertulis dalam bentuk konvensional, melainkan melalui perjanjian elektronik (*electronic contract*) yang diwujudkan dalam bentuk syarat dan ketentuan (*terms and conditions*) pada *platform e-commerce*, sebagai mana diakui dalam Pasal 18 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).

Perjanjian tersebut memuat ketentuan mengenai hak dan kewajiban para pihak, mekanisme pembayaran, metode pengiriman, hingga pengaturan mengenai peralihan risiko atas barang. Berdasarkan asas kebebasan berkontrak, para pihak pada prinsipnya bebas menentukan isi perjanjian selama tidak bertentangan dengan hukum dan kesusilaan, dan ketertiban umum. Oleh karena itu, perjanjian menjadi dasar utama dalam menentukan apakah penjual masih bertanggung jawab atas risiko kerusakan atau kehilangan barang.

Namun demikian, dalam praktek *e-commerce* dalam bentuk klausula baku. Pembeli tidak memiliki ruang untuk menegosiasikan

isi perjanjian tersebut dan hanya dapat menerima atau menolak. Kondisi ini menyebabkan kedudukan pembeli menjadi lebih lemah dibandingkan penjual. Oleh karena itu, apabila terdapat klausula dalam perjanjian yang secara tidak adil membebankan seluruh risiko kepada pembeli, maka klausula tersebut dapat dinilai bertentangan dengan prinsip perlindungan konsumen. Penjual tetap memastikan bahwa setiap perjanjian yang di buat tidak mengandung unsur yang merugikan konsumen secara sepihak.

2. Peralihan Risiko atas Barang

Faktor berikutnya yang berpengaruh signifikan adalah peralihan risiko atas barang. Dalam hukum perdata, khususnya Pasal 1460 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata), risiko pada prinsipnya beralih kepada pembeli sejak terjadinya penyerahan barang. Namun, dalam transaksi e-commerce, penyerahan barang tidak dilakukan secara langsung kepada pembeli, melainkan melalui jasa pengiriman.

Perbedaan mekanisme penyerahan ini menimbulkan perdebatan mengenai kapan risiko atas barang dianggap beralih. Sebagian pihak berpendapat bahwa risiko beralih sejak barang diserahkan kepada jasa pengiriman, karena pada saat itu penjual telah memenuhi kewajibannya untuk menyerahkan barang. Namun, pandangan lain menyatakan bahwa risiko baru beralih ketika barang benar-benar diterima oleh pembeli dalam keadaan baik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penentuan waktu peralihan risiko sangat bergantung pada kesepakatan para pihak dan praktik yang berlaku dalam platform *e-commerce* yang digunakan. Apabila penjual yang menentukan dan menunjuk jasa pengiriman, maka penjual pada umumnya masih dianggap bertanggung jawab atas risiko selama proses pengiriman. Sebaliknya, apabila pembeli diberi kebebasan untuk memilih jasa pengiriman sendiri, maka risiko dapat dianggap beralih lebih awal kepada pembeli. Ketidakjelasan mengenai waktu peralihan risiko ini sering kali menjadi penyebab utama terjadinya sengketa penjual dan pembeli dalam transaksi *e-commerce*.

3. Keterlibatan Jasa Pengiriman (Pihak Ketiga)

Keterlibatan jasa pengiriman sebagai pihak ketiga merupakan faktor yang tidak dapat dipisahkan dari transaksi *e-commerce*. Jasa pengiriman bertugas untuk mengangkut dan menyerahkan barang dari penjual kepada pembeli dalam keadaan baik dan tepat waktu barang selama proses pengiriman dapat dimintai pertanggung jawaban berdasarkan perjanjian pengangkutan. Namun, dalam hubungan hukum antara penjual dan pembeli, penjual sering kali tetap diminta tanggung jawab karena pembeli melakukan transaksi dengan penjual, bukan dengan jasa pengiriman. Ini juga menunjukkan bahwa penjual tidak dapat serta merta melepaskan tanggung jawabnya dengan alasan kesalahan

jasa pengiriman, terutama apabila penjual lalai dalam memilih jasa pengiriman yang kredibel atau tidak memberikan pengemasan yang layak. Dengan demikian, penjual tetap menjadi pihak yang bertanggung jawab kepada pembeli, dan apabila kerusakan terjadi karena kelalaian pengangkut maka penjual memiliki hak untuk menuntut penggantian atau regres kepada ekspedisi.

4. Jenis Barang Yang Diperjualbelikan

Jenis dan karakteristik barang yang diperjualbelikan juga menjadi faktor penting dalam menentukan tanggung jawabnya penjual. Barang yang mudah rusak, mudah pecah, atau memiliki nilai ekonomi tinggi memerlukan perlakuan khusus dalam proses pengemasan dan pengiriman.

Penjual memiliki kewajiban untuk menyesuaikan metode pengemasan dengan karakteristik barang tersebut. Apabila kerusakan barang terjadi karena penjual tidak memberikan perlindungan yang memadai, maka penjual tetap dapat dimintai pertanggungjawaban meskipun kerusakan terjadi saat barang berada dalam penguasaan pengiriman. Sebaliknya, apabila kerusakan terjadi akibat keadaan memaksa (*force majeure*) yang tidak dapat diantisipasi atau dihindari, maka tanggung jawab penjual dapat dikecualikan. Oleh karena itu, karakteristik barang menjadi faktor penting dalam menilai ada atau tidaknya kelalaian dari pihak penjual.

5. Kebijakan dan Mekanisme Perlindungan Pada Platform *E-Commerce*

Platform e-commerce memiliki kebijakan internal yang turut mempengaruhi tanggung jawab penjual. Kebijakan tersebut antara lain berupa sistem rekening bersama, jaminan pengembalian dana, dan mekanisme penyelesaian sengketa.

Dalam praktiknya, platform *e-commerce* seringkali menahan dana pembeli hingga barang dinyatakan diterima dalam keadaan baik. Apabila terjadi kerusakan atau kehilangan barang, platform dapat menahan dana tersebut dan memfasilitasi penyelesaian sengketa antara penjual dan pembeli. Dengan demikian, tanggung jawab penjual tidak hanya ditentukan oleh hukum perdata, tetapi juga kebijakan internal platform yang mengikat para pihak.

6. Itikad Baik Penjual dan Pembeli

Faktor terakhir sangat penting adalah itikad baik dari para pihak. Didalam Pasal 1338 ayat (3) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata menyatakan bahwa perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik. Dalam transaksi *e-commerce* penjual dan pembeli tidak bertemu langsung, pembeli hanya percaya pada foto dan deskripsi maka dari itulah transaksi sangat bergantung pada kepercayaan.

Penjual yang beritikad baik akan berusaha menyelesaikan permasalahan yang timbul meskipun secara hukum saat risiko telah beralih. Sebaliknya, pembeli juga berkewajiban untuk bersikap jujur

dan tidak menyalahgunakan mekanisme perlindungan konsumen. Itikad baik menjadi tolak ukur penting dalam menilai apakah penjual telah menjalankan kewajibannya secara patut atau justru melakukan kelalaian yang merugikan pembeli.

7. Pembebanan Premi Asuransi Kepada Pembeli

Faktor pembebanan premi asuransi kepada pembeli merupakan salah satu aspek yang mempengaruhi tanggung jawab penjual atas barang dalam transaksi *e-commerce*. Dalam praktiknya, seringkali penjual menawarkan atau mencantumkan pilihan asuransi pengiriman yang biaya preminya di bebaskan kepada pembeli. Hal ini menimbulkan implikasi hukum terkait dengan peralihan risiko atas barang yang dikirim. Meskipun demikian, hal tersebut tidak menghapus tanggung jawab penjual, terutama jika kerusakan atau kehilangan terjadi sebelum barang diserahkan kepada pihak ekspedisi.

Dengan demikian, pembebanan premi asuransi hanya berfungsi sebagai pelindung tambahan dan tidak menghilangkan tanggung jawab hukum penjual .

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Tanggung jawab penjual atas kerugian akibat kerusakan atau kehilangan barang dalam transaksi *e-commerce* merupakan tanggung jawab hukum sebagai pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan ketentuan dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Penjual wajib menyerahkan barang dalam keadaan baik dan sesuai dengan perjanjian. Apabila barang mengalami kerusakan atau kehilangan sebelum diterima oleh konsumen, maka penjual berkewajiban memberikan ganti rugi. Bentuk ganti rugi dapat berupa pengembalian uang (*refund*), penggantian barang yang sejenis atau setara nilainya, sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi tanggung jawab penjual terhadap risiko kerusakan atau kehilangan barang dalam transaksi *e-commerce* meliputi perjanjian para pihak, peralihan risiko atas barang, peran jasa pengiriman, jenis barang yang diperjualbelikan, ketentuan dan kebijakan platform *e-commerce*, serta itikad baik para pihak dalam melaksanakan transaksi.

B. Saran

1. Seharusnya penjual barang dalam transaksi *e-commerce* tetap memperhatikan kerugian yang dialami pembeli atas kerusakan atau kehilangan barang yang dipesan pembeli. Proses pelaksanaan tanggung jawab penjual tersebut dipermudah agar konsumen lebih mudah mendapatkan kompensasi yang menjadi hak- hak nya.
2. Seharusnya faktor – faktor yang menimbulkan kelemahan hak- hak pembeli dalam transaksi *e-commerce* dihilangkan dengan meningkatkan kepedulian pelaku usaha (penjual) dan mensosialisasikan hak- hak konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) baik kepada pelaku usaha maupun konsumen (pembeli).

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim Barkatullah. (2005). *Bisnis E-Commerce (Studi Sistem Keamanan Dan Hukum Di Indonesia)*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar).
- Abdul Kadir Muhammad(2000). *Hukum Perdata Tentang Persetujuan-Persetujuan Tertentu.*" (Bandung: Vorkinkvan Hoeve.).
- Adrian Sutedi (2012), *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*. (Bogor: Ghalia Indonesia).
- Ahmadi Miru dan Yodo Sutarman,(2014). "*Hukum Perlindungan Konsumen,*" Cetakan ke 8 (Jakarta: Raja Grafindo Persada).
- Anggreany Arief,(2024). *Hukum Perlindungan Konsumen :Solusi dan Tantangan*. (Jakarta : PT. Bukuloka Literasi Bangsa).
- Az. Nasution, (2014) "*Hukum Perlindungan Konsumen : Suatu Pengantar*". (Jakarta: Diadit Media).
- Barkatullah, Abdul Halim, & Teguh Prasetyo. (2005). *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*. (Yogyakarta : Pustaka Pelajar).
- Celine Tri Siwa.)2014) *Hukum Perlindungan Konsumen.*" (Sumatera Utara).
- Djaja S. Meliala(2012). "*Hukum Perjanjian Khusus Jual Beli, Sewa-Menyewa,Pinjam-Meminjam*". (Bandung: Penerbit Nuansa Aulia).
- Dini Silvi Purnia. Tuti Alawiah. (2020). "*Metode Penelitian*". (Yogyakarta: Graha Ilmu).
- Eli Wuria Dewi,(2004) "*Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*" (Jakarta:Kedua (edisi revisi), PT Grasindo)
- Kristiyanti, C.T.S. (2022). *Hukum Perlindungan Konsumen* (4th ed.). (Jakarta : Sinar Grafika).
- M. Arsyid Sanusi. (2001) *E-Commerce". Hukum Dan Solusinya*". (Jakarta: PT. Mitra Grafika Sarana).
- Muhammad Amsal Sahban,(2018). *Kolaborasi Pembangunan Ekonomi di Negara Berkembang* (Makassar).
- _____, (2010). *Hukum Perjanjian*. (Bandung : PT. Alumni).

- Muhammad Syaifudin (2016) "*Hukum Kontrak*".(Bandung: Mandar Maju).
- Neni Sri Imaniyati dan Husni Ayawali, (2000) "*Hukum Perlindungan Konsumen*". (Bandung: Mandar Maju).
- Richardus Eko Indrajit. (2001). "*E-Commerce : Kiat Dan Strategi Bisnis Di Dunia Maya*".(PT Elex Media Komputindo).
- Soerjono Soekanto, (2006)". *Peneltian Hukum Normstif.*" (Jakarta : Raja Grafindo Persada).
- Satjipto Rahardjo,(2000) "*Ilmu Hukum*". (Bandung: PT.Citra Aditya Bakti)
- _____, (2006) "*Ilmu Hukum*". (Bandung: PT.Citra Aditya Bakti).
- Shidarta,(2004). "*Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia.*" Cetakan Kedua (edisi revisi), (Jakarta: PT Grasindo).
- Subekti. (2000) . "*Hukum Perdata Tentang Persetujuan-Persetujuan Tertentu.*" (Bandung: Vorkingkvan Hoeve).
- _____, (2014). *Kitab Undang-Undang Hukum Dagang* . (Jakarta:Balai Pustaka).
- _____, (1995). *Aneka Perjanjian*. (Bandung : PT. Citra Aditya Bakti)
- Tan Kamello, (2011). "*Hukum Perdata: Hukum Orang & Keluarga*". (Medan:USU Press).
- Wirjono Prodjodikoro. (2000). *Hukum Perdata Tentang Persetujuan Tertentu.*" (Bandung Vorkinkvan Hoeva).
- _____, (2000). *Asas-Asas Hukum Perjanjian*. (Bandung : Mandar Maju).

Jurnal

- Setia Putra." *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui E-Commerce*" (Jurnal Ilmu Hukum Volume 4 No. 2 Februari-Juli 2014).
- Kemenprin RI. "*Peran Sektor Industri Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Nasional*". Kementerian Peindustrian Republik Indonesia. Last modified 2013. [http://kememperin.go.id/artikel/5422/Peran -Sektor-Industri-dalam-](http://kememperin.go.id/artikel/5422/Peran-Sektor-Industri-dalam-)

MendorongPerumbuhan-Ekonomi-Nasional/, diakses 17 Mei 2022).

KBBI. “*Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*.” 17 Mei 2022. Last modified2022.Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).

Rafael La Porta,(1999) “*Investor Protection and Cororate Governance*” Jurnal Financial Economies.

Tim E-Commerce, co. id. “*Definisi, Tujuan, Jenis, Dan Manffat E-Commerce,*” *E-Commerce* , Co, Id, Last modified 2018, www e-commerce,co,id.

Shabur Miftah Maulana. (2016). “*Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online*”. Jurnal Administrasi Bisnis 29.

Mahir Perdana. (2015),” *Klasifikasi E-Commerce Di Indonesia,*” Jurnal Modus 27.

J. C. T. Simorangkir, (2009). *Kamus Hukum* (Jakarta: Sinar Grafika).

Winart Putri, E, Q. (2024).*Transformasi Kontrak Dalam Era Digital : Tantangan Hukum Bisnis Dalam Transaksi Elektronik di Bisnis Sewa Kebaya Online*. (Diakses 7 Januari 2025).

Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata)

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik, diakses 17 Mei 2022).