

BAB II

TINJAUAN UMUM TENTANG HUKUM PERJANJIAN, JUAL BELI, DAN TRANSAKSI *E-COMMERCE*

A. Perjanjian Pada Umumnya

1. Pengertian Perjanjian

Sejarah belanja online dimulai pertama kali di Inggris pada tahun 1979 oleh Michael Aldrich dari Redifon Computers. Ia menyambungkan televisi berwarna dengan komputer yang mampu memproses transaksi secara realtime melalui sarana kabel telepon. Sejak tahun 1980, ia menjual sistem belanja daring yang ia temukan di berbagai penjuru Inggris.

Pada tahun 1992, Charles Stack membuat toko buku daring pertamanya yang bernama Book Stacks Unlimited yang berkembang menjadi Books.com yang kemudian diikuti oleh Jeff Bezos dalam membuat situs web Amazon.com dua tahun kemudian. Selain itu, Pizza Hut juga menggunakan media belanja online untuk memperkenalkan pembukaan toko pizza online.

Kemudian pada tahun 1996, *e-Bay* situs belanja daring lahir dan kemudian berkembang menjadi salah satu situs transaksi daring terbesar hingga saat ini. Di Indonesia sendiri, fenomena transaksi dengan menggunakan fasilitas internet (ECommerce) ini sudah dikenal sejak tahun

1996 dengan munculnya situs www.sanur.com sebagai toko buku online pertama.¹

Meski belum terlalu populer, pada tahun 1996 mulai bermunculan berbagai situs yang melakukan E-Commerce. Sepanjang tahun 1997-1998, eksistensi E-Commerce di Indonesia sedikit menurun disebabkan karena ekonomi. Namun, sejak tahun 1999 hingga saat ini, transaksi *E-Commerce* kembali menjadi fenomena yang menarik perhatian meski tetap terbatas pada minoritas masyarakat Indonesia yang mengenal teknologi.

Dalam Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik ini disebutkan bahwa yang dimaksud dengan transaksi elektronik adalah: “perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.”

Istilah perjanjian dalam hukum perjanjian merupakan kesepadanan dari istilah “*Overeenkomst*” dalam bahasa belanda atau “*Agreement*” dalam bahasa Inggris.²

“Hukum perjanjian mempunyai cakupan yang lebih sempit dari istilah “Hukum Perikatan”. Jika dengan istilah “Hukum Perikatan” dimaksudkan untuk mencakup semua bentuk perikatan dalam buku ketiga KUH Perdata, jadi termasuk ikatan hukum yang berasal dari perjanjian dan ikatan hukum yang terbit dari undang – undang, maka dengan istilah hukum “Hukum Perjanjian” hanya dimaksudkan sebagai pengaturan tentang ikatan hukum yang terbit dari perjanjian saja”.²

¹ Yusuf Rendy, Tantangan dan Peluang E-Commerce, diakses dari <http://analisis.kontan.co.id/news/tantangan-dan-peluang-E-Commerce>, pada tanggal 2 Oktober 2016

² Munir Fuady, 2001, *Hukum Kontrak: Dari sudut Pandang Hukum Bisnis*, Buku Pertama, Bandung, PT.Citra Aditya Bakti, Hal.2 ² Ibid, Hal.2

Selanjutnya dalam *Black's Law Dictionary* dibedakan antara *Agreement*, *contract* dan *transaction*. **Agreement** is a concord of understanding and intention between two or more parties with respect to the upon relative rights and duties, of certain past or future fact or performance. **Contract** is An agreement between two or more person which creates an obligation to do or not to do a particular thing. **Transaction** consists of an act or agreement or several acts or agreement having some connection with each other, in which more than one person is concerned, and by which the legal relation of such person between themselves are altered. It is a border term than "contract".³

Pasal 1313 KUH Perdata menyebutkan bahwa "suatu perjanjian adalah suatu perbuatan yang dilakukan oleh satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.

Menurut Prodjodikoro bahwa yang dimaksud dengan perjanjian adalah suatu perhubungan mengenai harta benda antara dua pihak, dimana salah satu pihak berjanji atau dianggap berjanji untuk melakukan sesuatu hal atau untuk tidak melakukan suatu hal sedangkan pihak lain berhak menuntut pelaksanaan janji tersebut.⁴

Menurut Subekti, perjanjian adalah suatu peristiwa di mana seorang berjanji kepada orang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal.⁵

³ Henry Campbell Black, 1979, *Black's Law Dictionary, Fifth Edition*, ST. Paul Minn, West Publishing.

⁴ Wiryo Prodjodikoro, 1979, *Asas-asas Hukum Perjanjian*, Cetakan kedelapan, Bandung, Bale, Hal. 9

⁵ R. Subekti, 1996, *Hukum Perjanjian*, Jakarta, PT. Intermessa, Hal. 1

Menurut Setiawan perjanjian adalah suatu perbuatan hukum dimana seseorang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap orang lain.⁶

Menurut Sudikno Mertokusumo, perjanjian adalah hubungan hukum antar dua belah pihak atau lebih berdasarkan kata sepakat untuk menimbulkan akibat hukum. Dua pihak itu sepakat untuk menentukan peraturan atau kaedah hukum atau hak dan kewajiban yang mengikat mereka untuk ditaati dan dijalankan. Kesepakatan itu menimbulkan akibat hukum dan bila kesepakatan dilanggar maka akibat hukumnya si pelanggar dapat dikenakan akibat hukum atau sanksi.⁷

Definisi serupa tentang perjanjian diungkapkan oleh J. Satrio, yaitu perjanjian adalah peristiwa yang menimbulkan akibat hukum dan berisi ketentuan hak dan kewajiban antara dua pihak dengan perkataan lain perjanjian berisi perikatan.⁸

Abdulkadir Muhammad mengungkapkan bahwa ketentuan Pasal 1313 KUH Perdata sebenarnya kurang begitu memuaskan, sehingga dalam Pasal 1313 tersebut terdapat kelemahan – kelemahan, yaitu:⁹

- 1) Hanya menyangkut sepihak saja. Hal ini diketahui perumusan “satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih lainnya”. Kata kerja “mengikatkan sifatnya hanya datang dari satu pihak saja, tidak dari kedua belah pihak. Seharusnya perumusan itu “saling mengikatkan diri”, jadi ada konsensus antara pihak – pihak.

⁶ Setiawan,1999,*Pokok –pokok Hukum Perikatan,Cetakan Ke-VI,Bandung,Putra A Bardin,Hal.77*

⁷ Sudikno Mertokusumo,1990,*Mengenal Hukum,Yogyakarta,Liberty,Hal.97*

⁸ J.Satrio,1995,*Hukum Perikatan,Bandung,PT.Citra Aditya Bakti,Hal.15*

⁹ Abdulkadir Muhammad,1999,*Hukum Perikatan,Bandung,PT.Citra Aditya Bakti,Hal.78*

- 2) Kata perbuatan mencakup juga tanpa konsensus. Dalam pengertian “perbuatan” termasuk juga tindakan melaksanakan tugas tanpa surat kuasa (*Zaakwaarneming*), tindakan melawan hukum (*onrechtmatige daad*) yang tidak mengandung suatu konsensus, seharusnya dipakai kata “persetujuan”.
- 3) Pengertian perjanjian terlalu luas, pengertian perjanjian dalam pasal tersebut terlalu luas, karena mencakup juga pelangsungan perkawinan, janji kawin yang diatur dalam lapangan hukum keluarga. Padahal yang dimaksud adalah hubungan antara kreditur dan debitur dalam lapangan harta kekayaan saja. Perjanjian yang dikehendaki oleh buku ketiga KUH Perdata sebenarnya hanyalah perjanjian yang bersifat kebendaan, bukan perjanjian yang bersifat personal.
- 4) Tanpa menyebut tujuan. Dalam perumusan pasal ini tidak disebutkan tujuan mengadakan perjanjian, sehingga pihak – pihak mengikatkan diri itu tidak jelas untuk apa.

Menurut Setiawan, perlu diadakan perbaikan terhadap pengertian persetujuan menurut KUH Perdata Pasal 1313, yaitu:¹⁰

- 1) Perbuatan hukum diartikan sebagai perbuatan hukum yaitu perbuatan yang bertujuan untuk menimbulkan akibat hukum
- 2) Menambah “perkataan” atau saling mengikatkan dirinya.

2. Asas – asas perjanjian

Asas dalam pengertian ini merupakan landasan di atas mana dibangun tertib hukum. Asas – asas ini diperoleh melalui konstruksi yuridis yaitu dengan menganalisa data yang sifatnya nyata untuk kemudian mengambil sifat – sifatnya yang umum atau abstrak. Secara garis besar

¹⁰ Setiawan, 1999, *Pokok – pokok Hukum Perikatan*, Bandung, Binacipta, Hal. 49

terdapat beberapa asas penting yang dikenal dalam hukum perjanjian yaitu sebagai berikut:¹¹

- a. Asas konsensualisme: suatu perjanjian lahir manakala telah terjadi kesepakatan antara para pihak. Asas ini sangat erat hubungannya dengan prinsip kebebasan dalam mengadakan perjanjian.
- b. Asas kekuatan mengikat: terikatnya para pihak pada apa yang disepakati dalam perjanjian dan juga terhadap beberapa unsur lain sepanjang dikehendaki oleh para pihak adalah sama halnya dengan kekuatan mengikat undang – undang.
- c. Asas kepercayaan: seseorang yang mengadakan perjanjian dengan pihak yang lain harus dapat menumbuhkan kepercayaan di antara kedua belah pihak bahwa satu sama lain akan memenuhi prestasinya di kemudian hari. Tanpa adanya kepercayaan maka perjanjian itu tidak mungkin akan diadakan oleh para pihak. Dengan kepercayaan ini kedua belah pihak mengikatkan dirinya kepada perjanjian yang telah mempunyai kekuatan mengikat sebagai undang – undang.
- d. Asas persamaan hak: asas ini menempatkan para pihak di dalam persamaan derajat, tidak ada perbedaan, masing – masing pihak wajib melihat adanya persamaan ini dan mengharuskan kedua belah pihak untuk menghormati satu sama lain.

¹¹ Mariam Darus Badruzaman, 1994, *Aneka Hukum Bisnis*, Bandung, Alumni, Hal.42

- e. Asas keseimbangan: asas ini menghendaki kedua belah pihak untuk memenuhi dan melaksanakan perjanjian. Asas ini merupakan kelanjutan dari asas persamaan. Kreditur mempunyai kekuatan untuk menuntut pelunasan prestasi melalui kekayaan debitur, namun kreditur memikul pula beban untuk melaksanakan perjanjian itu dengan itikad baik. Dengan demikian kedudukan kreditur yang kuat juga diimbangi dengan kewajiban untuk memperhatikan itikad baik melaksanakan segala kewajibannya, sehingga kedudukan debitur dan kreditur seimbang.
- f. Asas moral: Asas ini sangat nampak dalam perikatan wajar, dimana suatu perbuatan sukarela dari seorang tidak menimbulkan hak baginya untuk menuntut kontraprestasi dari pihak debitur. Adapun faktor – faktor yang memberi motifasi pada yang bersangkutan untuk melakukan perbuatan hukum adalah berdasarkan pada aspek kesusilaan (moral) sebagai panggilan dari hati nuraninya.
- g. Asas kepatutan: asas ini dituangkan dalam pasal 1339 KUH perdata yang berhubungan dengan isi perjanjian, di mana titik beratnya adalah mengenai aspek keadilan dalam masyarakat.
- h. Asas kebiasaan: suatu perjanjian tidak hanya mengikat untuk hal – hal yang diatur secara tegas akan tetapi juga hal – hal yang dalam keadaan dan kebiasaan yang lazim diikuti.
- i. Asas kepastian hukum: perjanjian sebagai suatu figur hukum harus mengandung kepastian hukum. Kepastian ini terungkap dari kekuatan

mengikatnya perjanjian tersebut, yaitu undang – undang bagi para pihak.

- j. Asas kebebasan berkontrak: setiap orang bebas untuk mengadakan perjanjian apa saja asal tidak bertentangan dengan undang – undang, ketertiban umum dan kesusilaan.

3. Syarat – Syarat Sahnya Perjanjian

Pasal 1320 KUH Perdata menyatakan untuk sahnya perjanjian diperlukan empat syarat yaitu:

- a. Kesepakatan mereka yang mengikatkan diri

Kata sepakat dalam suatu perjanjian merupakan suatu keadaan yang menunjukkan kehendak kedua belah pihak lawannya dengan tiada kesesatan atau kekeliruan, paksaan atau penipuan. Menurut Pasal 1321 KUH Perdata “tiada kata sepakat yang sah apabila sepakat itu diberikan karena kekhilafan, atau diperolehnya dengan paksaan atau penipuan”. Dengan adanya kata sepakat, maka perjanjian itu telah ada, mengikat kedua belah pihak dan dapat dilaksanakan.

- b. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan

Menurut Pasal 1329 KUH Perdata bahwa “Setiap orang adalah cakap untuk membuat perikatan – perikatan, jika ia oleh undang – undang tidak dinyatakan tidak cakap”. Menurut ketentuan hukum yang berlaku (Pasal 1330 KUH Perdata), bahwa semua orang cakap (berwenang) membuat perjanjian kecuali mereka yang tergolong sebagai berikut:

- 1) Orang yang belum dewasa
- 2) Orang yang ditempatkan di bawah pengampuan

c. Suatu hal tertentu

Suatu hal tertentu dalam perjanjian adalah barang yang menjadi objek perjanjian. Jadi suatu perjanjian haruslah mempunyai objek tertentu. Beberapa persyaratan ditentukan dalam KUH Perdata terhadap obyek tertentu dari suatu perjanjian, khususnya jika obyek kontrak tersebut berupa barang sebagai berikut:

- 1) Benda yang merupakan obyek kontrak tersebut haruslah barang yang dapat diperdagangkan (Pasal 1332).
- 2) Pada saat kontrak dibuat, minimal barang tersebut sudah dapat ditentukan jenisnya (Pasal 1333 Ayat (1)).
- 3) Jumlah barang tersebut boleh tidak tertentu, asal saja jumlah tersebut kemudian dapat ditentukan atau dihitung (Pasal 1333 Ayat (2))
- 4) Barang tersebut dapat juga barang yang baru akan ada dikemudian hari (Pasal 1334 Ayat (1)).
- 5) Tetapi tidak dapat dibuat kontrak terhadap barang yang masih ada dalam warisan yang belum terbuka (Pasal 1334 Ayat (2))

d. Suatu sebab yang halal

Suatu sebab yang halal merupakan syarat terakhir untuk sahnya perjanjian. Menurut KUH Perdata Pasal 1335 disebutkan bahwa “suatu perjanjian tanpa sebab atau yang telah dibuat karena sesuatu sebab yang palsu atau terlarang, tidak mempunyai kekuatan”. Pengertian sebab yang halal menurut Pasal 1337 KUH Perdata, adalah :

- 1) Sebab yang tidak terlarang atau bertentangan dengan undang – undang
- 2) Sebab yang sesuai dengan kesusilaan
- 3) Sebab yang sesuai dengan ketertiban umum.

Mengenai syarat sahnya suatu perjanjian seperti yang tersebut dalam Pasal 1320 KUH Perdata dimana jika tidak dipenuhinya dua syarat pertama yaitu syarat sepakat antar kedua belah pihak dan kecakapan akan berakibat perjanjian dapat dibatalkan.

Pihak yang dapat meminta pembatalan itu adalah pihak yang tidak cakap atau pihak yang memberikan sepakatnya tidak secara bebas. Jadi perjanjian yang telah dibuat itu mengikat juga selama tidak dibatalkan atas permintaan pihak yang berhak meminta pembatalan tersebut. Dengan demikian nasib suatu perjanjian seperti itu tidaklah pasti dan tergantung pada kesediaan suatu pihak yang mentaatinya. Dua syarat pertama dalam Pasal 1320 KUH Perdata disebut syarat subyektif karena mengenai orang – orangnya atau subyeknya yang mengadakan perjanjian.

Sedangkan jika tidak dipenuhinya salah satu dari dua syarat terakhir dalam Pasal 1320 yaitu syarat suatu hal tertentu dan sebab yang halal maka perjanjian tersebut batal demi hukum. Artinya dari semula tidak pernah dilahirkan suatu perjanjian dan tidak pernah ada suatu perikatan. Tujuan para pihak yang mengadakan perjanjian tersebut untuk melahirkan suatu perikatan hukum adalah gagal. Dua syarat terakhir ini disebut syarat obyektif karena berkaitan langsung dengan obyek perjanjian.

4. Unsur – Unsur Perjanjian

Kalau suatu perjanjian diamati dan diuraikan unsur-unsur yang ada didalamnya, maka unsur – unsur yang ada di sana dapat kita kelompokkan dalam beberapa kelompok sebagai berikut :¹²

a. Unsur *Essentialia*

Essentialia adalah unsur perjanjian yang selalu harus ada di dalam suatu perjanjian, unsur mutlak, dimana tanpa adanya unsur tersebut perjanjian tidak mungkin ada. Contohnya: “Sebab yang halal” merupakan unsur *essentialia* untuk adanya perjanjian. Dalam perjanjian jual-beli harga dan barang yang disepakati kedua belah pihak harus ada.

b. Unsur *Naturalia*

Naturalia adalah unsur perjanjian yang oleh Undang – undang diatur tetapi oleh para pihak dapat disingkirkan atau diganti. Di sini unsur tersebut oleh Undang-undang diatur dengan hukum yang mengatur/menambah (*regeland/aanvullend recht*). Contohnya: kewajiban penjual untuk menanggung biaya penyerahan (Pasal 1476)

dan untuk menjamin/vrijwaren (Pasal 1491) dapat disimpangi atas kesepakatan kedua belah pihak.

c. Unsur *Accidentalialia*

Accidentalialia adalah unsur perjanjian yang ditambahkan oleh para pihak, Undang – undang sendiri tidak mengatur tentang hal tersebut. Contohnya didalam perjanjian jualbeli benda – benda pelengkap tertentu bisa dikecualikan.

5. Akibat Hukum Perjanjian

Sebuah perjanjian yang dibuat secara sah (sesuai yang disebutkan dalam undang – undang) membawa konsekuensi yuridis tertentu bagi para pihak yang melakukannya. Konsekuensi yuridis tersebut timbul sebagai akibat dari adanya kesepakatan yang dituangkan dalam klausula perjanjian.

J.Satrio menyebutkan ada empat akibat hukum yang timbul dari suatu perjanjian yang dibuat secara sah, yaitu:¹³

a. Perjanjian mengikat para pihak sebagai Undang – undang

Di dalam KUH Perdata Pasal 1338 menyebutkan “semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang – undang bagi mereka yang membuatnya”. Kata “secara sah” berarti memenuhi semua syarat – syarat yang ditentukan oleh undang undang sedangkan kata “berlaku sebagai undang – undang” berarti mengikat para pihak yang membuatnya. Jadi dalam hal ini para pihak dengan membuat perjanjian seolah – olah membuat undang – undang bagi mereka sendiri.

b. Asas “Janji itu mengikat”

Janji itu mengikat berarti keterkaitan para pihak dengan isi perjanjian yang dibuat oleh para pihak tersebut. Jadi dalam hal ini sebenarnya para pihak terikat pada janjinya sendiri, janji yang diberikan kepada pihak lain dalam perjanjian.

c. Asas kebebasan berkontrak

Berdasarkan Pasal 1320 *jo* Pasal 1338 orang bebas untuk melakukan perjanjian, mengatur sendiri isi perjanjian yang akan mengikat pembuatnya. Bahkan orang dapat memperjanjikan bahwa ia tidak bertanggungjawab terhadap kerugian yang timbul karena kelalaiannya atau bertanggungjawab samapai batas – batas tertentu saja. Dalam hal ini dapat dilihat bahwa para pihak sendirilah yang menentukan, apakah mereka mau terikat dalam suatu perjanjian atau tidak dan samapi sejauh mana mereka hendak terikat pada perjanjian tersebut sebab pada akhirnya mereka sendirilah yang akan bertanggungjawab terhadap pelaksanaan isi perjanjian.

d. Perjanjian tak dapat dibatalkan secara sepihak

Perjanjaian yang telah dibuat secara sah sesuai undang – undang tidak dapat dibatalkan secara sepihak. Secara sepihak di sini berarti tanpa kesepakatan pihak lainnya. Sehingga dapat ditafsirkan bahwa perjanjian dapat dibatalkan atas persetujuan dari kedua belah pihak.

Jika dihubungkan dengan Pasal 1338 dimana ada unsur “dibuat secara sah” dan “mengikat sebagai undang – undang” berarti perjanjian tersebut memenuhi semua syarat yang ditentukan oleh undang – undang

Pasal 1320 dan tidak bisa dibatalkan secara sepihak karena dibuat secara sah.

B. Perjanjian Jual-Beli pada Umumnya

1. Perjanjian Jual Beli

Perjanjian jual beli diatur dalam Pasal 1457-1540 KUHPerdara. Menurut Pasal 1457 KUHPerdara, jual beli adalah suatu perjanjian dengan mana pihak satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.

Pengertian yang diberikan Pasal 1457 KUHPerdara, persetujuan jual beli sekaligus membebaskan dua kewajiban yaitu :¹²

- a. Kewajiban pihak penjual menyerahkan barang yang dijual kepada pembeli.
- b. Kewajiban pihak pembeli membayar harga barang yang dibeli kepada penjual.

Pihak penjual berkewajiban menyerahkan objek jual beli kepada pembeli dan berhak menerima harga dan pembeli berkewajiban membayar harga dan berhak menerima objek tersebut. Unsur yang terkandung dalam definisi tersebut adalah :

- a. Adanya subyek hukum, yaitu penjual dan pembeli.
- b. Adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli tentang barang dan harga.
- c. Adanya hak dan kewajiban yang timbul dari para pihak.

¹² M.Yahya Harahap, *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, Alumni, Bandung, 1986, hlm. 220.

Unsur pokok dalam perjanjian jual beli adalah barang dan harga, dimana antara penjual dan pembeli harus ada kata sepakat tentang harga dan benda yang menjadi obyek jual beli. Suatu perjanjian jual beli yang sah lahir apabila kedua belah pihak telah setuju tentang harga dan barang. Sifat konsensual dari perjanjian jual beli tersebut ditegaskan dalam Pasal 1458 KUHPerdara yang berbunyi “ jual beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak seketika setelahnya orang-orang ini mencapai sepakat tentang kebendaan tersebut dan harganya, maupun harganya belum dibayar.”¹³

Jual beli yang dianut di dalam hukum perdata ini hanya bersifat obligator, yang artinya bahwa perjanjian jual beli baru meletakkan hak dan kewajiban timbal balik antara kedua belah pihak, penjual dan pembeli, yaitu meletakkan kepada penjual kewajiban untuk menyerahkan hak milik atas barang yang dijualnya, sekaligus memberikan kepadanya hak untuk menuntut pembayaran harga yang telah disetujui, dan disebelah lain meletakkan kewajiban kepada si pembeli untuk membayar harga barang sebagai imbalan haknya untuk menuntut penyerahan hak milik atas barang yang dibelinya. Atau dengan kata lain, bahwa jual beli yang dianut dalam Hukum Perdata, jual beli belum memindahkan hak milik.¹⁴

Beralihnya hak atas benda dari penjual kepada pembeli, maka harus dilakukan penyerahan secara yuridis (*juridisch levering*), sebagaimana diatur dalam Pasal 1459 KUHPerdara. Pasal 1459 KUHPerdara

¹³ R.Subekti, *Aneka Perjanjian*, Citra Aditya Bakti, 1995, hlm. 2

¹⁴ Sudaryo Soimin, *Status Hak dan Pembebasan Tanah*, Sinar Grafika, Jakarta, 1994, hlm

menyatakan bahwa, "Hak milik atas barang yang dijual tidak pindah kepada pembeli selama barang itu belum diserahkan menurut Pasal 612, 613 dan 616".

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa menurut hukum barat, agar hak atas benda beralih dari penjual kepada pembeli, maka harus dilakukan 2 (dua) perbuatan hukum yang berbeda, yaitu:

- a. Perjanjian jual beli (menurut hukum perjanjian).
- b. Penyerahan yuridis (menurut hukum benda atau hukum agraria dalam hal obyek perjanjian adalah tanah).

2. Wanprestasi

Tidak dapat dipenuhinya kewajibandalam perjanjian dapat disebabkan oleh dua kemungkinan sebagai berikut:¹⁵

- a. Karena kesalahan debitur (baik karena kesengajaan maupun kelalaian)
- b. Karena keadaan memaksa (*force major*)

Wanprestasi artinya tidak memenuhi kewajiban yang telah ditetapkan dalam perjanjian.

Munir Fuady mengartikan wanprestasi (*default* atau *non fulfilment* ataupun yang disebut juga dengan istilah *breach of contract*) yang dimaksudkan adalah tidak dilaksanakan prestasi atau kewajiban

¹⁵ Abdulkadir Muhammad, 1982, *Hukum Perikatan*, Bandung, Alumni, Hal. 20

sebagaimana mestinya yang dibebankan oleh kontrak terhadap pihak – pihak tertentu seperti yang disebutkan dalam kontrak yang bersangkutan.¹⁶

Pengertian serupa tentang wanprestasi diungkapkan oleh Salim H.S disebutkan wanprestasi adalah tidak memenuhi atau lalai melaksanakan kewajiban sebagaimana yang ditentukan dalam perjanjian yang dibuat antara kreditur dengan debitur.¹⁷

Wanprestasi dalam suatu perjanjian wujudnya dapat berupa:

- a. Debitur sama sekali tidak memenuhi perjanjian; Debitur tidak memenuhi kewajiban yang telah disanggupinya untuk dipenuhi dalam suatu perjanjian atau tidak memenuhi kewajiban yang ditetapkan oleh undang – undang.
- b. Debitur terlambat memenuhi perjanjian; Debitur memenuhi prestasi tetapi tidak tepat waktu, waktu yang ditetapkan dalam perjanjian tidak dipenuhi.
- c. Debitur keliru memenuhi prestasi; Debitur melaksanakan atau memenuhi apa yang diperjanjikan atau apa yang ditentukan oleh undang – undang tetapi tidak sebagaimana mestinya menurut kualitas yang telah ditentukan dalam perjanjian atau yang telah ditetapkan oleh undang – undang.
- d. Debitur melakukan sesuatu yang menurut perjanjian atau tidak boleh dilakukan.

¹⁶ Munir Fuady, 2001, *Hukum Kontrak (Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis)*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, Hal. 87

¹⁷ Salim H.S, 2003, *Hukum Kontrak*, Jakarta, Sinar Grafika, Hal. 98

e. Adapun akibat hukum bagi debitur yang telah melakukan wanprestasi adalah hukuman atau sanksi sebagai berikut :¹⁷

- 1) Debitur diharuskan membayar ganti kerugian yang telah diderita oleh kreditur (Pasal 1243 KUH Perdata). Ketentuan ini berlaku untuk semua perikatan.
- 2) Dalam perjanjian timbal balik, wanprestasi dari satu pihak memberikan hak kepada pihak yang lain untuk membatalkan atau memutuskan perjanjian lewat hakim (Pasal 1266 KUH Perdata).
- 3) Resiko beralih kepada debitur sejak terjadinya wanprestasi (Pasal 1237 ayat 2 KUHPerdata). Ketentuan ini hanya berlaku bagi perikatan untuk memberikan sesuatu.
- 4) Membayara biaya perkara apabila diperkarakan dimuka hakim. Ketentuan ini untuk semua perikatan.
- 5) Memenuhi perjanjian jika masih dapat dilakukan, atau pembatalan perjanjian yang disertai dengan pembayaran ganti rugi (Pasal 1267 KUH Perdata). Ketentuan ini berlaku untuk semua perikatan.

Dari akibat – akibat hukum di atas, kreditur dapat memilih di antara beberapa kemungkinan tuntutan terhadap debitur, apakah menuntut pemenuhan perikatan atau pemenuhan perikatan yang disertai ganti kerugian atau ganti kerugian saja atau menuntut pembatalan perjanjian lewat hakim yang disertai dengan ganti kerugian.

3. Tinjauan Mengenai Perjanjian Baku

Pada dasarnya suatu perjanjian terjadi berlandaskan asas kebebasan berkontrak diantara dua pihak yang mempunyai kedudukan yang seimbang dan kedua belah pihak berusaha untuk mencapai kesepakatan yang diperlukan bagi terjadinya perjanjian itu melalui suatu proses negosiasi diantara mereka. Namun dewasa ini ada kecenderungan bahwa banyak perjanjian dalam transaksi bisnis yang terjadi dilakukan bukan melalui suatu proses negosiasi yang seimbang diantara para pihak melainkan pihak yang satu telah menyiapkan suatu syarat baku pada suatu formulir perjanjian dan pihak yang lain tinggal menyetujuinya saja. Perjanjian yang demikian ini disebut perjanjian baku atau standar.

E.H.Hondius mendefinisikan perjanjian baku adalah konsep perjanjian tertulis yang disusun tanpa membedakan isinya, serta pada umumnya dituangkan dalam perjanjian – perjanjian yang tidak terbatas jumlahnya, namun sifatnya tertentu.¹⁸

Mariam Darus Badruzaman mendefinisikannya sebagai perjanjian yang didalamnya dibakukan syarat eksesorasi dan dituangkan dalam bentuk formulir, dengan ciri – ciri sebagai berikut :¹⁹

- a. Isinya ditetapkan secara sepihak oleh kreditur yang posisinya relatif lebih kuat dari debitur;
- b. Debitur sama sekali tidak menentukan isi perjanjian;
- c. Terdorong oleh kebutuhannya, debitur terpaksa menerima perjanjian itu;

- d. Bentuknya tertulis;
- e. Dipersiapkan terlebih dahulu secara massal atau individu.

Menurut Sutan Remy Sjahdeini perjanjian baku adalah perjanjian yang hampir seluruh klausul – klausulnya sudah dibakukan oleh pemakainya dan pihak yang lain pada dasarnya tidak mempunyai peluang untuk merundingkan atau meminta perubahan. Yang belum dibakukan hanyalah beberapa hal saja, misalnya menyangkut jenis, harga, warna, jumlah, tempat, waktu dan beberapa hal lainnya yang spesifik dari objek yang diperjanjikan.¹⁸

Dari pemahaman terhadap uraian dan beberapa definisi tersebut diatas, dapatlah disimpulkan lebih lanjut karakteristik utama kontrak standar, yaitu bahwa kontrak – kontrak semacam itu:¹⁹

- a. Dibuat agar suatu industri atau bisnis dapat melayani transaksi – transaksi tertentu secara efisien, khususnya untuk digunakan dalam aktivitas transaksional yang diperkirakan akan berfrekuensi tinggi;
- b. Dimaksudkan untuk memberikan pelayanan yang cepat bagi pembuatnya dan/atau pihak – pihak yang akan mengikatkan diri didalamnya;
- c. Demi pelayanan yang cepat, sebagian besar atau seluruh persyaratan didalamnya atau ditetapkan terlebih dahulu secara tertulis dan

¹⁸ Sutan Remy Sjahdeini, 1993, *Kebebasan Berkontrak dan Perlindungan Yang Seimbang Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Kredit Bank Di Indonesia*, Jakarta, Institut Bankir Indonesia, Hal. 66

¹⁹ Laboratorium Hukum FH UNPAD, 1999, *Keterampilan Hukum*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, Hal. 182

dipersiapkan untuk dapat digandakan dan ditawarkan dalam jumlah yang sesuai dengan kebutuhan;

- d. Biasanya isi dan persyaratan distandarisasi atau dirumuskan terlebih dahulu secara sepihak oleh pihak yang langsung berkepentingan dalam memasarkan produk barang atau layanan jasa tertentu kepada masyarakat;
- e. Dibuat untuk ditawarkan kepada publik secara massal dan tidak memperhatikan kondisi dan/atau kebutuhan – kebutuhan khusus dari setiap konsumen dan karena itu pihak konsumen hanya perlu menyetujui atau menolak sama sekali seluruh persyaratan yang ditawarkan.

Hal ini umumnya menyebabkan posisi tawar pihak konsumen di dalam kontrak – kontrak standar pada umumnya tidak lagi sederajat dengan produsen atau penjual. Konsumen hanya dapat menerima atau menolak isi kontrak secara utuh atau secara keseluruhan (*take it or leave it*).

Penggunaan perjanjian baku dalam kehidupan kita dan khususnya di dunia bisnis sudah lazim. Namun penggunaan perjanjian baku ini bukan tanpa masalah hukum apabila dihubungkan dengan keempat syarat sah nya perjanjian yang salah satunya adalah “sepakat mereka yang mengikatkan dirinya” serta hubungannya dengan asas kebebasan berkontrak. Permasalahan kemudian muncul apakah kata sepakat dan asas kebebasan berkontrak yang merupakan dasar perjanjian masih dipenuhi dalam perjanjian baku?

Sluijter dalam karangannya “*De Standaard Contract de Grenzen van de Particuliere Wetgeving*” menyatakan bahwa perjanjian baku bukanlah perjanjian, sebab kedudukan pengusaha di dalam perjanjian itu adalah seperti pembentuk undang – undang swasta (*Legio particuliere wetgeving*). Syarat-syarat yang ditentukan pengusaha di dalam perjanjian itu adalah undang – undang bukan perjanjian.²⁰

Pitlo mengatakannya sebagai perjanjian paksa (*dwang contract*), walaupun secara teoritis yuridis perjanjian baku tidak memenuhi ketentuan undang – undang dan oleh beberapa ahli hukum ditolak, namun kenyataannya kebutuhan masyarakat berjalan dalam arah yang berlawanan dengan keinginan hukum.²¹

Stein mencoba memecahkan masalah ini dengan mengemukakan pendapat bahwa perjanjian baku dapat diterima sebagai perjanjian, berdasarkan fiksi adanya kemauan dan lepercayaan (*fictie van will en verthouwen*) yang membangkitkan kepercayaan bahwa para pihak mengikatkan diri pada perjanjian itu. Jika debitur menerima perjanjian itu berarti ia secara sukarela setuju pada isi perjanjian itu.²²

²⁰ Amrul Partomuan Pohan, 1994, *Penggunaan Kontrak Baku (Standard Contract) dalam Praktek*

Bisnis di Indonesia, dimuat dalam majalah hukum nasional, Jakarta, BPHN, Departemen Kehakiman, Hal. 64

²¹ Mariam Darus Badruzaman, 1981, *Perjanjian Baku (Standard) Perkembangan di Indonesia*,

dimuat dalam beberapa Guru Besar Berbicara tentang Hukum dan Pendidikan Hukum, Bandung, Alumni, Hal. 105

²² Ibid. Hal. 106

Asser Rutten mengatakan pula bahwa setiap orang yang menandatangani perjanjian bertanggungjawab pada isi dan apa yang ditandatanganinya. Jika ada orang yang membubuhkan tanda tangan pada suatu formulir perjanjian baku, tanda tangan itu membangkitkan kepercayaan bahwa yang bertanda tangan mengetahui dan menghendaki isi formulir yang ditanda tangani. Tidak mungkin seseorang menandatangani apa yang tidak diketahui isinya.²³

Hondius dalam desertasinya mempertahankan bahwa perjanjian baku mempunyai kekuatan mengikat, berdasarkan “kebiasaan” (*gebruik*) yang berlaku di lingkungan masyarakat dan lalu lintas perdagangan.²⁴

Adapun yang dikemukakan oleh Stein, Asser dan Hondius menurut Mariam Darus Badruzaman, sebagai alasan untuk menerima perjanjian baku, motivasinya tidak lain adalah menunjukkan bahwa hukum berfungsi untuk melayani kebutuhan masyarakat dan bukan sebaliknya.²⁵

Sutan Remy Sjahdeini mengungkapkan bahwa keabsahan perjanjian baku tidak perlu dipersoalkan lagi oleh karen perjanjian baku eksistensinya sudah merupakan kenyataan yaitu dengan telah dipakainya perjanjian baku secara meluas dalam dunia bisnis sejak lebih dari 80 tahun lamanya. Kenyataan ini terbentuk karena perjanjian baku memang lahir dari kebutuhan masyarakat sendiri. Dunia bisnis tidak dapat berlangsung tanpa

²³ Ibid.Hal.106

²⁴ Ibid.Hal.106

²⁵ Ibid.Hal.106

perjanjian baku. Perjanjian baku dibutuhkan oleh dan karena itu diterima masyarakat.²⁸

Persoalan ini berkenaan dengan banyak digunakannya perjanjian baku di dunia bisnis, yaitu mengenai pencantuman klausul eksensorasi. Klausul eksensorasi adalah syarat yang secara khusus membebaskan pengusaha dari tanggung jawab terhadap akibat yang merugikan yang timbul dari pelaksanaan perjanjian.

Menurut Abdulkadir Muhammad, klausula eksensorasi mempunyai tujuan utama yaitu mencegah pihak konsumen merugikan kepentingan pengusaha karena dalam hubungan ekonomi dikatakan bahwa pembeli adalah raja, sebagai raja konsumen dapat berbuat semaunya sehingga merugikan pengusaha. Pengusaha mencoba menghindari kemungkinan timbulnya kerugian dengan menciptakan syarat baku yang disebut eksensorasi.²⁹

- a. Tinjauan mengenai syarat sahnya perjanjian
- b. Akibat hukum dari perjanjian yang dilakukan

Menurut Pasal 1338 KUH Perdata yang menyatakan bahwa “Semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Persetujuan itu tidak dapat ditarik kembali selain dengan kesepakatan kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang ditentukan oleh undang-undang. Persetujuan harus dilaksanakan dengan itikad baik”

Jadi berdasarkan pasal diatas akibat hukum dari suatu perjanjian yang dibuat secara sah adalah perjanjian tersebut berlaku sebagai undang – undang bagi kedua belah pihak.

C. Tinjauan Umum *E-Commerce*

1. Pengertian *e-commerce*

Bagi banyak kalangan *e-commerce* merupakan suatu terminologi baru yang belum cukup dikenal. Masih banyak yang beranggapan bahwa *e-commerce* ini sama dengan aktivitas jual beli alat – alat elektronik. Oleh karena itu dalam bab ini penulis akan mencoba menjelaskan pengertian dari *e-commerce* tersebut. Onno w. Purbo dan Aang arif wahyudi mencoba menggambarkan *e-commerce* sebagai suatu cakupan yang luas mengenai teknologi, proses dan praktik yang dapat melakukan transaksi bisnis tanpa menggunakan kertas sebagai sarana mekanisme transaksi.²⁶

Hal ini bisa dilakukan dengan berbagai cara seperti melalui *e-mail* atau bisa melalui *World Wide Web*.²⁷ Secara umum David Baum, yang dikutip oleh Onno w. Purbo dan Aang arif wahyudi “*E-commerce is a dynamic set of technologies, applications, and business process that link enterprises, consumer and communities through electronic transactions and the electronic exchange of goods, services and information*”. E-

²⁶ Abdulkadir Muhammad,1992,*Perjanjian Baku dalam Praktek Perusahaan Perdagangan*,Bandung,PT.Citra Aditya Bakti,Hal.20

²⁷ Onno w.Purbo dan Aang Arif Wahyudi,2001,*Mengenal e-Commerce*,Jakarta,Elex Media Komputindo,Hal.1-2

commerce merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, jasa, dan informasi yang dilakukan secara elektronik.²⁸

Assosiation for Electronic Commerce secara sederhana mendefinisikan e-commerce sebagai mekanisme bisnis secara elektrinis. CommerceNet, sebuah konsorsium industri memberikan definisi lengkap yaitu penggunaan jaringan komputer sebagai sarana penciptaan relasi bisnis. Tidak puas dengan definisi tersebut CommerceNet menambahkan bahwa di dalam e-commerce terjadi proses pembelian dan penjualan jasa atau produk antara dua belah pihak melalui internet atau pertukaran dan distribusi informasi antar dua pihak dalam satu perusahaan dengan menggunakan internet. Sementara itu Amir Hatman dalam bukunya *Net Ready: Strategies for Success in the e-Conomy* secara lebih terperinci lagi mendefinisikan *ecommerce* sebagai suatu mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua institusi (*Business to business*) maupun antar institusi dan konsumen langsung (*Business to Consumer*).²⁹

Menurut ECEG-Australia (*Electronic Commerce Expert Group*)

“Electronic Commerce is a board concept that covers any commercial

²⁸ *Ibid*, hal.2

²⁹ Sebagaimana dikutip oleh Richardus Eko Indrajit, 2001, *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis Di Dunia Maya*, Jakarta, PT. Elex Media Komputindo, Hal.3

transaction that is effected via electronic means and would include such means as facsimile, telex, EDI, internet and telephone".³⁰ Berdasarkan pengertian dari ECEG-Australia, *e-commerce* meliputi transaksi perdagangan melalui media elektronik. Dalam arti kata tidak hanya media internet yang dimaksud, tetapi juga meliputi semua transaksi perdagangan melalui media elektronik lainnya seperti faxsimile, telex, EDI dan telephone.

Julian Ding dalam bukunya *E-Commerce: Law and Office* mendefinisikan *ecommerce* sebagai berikut : “ *Electronic commerce or e-commerce as it is also known is a commercial transaction between a vendor and purchase or parties in similar contractual relationship for the supply of goods, services or acquisition of “right”. This commercial transaction is executed or entered into electronic 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 world wide web). The transaction concluded regardless of nation boundaries or local requairment* ”.³¹

Dalam pengertian ini *e-commerce* merupakan suatu transaksi komersial yang dilakukan antar penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah

³⁰ www.law.gov.au/aghome/advisory/eceg/single.htm.diakses 10 april 2007

³¹ Julian Ding,1999,*E-Commerce:Law and Office*,Malaysia,Sweet and Maxwell Asia,Hal.25

barang, pelayanan atau peralihan hak. Transaksi komersial ini terdapat di dalam media elektronik (media digital) yang secara fisik tidak memerlukan pertemuan para pihak yang bertransaksi dan keberadaan media ini di dalam *public network* atau sistem yang berlawanan dengan *private network* (sistem tertutup).

Lain halnya dengan kosiur, mengungkapkan *e-commerce* bukan hanya sebuah mekanisme penjualan barang atau jasa melalui medium internet tetapi lebih pada transformasi bisnis yang mengubah cara – cara perusahaan dalam melakukan aktivitas usahanya sehari-hari.³²

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

- a. Terjadinya transaksi antar dua belah pihak;
- b. Adanya pertukaran barang, jasa atau informasi;
- c. Internet merupakan medium utama dalam proses atau mekanisme perdagangan tersebut.

Dari karakteristik tersebut terlihat jelas bahwa pada dasarnya *e-commerce* merupakan dampak dari perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi, dan secara signifikan mengubah cara manusia melakukan

³² David Kosiur, 1997, *Understanding Electronic Commerce*, Washington, Microsoft Press, Hal. 24

interaksi dengan lingkungannya, yang dalam hal ini terkait dengan mekanisme dagang.

2. Cara bertransaksi dalam *e-commerce*

Transaksi jual beli melalui *e-commerce*, biasanya akan didahului oleh penawaran jual, penawaran beli dan penerimaan jual atau penerimaan beli. Sebelum itu mungkin terjadi penawaran secara *online*, misalnya melalui website situs di internet atau melalui *posting* di *mailing list* dan *newsgroup* atau melalui undangan untuk para *customer* melalui model *business to business*.³³

Transaksi *online* dalam *e-commerce* menurut Cavanilas dan Nadal dalam *Research Paper on Contract Law*, seperti yang dikutip oleh M.Sanusi Arsyad, memiliki banyak tipe dan variasi, yaitu :

- a. Transaksi melalui *chatting* dan *video conference*
- b. Transaksi melalui *email*
- c. Transaksi melalui *web* atau situs³⁴

Transaksi melalui *chatting* atau *video conference* adalah seseorang dalam menawarkan sesuatu dengan model dialog interaktif melalui internet, seperti melalui telepon, *chatting* dilakukan melalui tulisan sedang *video converence* dilakukan melalui media elektronik, dimana orang dapat

³³ Nindyo Pramono, "Revolusi Dunia Bisnis Indonesia Melalui *e-commerce* dan *ebusiness*: Bagaimana Solusi Hukumnya", *Mimbar Hukum*, No.39/X/2001, Hal.16

³⁴ M.Sanusi Arsyad, "Transaksi Bisnis dalam *Electronic Commerce (e-Commerce)*: Studi Tentang Permasalahan – Permasalahan Hukum dan Solusinya", Tesis Magister, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2000, Hal.53

melihat langsung gambar dan mendengar suara pihak lain yang melakukan penawaran dengan menggunakan alat ini.

Transaksi dengan menggunakan email dapat dilakukan dengan mudah. Dalam hal ini kedua belah pihak harus sudah memiliki *email address*. Selanjutnya, sebelum melakukan transaksi, *customer* sudah mengetahui *e-mail* yang akan ditujukan jenis barang serta jumlah yang akan dibeli. Kemudian *customer* menulis nama produk dan jumlah produk, alamat pengiriman dan metode pembayaran yang digunakan. *Customer* selanjutnya akan menerima konfirmasi dari *merchant* mengenai order barang yang dipesan.³⁵

Model transaksi melalui *web* atau situs yaitu dengan cara ini *merchant* menyediakan daftar atau katalog barang yang dijual yang disertai dengan deskripsi produk yang telah dibuat oleh penjual. Pada model transaksi ini dikenal istilah order form dan shopping cart. Untuk lebih jelas dipaparkan kedua model tersebut sebagai berikut:

a. Order Form

Berbelanja dengan menggunakan order form merupakan salah satu cara berbelanja yang paling sering digunakan dalam *e-commerce*. Dengan cara ini *merchant* menyediakan daftar atau katalog barang (*product table*) yang dijual. Saat tahap order dilaksanakan, biasanya produk yang dijual tidak divisualisasikan dalam bentuk gambar, akan

³⁵ Tim Litbang Wahana Komputer, 2001, *Apa dan Bagaimana e-Commerce*, Cetakan Pertama, Yogyakarta, Andi, Hal. 63

tetapi dalam bentuk deskripsi produk. Dalam sebuah halaman *order form*, sesi penawaran produk terbagi menjadi empat bagian, yaitu:

- 1) *Check box* yang dibuat untuk memberi kesempatan kepada customer untuk memiliki produk yang ditawarkan dengan mengklik kotak tersebut sehingga bertanda *check*
- 2) Penjelasan produk yang ditawarkan
- 3) Kuantitas barang yang dipesan
- 4) Harga untuk tiap – tiap produk

Selain tabel produk ditawarkan juga jenis pembayaran. Jenis – jenis pembayaran yang ditawarkan berbeda – beda sesuai dengan layanan yang disediakan oleh *merchant*, seperti dengan *credit card*, transfer lewat bank, *check* dan lain – lain. Pada saat pengisian *form*, *customer* diminta untuk mengisi formulir yang berisi informasi kontak untuk *customer* (sering disebut *Contact Information Table*). Bila pembayaran menggunakan *credit card* maka *form* akan diisi dengan mengisi jenis atau tipe *credit card*, nomor *credit card*, tanggal kadaluarsa (*expired date*) serta informasi pemegang kartu (*card holder*).

Setelah pengisian *order form* dilakukan selanjutnya disediakan tombol untuk konfirmasi *order*, biasanya digunakan tombol *submit* dan tombol *reset*. Jika diklik tombol *reset*, proses akan mereset semua pilihan dan informasi yang telah dimasukkan oleh *customer* dan dapat diulang dari awal. Akan tetapi jika yang ditekan adalah tombol *submit* maka proses akan dilanjutkan ke tahap pengesahan dan pengecekan

order. Pada bagian ini dipasang sistem keamanan, misalnya SSL (*Secure Sockets Layer*) untuk melindungi dari tindakan penipuan.

Selanjutnya, jika informasi yang dikirimkan oleh *customer* telah memenuhi persyaratan atau dinyatakan *valid* maka *merchant* akan mengirimkan berita konfirmasi kepada *customer* dalam bentuk *e-mail*.³⁶

b. *Shopping Cart*

Jika seseorang berbelanja di salah satu pasar swalayan tentunya membutuhkan kereta belanja untuk meletakkan kereta belanja yang akan dibeli. Selama belum membayar dikasir, ia bisa membatalkan pembelian barang tersebut atau menukarnya dengan yang lain. Demikian pula halnya dengan berbelanja melalui *e-commerce*. Dalam *e-commerce* untuk memilih barang yang akan dibeli, ada semacam formulir yang dinamakan *shopping cart* yang berfungsi seperti kereta belanja.³⁷ *shopping cart* merupakan sebuah *software* di dalam *web* yang memungkinkan seorang *customer* untuk melihat toko yang dibuka dan kemudian memilih *item – item*nya untuk “diletakkan dalam kereta belanja” yang kemudian membelinya saat melakukan *check out*.

Software ini akan melakukan penjumlahan terhadap biaya transportasi pengiriman barang (jika ada), kuantitas barang dan harga total barang yang dibutuhkan untuk dimasukkan ke dalam *shopping cart* dan masih bisa membatalkan sebelum mengadakan transaksi.⁴¹ Setelah

³⁶ Ibid, Hal.59-61

³⁷ Rijanto Tosin, 2000, *Cara Mudah Belajar e-Commerce di Internet*, Jakarta, Dinastindo, Hal.15 ⁴¹ Tim Litbang Wahana, *Op.Cit*, Hal 61-63

semua barang yang dibeli dimasukkan ke dalam *shopping cart*, kemudian dilakukan *check out*. Selanjutnya adalah mengisi formulir transaksi yang berupa data identitas pembeli dan jenis pembayaran yang digunakan. Setelah semua ketentuan terpenuhi, *merchant* segera mengirimkan barang yang dipesan kepada customer.

Menurut Onno w.Purbo dan Aang Arif wahyudi ada lima tahapan dalam melakukan transaksi *e-commerce*, kelima tahapan itu adalah³⁸ :

c. *Find it*

Pada tahap ini, pembeli bisa mengetahui dengan pasti dan mudah jenis barang apa yang diinginkan. Ada beberapa metode yang dapat dilakukan yaitu dengan metode search dan browse. Dengan search, pembeli bisa mendapatkan tipe–tipe barang yang diinginkan dengan hanya memasukkan keywords (kata kunci) barang yang diinginkan pada kotak search. Sedang browse, menyediakan menu – menu yang terdiri atas jenis – jenis barang yang disediakan.

d. *Explore it*

Setelah memilih jenis barang tertentu yang diinginkan, maka akan dijumpai keterangan lebih jelas mengenai barang yang dipilih itu, antara lain terdiri dari informasi penting tentang produk tersebut (seperti harga dan gambar barang tersebut), nilai rating barang itu yang diperoleh dari poll otomatis tentang barang itu yang diisi oleh para pembeli sebelumnya (apakah barang tersebut baik, cukup baik atau bahkan

³⁸ Onno W.Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Op.Cit*, Hal.143

mengecewakan), spesifikasi (product review) tentang barang tersebut, dan menu produk – produk lain yang berhubungan. Jika ternyata barang yang dilihat tersebut sudah cocok, maka siap untuk melakukan transaksi (*add an item to your shopping cart*).

e. *Select it*

Seperti halnya toko yang sebenarnya, *shopping cart* akan menyimpan terlebih dahulu barang yang diinginkan sampai pada *check out*. Dalam *shopping cart* dapat melakukan antara lain memroses untuk *check out* dan menghapus atau menyimpan daftar belanja untuk keperluan nanti.

f. *Buy it*

Setelah semua yang diatas dilakukan, selanjutnya dilakukan proses *check out*. Pada tahap ini, dilakukan proses transaksi pembayaran setelah terlebih dahulu mengisi formulir yang telah disediakan oleh *merchant*. Pihak *merchant* tidak akan menarik pembayaran pada *credit card* sampai kita sudah menyelesaikan proses perintah untuk pengiriman.

g. *Ship it*

Setelah proses transaksi selesai, pihak *merchant* akan mengirimkan e-mail konfirmasi pembelian dan e-mail lain yang akan memberitahukan pengiriman barang telah dilakukan. Toko *online* juga menyediakan *account* untuk para pelanggan mereka seperti halnya ketika akan memasuki *mailbox* pada layanan fasilitas *e-mail* gratis. Sehingga

pembeli dapat mengetahui status *order* pada *account* yang telah tersedia di situs tersebut.

3. Para Pihak Yang Bertransaksi Dalam *E-Commerce*

Transaksi *e-commerce* melibatkan beberapa pihak, baik yang terlibat secara langsung maupun 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 dilakukan secara *online*, mulai dari proses terjadinya transaksi sampai dengan pembayaran.

Didik M.Arief Mansur dan Elisatris Gultom dalam bukunya “Cyber Law:Aspek Hukum Teknologi Informasi” mengidentifikasi pihak – pihak yang terlibat dalam transaksi *e-commerce* terdiri dari:⁴³

- 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/jasa) melalui pembelian secara online. Konsumen yang akan berbelanja di internet dapat berstatus perorangan atau perusahaan. Apabila konsumen merupakan perorangan, maka yang perlu diperhatikan dalam transaksi *e-commerce* adalah bagaimana sistem pembayaran yang digunakan, apakah pembayaran dilakukan dengan

mempergunakan *credit card* (kartu kredit) atau dimungkinkan pembayaran dilakukan secara *manual/cash*. Hal ini penting untuk diketahui, mengingat tidak semua konsumen yang akan berbelanja di internet adalah pemegang kartu kredit/*card holder*. Pemegang kartu kredit (*card Holder*) adalah orang yang namanya tercetak pada kartu kredit yang dikeluarkan oleh penerbit berdasarkan perjanjian yang dibuat.

- c. *Acquirer*, yaitu pihak perantara penagihan (antara penjual dan penerbit) dan perantara pembayaran (antara pemegang dan penerbit). Perantara penagihan adalah pihak yang meneruskan penagihan kepada penerbit berdasarkan tagihan yang masuk kepadanya yang diberikan oleh penjual barang/jasa. Pihak perantara pembayaran (antara pemegang dan penerbit) adalah bank dimana pembayaran kartu kredit dilakukan oleh pemilik kartu kredit/*card holder*, selanjutnya bank yang menerima pembayaran ini akan mengirimkan uang pembayaran tersebut kepada penerbit kartu kredit (*issuer*).
- d. *Issuer*, yaitu 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 semua bank dapat menerbitkan *credit card*, hanya bank yang telah memperoleh ijin dari *Card International*, dapat menerbitkan *credit card*, seperti Master dan Visa card.

2) Perusahaan non-bank dalam hal ini PT. Diner Jaya Indonesia International yang membuat perjanjian dengan perusahaan yang ada di luar negeri.

e. *Certification Authorities* yaitu pihak ketiga yang netral yang memegang hak untuk mengeluarkan sertifikasi kepada merchant, kepada issuer dan dalam beberapa hal diberikan kepada *card holder*.

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

4. Pengertian Retail

Retailing adalah serangkaian kegiatan usaha yang memberikan nilai tambah pada produk dan jasa yang dijual kepada pelanggan untuk penggunaan pribadi atau keluarga. Terkadang orang-orang berpikir bahwa *retailing* hanya penjualan produk di toko, namun *retailing* juga mencakup penjualan jasa seperti praktek dokter, tukang cukur rambut, dan tempat penyewaan DVD. Retail juga dapat berarti kegiatan usaha yang menjual

produk dan jasa secara langsung kepada konsumen tanpa melalui perantara.³⁹

Perusahaan membutuhkan jasa retailer karena retailer dapat menciptakan nilai tambah dari barang dan jasa yang dibuat oleh perusahaan tersebut. Mereka juga memfasilitasi distribusi barang dan jasa dari pabrik ke konsumen. Penciptaan nilai tambah dari retailer disebabkan karena retailer dapat:⁴⁰

- a. Menyediakan berbagai macam jenis barang dan jasa, karena retailer mengambil barang dari berbagai jenis perusahaan, maka konsumen dapat mencari bermacam-macam jenis barang di toko retail. Keanekaragaman jenis barang dan jasa dapat meningkatkan keinginan konsumen berbelanja di toko tersebut.
- b. Menjual dalam jumlah yang sedikit, untuk mengurangi biaya transportasi, perusahaan mengirim barang ke retailer dalam jumlah yang besar. Selanjutnya retailer yang akan membaginya dalam jumlah yang lebih sedikit yang kemudian baru akan dijual ke konsumen. Konsumen dapat membeli dalam jumlah yang lebih sedikit dan perusahaan juga dapat menefisiensikan biaya akan distribusi ke konsumen dengan tidak harus mendistribusikan barang dengan jumlah kuantitas yang sedikit.
- c. Menyimpan inventory, retailer dapat menyimpan barang dengan kuantitas yang cukup agar konsumen dapat membelinya ketika

³⁹ Levy & Weitz, *Retailing Management*, 4th edition. New York: Mc.GrawHill, Irwin. 2001, hlm. 134.

⁴⁰ *Ibid.*

dibutuhkan. Konsumen dengan keterbatasan ruang penyimpanan akan kesulitan apabila membeli barang dalam jumlah banyak seperti daging atau makanan beku. Oleh karena itu, konsumen tetap dapat menyimpan dalam jumlah sedikit karena mengetahui bahwa retailer memiliki stok barangnya.

- d. Menyediakan jasa penjualan, retailer menyediakan jasa penjualan seperti penggunaan kartu kredit, hal ini memungkinkan konsumen untuk membeli barang pada saat ini dan membayarnya di akhir bulan. Retailer juga memperlihatkan produk yang membuat konsumen dapat melihat bahkan mencobanya sebelum membeli.

5. Jenis – Jenis Transaksi Dalam *E-Commerce*

Sebagai suatu jaringan publik (*publik network*), internet memungkinkan untuk diakses oleh siapa saja dan dari berbagai kalangan. Sehingga dengan demikian *e-commerce* yang beraktivitas menggunakan media internet pun dapat dilakukan oleh siapa saja dan dengan tujuan apapun. Maka dari itu Panggih P.Dwi Atmojo mengklasifikasikan jenis – jenis transaksi *e-commerce* menjadi tiga jenis, yaitu:

- a. Bisnis ke bisnis (*Business to business*)

Bisnis ke bisnis merupakan sistem komunikasi bisnis antar pelaku bisnis atau dengan kata lain transaksi secara elektronik antar perusahaan (dalam hal ini pelaku bisnis) yang dilakukan secara rutin dan dalam kapasitas atau volume produk yang besar. Aktivitas *ecommerce* dalam

ruang lingkup ini ditujukan untuk menunjang kegiatan para pelaku bisnis itu sendiri. Pebisnis yang mengadakan perjanjian tentu saja adalah para pihak yang bergerak dalam bidang bisnis yang dalam hal ini mengikatkan dirinya dalam suatu perjanjian untuk melakukan usaha dengan pihak pebisnis lainnya.

Pihak – pihak yang mengadakan perjanjian dalam hal ini adalah Internet Service Provider (ISP) dengan *website* atau *keybase* (ruang elektronik), ISP itu sendiri adalah pengusaha yang menawarkan akses kepada internet. Sedangkan internet merupakan suatu jalan bagi komputer – komputer untuk mengadakan komunikasi bukan merupakan tempat akan tetapi merupakan jalan yang dilalui.⁴¹

Adapun karakteristik yang umum akan segmentasi bisnis ke bisnis menurut Onno W.Purbo dan Aang Arief Wahyudi antara lain:⁴²

- 1) *Trading partners* yang sudah saling mengetahui dan antara mereka sudah terjalin hubungan yang berlangsung cukup lama. Pertukaran informasi berlangsung diantara mereka dan karena sudah sangat mengenal, maka pertukaran informasi dilakukan atas dasar kebutuhan dan kepercayaan;
- 2) Pertukaran yang dilakukan secara berulang – ulang dan berkala format data yang telah disepakati. Jadi *service* yang digunakan

⁴¹Panggi P.Dwi Atmojo,2002,*Internet Untuk Bisnis* I,Jogjakarta,Dirkomnet Training,Hal.6

⁴² Onno W.Purbo dan Aang Arief Wahyudi,*Op.Cit*,Hal.57

antara kedua sistem tersebut sama dan menggunakan standar yang sama pula;

- 3) Salah satu pelaku tidak harus menunggu *partners* mereka untuk mengirimkan data;
- 4) Model umum yang dilakukan adalah *peer to peer* dimana *processing intelligence* dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis.

b. Bisnis ke konsumen (*business to consumer*)

Business to consumer dalam *e-commerce* merupakan suatu transaksi bisnis secara elektronik yang dilakukan pelaku usaha dan pihak konsumen untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu.⁴³ Dalam transaksi bisnis ini produk yang diperjualbelikan mulai produk barang dan jasa baik dalam bentuk berwujud maupun dalam bentuk elektronik atau *digital* yang telah siap untuk dikonsumsi.

Adapun karakteristik dari *e-commerce* jenis ini adalah :⁴⁷

- 1) Terbuka untuk umum, dimana informasi disebarkan secara umum pula;
- 2) *Service* yang diberikan bersifat umum sehingga mekanisme dapat digunakan oleh banyak orang, sebagai contoh karena sistem *web* telah umum di kalangan masyarakat maka sistem yang digunakan sistem *web* pula;

⁴³ Jay MS,2000,"Peran *e-Commerce* dalam Sektor Ekonomi dan Industry",makalah disampaikan pada seminar sehari aplikasi internet di era millenium ketiga,Jakarta,Hal.7

- 3) *Service* yang diberikan adalah berdasarkan permintaan. Konsumen berinisiatif sedangkan produsen harus siap merespon terhadap inisiatif konsumen tersebut;
- 4) Sering dilakukan pendekatan *client-server* di mana konsumen di pihak *client* menggunakan sistem yang minimal (*berbasis web*) dan penyedia barang atau jasa (*business prosedure*) berada pada pihak *server*.

c. Konsumen ke konsumen (*Consumer to consumer*)

Konsumen ke konsumen merupakan transaksi bisnis elektronik yang dilakukan antarkonsumen untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu pula, segmentasi konsumen ke konsumen ini sifatnya lebih khusus karena transaksi dilakukan oleh konsumen ke konsumen yang memerlukan transaksi.

Intrernet telah dijadikan sebagai sarana tukar menukar informasi tentang produk baik mengenai harga, kualitas dan pelayanannya. Selain itu antar *customer* juga dapat membentuk komunitas pengguna/penggemar produk tersebut. Ketidakpuasan konsumen dalam mengkonsumsi produk dapat tersebar luas melalui komunitas – komunitas tersebut. Internet telah menjadikan customer memiliki posisi tawar yang lebih tinggi terhadap perusahaan dengan demikian menuntut pelayanan perusahaan menjadi lebih baik.

Pada prakteknya model transaksi yang banyak dipakai oleh konsumen sampai saat ini adalah *Business to Consumer (B2C)* yang

merupakan sistem komunikasi *online* antar pelaku usaha dengan konsumen yang pada umumnya menggunakan internet.

6. Perjanjian Yang Dipakai Dalam *E-Commerce*

Perjanjian yang dipakai dalam aktivitas *e-commerce* pada dasarnya sama dengan perjanjian yang dilakukan dalam transaksi konvensional, akan tetapi perjanjian yang dipakai dalam *e-commerce* merupakan perjanjian yang dibuat secara elektronik atau kontrak elektronik.

Menurut Johannes Gunawan, “kontrak elektronik adalah kontrak baku yang dirancang, dibuat, ditetapkan, digandakan, dan disebarluaskan secara digital melalui situs internet (*website*) secara sepihak oleh pembuat kontrak (dalam hal ini pelaku usaha), untuk ditutup secara digital pula oleh penutup kontrak (dalam hal ini konsumen).

Menurut Pasal 1 ayat (17) Rancangan Undang – Undang tentang Pemanfaatan Teknologi Informasi, “kontrak elektronik adalah perjanjian yang dimuat dalam dokumen elektronik atau media elektronik lainnya”, sedangkan di dalam Pasal 10 Ayat (1) menyebutkan transaksi elektronik yang dituangkan dengan kontrak elektronik mengikat dan memiliki kekuatan hukum sebagai suatu perikatan”.

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa perjanjian secara elektronik adalah kesepakatan antara kedua belah pihak yang dilakukan secara elektronik, dimana para pihak dalam melaksanakan perjanjian tidak memerlukan tatap muka secara langsung.

Menurut Johannes Gunawan, didalam kontrak elektronik selain terkandung ciri – ciri kontrak baku juga terkandung ciri – ciri kontrak elektronik sebagai berikut:

- a. Kontrak elektronik dapat terjadi secara jarak jauh, bahkan melampaui batas – batas negara melalui internet.
- b. Para pihak dalam kontrak elektronik pada umumnya tidak pernah bertatap muka (*faceless nature*), bahkan mungkin tidak akan pernah bertemu.⁴⁴

Sedangkan jenis kontrak elektronik dapat dibagi menjdai dua kategori, yaitu:

- a. *E-contract* yang memiliki obyek transaksi berupa barang dan atau jasa. Pada *e-contract* jenis ini, internet merupakan medium dimana para pihak melakukan komunikasi dalam pembuatan kontrak. Namun akan diakhiri dengan pengiriman atau penyerahan benda dan atau jasa yang menjadi obyek kontrak secara fisik (*physical delivery*)
- b. *E-contract* yang memiliki obyek transaksi berupa informasi dan atau jasa. Pada *econtract* jenis ini, internet merupakan medium untuk berkomunikasi dalam bentuk pembuatan kontrak dan sekaligus sebagai medium untuk mengirim atau menyerahkan informasi dan atau jasa yang menjadi obyek kontrak (*cyber delivery*).⁴⁵

⁴⁴ Ibid, Hal.46

⁴⁵ Ibid, Hal.7

Salah satu bentuk dari transaksi elektronik yang menjadi perhatian adalah perjanjian secara elektronik atau *electronic contract*. Perjanjian di era *digital* akan menggunakan data digital sebagai pengganti kertas. Penggunaan data digital sebagai media dalam melakukan perjanjian akan memberikan efisiensi yang sangat besar terutama bagi perusahaan – perusahaan yang menjalankan bisnisnya di internet.

Di dalam perjanjian secara elektronik para pihak dalam melakukan perjanjian tidak memerlukan tatap muka secara langsung, para pihak dalam melaksanakan perjanjian tidak akan bertemu sebelum perjanjian atau bahkan tidak akan pernah bertemu. Untuk mengatasi resiko perihal ketiadaan tatap muka langsung ini, telah ada mekanisme pengesahan identitas. Teknologi yang dapat diandalkan dalam mekanisme pengesahan identitas adalah teknologi penandatanganan secara digital.

7. Saat Terjadinya Perjanjian Dalam Transaksi *E-Commerce*

Suatu transaksi *e-commerce* juga merupakan suatu perjanjian jual beli yang sama dengan jual beli konvensional pada umumnya. Di dalam suatu transaksi *e-commerce* juga mengandung suatu asas konsensualisme, yang berarti kesepakatan dari kedua belah pihak. Suatu kesepakatan terjadi apabila terdapat suatu penawaran dari pihak penjual lalu ada suatu penerimaan dari pihak calon pembeli. Penawaran dan penerimaan inilah yang merupakan awal terjadinya kesepakatan antara pihak – pihak yang bersangkutan.

Proses penawaran dan penerimaan *online* ini tidaklah beda dengan proses penawaran dan penerimaan pada umumnya. Perbedaannya hanyalah pada media yang dipergunakan, pada transaksi *e-commerce* media yang digunakan adalah internet.

Menurut Mieke Komar Kantaatmadja, mengenai kapan terjadinya kesepakatan terdapat beberapa teori, antara lain:⁴⁶

a. Teori ucapan

Suatu perjanjian tercapai pada saat orang menerima tawaran dan menyetujui tawaran tersebut.

b. Teori pengiriman

Perjanjian tercapai pada saat dikirimkannya surat jawaban mengenai penerimaan terhadap suatu penawaran.

c. Teori pengetahuan

Menurut teori ini, bahwa perjanjian tercapai setelah orang yang menawarkan mengetahui bahwa penawarannya telah disetujui.

d. Teori penerimaan

Menyatakan perjanjian tercapai saat diterimanya surat jawaban penerimaan oleh orang yang menawarkan

Menurut Mieke Komar Kantaatmadja mengenai kapan terjadinya kesepakatan menganut teori penerimaan dimana suatu perjanjian telah lahir

⁴⁶ Mieke Komar Kantaatmadja, *Op.Cit*, Hal.31

ketika pihak yang melakukan penawaran menerima surat jawaban berupa penerimaan terhadap penawaran tersebut.⁴⁷

Dianutnya teori penerimaan sebagai penentuan kapan lahirnya suatu perjanjian tidak menimbulkan banyak masalah dalam jual beli konvensional. Akan tetapi untuk transaksi *ecommerce* teori penerimaan ini kurang dapat diterima. Dalam transaksi ini para pihak tidak bertemu langsung sebagaimana lazimnya jual beli secara konvensional, jadi apakah suatu penerimaan itu diterima atau tidak oleh penjual menjadi tanda tanya oleh pembeli.

8. Pengaturan hukum dalam melakukan transaksi *e-commerce*

Hukum di Indonesia belum memiliki pengaturan yang jelas mengenai transaksi *ecommerce*, maka dari itu penulis merujuk pada pengaturan perjanjian jual beli secara konvensional yang ada dalam KUH Perdata untuk mengkaji transaksi *e-commerce*.

Menurut Mieke Komar Kantaatmadja perjanjian jual beli yang dilakukan melalui media elektronik internet tidak lain adalah merupakan perluasan dari konsep perjanjian jual beli yang ada dalam KUH Perdata. Perjanjian jual beli melalui internet ini memiliki dasar hukum perdagangan konvensional atau jual beli dalam hukum perdata. Perbedaannya adalah bahwa perjanjian melalui internet ini bersifat khusus karena terdapat unsur peranan yang sangat dominan dari media dan alat – alat elektronik.⁴⁸

⁴⁷ *Ibid*, hlm.31

⁴⁸ Mieke Komar Kantaatmadja, 2001, *Cyberlaw: Suatu Pengantar*, cet.1, Bandung, ELIPS, Hal.15

Menurut Subekti Jual beli adalah suatu perjanjian bertimbal balik dalam mana pihak yang satu (si penjual) berjanji untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang, sedang pihak yang lainnya berjanji untuk membayar harga yang terdiri atas sejumlah uang sebagai imbalan dari perolehan hak milik tersebut.⁴⁹

Jual beli menurut H.F.A. Vollmar “Bahwa pihak yang satu, PENJUAL mengikat diri kepada pihak lainnya, PEMBELI untuk memindah tangankan suatu benda dalam eigendom dengan memperoleh pembayaran dari orang yang disebut terakhir sejumlah tertentu berwujud uang”.⁵⁰

Menurut Pasal 1457 KUH Perdata Jual-beli adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan.

Unsur – unsur pokok (*essentialia*) perjanjian jual beli adalah barang dan harga.¹⁰⁴ Sesuai dengan asas Konsensualisme yang menjiwai perjanjian dalam KUH Perdata, perjanjian jual beli itu sudah dilahirkan pada detik tercapainya “sepakat” mengenai barang dan harga. Begitu kedua belah pihak setuju dengan barang dan harga, maka lahirlah perjanjian jual beli yang sah.

Sifat konsensual dari jual beli menurut Pasal 1458 berbunyi “Jual beli dianggap sudah terjadi antara kedua belah pihak seketika setelah mereka mencapai sepakat tentang barang dan harga, meskipun barang itu belum diserahkan maupun harganya belum dibayar”.

⁴⁹ R.Subekti,1995,*Aneka Perjanjian*,Bandung,PT.Citra Aditya Bakti,Hal.1

⁵⁰ H.F.A. Vollmar,*Pengantar Studi Hukum Perdata* (Inciding tot de studie van het Nederlands burgerlijk recht), diterjemahkan oleh I.S.Adiwimarta,1995,Jakarta,PT.Raja Garfindo Persada,Hal.272

Jadi dapat disimpulkan bahwa dengan disebutkannya kata “sepakat” saja tanpa harus membuat suatu tulisan, akta dan lain sebagainya, maka suatu perjanjian telah lahir secara sah atau mengikat para pihak yang membuatnya dan berlaku sebagai Undang – undang bagi mereka yang membuatnya.

Di dalam perjanjian jual beli terdapat kewajiban penjual dan pembeli, adapun dalam Pasal 1474 KUH Perdata penjual memiliki tiga kewajiban pokok, yaitu :

- a. Memelihara dan merawat kebendaan yang akan diserahkan kepada pembeli hingga saat penyerahannya;
- b. Menyerahkan kebendaan yang dijual pada saat yang telah ditentukan atau jika telah ditentukan saatnya atas permintaan pembeli;
- c. Menanggung kebendaan yang dijual itu

Sedangkan kewajiban pembeli menurut Pasal 1513 KUH Perdata berbunyi “Kewajiban utama pembeli adalah membayar harga pembelian pada waktu dan di tempat yang ditetapkan dalam persetujuan”.

Pengaturan hukum mengenai dokumen – dokumen transaksi *e-commerce* yang dilakukan oleh penjual dan pembeli mengacu pada Undang – undang Dokumen Perusahaan No 8 Tahun 1997 dimana disebutkan dalam Pasal 1 point (2) “Dokumen Perusahaan adalah data, catatan dan atau keterangan yang dibuat dan atau diterima oleh perusahaan dalam rangka pelaksanaan kegiatannya baik tertulis diatas kertas atau sarana lain maupun

terekam dalam bentuk corak apapun yang dapat dilihat, dibaca atau didengar”.

Berdasarkan Undang – undang Dokumen Perusahaan tersebut pada pokoknya dibedakan menjadi 2 jenis dokumen, sebagaimana tercantum dalam Pasal 2 UUDP yang menyatakan bahwa dokumen perusahaan terdiri dari :

- a. Dokumen keuangan, terdiri dari : catatan, bukti pembukuan dan data pendukung administrasi keuangan yang merupakan bukti adanya hak dan kewajiban serta kegiatan usaha suatu perusahaan.
- b. Dokumen lainnya, terdiri dari data atau setiap tulisan yang berisi keterangan yang mempunyai nilai guna bagi perusahaan meskipun tidak terkait langsung dengan dokumen keuangan.

Selanjutnya dalam Pasal 9 UUDP dinyatakan bahwa catatan wajib dibuat sesuai kebutuhan perusahaan dan ditandatangani oleh pimpinan perusahaan atau pejabat yang ditunjuk di lingkungan perusahaan yang bersangkutan. Kemudian Pasal 10 UUDP dinyatakan ada 2 jenis fiksasi, yaitu :

- a. Catatan yang wajib dibuat di atas kertas seperti; neraca tahunan, perhitungan laba rugi tahunan atau tulisan lain yang menggambarkan neraca laba rugi.
- b. Catatan yang boleh dibuat di atas kertas atau sarana lainnya, seperti rekening, jurnal transaksi harian atau setiap tulisan yang berisikan

mengenai hak dan kewajiban serta hal – hal lain yang berkaitan dengan kegiatan usaha perusahaan.

Dalam Bab III Pasal 12 UUDP ini juga diatur mengenai pengalihan wujud dan bentuk media penyimpanan informasi berikut legalisasinya, yaitu dengan memperkenalkan dokumen perusahaan tersebut dapat dialihkan ke dalam media mikrofilm atau media lainnya dan setia pengalihan bentuk tersebut wajib dilegalisasi yang dilakukan oleh pimpinan perusahaan atau pejabat yang ditunjuk di lingkungan perusahaan yang bersangkutan.

Mengenai tata cara pengalihan dokumen perusahaan ke dalam mikrofilm atau media lainnya dan legalisasi diatur dalam Peraturan Pemerintah No 88 Tahun 1999. Sebagai alat bukti yang sah dalam Pasal 16 Peraturan Pemerintah ini menyatakan :

- a. Dokumen yang dialihkan ke dalam mikrofilm atau media lainnya atau hasil cetakannya merupakan alat bukti yang sah.
- b. Hasil cetak dokumen yang telah dialihkan ke dalam mikrofilm dapat dilegalisasi untuk keperluan proses pengadilan dan kepentingan hukum lainnya.

Jadi jika terjadi sengketa antara penjual (*merchant*) dan pembeli maka dokumen – dokumen transaksi *e-commerce* yang tersimpan didalam *database* penjual (*merchant*) maupun *print out* bukti transaksi yang dimiliki pembeli dapat dijadikan sebagai alat bukti di pengadilan maupun proses hukum lainnya.