

**KEDUDUKAN ASAS KEPERCAYAAN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI
MELALUI MEDIA TOKO ONLINE DITINJAU DARI UU NOMOR 11
TAHUN 2008 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK**



SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

Sarjana Hukum Program Studi Ilmu Hukum

Oleh :

FIONA ADE FITRI

502013166

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

PALEMBANG

2017

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS HUKUM

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI: KEDUDUKAN ASAS KEPERCAYAAN DALAM TRANSAKSI
JUAL BELI MELALUI MEDIA TOKO ONLINE DI TINJAU
DARI UU NO. 11 TAHUN 2008 TENTANG INFORMASI DAN
TRANSAKSI ELEKTRONIK**



Nama : FIONA ADE FITRI

Nim : 50 2013 166

Program Studi : ILMU HUKUM

Program Kekhususan : HUKUM PERDATA

PEMBIMBING

H. Maramis, SH., MH.

()

Palembang, 21 Februari 2017

PERSETUJUAN OLEH TIM PENGUJI :

KETUA : H. Maramis, SH., MH.

ANGGOTA : 1. H. Hambali Yusuf, SH., M.Hum.

2. H. Saifullah Basri, SH., MH.

()

()

()

DISAHKAN OLEH

DEKAN FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG



Dr. Hj. SRI SUATMIATI, S.H., M.Hum.

NBD/NIDN : 6791348/0006046009



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS HUKUM

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

NAMA : FIONA ADE FITRI
NIM : 502013166
PRODI : ILMU HUKUM
PROGRAM KEKHUSUSAN : HUKUM PERDATA
JUDUL : KEDUDUKAN ASAS KEPERCAYAAN
DALAM TRANSAKSI JUAL BELI
MELALUI MEDIA TOKO ONLINE
DITINJAU DARI UU NOMOR 11 TAHUN
2008 TENTANG INFORMASI DAN
TRASNSAKSI ELEKTRONIK

DISETUJI UNTUK DISAMPAIKAN KEPADA

Panitia Ujian

Palembang, Februari 2017

Dosen Pembimbing

H. Maramis, SH.,M.Hum

PENDAFTARAN UJIAN SKRIPSI

Pendaftaran Skripsi Sarjana Hukum Universitas Muhammadiyah Palembang

Srata I Bagi :

NAMA : FIONA ADE FITRI

NIM : 502013166

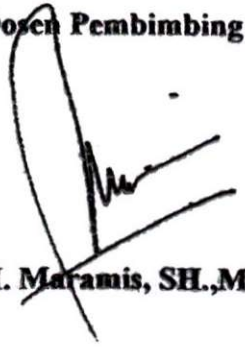
PRODI : ILMU HUKUM

**JUDUL : KEDUDUKAN ASAS KEPERCAYAAN DALAM TRANSAKSI
JUAL BELI MELALUI MEDIA TOKO ONLINE DITINJAU DARI
UU NOMOR 11 TAHUN 2008 TENTANG INFORMASI DAN
TRANSAKSI ELEKTRONIK**

Dengan diterimanya skripsi ini, sesudah lulus dari Ujian Komprehensif, penulis berhak memakai gelar:

SARJANA HUKUM

Dosen Pembimbing


H. Maramis, SH., M.Hum

Mengetahui,

Wakil Dekan I


Nur Husni Emilson, SH., SpN., MH

SURAT PERNYATAAN ORISINALITIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini .

Nama : FIONA ADE FITRI

NIM : 502013166

Program Studi : Ilmu Hukum

Program Kekhususan : Hukum Perdata

Menyatakan bahwa karya ilmiah/skripsi yang berjudul **“KEDUDUKAN ASAS KEPERCAYAAN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MELALUI MEDIA TOKO ONLINE DITINJAU DARI UU NOMOR 11 TAHUN 2008 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK”** adalah bukan merupakan karya tulis orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah kami sebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, penulis bersedia mendapatkan sanksi akademis.

Palembang, Februari 2017

Yang Menyatakan,



Fiona Ade Fitri

Motto :

“ Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Karena itu bila kau telah selesai, maka kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain. Dan kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”

(QS. Al-Insyirah :6-8)

Kupersembahkan Untuk :

- ❖ Papa dan Mama yang tercinta, terima kasih atas semua pengorbanan dan doa yang diberikan*
- ❖ Saudara-saudaraku yang telah membantu*
- ❖ Sahabat-sahabatku*
- ❖ Almamaterku*

ABSTRAK

KEDUDUKAN ASAS KEPERCAYAAN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MELALUI MEDIA TOKO ONLINE DITINJAU DARI UU NOMOR 11 TAHUN 2008 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK

FIONA ADE FITRI

Penelitian hukum ini mengkaji dan menjawab permasalahan mengenai kedudukan asas kepercayaan dalam jual beli melalui media toko online ditinjau dari UU No 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik serta tanggung jawab penjual apabila melakukan wanprestasi dalam transaksi jual beli melalui media toko online.

Dalam skripsi ini, penulis menggunakan penelitian hukum normatif. Penelitian yang dilakukan peneliti ini bersifat deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan studi kepustakaan, yakni dengan cara mengkaji bahan-bahan hukum : bahan hukum primer, berupa peraturan perundang-undangan yang relevan dengan pokok permasalahan dan bahan hukum sekunder, berupa buku-buku yang tersusun dalam bentuk literature yang berhubungan dengan jual beli online (*E-commerce*) serta studi lapangan (wawancara pihak terkait) dimana informasi yang didapat hanya dimaksudkan sebagai pelengkap atau pendukung dalam penelitian dan tidak akan melampirkan bentuk wawancara yang dilakukan.

Teknik pengolahan data dilakukan dengan cara mengkaji, menyusun, merapikan, memberikan penomoran dan membuat *coding* sehingga data siap untuk diambil kesimpulan. Berdasarkan penelitian, dimana dapat disimpulkan pelaksanaan transaksi jual beli melalui elektronik yang dilakukan oleh peneliti tidak dapat dilakukan oleh setiap orang. Terdapat hubungan yang positif antara kepercayaan pada penjual dengan pembeli dalam keputusan pembelian melalui internet. Terdapat penerapan asas-asas hukum dalam pelaksanaan transaksi jual beli melalui media elektronik yang dilakukan oleh penjual (*merchant*) dan pembeli atau konsumen. Asas-asas yang diterapkan dalam pelaksanaan transaksi jual beli melalui elektronik adalah asas beriktikad baik, asas kepercayaan, asas kepribadian, asas kebebasan berkontrak, asas konsensualisme, asas kekuatan mengikat, dan asas kepastian hukum. Serta bentuk-bentuk tanggung jawab yang diberikan si penjual apabila melakukan wanprestasi tanpa menutup kemungkinan untuk membahas hal-hal lain yang erat hubungannya dengan kedua permasalahan tersebut di atas.

Kata kunci : kepercayaan, transaksi, online

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum wr.wb.

Dengan memanjatkan puji dan syukur Kehadirat Allah Swt., karena berkat rahmat dan karunianyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, dan shalawat beriring salam kita limpahkan kepada Rasulullah SAW, beserta keluarga, para sahabat dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Skripsi yang berjudul **“KEDUDUKAN ASAS KEPERCAYAAN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MELALUI MEDIA TOKO ONLINE MENURUT UU NOMOR 11 TAHUN 2008 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK”** diajukan sebagai syarat guna menempuh ujian untuk menjadi seorang Sarjana Hukum di Universitas Muhammadiyah Palembang.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu juga memberikan doa dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini, khususnya terhadap :

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M., Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang beserta jajarannya;
2. Ibu Dr. Hj. Sri Suatmiati, SH., M.Hum., Dekan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Palembang beserta jajarannya;

3. Bapak/Ibu Wakil Dekan, Bapak Nur Husni Emilson, SH.,SpN., MH., selaku Wakil Dekan I, Ibu Khalisah Hayatuddin, SH., M.Hum., selaku Wakil Dekan II, Bapak Zulfikri Nawawi, SH., MH., selaku Wakil Dekan III, dan Ibu Ani Aryati, S.Ag., selaku Wakil Dekan IV Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Palembang;
4. Bapak Mulyadi Tanzili, SH., MH., selaku Ketua Prodi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Palembang;
5. Bapak H. Maramis, SH., MH., selaku Pembimbing dalam skripsi ini yang telah banyak meluangkan waktu kepada penulis, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya;
6. Bapak Drs. Edy Kastro, SH., M.Hum., selaku Pembimbing Akademik penulis;
7. Seluruh Staf Karyawan/ti di lingkungan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Palembang;
8. Orang tua penulis, Sukra Ganis dan Nur Komala. Terima kasih atas dukungan moriil maupun materil yang diberikan dalam menyelesaikan studiku;
9. Saudara-saudaraku yang tersayang, Enca, Abi, Abang dan Mbak Mbi yang selalu memberikan dorongan, motivasi serta kebahagiaan selama proses studiku;

10. Sahabat-sahabatku Marinda, Buana, Kiki, Siska, Amel, Fitri, Catur, Reka, Nita yang selalu memberikan semangat kebersamaan, suka cita serta pengalaman berharga yang selama ini diberikan.
11. Rekan-rekan KKN Angkatan XI Posko 211, Sri, Yuk Anis, Yuk Meri, Yogi, Dani, Agung dan Alek, terima kasih teman-teman;
12. Dan semua pihak yang telah membantu kelancaran dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga Allah membalas dengan kebaikan yang berlimpah. Amin.

Dengan segala kerendahan hati diakui bahwa skripsi ini masih banyak kelemahan dan kekurangan. Semua itu adalah disebabkan masih kurangnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat bermanfaat dalam memberikan wawasan dan pengetahuan kepada semua pihak pembaca pada umumnya dan kepada penulis khususnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Palembang, 21 Januari 2017

Penulis

FIONA ADE FITRI

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENDAFTARAN UJIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN ORISINALITIS SKRIPSI	v
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Permasalahan	4
C. Ruang Lingkup dan Tujuan	5
D. Kerangka Konseptual	6
E. Metode Penelitian	7

F. Sistematika Penelitian	11
---------------------------------	----

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Transaksi Jual Beli Online	13
1. Pengertian Jual Beli Sistem Online	13
2. Syarat Jual Beli Secara Online	16
3. Jenis-Jenis Jual Beli secara Online	18
4. Pihak-pihak dalam Transaksi <i>E-Commerce</i>	20
5. Perkembangan <i>E-Commerce</i> di Indonesia	23
6. Cara Mendirikan Toko Online	25
7. Resiko dalam Transaksi Jual Beli Online	29
B. Perjanjian Dalam Jual Beli	
1. Syarat Sahnya Suatu Perjanjian	31
2. Asas-asas Perjanjian	39
C. Pengertian Internet	
1. Sejarah Internet	42
2. Konsep Terjadinya Transaksi Elektronik	42

BAB III PEMBAHASAN

- A. Kedudukan Asas Kepercayaan dalam Transaksi Jual Beli melalui Media Toko Online ditinjau dari UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik 46
- B. Tanggung jawab Penjual jika melakukan Wanprestasi dalam Transaksi Jual Beli melalui Media Toko Online 51

BAB IV PENUTUP

- A. Kesimpulan 55
- B. Saran 56

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan Internet menyebabkan terbentuknya sebuah dunia baru yang lazim disebut dengan dunia maya. Perkembangan ini menjadi awal bagi kemajuan perdagangan, baik dari segi yang diperdagangkan dan juga pada tata cara perdagangan itu sendiri. Seperti yang kita ketahui, perdagangan biasanya dilakukan secara barter antara kedua belah pihak yang langsung bertemu dan bertatap muka yang kemudian melakukan suatu kesepakatan mengenai apa yang akan dipertukarkan tanpa ada suatu perjanjian.

Seiring dengan perkembangan teknologi, kegiatan perdagangan juga mengalami perkembangan dari masa ke masa, baik terhadap komoditi yang diperdagangkan maupun mekanisme perdagangan itu sendiri. Perdagangan jenis komoditi yang diperdagangkan sangat dipengaruhi oleh perkembangan kebutuhan hidup manusia yang kompleks dan beragam serta kemajuan teknologi yang semakin pesat.

Dinamika perdagangan memang telah melahirkan model transaksi yang eksistensinya lahir karena kemajuan dan keunggulan teknologi komunikasi dan informasi di era globalisasi, yaitu *e-commerce transaction (electronic commerce)*. E-commerce merupakan model bisnis modern yang non-face (tidak menghadirkan pelaku secara fisik) dan non-sign (tidak memakai tanda tangan asli). Ia adalah

bisnis dengan melakukan pertukaran data via internet di mana kedua belah pihak, yaitu penjual dan pembeli barang dan jasa, dapat melakukan transaksi¹.

Setidaknya ada dua hal yang mendorong kegiatan perdagangan dalam kaitannya dengan kemajuan teknologi yaitu meningkatnya permintaan atas produk-produk teknologi itu sendiri dan kemudahan untuk melakukan transaksi perdagangan. Dengan adanya internet maka kegiatan perdagangan dapat dilakukan secara elektronik, atau yang lebih dikenal dengan istilah *electronic-commerce* dan disingkat *e-commerce*. *E-Commerce* juga dapat diartikan sebagai suatu cara berbelanja atau berdagang secara *online* yang memanfaatkan fasilitas internet dimana terdapat *website* yang dapat menyediakan layanan *get and deliver*².

Peluang untuk membangun jaringan dengan berbagai institusi lain harus dimanfaatkan karena persaingan sesungguhnya terletak bagaimana sebuah perusahaan dapat memanfaatkan *e-commerce* untuk meningkatkan kinerja dalam bisnis inti yang digelutinya. Perjanjian jual beli online dapat dilakukan meskipun tanpa adanya pertemuan secara langsung antara kedua belah pihak. Perjanjian ini dilakukan oleh antar pihak secara elektronik.

Jual beli merupakan suatu perjanjian, karena lahirnya jual beli harus didahului oleh adanya perjanjian. Jual beli merupakan perjanjian timbal balik dimana pihak penjual berjanji untuk menyerahkan hak milik atas suatu benda sedangkan pembeli berjanji untuk membayar harganya yang terdiri atas sejumlah

¹ Ninik Suparni, *Cyberspace Problematika dan Antisipasi Pengaturannya*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009 hlm. 28

² "Asas Kepercayaan Dalam E-commerce", melalui <http://eprints.ums.ac.id/35020/1/03.HALAMAN%20JUDUL.pdf>, diakses pada tanggal 7 Oktober 2016 Pukul 15:20 WIB

uang sebagai imbalan dari perolehan hak milik tersebut. *E-commerce* menimbulkan perikatan antara pihak untuk memberikan suatu prestasi.

Implikasi dari perikatan itu adalah timbulnya hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh pihak terlibat. Faktor kepercayaan konsumen juga menjadi hal yang harus diperhatikan dalam transaksi online ini. Dimana kepercayaan disini akan mempengaruhi niat konsumen dalam melakukan transaksi. Asas kepercayaan ini juga sangat menunjang didalam proses tersebut agar tercipta prestasi. Asas kepercayaan pada kedua belah pihak timbul dengan sendirinya dengan menguntungkan satu sama lain dan tidak merugikan satu sama lain.

Permasalahan yang timbul dalam pelaksanaan *e-commerce* antara lain mengenai kedudukan asas kepercayaan dalam transaksi jual beli melalui media toko online dan tanggung jawab yang diberikan penjual jika melakukan Wanprestasi. Untuk mengatasi masalah tersebut, beberapa negara telah membuat aturan hukum yang berkaitan dengan *e-commerce* dan *e-contract*.

Pengaturan mengenai perjanjian di Indonesia hanya mengatur hal-hal mengenai perjanjian pada umumnya, hal tersebut diatur dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (selanjutnya disingkat menjadi KUH Perdata) yang menyebutkan mengenai syarat sah suatu perjanjian yang mengikat para pihaknya. Untuk sahnya suatu perjanjian diperlukan syarat-syarat:

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan
3. Suatu hal tertentu
4. Suatu sebab yang halal.

Kemudian, dalam Pasal 1338 KUHPerdara telah ditentukan bahwa kesepakatan yang memenuhi persyaratan subjektif dan objektif berlaku sebagai Undang-Undang bagi para pihak yang membuatnya. Tidak hanya itu, Undang-Undang juga mengatur bahwa kesepakatan tersebut harus dilaksanakan dengan iktikad baik.

Iktikad baik merupakan salah satu sumber kepercayaan (trust) antara para pihak yang melakukan transaksi. Konsep “iktikad baik” bersifat subjektif dan ambigu, sehingga dalam praktiknya, kepercayaan memerlukan pijakan yang lebih konkrit dari iktikad baik. Dalam satu transaksi, salah satu kesulitan yang muncul ialah untuk memastikan bahwa salah satu pihak telah, sedang, dan terus akan bertindak dengan jujur³.

Dari uraian di atas, hal-hal inilah yang mendasari penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam dan menuangkannya kedalam suatu tulisan berbentuk skripsi dengan judul KEDUDUKAN ASAS KEPERCAYAAN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MELALUI MEDIA TOKO ONLINE MENURUT UU NO. 11 TAHUN 2008 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK.

B. Permasalahan

1. Bagaimanakah kedudukan asas kepercayaan dalam transaksi jual beli melalui media toko online ditinjau dari UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik?

³ Sitompul Josua, *Cyberspace Cybercrimes Cyberlaw: Tinjauan Aspek Hukum Pidana*, Tatanusa, Jakarta, 2012 hlm. 68

2. Bagaimanakah tanggung jawab penjual jika melakukan Wanprestasi dalam transaksi jual beli melalui media toko online?

C. Ruang Lingkup dan Tujuan

1. Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini dititik beratkan pada penelusuran terhadap Kedudukan Asas Kepercayaan dalam Transaksi Jual Beli melalui Media Toko Online menurut UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik serta apa saja bentuk tanggung jawab dari si penjual jika melakukan Wanprestasi dalam transaksi jual beli secara online, namun tidak menutup kemungkinan penelitian ini juga menyinggung pula hal-hal yang berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas.

2. Tujuan

Dalam suatu kegiatan pasti juga terdapat suatu tujuan yang hendak dicapai. Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan arah dalam melangkah sesuai dengan maksud penelitian. Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk memberikan sumbang pikiran dan mengembangkan secara jelas kedudukan asas kepercayaan dalm transaksi jual beli melalui media toko online menurut UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
2. Untuk mengetahui secara jelas upaya tanggung jawab yang di berikan si penjual dalam transaksi jual beli melalui media toko online

D. Kerangka Konseptual

1. Asas kepercayaan adalah seseorang yang mengadakan kontrak dengan pihak lain, harus dapat menumbuhkan rasa kepercayaan diantara kedua belah pihak yang mana satu sama lain akan memenuhi prestasinya tanpa adanya kepercayaan maka kontrak tidak mungkin akan diadakan oleh para pihak. Dengan kepercayaan inilah, kedua belah pihak mengikatkan dirinya kepada kontrak tersebut, dimana kontrak tersebut mempunyai kekuatan mengikat sebagai Undang-Undang bagi para pihak yang membuat kontrak tersebut. Asas kepercayaan ini merupakan perkembangan asas iktikad baik⁴.
2. Perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seorang berjanji kepada seorang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal⁵.
3. Perjanjian jual beli adalah suatu perjanjian bertimbang balik, dimana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu benda dan pihak lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. (Pasal 1457 BW)
4. *E-commerce* adalah model bisnis modern yang non-face (tidak menghadirkan pelaku secara fisik) dan non-sign (tidak memakai tanda tangan asli). Ia adalah bisnis dengan melakukan pertukaran data via internet di mana kedua belah pihak, yaitu penjual dan pembeli barang dan jasa, dapat melakukan transaksi⁶.

⁴ Miru Ahmadi, *Hukum Kontrak Perancangan Kontrak*, Raja Grafindo, 2007 hlm. 6

⁶ Subekti R, *Hukum Perjanjian*, Citra Aditya Bhakti, Jakarta, 1987 Cet. Ke-4 hlm. 6

E. Metode Penelitian

Untuk memperoleh kebenaran yang dapat dipercaya keabsahannya dalam suatu penelitian harus menggunakan metode yang tepat dengan tujuan yang hendak dicapai sebelumnya. Pengertian metode penelitian suatu tipe pemikiran yang hendak digunakan dalam penelitian dan penilaian, suatu teknik yang umum bagi ilmu pengetahuan, dan cara untuk melakukan suatu prosedur. Metodologi pada hakekatnya memberikan pedoman tentang cara-cara seorang ilmuan mempelajari, menganalisa dan memahami lingkungan-lingkungan yang dihadapinya⁷.

Penelitian hukum merupakan suatu kegiatan ilmiah berdasarkan pada metode, sistematis, dan pemikiran tertentu yang bertujuan mempelajari suatu atau gejala hukum tertentu dengan jalan menganalisa. Adapun metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Jenis Penelitian

Mengacu pada judul dan perumusan masalah, maka penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian hukum normatif atau penelitian Kepustakaan. Penelitian Kepustakaan yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier. Dilihat dari bentuknya penelitian ini termasuk penelitian deksriptif. Adapun penelitian deskriptif adalah penelitian yang

⁶Asas Kepercayaan dalam Transaksi Online”, melalui <http://eprints.ums.ac.id/35020/1/03.HALAMAN%20JUDUL.pdf>, diakses pada tanggal 7 Oktober 2016 Pukul 15:20 WIB

⁷ Soejono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Universitas Indonesia Press, Jakarta, 2006 hlm. 5-6

dimaksud untuk memberikan data yang seteliti mungkin tentang manusia, keadaan atau gejala-gejala lainnya⁸.

Senada dengan Soejono Soekanto bahwa penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti suatu bahan pustaka atau hanya data sekunder saja dapat dinamakan penelitian hukum normatif atau penelitian hukum kepustakaan. Penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian normatif ini adalah mengenai kedudukan asas kepercayaan dalam transaksi jual beli melalui media toko online menurut UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi elektronik⁹.

2. Sumber Data

Sumber data adalah tempat dimana sumber penelitian ini diperoleh. Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu tempat dimana diperoleh data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini meliputi :

- a. Bahan hukum primer, yaitu bahan hukum yang bersifat mengikat dimana dalam penelitian ini yang menjadi bahan hukum primer adalah KUH Perdata dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik.
- b. Bahan hukum sekunder, yaitu bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum sekunder dimana dalam

⁸ *Ibid.* Hlm. 10

⁹ *Ibid.* Hlm. 51

penelitian hukum ini antara lain buku-buku terkait, karya ilmiah, makalah, artikel dan lain sebagainya yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

- c. Bahan hukum tersier, yaitu bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder primer. Bahan hukum tersier seperti Kamus Besar Bahasa Indonesia, Kamus Hukum, ensiklopedia dan bahan-bahan dari internet yang relevan dengan penelitian ini.

3. Alat Pengumpulan Data

a. Studi Kepustakaan

Metode ini dipergunakan untuk mengumpulkan data sekunder yang dilakukan dengan cara mencari dan mempelajari asas kepercayaan dalam jual beli *online* melalui media toko elektronik menurut UU No 11 Tahun 2008

b. Wawancara Pihak Terkait

Wawancara adalah teknik untuk memperoleh informasi dengan bertanya langsung pada yang diwawancarai. Wawancara merupakan suatu proses interaksi dan komunikasi. Peneliti akan melakukan tatap muka dengan narasumber untuk mengajukan suatu pertanyaan.

Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan seorang pemilik toko online. Dimana informasi yang didapat hanya

dimaksudkan sebagai pelengkap atau pendukung dalam penelitian ini.

4. Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan dengan cara mengkaji, menyusun, merapikan, memberikan penomoran, dan membuat *coding* sehingga data siap untuk dianalisis.

5. Teknik Analisis Data

Suatu penelitian pasti membutuhkan data yang lengkap, dalam hal ini dimaksud agar data yang terkumpul benar-benar memiliki nilai validitas dan reabilitas yang tinggi. Faktor terpenting dalam penelitian untuk menentukan kualitas penelitian yaitu dengan analisis data, kemudian ditentukan jenis analisisnya, agar nantinya data yang terkumpul tersebut lebih dapat dipertanggung jawabkan.

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif, dalam arti menguraikan data secara bermutu dalam bentuk kalimat yang teratur, runtun, logis dan efektif sehingga memudahkan pemahaman dan interpretasi data. Analisis data dilakukan secara komprehensif dan lengkap¹⁰.

F. Sistematika Penelitian

Pembahasan skripsi ini terbagi menjadi 4 (empat) bab dan setiap bab terdiri dari beberapa bab. Pembagian tersebut dilakukan secara sistematis dengan

¹⁰ Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2004 hlm. 172

tahapan-tahapan uraiannya, sehingga tidak berdiri sendiri, tetapi berhubungan erat satu sama lain dan merupakan satu kesatuan yang menyeluruh.

Adapun isi dari tiap-tiap bab tersebut adalah sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Dalam hal ini diuraikan latar belakang, permasalahan, ruang lingkup dan tujuan, definisi konseptual, metode penelitian yang menjelaskan cara-cara penelitian untuk memperoleh data dalam pembuatan skripsi ini dan sebagai uraian yang terakhir mengenai sistematika penelitian.

BAB II: Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka menjadi judul dari Bab II yang didalamnya menyantumkan tentang pengertian dan macam-macam Definifisi Jual Beli secara online (*e-commerce*), syarat-syarat transaksi *Electronic Commerce (E-Commerce)*, jenis-jenis transaksi *Electronic Commerce (E-Commerce)*, pihak-pihak dalam transaksi *Electronic Commerce (E-Commerce)*, perkembangan *e-commerce* di Indonesia, cara mendirikan Toko Online, Resiko Jual Beli Online, perjanjian dalam jual beli, asas-asas perjanjian dan syarat sah perjanjian, sejarah internet dan konsep terjadinya transaksi elektronik.

BAB III : Pembahasan

Dalam bab ini berisikan tentang bagaimana kedudukan asas kepercayaan dalam transaksi jual beli melalui media toko online ditinjau dari Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang informasi dan transaksi elektronik

serta bagaimana tanggung jawab penjual jika melakukan wanprestasi dalam transaksi jual beli melalui media toko online.

BAB IV : Penutup

Memuat kesimpulan yang berisi jawaban dari permasalahan yang menjadi obyek penelitian yang telah di uraikan pada bab-bab yang terdahulu serta saran-saran yang mungkin bermanfaat bagi pembaca skripsi ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Transaksi Jual Beli Online

1. Pengertian Jual Beli Sistem Online

Teknologi internet mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap perekonomian dunia. Internet membawa perekonomian dunia memasuki era yang lebih populer dengan istilah *digital economics* atau perekonomian digital. Saat ini, makin banyak kegiatan perekonomian yang dilakukan melalui media internet. Misalnya, semakin banyak yang mengandalkan jual beli melalui sistem online (e-commerce) sebagai media transaksi dalam dunia perdagangan.

E-commerce pada dasarnya merupakan suatu kontak transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet dimana proses pemesanan barang, pembayaran transaksi hingga pengiriman barang dikomunikasikan melalui internet.

E-commerce juga dapat diartikan sebagai suatu proses berbisnis dengan memakai teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran/penjualan barang, servis, dan informasi secara elektronik.¹¹

¹¹ Munir Fuadi, *Hukum Kontrak (Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis)*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003 hlm. 407

Elektronic commerce atau disingkat dengan *E-commerce* adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufactur (manufaktur), services providers dan pedagang perantara (*intermediateries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer network*) yaitu internet. Penggunaan sarana internet merupakan suatu kemajuan teknologi yang dapat dikatakan menunjang secara keseluruhan spektrum kegiatan komersial.¹²

Julian Ding mendefinisikan E-commerce yaitu:

*“Electronic commerce or E-commerce as it also known, is a commercial transaction between avendor and purchaser or perties in similar contractual relationship for the supply of goods, services or acquisiton of “rights”. This commerrcial trnsactiaon is executed or entered into elektronik medium (or digital medium) where the physical presence of parties is not required, and medium exist in a public network or system as opposed to private network (closed system). The public network system must considered on open system (e.g the internet or word wide web). The transaction concluded regardless of nasional baundaries or local requirement”.*¹³

Dalam pengertian ini, e-commerce merupakan suatu transaksi komersial yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, pelayanan atau peralihan hak. Transaksi komersial ini terdapat dalam media elektronik yang secara fisik tidak memerlukan pertemuan para pihak yang bertransaksi, dan keberadaan media ini dalam public networking atas sistem yang berlawanan dengan private networking (sistem tertutup).

¹² Niniek Suparni, *Cyberspace Problematika dan Antisipasi Pengaturannya*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009 hlm. 30

¹³ Ibid, hlm. 30

Beberapa kalangan akademis sepakat mendefinisikan e-commerce sebagai salah satu cara memperbaiki kinerja dan mekanisme pertukaran barang, jasa, informasi dan pengetahuan dengan memanfaatkan teknologi berbasis jaringan peralatan digital.

Dari berbagai definisi yang ditawarkan dan dipergunakan diberbagai kalangan, terdapat kesamaan dari masing-masing definisi tersebut. Kesamaan tersebut memperlihatkan bahwa e-commerce memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Terjadinya transaksi antara kedua belah pihak;
- b. Adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi;
- c. Internet merupakan media utama dalam proses atau mekanisme perdagangan itu sendiri.

Dari karakteristik di atas, dapat saya simpulkan bahwa pada dasarnya e-commerce merupakan dampak dari perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi, yang secara signifikan mengubah cara manusia melakukan interaksi dengan lingkungannya. Dimana hal ini terkait dengan mekanisme dagang, serta salah satu bentuk jual beli yang hampir setiap aktivitas di dalamnya dilakukan secara elektronik dengan menggunakan internet.

Transaksi-transaksi perdagangan elektronik ini, secara fisik tidak memerlukan pertemuan para pihak serta penggunaan komputer sebagai sarana pencipta relasi bisnis sehingga terjadi proses pembelian dan penjualan/pertukaran jasa dan distribusi informasi antara dua pihak di dalam satu perusahaan dengan menggunakan internet.

2. Syarat Jual Beli Secara Online

Dalam banyak kasus, sebuah perusahaan *e-commerce* bisa bertahan tidak hanya mengandalkan kekuatan produk saja, tetapi dengan adanya tim manajemen yang handal, pengiriman yang tepat waktu, pelayanan yang bagus, beberapa syarat yang termasuk¹⁴:

- a. Menyediakan harga kompetitif
- b. Menyediakan jasa pembelian yang tanggap, cepat dan ramah serta sistem pembayaran yang mudah
- c. Tampilan yang menarik, informasi barang dan jasa yang lengkap dan jelas serta selalu diupdate.
- d. Menyediakan banyak bonus seperti kupon, penawaran istimewa dan diskon.
- e. Menyediakan rasa komunitas untuk berdiskusi, masukan dari pelanggan dan lain-lain untuk lebih menyakinkan pembeli serta mempermudah kegiatan perdagangan.

Dari beberapa syarat *e-commerce* terdapat pula beberapa faktor-faktor pendukung lainnya dalam bidang bisnis online, yaitu¹⁵:

- a. Moralitas dan Motivasi

Mayoritas pelaku bisnis online hampir tidak pernah bertatap muka dengan pembeli. Proses jual beli terjadi karena faktor kepercayaan tinggi dari

¹⁴“Persyaratan E-Commerce”, melalui <http://unindradatabase.wordpress.com/e-commerce/persyaratan-e-commerce> , diakses pada tanggal 21 November 2016 Pukul 22:01

¹⁵ Ibid.

pembeli. Jadi kejujuran adalah modal utama dalam menjalani bisnis online. Sekali tidak jujur, pebisnis harus akrab dengan motivasi diri untuk pantang menyerah dalam menjalani bisnisnya. Siapkan energi positif, ambisi, visi dan misi, serta tujuan dalam berbisnis.

b. Kelengkapan Informasi Usaha

Pembeli akan tertarik pada produk anda jika anda memiliki informasi yang lengkap terhadap produk anda tersebut. Tampilan gambar harus jelas serta berikan pula informasi profil perusahaan seperti sejarah, visi dan misi, alamat, telepon, email, dll.

c. Informasi Aturan Jual Beli

Informasi tata cara pembelian produk yang tidak membingungkan akan memberikan nilai tambah bagi calon pembeli. Berikan informasi aturan jual beli dalam media online anda. Semisal aturan mengenai cara pembayaran, bisa menggunakan cara deposit, cash on delivery ataupun cara lainnya. Cantumkan institusi keuangan anda, misal bank atau pihak jasa keuangan lainnya.

d. Kualitas dan Distribusi Produk

Produk yang ditampilkan secara online harus sama ketika diterima oleh pembeli. Kontrol kualitas produk harus diperhatikan. Begitupula memilih perusahaan jasa ekspedisi yang akan mengantarkan produk itu ke pembeli. Kadangkala komplain sering terjadi ketika produk diterima oleh pembeli, akibat dari kualitas yang berbeda dan kerusakan akibat proses pengiriman.

e. Koneksi Internet

Fasilitas internet adalah senjata utama dalam berbisnis online. Percuma memiliki produk yang bagus tetapi pemilik tokonya tidak segera menanggapi calon pembeli.

f. Cepat dan tanggap

Berikan layanan yang cepat melalui email, sms, telepon ataupun percakapan online (*chatting*). Tanggap adalah berkorelasi dengan kemampuan menguasai produk dan alur bisnis anda.

3. Jenis-jenis Jual Beli secara Online

Jenis *e-commerce* yang secara umum dan yang paling banyak dikenal adalah jenis *Business to Business* dan *business to customer*. Tetapi selain kedua jenis *e-commerce* tersebut, juga terdapat beberapa jenis lainnya, yaitu *customer to customer*, *customer to government* dan *customer to business*. Selanjutnya jenis-jenis *e-commerce* tersebut akan diuraikan di bawah ini¹⁶:

a. *Bussines to Bussines*

Transaksi ini sering disebut sebagai B to B adalah transaksi antar perusahaan (baik pembeli maupun penjual adalah perusahaan). Biasanya diantara mereka telah saling mengetahui satu sama lain dan sudah terjalin hubungan yang cukup lama. Pertukaran informasi hanya berlangsung diantara mereka dan pertukaran informasi itu didasarkan pada kebutuhan dan kepercayaan. Perkembangan B to B lebih pesat jika dibandingkan dengan perkembangan jenis *e-commerce* yang lainnya.

¹⁶ Doris Andika, "keabsahan Jual Beli secara Online menurut KUH Perdata dan UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik", LTA S1 Kearsipan Fakultas Hukum, UMP, 2014 hlm. 13-15

b. Bussines to Customer

Transaksi ini dikenal dengan B to C adalah transaksi antara perusahaan konsumen/individu. Contohnya adalah amazon.com sebuah situs *e-commerce* yang besar dan terkenal. Pada jenis ini, transaksi disebarakan secara umum dan konsumen yang berinisiatif melakukan transaksi. Produsen harus siap menerima respon dari konsumen tersebut. Biasanya sistem yang digunakan adalah sistem web karena sistem ini yang sudah umum dikalangan masyarakat.

c. Customer to Customer

Customer to Customer ini adalah transaksi dimana individu saling menjual barang pada satu sama lainnya.

d. Customer to Bussines

Yaitu transaksi yang memungkinkan individu menjual barang pada perusahaan.

e. Customer to Goverment

Adalah transaksi dimana individu dapat melakukan transaksi dengan pihak pemerintah, seperti membayar pajak. Pada dasarnya, perdagangan/transaksi *e-commerce* dapat dikelompokkan menjadi 2 bagian besar yaitu transaksi *Bussiness to Bussiness (B to B)* ,dan *Bussiness to Consumer (B to C)* dua kelompok inilah menyelimuti hampir semua transaksi *e-commerce* yang ada. *Bussiness to Bussiness* merupakan sistem komunikasi bisnis online antar pelaku bisnis. Para pengamat *e-*

commerce mengakui akibat terpenting adanya sistem komersial yang berbasis web tampak pada transaksi *Business to Business*

Dilihat dari karakteristiknya, transaksi *e-commerce (B to B)*, mempunyai karakteristik sebagai berikut :

- a. *Trading partner* yang sudah saling mengetahui dan antara mereka sudah terjalin hubungan yang berlangsung cukup lama. Pertukaran informasi hanya berlangsung diantara mereka dan karena sudah sangat mengenal, maka pertukaran informasi tersebut dilakukan atas dasar kebutuhan dan kepercayaan.
- b. Pertukaran data dilakukan secara berulang-ulang dan berskala dengan format data yang telah disepakati. Jadi, *service* yang digunakan antara kedua sistem tersebut sama dan menggunakan standar yang sama.
- c. Salah satu pelaku tidak harus menunggu *partners* mereka lainnya untuk mengirim data.
- d. Model yang umum digunakan adalah *peer to peer*, dimana *processing intelligence* dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis.

Business to Consumer (B to C) merupakan transaksi jual beli melalui internet antara penjual barang dengan konsumen. *Business to Consumer* dalam e-commerce relatif banyak ditemui dibandingkan dengan *Business to Business*.

4. Pihak-pihak dalam Transaksi *Electronic Commerce (E-commerce)*

Transaksi *e-commerce* melibatkan beberapa pihak, baik yang terlibat secara langsung maupun secara tidak langsung, tergantung kompleksitas

transaksi yang dilakukan. Artinya apakah semua proses transaksi dilakukan secara online atau hanya beberapa tahap saja yang dilakukan secara online. Apabila seluruh transaksi e-commerce dilakukan secara online, mulai dari proses terjadinya transaksi sampai dengan pembayaran, maka pihak-pihak yang terlibat terdiri dari¹⁷:

- a. Penjual (*merchant*), yaitu perusahaan/produsen yang menawarkan produknya melalui internet. Untuk menjadi *merchant*, maka seseorang harus mendaftarkan diri sebagai *merchant account* pada sebuah bank, tentunya ini dimaksudkan agar *merchant* dapat menerima pembayaran dari *customer* dalam bentuk *credit card*.
- b. Konsumen (*Card Holder*), yaitu orang-orang yang ingin memperoleh produk (barang atau jasa) melalui pembelian secara online. Konsumen yang akan berbelanja di internet dapat berstatus perorangan atau perusahaan. Apabila konsumen merupakan perorangan, maka perlu diperhatikan dalam transaksi *e-commerce* adalah bagaimana sistem pembayaran sistem pembayaran dilakukan secara manual/cash. Hal ini penting untuk diketahui mengingat tidak semua konsumen yang berbelanja di internet adalah pemegang kartu kredit. Pemegang kartu kredit merupakan seseorang yang namanya tercetak pada kartu kredit yang dikeluarkan oleh penerbit berdasarkan perjanjian yang telah dibuat

¹⁷ Didik M. Arif Mansur Dkk, *Cyber Law Aspek Hukum Teknologi Informasi*, Refika Aditama, Bandung, 2009 hlm 154

- c. *Acquire*, yaitu pihak perantara penagihan (antara penjual dan penerbit) dan perantara pembayaran (antara pemegang dan penerbit). Perantara penagihan adalah pihak yang meneruskan tagihan kepada penerbit berdasarkan tagihan yang masuk kepadanya yang diberikan oleh penjual barang/jasa. Pihak perantara pembayaran (antara pemegang dan penerbit) adalah bank dimana pembayran kredit dilakukan oleh pemilik kartu kredit, selanjutnya bank yang menerima pembayaran ini akan mengirimkan uang pembayaran tersebut kepada penerbit kartu kredit (*issuer*).
- d. *Issuer*, merupakan perusahaan *credit card* yang menerbitkan kartu. Di Indonesia ada beberapa lembaga yang diijinkan untuk menerbitkan kartu kredit, yaitu:
- 1) Bank dan lembaga keuangan bukan bank. Tidak setiap bank dapat menerbitkan *credit card*, hanya bank yang telah memperoleh ijin dari *card International* yang dapat menerbitkan *credit card*, seperti Master dan Visa Card
 - 2) Perusahaan yang membuka cabang dari perusahaan induk yang ada di luar negeri, yaitu *American Express*.
- e. *Certification Authorities*, yaitu pihak ketiga yang netral yang memegang hak untuk mengeluarkan sertifikasi kepada *merchant*, kepada *issuer* dan dalam beberapa hal diberikan pula kepada *card holder*. *Certification Authorities* dapat merupakan suatu lembaga pemerintah atau lembaga swasta.

Apabila transaksi *e-commerce* tidak sepenuhnya dilakukan secara online dengan kata lain hanya proses transaksinya saja yang melalui media elektronik sementara proses pembayaran tetap dilakukan secara manual/cash, maka pihak *acquirer, issuer dan certification authorities* tidak terlibat di dalamnya. Disamping pihak-pihak tersebut, pihak lain yang keterlibatannya tidak secara langsung dalam transaksi *e-commerce* yaitu jasa pengiriman (ekspedisi).

5. Perkembangan Electronic Commerce (*E-commerce*) di Indonesia

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia sendiri telah ada sejak tahun 1996, dengan berdirinya *dyviacom intrabumi* atau D-Net sebagai perintis transaksi online. Wahana transaksi berupa mal online yang disebut D-Mall ini telah menampung sekitar 33 toko online atau merchant. Produk yang dijual bermacam-macam, mulai dari makanan, aksesoris, pakaian, produk perkantoran sampai furniture. Selain itu berdiri pula, tempat penjualan online yang berbasis internet yang memiliki fasilitas lengkap seperti adanya bagian depan toko (*Storefront*) dan *shopping cart* (keranjang belanja). Selain itu ada juga *commerce net indonesia* yang beralamat di <http://isp.commerce.net.id/>.¹⁸

Sebagai *commerce service provider* (CSF) pertama di Indonesia, *Commerce Net Indonesia* menawarkan kemudahan dalam melakukan jual beli di internet. Indonesia sendiri telah bekerja sama dengan lembaga-lembaga yang membutuhkan *e-commerce*, untuk melayani konsumen seperti PT Telkom dan

¹⁸ Danang Sri Yudhistira, "*Perkembangan E-Commerce di Indonesia*" dalam karya ilmiah, Yogyakarta, 2011 hlm.14

Bank International Indonesia. Selain itu terdapat pula 7 situs yang menjadi anggota Commerce Net Indonesia, yaitu Plasa.com, Interactive mall 2000, officeland, Kompas Cyber Media, Mizan Online Telecommunication Mall dan Trikonsel.¹⁹

Kehadiran *e-commerce* sebagai media transaksi baru ini tentunya menguntungkan beberapa pihak, baik pihak konsumen, maupun pihak produsen dan penjual. Dengan menggunakan internet, proses perniagaan dapat dilakukan dengan menghemat biaya dan waktu. Namun sistem *e-commerce* masih kurang populer, karena banyak pengguna internet yang masih meragukan keamanan sistem ini, dan kurangnya pengetahuan mereka mengenai apa itu *e-commerce* yang sebenarnya. Hingga saat ini, web resmi yang telah menyelenggarakan e-commerce di Indonesia adalah RisTi Shop dimana web ini juga telah mendukung proses transaksi secara online.

Perkembangan teknologi informasi menyebabkan terjadinya perubahan kultur kita sehari-hari. Salah satu bentuk nyatanya adalah bisnis yang memanfaatkan internet tersebut dinamakan *e-commerce*, yang merupakan perkembangan dari commerce dengan menggunakan media elektronik yaitu internet. Walaupun masih banyak para pelaku bisnis yang belum mengenal betul tentang internet tersebut tetapi karena desakan bisnis yang semakin mengarah ke media ini, banyak para pelaku bisnis mulai menggunakan ini.

¹⁹ Ibid, hlm. 14

Adapun keuntungan utama yang di dapat dengan menggunakan teknologi ini adalah *open platform* yang tidak tergantung pada satu vendor tertentu, sehingga sistem *e-commerce* tersebut dapat dikembangkan dengan cepat tanpa terikat dengan satu vendor tertentu. Walaupun hingga saat ini belum ada definisi baku dari *e-commerce*, beberapa mengatakan bahwa *e-commerce* adalah hanya sebatas website yang digunakan untuk berdagang (semacam storefront), di lain pihak ada yang menghubungkan dengan EDI dan seterusnya.

E-commerce sebetulnya dapat menjadi suatu bisnis yang menjanjikan di Indonesia. Hal ini tak lepas dari potensi berupa sejumlah masyarakat yang besar dan adanya jarak fisik yang jauh sehingga *e-commerce* dapat dimanfaatkan dengan maksimal. Namun sayangnya, daya beli masyarakat yang masih rendah dan infrastruktur telekomunikasi yang tidak merata di daerah-daerah lainnyalah yang membuat *e-commerce* tidak begitu populer. Hal ini tidak lepas dari jumlah pengguna internet di Indonesia masih dalam taraf rendah, dibandingkan dengan besarnya jumlah penduduk yang ada. Selain itu, *e-commerce* juga belum banyak di manfaatkan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia.

Meskipun relatif banyak perusahaan yang sudah memasang homepage, hanya sedikit yang memfungsikannya sebagai sarana perniagaan/perdagangan online. Sebagian besar homepage itu lebih difungsikan sebagai media informasi dan pengenalan produk. Pada akhirnya perkembangan teknologi dan

peningkatan pengguna internet di Indonesia akan membuat *e-commerce* menjadi suatu bisnis yang menjanjikan.

6. Cara Mendirikan Toko Online

Perkembangan toko online adalah bukti nyata pergerakan perubahan aktivitas dari dunia nyata menuju dunia maya (internet). Toko online kini telah menjadi salah satu pilihan dalam berbelanja barang kebutuhan dan oleh karena itulah semua orang kini mulai berlomba-lomba membangun toko online.

Membangun toko online bukan sekedar menjual barang dagangan melalui website, toko online adalah salah satu seni dalam berjualan. Dengan toko online berjualan melawan batas wilayah dan waktu. Terdapat beberapa syarat tidak baku untuk membangun toko online yang harus diperhatikan, antara lain²⁰:

- a. Toko online adalah toko yang dijalankan berdasarkan unsur saling percaya. Membangun kepercayaan pelanggan adalah syarat mutlak dalam bisnis toko online. Sekali terjadi kekecewaan pada pembeli (konsumen atau pelanggan) akibatnya akan cukup besar karena pembeli dapat dengan mudah menyebarkan berita melalui berbagai media online.
- b. Selain mengutamakan unsur saling percaya, yang tidak kalah pentingnya adalah tampilan website toko yang mudah dimengerti calon pembeli. Banyak pemilik toko online hanya sekedar memilih tampilan website

²⁰ "Mendirikan Toko Online", melalui <https://heriyantolim.wordpress.com/2013/03/02/mendirikan-toko-online-e-shop/>, diakses pada tanggal 28 November 2016 Pukul 16:11

dengan *design* meraih agar pengunjung tertarik dan kurang memperhatikan faktor-faktor penting lainnya.

- c. Membangun toko online yang profesional, artinya memberikan pelayanan yang profesional pada pelanggan. Akun website gratis dan berbayar tentu juga akan menjadi pertimbangan calon pembeli. Jika ingin merencanakan membangun toko online secara serius dengan perencanaan yang matang, akun website berbayar salah satu yang paling mendasar yaitu kepercayaan pelanggan dan keunggulan pada metode dan algoritma mesin pencari.
- d. Ketersediaan metode pembayaran yang fleksibel bagi pelanggan. Rekening khusus dari beberapa bank perlu dimiliki, paling tidak lebih dari 2 (dua) rekening bank berbeda. Layanan pembayaran melalui *Paypal* juga akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Metode pembayaran yang beragam ini akan menjadi salah satu unsur yang memudahkan pembeli berbelanja pada toko online.
- e. *Admin*, dalam hal ini pengelola yang serius dan memiliki waktu penuh untuk mengelola dan manajemen yang baik dari para pengelola juga unsur yang ingin diketahui para calon pembeli.
- f. *Digital marketing*, penguasaan ilmu-ilmu manajemen dan pemasaran pada dunia digital juga menjadi keharusan jika ingin memulai toko online.

Jika syarat-syarat tersebut telah terpenuhi, toko online dapat mulai didirikan. Dengan toko online, pelaku bisnis tidak perlu kesulitan dan pusing mengenai biaya sewa atau memiliki gedung pertokoan sendiri. Tidak perlu mempekerjakan pegawai atau karyawan banyak untuk menjaga toko dan

tidak perlu membeli perlengkapan seperti toko nyata pada umumnya walaupun biaya tetap harus dikeluarkan. Bagi mereka yang telah memiliki toko (dalam hal ini toko tidak online), toko online merupakan pangsa pasar yang jauh lebih luas.

Penggunaan internet yang sangat banyak dapat menjadi target pasar yang sangat menjanjikan. Berapa banyak masyarakat yang sibuk dan bahkan sangat sibuk untuk datang pada suatu toko dan membeli produk tertentu sehingga toko online menjadi pilihan. Segmentasi pasar menjadi tidak terbatas, menjangkau seluruh dunia. Lebih lanjut peluang kerjasama dapat tercipta karena dengan internet akses informasi tanpa batas. Adapun mekanisme pembuatan toko online di antaranya adalah:

- a. Buat blog dari blogger.com
- b. Setelah membuat blog, carilah template toko online dengan cara search di Google menggunakan kata kunci “tamplate toko online” kemudian download tamplate tersebut dan gantilah tamplate blog tersebut
- c. Setelah itu uploadlah foto atau gambar produk-produk anda sendiri ataupun menjual produk orang lain. Walaupun anda tidak mempunyai produk sendiri maka bisa mencari perusahaan-perusahaan yang menyediakan dropship. Cari di Google dengan mengetik misal, “dropship sepatu” yang selanjutnya segera hubungi untuk mendapatkan perjanjian dengannya.
- d. Sistem pembayaran. Sistem transaksi dalam toko online juga penting karena ini akan membangun suatu kepercayaan kepada *buyer* bahwa toko

online anda bukanlah suatu penipuan. Sistem pembayaran bisa via transfer antar rekening atau melalui tatap muka antara penjual dan pembeli. Jika toko online anda juga siap melayani pembeli dari luar negeri maka siapkan juga sistem pembayaran melalui paypal untuk mempermudah pembayaran saat bertransaksi dengannya. Ingatlah bahwa modal utama sebuah toko online adalah kepercayaan dari pembeli/setiap orang.

- e. Siapkan *contact person* atau sebagai alat penghubung, misalnya berupa kontak melalui sms, yahoo online, gtalk, pin blackberry, whatsapp bahkan nomor telepon yang siap melakukan kontak tiap saat. Ini juga merupakan salah satu sistem yang akan membangun tingkat kepercayaan konsumen.

7. Resiko dalam Transaksi Jual Beli Online

Implikasi dari pengembangan ini dirasa ada sisi positif dan negatifnya. Adapun aspek negatif dari pengembangan ini adalah berkaitan dengan persoalan keamanan dalam bertransaksi dengan menggunakan media *e-commerce* dan secara yuridis terkait pula dengan jaminan kepastian hukum (*legal certainty*)²¹.

Menurut saya masalah keamanan masih menjadi masalah dalam transaksi melalui media internet ini. Aspek-aspek yang dipermasalahkan itu antara lain:

- a. Masalah kerahasiaan (*confidentiality*) pesan

²¹ Abdul Halim Barakatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce Studi Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2005 hlm 3

- b. Masalah bagaimana cara agar pesan yang dikirimkan itu keutuhannya (*integrity*) sampai ke tangan penerima,
- c. Masalah keabsahan (*autenticity*) pelaku transaksi, dan
- d. Masalah keaslian pesan agar bisa dijadikan barang bukti.

Adapun resiko yang timbul dilihat dari segi pandangan bisnis, penyalahgunaan dan kegagalan yang terjadi, terdiri atas²²:

- a. Kehilangan segi financial secara langsung karena kecurangan
Seseorang atau seorang penipu yang berasal dari dalam atau luar mentransfer sejumlah uang dari rekening yang satu ke rekening lainnya atau dia telah menghancurkan/mengganti semua data financial yang ada.
- b. Pencurian informasi rahasia yang berharga
Kepemilikan teknologi atau informasi yang berhubungan dengan kepentingan konsumen mereka. Gangguan yang timbul bisa menyikap semua informasi rahasia tersebut kepada pihak-pihak yang tidak berhak dan dapat mengakibatkan kerugian yang besar bagi si korban.
- c. Kehilangan pelayanan bisnis karena gangguan pelayanan.
Bergantung pada pelayanan elektronik dapat mengakibatkan gangguan selama periode waktu yang tidak dapat diperkirakan. Kesalahan ini bersifat kesalahan non-teknis, seperti aliran listrik yang tiba-tiba padam, atau gangguan-gangguan yang tak terduga lainnya.
- d. Penggunaan akses ke sumber oleh pihak yang tidak berhak

²² Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal E-Commerce*, Elex Media Komputindo, Bandung, 2001 hlm 2

Pihak luar mendapatkan akses yang sebenarnya bukan menjadi haknya dan dia gunakan hal itu untuk kepentingan pribadi. Misal seorang *hacker* yang berhasil membobol sebuah sistem perbankan, setelah itu dengan seenaknya sendiri dia memindahkan sejumlah rekening orang lain kedalam rekeningnya sendiri.

e. Kehilangan kepercayaan dari konsumen

Kepercayaan konsumen terhadap sebuah perusahaan/lembaga/institusi tertentu dapat hilang karena berbagai macam faktor, seperti usaha yang dilakukan dengan sengaja oleh pihak lain yang berusaha menjatuhkan reputasi perusahaan tersebut sehingga mengakibatkan kepercayaan konsumen berkurang.

f. Kerugian-kerugian yang tak terduga

Gangguan terhadap transaksi bisnis, yang disebabkan gangguan dari luar yang dilakukan dengan sengaja, ketidakjujuran, praktek bisnis yang tidak benar, kesalahan faktor manusia, atau kesalahan sistem elektronik, yang mengakibatkan kerugian transaksi bisnis yang tidak bisa dihindarkan terutama dari segi financial.

Berdasarkan uraian di atas, terlihat bahwa melakukan atau menyusun kegiatan *e-commerce* tidak semudah kita membalikkan telapak tangan. Banyak sekali faktor yang harus diperhatikan dan dipertimbangkan. Kita harus mengasumsikan bahwa semua keuntungan yang akan diraih sebanding dengan nilai kerugian yang mungkin timbul.

B. Perjanjian Dalam Jual Beli

1. Syarat Sahnya suatu Perjanjian

Walaupun dikatakan bahwa perjanjian lahir pada saat terjadinya kesepakatan mengenai hal pokok dalam perjanjian tersebut, namun masih ada hal lain yang harus diperhatikan yaitu syarat sahnya perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 BW, yaitu :

- a. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya;
- b. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan;
- c. Suatu hal tertentu; dan
- d. Suatu sebab yang halal.

Keempat syarat tersebut biasa juga disingkat dengan sepakat, cakap, hal tertentu dan sebab yang halal. Keempat syarat sahnya perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 BW tersebut di atas akan diuraikan lebih lanjut sebagai berikut.

a. Kesepakatan

Sebagaimana diketahui, kesepakatan ini dibentuk oleh dua unsur yaitu penawaran dan penerimaan. Dasar keterikatan kontraktual berasal dari pernyataan kehendak, yang dibedakan dalam dua unsur yaitu kehendak dan pernyataan. Untuk menganalisis adanya dasar keterikatan kontraktual berlandaskan pada kehendak atau pernyataan, dapat dikaji dari perkembangan tiga teori, yaitu²³:

²³ Agus Yudha Hernoko, *Hukum Perjanjian Asas Proposionalitas dalam Kontrak Komersial, Laksbang Mediatama Yogyakarta, Yogyakarta, 2008, hlm. 143-145*

- a. Teori Kehendak, menyatakan bahwa keterikatan kontraktual baru ada hanya jika dan sejauh pernyataan berlandaskan pada putusan kehendak yang sungguh-sungguh sesuai dengan itu. Keberatan terhadap teori ini karena dalam lalu-lintas hukum sangat sulit untuk mengetahui apakah pernyataan yang dibuat seseorang itu sesuai dengan kehendaknya. Sehingga selalu menimbulkan pertanyaan apakah ada kepastian hukum mengenai lahirnya keterikatan kontraktual.
- b. Teori Pernyataan, menyatakan bahwa seseorang itu terikat dengan pernyataannya. Kelemahan dari teori ini apabila terdapat pernyataan yang tidak sesuai dengan kehendak.
- c. Teori Kepercayaan, adalah teori baru sebagai ajaran yang diikuti, merupakan teori jalan tengah yang menjembatani kelemahan dan kekurangan dua teori sebelumnya. Teori ini menyatakan bahwa kenyataan yang menjadi landasan keterikatan kontraktual adalah pernyataan yang selayaknya menimbulkan kepercayaan bahwa hal itu sesuai dengan putusan kehendak.

Cara-cara untuk terjadinya penawaran dan penerimaan dapat dilakukan secara tegas maupun dengan tidak tegas, yang penting dapat dipahami atau dimengerti oleh para pihak bahwa telah terjadi penawaran dan penerimaan.

Beberapa contoh yang dapat dikemukakan, sebagai cara terjadinya kesepakatan/terjadinya penawaran dan penerimaan adalah²⁴ :

²⁴ Ahmadi Miru, *op.cit.*, hlm 14

- 1) Dengan cara tertulis;
- 2) Dengan cara lisan;
- 3) Dengan simbol-simbol tertentu; bahkan
- 4) Dengan berdiam diri.

Berdasarkan berbagai cara terjadinya kesepakatan tersebut di atas, secara garis besar terjadinya kesepakatan dapat terjadi secara tertulis dan tidak tertulis, yang mana kesepakatan yang terjadi secara tidak tertulis tersebut dapat berupa kesepakatan lisan, simbol-simbol tertentu, atau diam-diam.

Berdasarkan syarat sahnya perjanjian tersebut, khususnya syarat kesepakatan yang merupakan penentu terjadinya atau lahirnya perjanjian, berarti bahwa tidak adanya kesepakatan para pihak, tidak terjadi kontrak. Akan tetapi, walaupun terjadi kesepakatan para pihak yang melahirkan perjanjian, terdapat kemungkinan bahwa kesepakatan yang telah dicapai tersebut mengalami kecacatan atau yang biasa disebut cacat kesepakatan sehingga memungkinkan perjanjian tersebut dimintakan pembatalan oleh pihak yang merasa dirugikan oleh perjanjian tersebut.

Cacat kehendak atau cacat kesepakatan dapat terjadi karena terjadinya hal-hal diantaranya:

- 1) Kekhilafan atau kesesatan (vide Pasal 1322 BW)

Terdapat kesesatan apabila terkait dengan 'hakikat orang atau benda' dan pihak lawan harus mengetahui atau setidaknya mengetahui bahwa sifat atau keadaan yang menimbulkan kesesatan bagi pihak lain sangat menentukan. Dengan demikian, mengenai

kesesatan terhadap hakikat benda yang dikaitkan dengan keadaan akan datang, karena kesalahan sendiri atau karena perjanjian atau menurut pendapat umum menjadi resiko sendiri, tidak dapat dijadikan alasan pembatalan kontak.

2) Paksaan (vide Pasal 1323-1327 BW)

Paksaan timbul apabila seseorang tergerak untuk menutup kontrak atau memberikan kesempatan di bawah ancaman yang bersifat melanggar hukum.

(a) Ancaman itu sendiri sudah merupakan perbuatan melanggar hukum.

(b) Ancaman itu bukan merupakan perbuatan melanggar hukum, tetapi ancaman itu dimaksudkan untuk mencapai sesuatu yang tidak dapat menjadi hak pelakunya.

3) Penipuan (vide Pasal 1328 BW)

Penipuan merupakan bentuk kesesatan yang dikualifisir, artinya ada penipuan bila gambaran yang keliru tentang sifat-sifat dan keadaan-keadaan yang ditimbulkan oleh tingkah laku yang sengaja menyesatkan dari pihak lawan. Untuk berhasilnya dalil penipuan diisyaratkan bahwa gambaran yang keliru itu ditimbulkan oleh rangkaian tipu daya.

Tiga alasan pembatalan yang pertama pada prinsipnya sama dengan yang terdapat dalam BW (vide Pasal 1321-1328), hanya berbeda pada istilah 'paksaan' atau *dwang* yang dipergunakan dalam BW (dalam bahasa aslinya menggunakan istilah *geweld* yang berarti kekerasan), sementara NBW menggunakan istilah 'ancaman' sedang

alasan ke empat merupakan perkembangan baru dalam pengaturan NBW.²⁵

Dimasukkannya penyalahgunaan keadaan sebagai alasan pembatalan kontrak dalam NBW, tentunya tidak dapat dilepaskan dari praktik pengadilan dalam menangani perkara yang terkait dengan syarat sahnya kontrak (vide pasal 1320). Hal ini terutama terkait dengan keadaan yang bertentangan dengan kebiasaan (penyalahgunaan keadaan) sehingga mempengaruhi penutupan kontrak.

Dalam hal suatu kontrak ternyata mengandung unsur-unsur penyalahgunaan keadaan maka eksistensi kontrak tersebut akan menjadi batal bukan batal demi hukum. Hal ini sejalan dengan pendirian bahwa penyalahgunaan keadaan berhubungan dengan pembentukan kontrak, khususnya terbentuknya kesepakatan yang tidak sesuai dengan kehendak.

4) Penyalahgunaan keadaan.

b. Kecakapan

Untuk mengadakan perjanjian, para pihak harus cakap, namun dapat saja terjadi bahwa para pihak atau salah satu pihak yang mengadakan kontrak adalah tidak cakap menurut hukum. Seseorang oleh hukum dianggap tidak cakap untuk melakukan perjanjian jika orang tersebut belum berumur 21 tahun, kecuali jika ia telah kawin sebelum cukup 21 tahun.

²⁵ Ibid., hlm. 152

Sementara itu, dalam Pasal 1330 BW, ditentukan bahwa tidak cakap untuk membuat perjanjian adalah:

- 1) Orang-orang yang belum dewasa;
- 2) Mereka yang ditaruh di bawah pengampuan;
- 3) Orang-orang perempuan dalam hal-hal yang ditetapkan oleh Undang-Undang; dan pada umumnya semua orang kepada siapa Undang-Undang telah melarang membuat perjanjian-perjanjian tertentu.

Beberapa undang-undang yang menegaskan standar usia 18 tahun merupakan standar usia dewasa yang berkorelasi dengan kecakapan melakukan perbuatan hukum, antara lain:

- a) Undang Undang Nomor 3 Tahun 1997 Tentang Pengadilan Anak (vide Pasal 5 jo. 61)
- b) Undang Undang Nomor 30 Tahun 2004 Tentang Peraturan Jabatan Notaris (vide Pasal 39 jo.30),
- c) Undang Undang Nomor 12 Tahun 2006 Tentang Kewarganegaraan Republik Indonesia (vide Pasal 5 jjs. 6, 9, 21, 22, 41)

Bahkan perkembangan di Belanda yang menjadi sumber rujukan standar kedewasaan untuk mengukur kecakapan seseorang sebagaimana di atur dalam Pasal 338 jo. 1366 BW Ned. (sama dengan 330 jo 1330 BW), melalui ketentuan Pasal 2:33 NBW telah meninggalkan standar usia 21 tahun.²⁶

²⁶ Ibid., hlm 166

Dengan mencermati argumentasi di atas, sudah waktunya bagi mereka yang bersikukuh bahwa usia 21 tahun sebagai standar usia dewasa untuk mengakui dan menggunakan standar usia 18 tahun sebagai standar usia dewasa (kecakapan untuk melakukan perbuatan hukum). Pergeseran standar usia dewasa dari 21 tahun ke 18 tahun sudah lazim diberbagai sistem hukum baik *civil law* maupun *common law*.²⁷

c. Suatu Hal Tertentu

Dalam suatu kontrak objek perjanjian harus jelas dan ditentukan oleh para pihak, objek perjanjian tersebut dapat berupa barang maupun jasa, namun dapat juga berupa tidak berbuat sesuatu. Hal tertentu ini dalam kontrak disebut prestasi yang dapat berwujud barang, keahlian atau tenaga, dan tidak berbuat sesuatu.

Berbeda dari hal di atas, dalam BW dan pada umumnya sarjana hukum berpendapat bahwa prestasi itu dapat berupa:

- 1) Menyerahkan/memberikan sesuatu;
- 2) Berbuat sesuatu;
- 3) Tidak berbuat sesuatu.

Lebih lanjut mengenai hal atau objek tertentu ini dapat dirujuk dari substansi Pasal 1332, 1333 dan 1334 BW, sebagai berikut:

- 1) Pasal 1332 BW menegaskan,

Hanya barang yang dapat diperdagangkan saja yang dapat menjadi pokok perjanjian.

²⁷ Ibid, hlm 166

2) Pasal 1333 BW menegaskan,

Suatu perjanjian harus mempunyai pokok berupa barang, yang paling sedikit ditentukan jenisnya.

3) Pasal 1334 BW menegaskan,

Barang yang baru ada pada waktu yang akan datang, dapat menjadi pokok suatu perjanjian. Tetapi tidaklah diperkenankan untuk melepaskan suatu warisan yang belum terbuka, ataupun untuk meminta diperjanjikan sesuatu hal mengenai warisan itu, sekalipun dengan sepakatnya orang yang nantinya akan meninggalkan warisan yang menjadi pokok perjanjian itu, dengan tidak mengurangi ketentuan Pasal 169, 176, dan 178.

d. Sebab yang Halal

Istilah kata halal bukanlah lawan kata haram dalam hukum islam, tetapi yang dimaksud sebab yang halal adalah bahwa isi perjanjian tersebut tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan.

2. Asas-asas Perjanjian

Dalam perjanjian, dikenal beberapa asas diantaranya adalah sebagai berikut.

a. Asas Konsensualisme

Asas konsensualisme sering diartikan bahwa dibutuhkan kesepakatan untuk lahirnya kesepakatan. Pengertian ini tidak tepat karena maksud dari asas ini adalah bahwa lahirnya kontrak ialah pada saat terjadinya kesepakatan. Dengan demikian, apabila tercapai kesepakatan antara para

pihak, lahirah perjanjian, walaupun perjanjian itu belum dilaksanakan pada saat itu.

Asas konsensualisme ini tidak berlaku bagi semua jenis perjanjian karena asas ini hanya berlaku terhadap kontrak konsensual sedangkan terhadap kontrak formal dan kontrak rill tidak berlaku.

b. Asas Kebebasan Berkontrak

Asas kebebasan berkontrak merupakan salah satu asas yang sangat penting dalam hukum kontrak. Kebebasan berkontrak ini oleh sebagian sarjana hukum biasanya didasarkan pada Pasal 1338 ayat (1) BW bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Demikian pula ada yang mendasarkan pada Pasal 1320 BW yang menerangkan tentang syarat sahnya perjanjian.

Asas kebebasan berkontrak merupakan suatu dasar yang menjamin kebebasan orang dalam melakukan perjanjian.

c. Asas Mengikatnya Kontrak (*Pacta Sunt Servanda*)

Setiap orang yang membuat perjanjian, dia terikat untuk memenuhi perjanjian tersebut karena kontrak tersebut mengandung janji-janji yang harus dipenuhi dan janji tersebut mengikat para pihak sebagaimana mengikatnya undang-undang. Hal ini dapat dilihat pada Pasal 1338 ayat (1) yang menentukan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.

d. Asas Iktikad Baik

Asas iktikad baik merupakan salah satu asas yang dikenal dalam hukum perjanjian. Ketentuan tentang iktikad baik ini diatur dalam Pasal 1338 ayat (3) bahwa perjanjian harus dilaksanakan dengan iktikad baik.

Asas sikap berhati-hati tersebut merupakan perkembangan asas iktikad baik. Walaupun iktikad baik para pihak dalam perjanjian sangat ditekankan pada tahap praperjanjian, secara umum iktikad baik harus selalu ada pada setiap tahap perjanjian sehingga kepentingan pihak yang satu selalu dapat diperhatikan oleh pihak lainnya.

C. Pengertian Internet

Internet sendiri berasal dari kata *internetconnecting-networking*, merupakan sistem global dari seluruh jaringan komputer yang saling terhubung menggunakan standar Internet Protocol Suite (TCP/IP) untuk melayani miliaran pengguna di seluruh dunia. Manakalah Internet ialah sistem komputer umum, yang terhubung secara global dan menggunakan TCP/IP sebagai protokol pertukaran paket (*packet switching communication protocol*). Rangkaian internet terbesar dinamakan Internet. Cara menghubungkan rangkaian kaedah ini dinamakan Internetworking.²⁸

Sedangkan pengertian Internet menurut segi ilmu pengetahuan, Internet adalah sebuah perpustakaan besar yang didalamnya terdapat jutaan (bahkan milyaran) informasi atau data yang dapat berupa teks, grafik, audio maupun animasi dan lain-lain dalam bentuk media elektronik. Semua orang bisa

²⁸ "Sejarah Internet", melalui http://members.tripod.com/octa_haris/internet.html, diakses pada tanggal 28 November 2016 Pukul 18:22

berkunjung ke perpustakaan tersebut kapan saja serta dari mana saja, jika dilihat dari segi komunikasi, Internet adalah sarana yang sangat efektif dan efisien untuk melakukan pertukaran informasi jarak jauh maupun jarak dekat.

Internet adalah sistem informasi global berbasis komputer yang terbentuk dari jaringan-jaringan komputer yang saling terkoneksi satu sama lain. Setiap jaringan mungkin menghubungkan puluhan, ratusan hingga ribuan komputer yang memungkinkan komputer-komputer itu saling berbagi data dan informasi satu sama lain dan untuk saling berbagi sumber daya komputer yang mahal dan langka, seperti komputer super yang sangat kuat dan sistem-sistem basis data yang berisi informasi-informasi yang bermanfaat²⁹.

1. Sejarah Internet

Penerapan *Electronic Commerce* bermula diawal tahun 1970-an, dengan adanya *Electronic Found Transfer (EFT)*. Saat ini, tingkat aplikasinya masih terbatas pada perusahaan besar, lembaga keuangan dan beberapa perusahaan kecil. Kemudian muncul *Electronic Data Interchange (EDI)*, yang berkembang dari transaksi keuangan ke pemrosesan transaksi lain, jumlah perusahaan yang ikut serta menjadi besar, mulai dari lembaga keuangan sampai perusahaan manufaktur, layanan, dsb. Aplikasi lain kemudian muncul, memiliki jangkauan dari perdagangan saham sehingga sistem reservasi perjalanan, aplikasi ini disebut aplikasi telekomunikasi.

2. Konsep Terjadinya Transaksi Elektronik

²⁹ Adi Nugroho, *E-commerce Memahami Perdagangan Modern di Dunia Maya*, Informatika, Bandung, 2006 hlm. 25

Dalam bagian ini akan dibahas konsep transaksi elektronik menurut UU ITE. Secara umum, yang dimaksud dengan transaksi elektronik ialah segala bentuk transaksi terhadap data. Berdasarkan Pasal 1 butir 2 UU ITE, yang dimaksud dengan transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan /atau media elektronik lainnya. Inti dari transaksi elektronik yang diatur dalam UU ITE ialah perbuatan hukum, yaitu setiap perbuatan yang memiliki konsekuensi atau akibat hukum.

Dengan demikian, konsep transaksi elektronik yang diatur dalam ITE bersifat luas, karena mencakup segala transaksi baik dalam bidang perdagangan (*commerce*) maupun di luar perdagangan, termasuk perbuatan teknis dengan menggunakan media elektronik seperti mengirimkan e-mail atau virus, membuat website, mengubah konfigurasi sistem, atau melakukan *hacking-* yang memiliki akibat timbulnya tindak pidana.

Namun demikian, UU ITE juga mengatur secara khusus transaksi elektronik dalam bidang perdagangan (*commerce*). Transaksi elektronik dapat dilakukan dalam bidang privat dan bidang publik. Yang dimaksud 'lingkup privat' ialah transaksi elektronik dalam lingkup perdata yang dilakukan antara para pihak yang berkepentingan, seperti antara 1 orang dengan orang lain, satu perusahaan dengan perusahaan lain, termasuk satu instansi pemerintah dengan pemerintahan lain atau dengan pihak lain. Sedangkan yang dimaksud dengan 'lingkup publik' ialah transaksi elektronik yang menyangkut kebijakan publik atau berhubungan dengan masyarakat luas. Transaksi

elektronik yang dilakukan dalam rangka menjalankan kebijakan publik seperti pengadaan barang/jasa secara elektronik, dan penyelenggaraan perizinan secara elektronik adalah dua contoh transaksi elektronik dalam lingkup publik.

Dilihat dari pelakunya, transaksi elektronik dapat dibagi menjadi antar pelaku bisnis (B2B), antara pelaku bisnis dan konsumen (B2C), antara pelaku bisnis dan pemerintah (B2G), antar konsumen (C2C), dan antar pemerintah (G2G).

UU ITE juga mewajibkan secara tegas agar para pihak untuk beriktikad baik dalam melakukan transaksi atau dalam melakukan pertukaran informasi secara elektronik selama transaksi berlangsung. Selain itu, UU ITE memberikan prinsip umum (kondisi *default*) dalam melakukan transaksi elektronik. Pertama dalam hal para pihak tidak mengatur pilihan hukum dalam transaksi elektronik yang bersifat internasional, maka hukum yang berlaku didasarkan pada asas hukum perdata internasional. Selain itu, jika para pihak tidak menentukan pilihan penyelesaian sengketa dalam transaksi elektronik, berlaku asas hukum perdata internasional. Prinsip-prinsip ini dapat disimpangi oleh kesepakatan para pihak.³⁰

Terjadinya transaksi elektronik dalam UU ITE ialah penentuan terjadinya transaksi elektronik dalam bidang perdagangan. Transaksi elektronik terjadi pada saat penawaran transaksi yang dikirim oleh pengirim telah diterima dan

³⁰ Ibid, hlm 27

disetujui penerima. Persetujuan yang dimaksud harus dilakukan dengan pernyataan penerimaan secara elektronik. Penawaran dalam sistem common law adalah pernyataan kehendak dalam membuat kontrak mengenai hal-hal tertentu.

Pernyataan kehendak dapat diwujudkan dalam berbagai media komunikasi, baik melalui surat, fax, e-mal, surat kabar, bahkan perbuatan. Sedangkan persetujuan ialah pernyataan satu pihak bahwa ia menerima atau setuju mengenai persyaratan yang diajukan oleh orang yang memberikan penawaran, jika ada syarat yang diubah, maka tidak ada penerimaan tetapi penawaran yang dilakukan oleh calon penerima yang maksudnya adalah mengganti penawaran awal.

Selanjutnya kesepakatan ialah pertemuan kepentingan antara para pihak yang diwujudkan dengan pernyataan kehendak untuk mengikatkan diri dalam suatu perikatan mengenai hak dan kewajiban yang dibagi oleh para pihak yang bertransaksi.

BAB III

PEMBAHASAN

A. Kedudukan Asas Kepercayaan dalam Transaksi Jual Beli melalui Media Toko Online menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Inti dari jual beli adalah kata sepakat, karena dalam Pasal 1313 KUHPerdata disebutkan bahwa “suatu perjanjian adalah suatu perbuatan di mana satu orang atau lebih mengikatkan diri terhadap satu orang atau lebih.” Bila pembeli melakukan persetujuan/kata sepakat dengan penjual maka terjadilah jual beli tersebut.

Suatu perjanjian lahir pada saat terjadinya kesepakatan tetapi yang menjadi masalah jika para pihak tersebut berada di tempat atau wilayah hukum yang berbeda karena para pihak tidak dapat berhadapan secara langsung untuk menyampaikan kesepakatannya. Oleh karena itu dikenal beberapa teori, antara lain³¹:

1. Teori Pengiriman

Menurut teori ini, suatu kata sepakat terbentuk pada saat dikirimnya surat jawaban oleh pihak yang kepadanya telah ditawarkan suatu kontrak, karena sejak saat pengiriman tersebut Si Pengirim jawaban telah kehilangan kekuasaannya atas surat yang dikirimnya itu.

³¹ Chairi Zukfi, *Aspek Hukum Perjanjian Jual Beli Melalui Internet*, Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara, Medan, 2005 hlm. 28

Berdasarkan teori ini, jika dihubungkan dengan perjanjian jual beli melalui internet (*E-commerce*), terjadinya kesepakatan antara penjual dan pembeli adalah pada saat pembeli mengirimkan jawaban pada penjual baik melalui e-mail, sms, ataupun media lainnya.

2. Teori Penawaran dan Penerimaan

Yang merupakan teori dasar dari adanya kesepakatan kehendak adalah teori “penawaran dan penerimaan”. Pada prinsipnya suatu kesepakatan kehendak baru terjadi setelah adanya penerimaan tawaran oleh pihak lain dalam perjanjian tersebut. Teori ini diakui secara umum disetiap sistem hukum, namun teori ini banyak dilakukan di negara-negara yang menganut sistem *Common Law*.

Teori ini jika dihubungkan dengan e-commerce maka, terjadinya kesepakatan menurut teori ini adalah pada saat penjual mengajukan penawaran dengan menyediakan daftar atau katalog barang dalam memilih produk yang ditawarkan dengan mengklik tombol yang bertulis “Beli”.

Begitu halnya dengan para pihak yang membuat suatu perjanjian. Dimana para pihak itu harus cakap menurut hukum, pada dasarnya setiap orang yang sudah dewasa atau akil baliq. Dalam Pasal 1330 KUHPerdara disebutkan beberapa kategori orang-orang yang dianggap tidak cakap untuk membuat suatu perjanjian, yakni:

1. Orang yang belum dewasa
2. Mereka yang ditaruh dibawah pengampuan

3. Perempuan yang ditetapkan oleh Undang-Undang, dan semua orang yang mana Undang-Undang telah melarang membuat perjanjian-perjanjian tertentu.

Kemudian, dalam Pasal 1338 KUHPerdara telah ditentukan bahwa kesepakatan yang memenuhi persyaratan subjektif dan objektif berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya. Tidak hanya itu, undang-undang juga mengatur bahwa kesepakatan tersebut harus dilaksanakan dengan iktikad baik.

Iktikad baik merupakan salah satu sumber kepercayaan (*trust*) antara para pihak yang melakukan transaksi. Konsep “iktikad baik” bersifat subjektif dan ambigu, sehingga dalam praktiknya kepercayaan memerlukan pijakan yang lebih konkrit dari iktikad baik. Dalam satu transaksi, salah satu kesulitan yang muncul ialah untuk memastikan bahwa salah satu pihak telah, sedang dan terus akan bertindak dengan jujur.

Morgan dan Hunt (1994) menjelaskan beberapa manfaat dari adanya kepercayaan:

1. Kepercayaan dapat mendorong pemasar untuk berusaha menjaga hubungan yang terjalin dengan bekerjasama dengan rekan perdagangan.
2. Kepercayaan menolak pilihan jangka pendek dan lebih memilih keuntungan jangka panjang yang diharapkan dengan mempertahankan rekan yang ada.

3. Kepercayaan dapat mendorong pemasar untuk mendatangkan resiko besar dengan bijaksana karena percaya bahwa rekannya tidak akan mengambil kesempatan yang dapat merugikan pasar.³²

Oleh karena itu, menurut saya banyak yang melihat bahwa kepercayaan ialah subkelas dari resiko. Kepercayaan dapat digantikan dengan sistem pertahanan. Bahkan para ahli hukum mengingatkan bahwa kepercayaan tidak selalu menjadi solusi dalam menjalin hubungan baik. Ketidakpercayaan terhadap lawan transaksi diperlukan agar satu pihak lebih berhati-hati dalam bertransaksi.

Pengikatan para pihak yang didasari kepercayaan dalam perjanjian mendukung para pihak dalam melakukan prestasi, karena perjanjian tersebut mempunyai kekuatan yang mengikat dan dapat dijadikan sebagai undang-undang. Memberikan kepercayaan kepada *customer*, pihak *merchant* menegaskan bahwa ia memberikan garansi atau jaminan layanan sehingga dengan demikian diharapkan dapat memberikan perjanjian kepercayaan kepada *customer* terhadap apa yang telah disepakati.

Dalam Pasal 17 ayat 2 UU ITE, telah ditegaskan secara jelas bahwa para pihak yang melakukan transaksi elektronik wajib beriktikad baik dalam melakukan interaksi dan/atau pertukaran informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik selama transaksi berlangsung. Oleh karena itu, untuk membuat konsep yang ambigu dan subjektif tersebut lebih konkrit dan

³² "Pengertian Kepercayaan Menurut Para Ahli", melalui <http://etalasepustaka.blogspot.com/2016/05/pengertian-kepercayaan-menurut-para-ahli.html?m=1>, diakses pada tanggal 2 Januari 2017 Pukul 22:29

objektif, para pihak dapat menggunakan peraturan perundang-undangan sebagai acuan.

Mengacu pada Pasal 19 dan 20 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, bahwa: "*para pihak yang melakukan Transaksi elektronik harus menggunakan sistem elektronik yang disepakati*". Maksudnya, pihak yang bertransaksi "dianggap" bertindak dengan iktikad baik apabila ia mau mematuhi peraturan yang dimaksud termasuk di dalamnya adalah kesepakatan para pihak yang membuat.

Demikian juga dengan kepercayaan (Trust) dalam suatu transaksi. Salah satu faktor kunci melakukan kegiatan jual beli secara *online* sebagai keyakinan akan kemudahan penggunaan, yaitu tingkatan dimana *user* percaya bahwa teknologi/sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah dan selanjutnya kualitas informasi (*information quality*)³³.

Kualitas informasi didefinisikan sebagai persepsi pelanggan terhadap kualitas informasi tentang produk atau layanan yang disediakan oleh sebuah *website*. Semakin berkualitas informasi yang diberikan kepada pembeli *online*, maka akan semakin tinggi minat pembeli *online* untuk membeli produk tersebut. Salah satu dasarnya terdapat dalam Pasal 9 UU ITE bahwa: "*Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus*

³³ Harso Wijaya, "*Skripsi Tinjauan Hukum Mengenai Wanprestasi Dalam Jual Beli Secara Elektronik Dihubungkan Dengan Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Tentang Perikatan*", LTA S1 Fakultas Hukum, Universitas Komputer Indonesia, 2005 hlm. 35

menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan”

Dari kesimpulan yang ada, seseorang dapat mengambil kesimpulan mengenai tingkat kepercayaannya terhadap pihak yang dimaksud. Jika ia memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap rekannya, ia dapat memutuskan untuk melakukan transaksi. Namun, jika tingkat kepercayaannya rendah, ia dapat memutuskan untuk membatalkan transaksi atau tetap melakukan transaksi dengan meningkatkan perlindungan terhadap kepentingannya.

Tanpa adanya kepercayaan itu, maka perjanjian itu tidak mungkin diadakan oleh para pihak. Tanpa adanya kepercayaan, maka para pihak akan merasa tidak nyaman dalam melakukan perjanjian jual beli dan timbulnya keraguan-keraguan tersebut akan sangat mengganggu prestasi para pihak. Adanya kepercayaan antara para pihak, maka dengan sendirinya para pihak saling mengikatkan dirinya dalam suatu perbuatan hukum.

B. Tanggung Jawab Penjual jika melakukan Wanprestasi dalam Transaksi Jual Beli melalui Media Toko Online

Pada debitur terletak kewajiban untuk melakukan pemenuhan prestasi. Dan jika ia tidak melaksanakan kewajibannya tersebut bukan karena keadaan memaksa maka debitur dianggap melakukan ingkar janji. Wanprestasi adalah keadaan dimana debitur tidak memenuhi prestasi (ingkar janji) yang telah diperjanjikan.

Selama proses penelitian yang dilakukan dengan tujuan memperkuat kajian data yang disampaikan, maka jelas dalam transaksi *e-commerce*, pelaku usaha adalah pihak yang paling berpotensi melakukan wanprestasi karena kesepakatan antara pihak penjual dan pembeli terjadi saat pembeli melakukan pembayaran. Dengan demikian, pembeli adalah pihak yang terlebih dahulu memenuhi prestasi.

Menurut Ridwan Syahrani, wanprestasi (kelalaian atau kealpaan) seorang debitur dapat berupa³⁴:

- a. Debitur sama sekali tidak memenuhi prestasi
- b. Debitur memenuhi prestasi, tetapi tidak sebagaimana yang diperjanjikan
- c. Debitur memenuhi prestasi tetapi tidak tepat waktunya
- d. Debitur melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukan

Menurut Mariam Darus Badrul, dijelaskan wujud dari tidak memenuhi perikatan itu ada 3 (tiga) macam, yaitu³⁵:

- a. Debitur sama sekali tidak memenuhi prestasi
- b. Debitur terlambat memenuhi prestasi
- c. Debitur keliru atau tidak pantas memenuhi prestasi

Konsekuensi dari tidak dipenuhinya perikatan ialah bahwa kreditur atau pihak lain yang dirugikan dapat meminta ganti kerugian atas biaya-biaya yang telah dikeluarkannya, kerugian atau kerusakan barang miliknya dan juga

³⁴ “ Tinjauan Teoritis Mengenai Wanprestasi dan Transaksi Jual Beli Melalui Internet”, melalui <http://iusyusephukum.blogspot.co.id/2013/10/tinjauan-teoritis-mengenai-wanprestasi.html>, diakses pada tanggal 16 Januari 2016 Pukul 09:50

³⁵ Mariam Darus Badruzaman, *KUHPerdata Buku III Perikatan dengan Penjelasan*, Alumni, Bandung, 2011 hlm. 18

barang atas keuntungan yang seharusnya akan didapatkan dan telah diperhitungkan.

Pasal 1267 *Burgerlijk Wetboek*, mengatur bahwa apabila terjadi wanprestasi maka kreditur dapat memilih diantara kemungkinan tuntutan, antara lain, yaitu:

- a. Pemenuhan perikatan
- b. Pemenuhan perikatan dengan ganti kerugian
- c. Ganti kerugiannya saja
- d. Pembatalan perjanjian
- e. Pembatalan perjanjian dengan ganti kerugian

Apabila debitur hanya menuntut ganti kerugian saja, maka ia dianggap telah melepaskan haknya untuk meminta pemenuhan dan pembatalan perjanjian, sedangkan apabila kreditur hanya menuntut pemenuhan perikatan maka, tuntutan ini sebenarnya bukan sebagai sanksi atas kelalaian, sebab pemenuhan perikatan memang sejak semula harus dilaksanakan oleh debitur.

Pasal 1243 *Burgerlijk Wetboek*, menyebutkan bahwa penggantian biaya rugi dan bunga karena tidak dipenuhinya suatu perikatan, mulai diwajibkan apabila debitur telah dinyatakan lalai dalam memenuhi perikatannya, tetap melalaikannya atau jika sesuatu yang harus diberikan atau dibuatnya dalam waktu tenggang tersebut dilampauinya.

Dalam transaksi e-commerce, prinsip tanggung jawab mutlak adalah prinsip yang berlaku dalam hal terjadinya wanprestasi. Lemahnya kedudukan konsumen dalam transaksi *e-commerce* menjadikan tanggung jawab

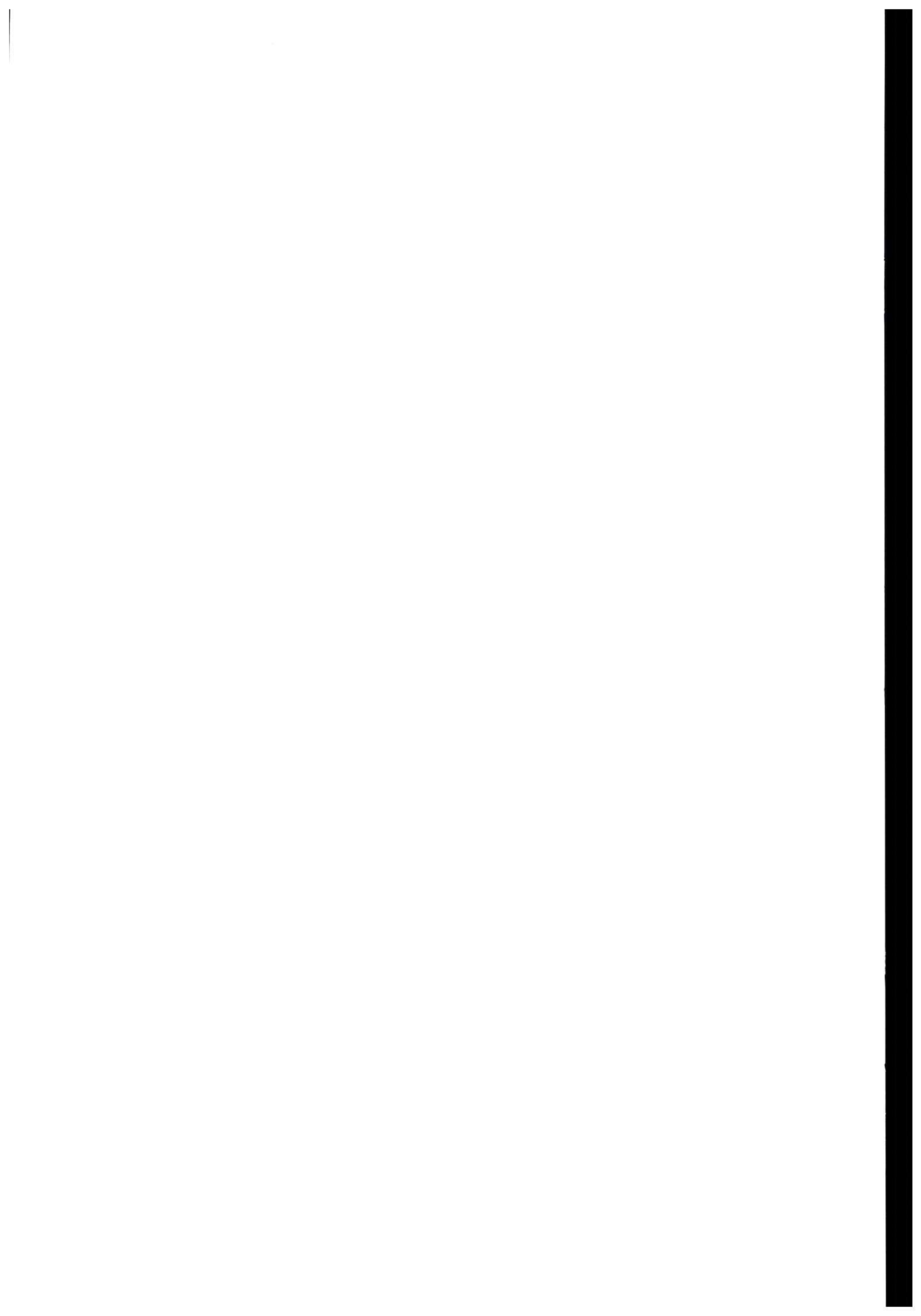
sepenuhnya berada ditangan pelaku usaha. Pelaku usaha akan bertanggung jawab penuh atas kegiatan usaha yang dilakukannya dalam transaksi *e-commerce*.

Pasal 21 ayat (2) huruf a UU ITE menyebutkan: “jika dilakukan sendiri, segala akibat hukum dalam pelaksanaan transaksi elektronik menjadi tanggung jawab para pihak yang bertransaksi”. Dengan demikian, dalam transaksi *e-commerce*, pihak yang bertanggung jawab adalahh pihak yang melakukan wanprestasi yang dalam hal ini dilakukan oleh pelaku usaha. Bentuk tanggung jawab yang diberikan oleh pelaku usaha adalah ganti rugi sesuai dengan besar kerugian yang diderita oleh konsumen.

Apabila pelaku usaha tidak bertanggung jawab dalam hal melakukan wanprestasi pada transaksi *e-commerce*, maka konsumen dapat menempuh jalur hukum sesuai yang diatur dalam Pasal 38 dan 39 UU ITE tentang penyelesaian sengketa. Selain itu, konsumen juga dapat melaporkan pada pihak yang berwajib (jalur pidana) bahwa tindakan tersebut adalah suatu tindak pidana penipuan.

UU ITE juga tidak menjelaskan sanksi yang diberikan secara rinci mengenai seandainya pelaku usaha melakukan pelanggaran dengan memberikan informasi yang tidak benar atas barangnya. Akan tetapi bukan berarti pelaku usaha tersebut tidak dapat dikenai sanksi dan lolos dari jeratan hukum apabila ternyata pembeli tersebut telah membeli barang dari pelaku usaha dan tidak sesuai dengan informasi yang diberikan pelaku usaha yang notabenenya telah terjadi perjanjian perjanjian jual beli diantara keduanya³⁶.

³⁶ Slamet Budihardjo, “Keabsahan Perjanjian Jual Beli Melalui Internet Pasca UU No 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik” Vol. 12 No. 2, Juni 2013. Di akses pada tanggal 16 Januari 2017 Pukul 09:46



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pembahasan terhadap kedua pokok permasalahan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Pada umumnya konsumen yang melakukan transaksi melalui media internet pada pertama kali akan merasa enggan untuk membeli melalui internet karena resiko yang diterima cenderung lebih besar. Oleh karena itu kepercayaan sangat berperan penting dalam perdagangan melalui media elektronik. Faktor kepercayaan menjadi faktor kunci. Tanpa ada kepercayaan dari pelanggan, mustahil transaksi *e-commerce* akan terjadi. Maka dari itu pentingnya dalam menawarkan produk usaha melalui media maya atau internet memberikan informasi yang baik dan benar sehingga memberikan kepastian hukum kepada konsumen dikemudian hari apabila terjadi sengketa atas barang yang tidak kunjung datang, cacat, maupun hilang.
2. Wanprestasi yang terjadi dalam transaksi *e-commerce* pada umumnya dilakukan oleh pelaku usaha. Dalam hal terjadinya wanprestasi tersebut, pelaku usaha wajib melakukan ganti rugi terhadap kerugian yang diderita oleh konsumen. Apabila pelaku usaha tidak bertanggung jawab terhadap perbuatan wanprestasinya tersebut, maka konsumen dapat menempuh jalur hukum dengan mengajukan gugatan terhadap pelaku usaha sesuai dengan

peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai perbuatan tersebut, yakni KUHPdata, UUPK, dan UU ITE. Selain itu, konsumen dapat menempuh jalur pidana dengan melakukan pelaporan terhadap pihak yang berwajib dengan tuduhan tindak pidana penipuan.

B. Saran

1. Hendaknya konsumen yang ketika bertransaksi mengalami kerugian menempuh jalur hukum jika tidak ada iktikad baik dari produsen itu sendiri baik secara litigasi dan non litigasi
2. Hendaknya para pihak yang berkaitan dengan transaksi elektronik ini diharapkan dapat menerapkan asas-asas yang berlaku terutama dalam penerapan asas iktikad baik yakni dari segi kepercayaan.

DAFTAR PUSTAKA**BUKU :**

Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2004

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

Badruzaman Mariam Darus, *KUHPerdata Buku III Perikatan dengan Penjelasan*, PT Alumni, Bandung, 2011

Didik M. Arif Mansur Dkk, *Cyber Law Aspek Hukum Teknologi Informasi*, Refika Aditama, Bandung, 2009

Hernoko Agus Yudha, *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*, Laksbang Mediatama Yogyakarta, Yogyakarta, 2008

Miru Ahmadi, *Hukum Kontrak Perancangan Kontrak*, PT Raja Grafindo, 2007

Munir Fuadi, *Hukum Kontrak (Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis)*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003

Nugroho Adi, *E-commerce Memahami Perdagangan Modern di Dunia Maya*, Informatika, Bandung, 2006

Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal E-Commerce*, Elex Media Komputindo, Bandung, 2001

Sitompul Josua, *Cyberspace Cybercrimes Cyberlaw: Tinjauan Aspek Hukum Pidana*, Tatanusa, Jakarta, 2012

Soekanto Soejono, *Pengantar Penelitian Hukum*, Universitas Indonesia Press, Jakarta, 2006

Subekti R, *Hukum Perjanjian*, Citra Aditya Bhakti, Jakarta, 1987

Suparni Niniek, *Cyberspace Problematika dan Antisipasi Pengaturannya*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009

Zukfi Chairi, *Aspek Hukum Perjanjian Jual Beli Melalui Internet*, Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara, Medan, 2005

KARYA ILMIAH :

Doris Andika, “*keabsahan Jual Beli secara Online menurut KUH Perdata dan UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*”, LTA S1 Kearsipan Fakultas Hukum, UMP, 2014

Danang Sri Yudhistira, “*Perkembangan E-Commerce di Indonesia*” dalam karya ilmiah, Yogyakarta, 2014

Slamet Budihardjo, “*Keabsahan Perjanjian Jual Beli Melalui Internet Pasca UU No 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*” Vol. 12 No. 2, Juni 2013

INTERNET :

“Asas Kepercayaan Dalam E-commerce”, melalui <http://eprints.ums.ac.id/35020/1/03.HALAMAN%20JUDUL.pdf>, diakses pada tanggal 7 Oktober 2016 Pukul 15:20 WIB

“Pengertian Kepercayaan Menurut Para Ahli”, melalui <http://etalasepustaka.blogspot.com/2016/05/pengertian-kepercayaan-memurut-para-ahli.html?m=1>, diakses pada tanggal 2 Januari 2017 Pukul 22:29

“Tinjauan Teoritis Mengenai Wanprestasi dan Transaksi Jual Beli Melalui Internet”, melalui <http://iusyusephukum.blogspot.co.id/2013/10/tinjauan-teoritis-mengenai-wanprestasi.html>, diakses pada tanggal 16 Januari 2016 Pukul 09:50

“Sejarah Internet”, melalui http://members.tripod.com/octa_haris/internet.html, diakses pada tanggal 28 November 2016 Pukul 18:22

“Mendirikan Toko Online”, melalui <https://heriyantolim.wordpress.com/2013/03/02/mendirikan-toko-online-e-shop/>, diakses pada tanggal 28 November 2016 Pukul 16:11

“Persyaratan E-Commerce”, melalui <http://unindradatabase.wordpress.com/e-commerce/persyaratan-e-commerce> , diakses pada tanggal 21 November 2016 Pukul 22:01

UNDANG-UNDANG :

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Undang-Undang Perlindungan Konsumen



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS HUKUM

REKOMENDASI DAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nama : Fiona Ade Fitri
Nim : 502013166
Program Studi : Ilmu Hukum
Program Kekhususan : Hukum Perdata
Judul Skripsi : Kedudukan Asas Kepercayaan dalam Transaksi Jual Beli melalui media toko Online ditinjau dari UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

I. Rekomendasi Ketua Prodi Ilmu Hukum

a. Rekomendasi

b. Usulan Pembimbing

: 1. H. MARAANIS, SH., M. HUM.
2.

Palembang, 3 Oktober 2016

Ketua Prodi Ilmu Hukum

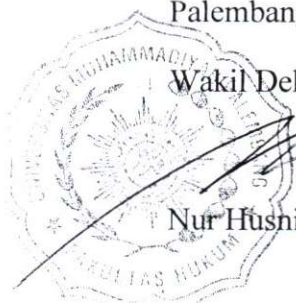
Mulyadi Tanzili, SH.,MH

II. Penetapan Pembimbing Skripsi Oleh Dekan.

1. H. MARAANIS, SH., M. HUM.
2.

Palembang, Oktober 2016

Wakil Dekan I



Nur Husni Emilson, SH.,SpN.,MH



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS HUKUM

Lampiran : Outline Skripsi
Perihal : Penelitian Hukum dan Penulisan Skripsi
Kepada : Yth. Bapak Mulyadi Tanzili, SH., MH
Ketua Program Studi Ilmu Hukum
Fakultas Hukum UMP
di –
Palembang.

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Fiona Ade Fitri
Nim : 502013166
Program Kekhususan : Hukum Perdata

Pada semester Ganjil kuliah 2016/2017 sudah menyelesaikan beban study yang meliputi MPK, MKK, MKB, MPB, MBB (145 sks).

Dengan ini mengajukan permohonan untuk Penelitian Hukum dan Penulisan Skripsi dengan judul: "Kedudukan Asas Kepercayaan dalam Transaksi Jual Beli melalui media toko Online ditinjau dari UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik."

Demikianlah atas perkenannya diucapkan terima kasih.

Wassalam.

Palembang, 30 September 2016

Pemohon,


Fiona Ade Fitri

Rekomendasi PA, Ysb:


Pembimbing Akademik,



Drs. Edy Kastro, SH., M.Hum

OUTLINE

KEDUDUKAN ASAS KEPERCAYAAN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MELALUI MEDIA TOKO ONLINE DITINJAU DARI UU NOMOR 11 TAHUN 2008 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK

Permasalahan:

1. Bagaimanakah kedudukan asas kepercayaan dalam transaksi jual beli melalui media toko online ditinjau dari UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik ?
2. Bagaimanakah tanggung jawab penjual jika melakukan Wanprestasi dalam transaksi jual beli melalui media toko online ?

BAB. I. PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang
- B. Permasalahan
- C. Ruang Lingkup dan Tujuan
- D. Definisi Konseptual
- E. Metode Penelitian
- F. Sistematika Penulisan

BAB. II. TINJAUAN PUSTAKA

- A. Transaksi Jual Beli Online
 1. Pengertian Jual Beli Online
 2. Syarat Jual Beli Secara Online
 3. Jenis-Jenis Jual Beli secara Online
 4. Pihak-pihak dalam Transaksi
 5. Perkembangan *E-commerce* di Indonesia
 6. Cara Mendirikan Toko Online
 7. Resiko dalam Transaksi Jual Beli Online

- B. Perjanjian Dalam Jual Beli
 - 1. Syarat Sahnya Suatu Perjanjian
 - 2. Asas-asas Perjanjian
- C. Pengertian Internet
 - 1. Sejarah Internet
 - 2. Konsep Terjadinya Transaksi Elektronik

BAB. III. PEMBAHASAN

- A. Kedudukan asas kepercayaan dalam transaksi jual beli melalui media toko online ditinjau dari UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- B. Tanggung jawab penjual jika melakukan Wanprestasi dalam transaksi jual beli melalui media toko online

BAB. IV. PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran-saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS HUKUM

KARTU AKTIVITAS BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA MAHASISWA

FIONA ADE FITRI

PEMBIMBING

H. MARAMIS, SH.,M.Hum

NOMOR INDUK MAHASISWA

50 2013 166

PROGRAM STUDI

ILMU HUKUM







PROGRAM KEKHUSUSAN

HUKUM PERDATA

JUDUL PENELITIAN :

KEDUDUKAN ASAS KEPERCAYAAN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MELALUI MEDIA TOKO ONLINE DITINJAU DARI UU NOMOR 11 TAHUN 2008 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK

NO.	TANGGAL KONSULTASI	MATERI YANG DI BIMBING	TANDA TANGAN PEMBIMBING	KET.
1.	14/10/16	tentang kedudukan asas kepercayaan metode		

2	29/10-16	Revisi redaksi, catatan kaki dan metode	
3	26/10-16	Revisi persyaratan ujian proposal	
4	27/12-16	Revisi Bab I, Rumus dan cara penulisan bab II	
5	13/01-17	Revisi Bab II, Rumus dan III	
6	21/01-17	Revisi kerangka dan, teruskan teranskrip dan ter. Revisi	
7	24/01-17	Revisi persyaratan untuk lengkap	

CATATAN :

**MOHON DIBERI WAKTU
MENYELESAIKAN SKRIPSI BULAN
SEJAK TANGGAL DIKELUARKAN
DITETAPKAN**

DIKELUARKAN DI PALEMBANG

PADA TANGGAL : 3/2.2017

KETUA PRODI ILMU HUKUM



Mulyadi Tanzili, SH.,MH