

IMPLEMENTASI ASAS ITIKAD BAIK DALAM PERJANJIAN TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE

“THE IMPLEMENTATION OF GOOD FAITH PRINCIPLE IN ONLINE TRANSACTIONS”

Rafni Suryaningsih Harun¹, Weny A. Dungga², Abdul Hamid Tome³

¹Fakultas Hukum Universitas Negeri Gorontalo

Email: Anhyharun@gmail.com

Abstrak

Permasalahan yang timbul dalam jual beli online ini mengenai asas itikad baik dalam transaksi jual beli online dan tanggung jawab penjual yang melakukan wanprestasi. Tujuan yang diambil oleh peneliti adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan asas itikad baik dalam perjanjian transaksi jual beli online di Kecamatan Limboto Kabupaten Gorontalo dan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi kendala dalam penerapan asas itikad baik ini dalam perjanjian transaksi jual beli online di Kecamatan Limboto Kabupaten Gorontalo. Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum empiris. Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa; (1) penerapan asas itikad baik dalam transaksi jual beli online dari Tahun 2016 sampai 2018 terus meningkat, dimana Tahun 2016 terdapat 35 laporan, ditahun 2017 terdapat 45 laporan, dan terakhir pada Tahun 2018 terdapat 53 laporan yang disebabkan karena penerapan asas itikad baik dalam perjanjian jual beli online ini yang dilakukan oleh para pihak dalam pemenuhan perjanjian jual beli online tidak mengedepankan asas itikad baik sehingga merugikan bagi para pihak dan (2) Faktor-faktor yang menjadi kendala penerapan asas itikad baik dalam perjanjian jual beli online yaitu; a) faktor yuridis yang meliputi; keabsahan perjanjian menurut Pasal 1320 KUH Perdata, terdapat kelemahan dalam Pasal 19 Ayat (3) UUPK, kurang efektifnya Pasal 9 UU ITE, b) Faktor non yuridis meliputi; keamanan dalam bertransaksi, kebanyakan penyelesaian sengketa wanprestasi dalam jual beli online ini diselesaikan diluar pengadilan, keterbatasan informasi, kurangnya pemerdayaan pendidikan bagi konsumen, pemerintah kurang konsisten dalam mengatur transaksi jual beli online.)

Kata Kunci : Penerapan; Asas; itikad baik; jual beli

Abstract

The problems that arise in buying and selling online are about the principle of good faith in online trading transactions and the responsibilities of sellers who default. This research is devoted to study the implementation of good faith principle in online transactions (sales and purchase) and factors hindering such a process. Employing empirical law research method, the study was conducted in Limboto Sub-district, Gorontalo Regency. From the research results, the study concludes that (1) the implementation of good faith principle in online transactions had increased from 2016 to 2018. However, issues regarding the violation of the principle by parties involved in online transactions had been reported in 2016 (35 reports), 2017 (45 reports), and 2018 (53 reports). (2) Factors hindering the agreement in online transactions consist of a) juridical factor and b) non-juridical factor. The juridical factor encompasses the validity of agreement according to Article 1320 Civil Code, weaknesses in Article 19, Paragraph (3) Consumer Protection Law, and drawbacks of Article 9 of Electronic Information and

Transaction). The non-juridical factor involves the security in transactions, the tendency to settle online transaction defaults outside the court, the lack of information, lack of consumer empowerment and education, and government's inconsistency in regulating online transactions.

Keywords: Implementation, Principle, Good Faith, Sales and Purchase

PENDAHULUAN

Perkembangan era teknologi informasi ini, kegiatan manusia makin bervariasi. Jika pada era terdahulu, kegiatan manusia lebih didominasi pada kegiatan yang menggunakan sarana fisik, pada era teknologi informasi kegiatan manusia sudah banyak didominasi oleh peralatan yang berbasis teknologi informasi dan kom unikasi bahkan sudah menggunakannya secara sistematis.¹ Peranan teknologi informasi dan komunikasi di era globalisasi ini menempatkan pada posisi yang amat strategis karena menghadirkan suatu dunia tanpa batas, jarak, ruang, dan waktu, yang berdampak pada peningkatan produktifitas dan efisiensi.²

Menurut Galih Yogi Megandari saat ini dunia bisnis semakin maju, apalagi sekarang bisnis bisa dilakukan secara online atau biasa disebut *E-Commerce* dengan mudah. Bagi sebagian perusahaan saat ini, *E-Commerce* menjadi pusat perdagangan yang meliputi proses penjualan, pengembangan, pelayanan, dan pembayaran untuk segala produk dan jasa yang dijual belikan. *E-Commerce* merupakan suatu media transaksi penjual dan pembeli secara online. Pemanfaatan internet sebagai media transaksi perdangan online ini telah dimanfaatkan disegala perusahaan.³

Transaksi *e-commerce*, yang melakukan penawaran adalah *merchant*/pihak penjual, yang memanfaatkan

website untuk memasarkan barang/jasa yang ditawarkan kepada semua orang, kecuali kalau penawaran itu dilakukan melalui e-mail yang merupakan penawaran khusus kepada pemegang e-mail yang dituju. Penjual ini menyediakan estalase yang memuat katalog tentang barang atau jasa yang ditawarkan. Disamping itu, pembeli juga seolah-olah berjalan didepan etalase tersebut untuk memilih barang yang diinginkannya. Hanya saja bedanya dengan yang manual, jika pembeli datang langsung ke toko, karena dengan *e-commerce* ini pembeli tidak perlu harus keluar rumah dan tidak perlu khawatir bahwa toko akan tutup pada jam-jam tertentu.⁴

Permasalahan yang timbul dalam jual beli *online* ini mengenai asas itikad baik dalam transaksi jual beli online dan tanggung jawab penjual yang melakukan wanprestasi. Mengenai kasus tersebut data-data tentang wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha di Kecamatan Limboto sebagaimana sesuai dengan data yang peneliti dapat dari Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) di Kecamatan Limboto sebagai berikut:

NO	TAHUN	KASUS
----	-------	-------

¹ Widodo, *Hukum Pidana Dibiidang Teknologi Informasi Cybercrime*, Aswaja Predsido: Sleman Yogyakarta, 2013, hlm 10

² Siswanto sunarso, *Hukum Informasi Dan Transaksi Elektronik*, PT Renika Cipta: Jakarta, 2009, hlm 39

³ Galih Yogi Megandari, *Asas Kepercayaan Dalam Jual Beli Online (Perspektif KUHPerdara dan UU No 11*

Tahun 2008 tentang Informasi dan transaksi elektronik), Universitas Muhamadiyah Surakarta : Surakarta, 2015, hlm. 2

⁴ Ahmadi miru, (2015) *Hukum Kontrak Bernuansa Islam*, PT Rajagrafindo Persada: Jakarta, hlm 154

1	2016	25 Laporan
2	2017	45 Laporan
3	2018	53 Laporan

Sumber data : YLKI Tahun 2016-2017

Berdasarkan tabel diatas bahwa pada tahun 2016 terdapat 35 laporan pelaku usaha yang melakukan wanpretasi berupa alat-alat elektronik, kosmetik yang palsu, ditahun 2017 terdapat 45 laporan pelaku usaha yang melakukan wanprestasi, laporan tersebut berupa tas, baju, laptop serta ditahun 2018 terdapat 53 laporan pelaku usaha yang melakukan wanprestasi , laporan tersebut berupa barang kosmetik yang palsu, baju, alat-alat komputer dan ikat pinggang , dan tas. ⁵

Serta data-data konsumen yang peneliti peroleh dari hasil wawancara dengan Ketua Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia di Kecamatan Limboto kabupaten Gorontalo sebagai berikut:

NO	TAHUN	KONSUMEN
1	2016	25 konsumen
2	2017	35 konsumen
3	2018	48 konsumen

Sumber data : YLKI Tahun 2016-2018

Berdasarkan tabel diatas, konsumen-konsumen yang mengalami kerugian oleh pelaku usaha ditiap tahun meningkat dimana pada tahun 2016 terdapat 25 konsumen, pada tahun 2017 terdapat 35, serta ditahun 2018 terdapat 48 konsumen, konsumen tersebut juga aktif dalam menggunakan media elektronik seperti instagram, facebook serta whatsapp.⁶

Pengaturan tentang hak konsumen dicantumkan Pasal 4 huruf (c) Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 menyebutkan bahwa “hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi jaminan barang dan/atau jasa”; serta Pasal 4 huruf (h) menyatakan

bahwa konsumen berhak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian, apabila barang dan/jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;⁷

Pasal 7 dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 huruf (a) menjelaskan bahwa “beritikad baik dalam melakukan usahanya”, Pasal 7 huruf (b) bahwa pelaku usaha harus memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan, fakta dilapangan berbanding terbalik apa yang telah dituangkan dalam undang-undang tersebut. Menurut wawancara dengan Ketua Yayasan Konsumen Indonesia atau YLKI banyak sekali pelaku usaha yang memperjual belikan suatu barang atau jasa yang tidak sesuai dengan apa yang diposting dimedia sosial dan banyak pula pelaku usaha yang tidak mau mengganti rugi atas barang yang telah dikirimnya tersebut.

Asas itikad baik ini juga terdapat didalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dalam Pasal 3 yang menyebutkan bahwa “Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dilaksanakan berdasarkan asas kepastian hukum, manfaat, kehati-hatian, itikad baik, dan kebebasan memilih teknologi atau netral teknologi”.⁸

Pasal 9 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik dijelaskan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui system elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar yang berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Kemudian Pasal 10 Ayat (1) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik mewajibkan bahwa setiap pelaku usaha yang menyelenggarakan

⁵ Sumber data: YLKI, Tahun 2016-2018

⁶ Sumber data: YLKI 2016-2018

⁷ Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

⁸ Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Transaksi Elektronik harus disertifikasi oleh lembaga Sertifikasi keandalan.⁹

Pengaturan mengenai perjanjian di Indonesia hanya mengatur hal-hal mengenai perjanjian pada umumnya, yang diatur dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Perdata (KUHP) yang menyebutkan mengenai syarat sahnya suatu perjanjian menyatakan bahwa “untuk sahnya persetujuan-persetujuan yang diperlukan empat syarat yakni sepakat mereka mengikatkan diri; kecakapan untuk membuat suatu perikatan; kecakapan untuk membuat suatu hal tertentu; dan suatu sebab yang halal.¹⁰

Kemudian, dalam Pasal 1338 Ayat (3) Alinea (2), ini merupakan sandaran dari itikad baik, yaitu bahwa setiap perjanjian harus dilaksanakan dengan asas itikad baik.¹¹ Asas itikad baik menurut undang-undang ini, berarti asas yang digunakan para pihak dalam melakukan transaksi elektronik, tidak dan tanpa hak atau melawan hukum mengakibatkan kerugian bagi pihak lain tersebut. Dalam transaksi ini, salah satu kesulitannya ialah memastikan bahwa salah satu pihak telah, sedang, dan terus akan bertindak jujur.¹²

RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana Penerapan asas itikad baik terhadap perjanjian jual beli online di Kecamatan Limboto?
2. Faktor apa saja yang menjadi kendala dalam penerapan asas itikad baik terhadap perjanjian transaksi jual beli online di Kecamatan Limboto.

METODOLOGI

Penelitian ini adalah penelitian hukum yuridis sosiologis. Penelitian hukum empiris dengan model yuridis sosiologis mempunyai objek

kajian mengenai perilaku masyarakat. Perilaku masyarakat yang dikaji adalah perilaku yang timbul akibat berinteraksi dengan sistem norma yang ada. Interaksi ini muncul sebagai bentuk reaksi masyarakat atas ditentukan sebuah perundangan positif dan bisa pula dilihat dari perilaku masyarakat sebagai bentuk aksi dalam memengaruhi pembentukan sebuah ketentuan hukum positif.¹³

Lokasi penelitian ini diperlukan bagi penelitian hukum terutama bagi penelitian hukum empiris. Penelitian ini dilaksanakan di Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) Kecamatan Limboto Kabupaten Gorontalo. Lokasi ini sangat mendukung peneliti dalam melakukan penelitian dengan tujuan agar ruang lingkup permasalahan yang akan diteliti lebih berfokus. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti baik data primer maupun data sekunder. Maka analisis data yang akan digunakan, diolah dan dianalisis secara deskriptif.

PEMBAHASAN

Penerapan asas itikad baik dalam perjanjian transaksi jual beli online di Kecamatan Limboto Kabupaten Gorontalo

Setiap perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik, sebagaimana telah ditemukan Pasal 1338 Ayat (3) KUHP Perdata mengenai asas itikad baik, yang berbunyi “Perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik”. Dalam perjanjian jual beli online atau internet pun harus dilakukan dengan itikad baik, Agar seluruh rangkaian proses jual beli berjalan lancar dan tidak merugikan salah satu pihak yang terlibat dalam perjanjian jual beli tersebut. Itikad baik dalam suatu

⁹ Setia Putra, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui E-commerce*, Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 4, No.2, Februari –Juli, 2014. Hlm 287

¹⁰ I Ketut Oka Setiawan, *Hukum Perikatan*, SinarGrafika: Jakarta Timur, 2016, hlm 60-61

¹¹ Ahmad Amiru, Sakka Pati, *Hukum Perikatan Penjelasan Makna Pasal 1233 Sampai 1456 BW*, PT RajaGrafindo Persada: Jakarta, 2013, hlm 79

¹² Siswanto Sunaryo, *Op, Cit*, hal. 47

¹³ Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Pustaka Pelajar: Yogyakarta, hlm 153

perjanjian harus ada sejak perjanjian baru akan disepakati, artinya itikad baik ada pada saat negosiasi persepakatan perjanjian, itikad baik dalam perjanjian harus ada sebelum terjadinya kesepakatan, dan saat pelaksanaan perjanjian hingga telah terpenuhinya kesepakatan tersebut.¹⁴

Itikad baik sudah ada sejak fase prakontrak dimana para pihak memulai melakukan negosiasi hingga mencapai kesepakatan dan fase pelaksanaan kontrak. Namun dalam kenyataannya itikad baik seseorang sulit diterka, karena itikad baik merupakan keadaan batiniah seseorang yang tidak bisa dilihat secara kasat mata. Dalam jual beli konvensional proses jual beli dilakukan secara langsung, lebih mudah untuk mengetahui apakah masing-masing pihak sama sekali memiliki itikad baik. Sedangkan dalam jual beli online pihak penjual atau yang melakukan usaha akan memperlihatkan barang yang akan dijualnya melalui jejaring sosial maupun media lainnya yang dapat digunakan secara online.

Prinsip itikad baik juga dapat diartikan bahwa masing-masing pihak diartikan bahwa masing-masing pihak dalam suatu perjanjian akan disepakati, mempunyai kewajiban untuk memberikan keterangan atau informasi yang selengkap-lengkapnyanya yang dapat mempengaruhi keputusan pihak lain dalam menyepakati perjanjian atau tidak. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) juga mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang lengkap dan benar. Kewajiban tersebut termuat dalam Pasal 9 yaitu "Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui system elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen dan produk."

¹⁴ Subekti, (2009) *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, Intermedia: Jakarta, hlm 5

Transaksi perdagangan melalui media elektronik sering disebut dengan istilah *Electronic Commerce* atau *E-commerce* yang artinya sebagai perdagangan dengan menggunakan fasilitas elektronik dimana bentuk transaksi perdagangan baik membeli maupun menjual dilakukan melalui media elektronik pada jaringan internet.¹⁵

Transaksi jual beli online 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 internet seperti Facebook, Whatsapp, dan Instagram. Transaksi yang melalui *website* ini biasanya dilakukan bagi mereka yang melakukan transaksi yang belum mengenal satu sama lain. Modal transaksi melalui media jaringan elektronik ini yaitu dengan cara penjual menyediakan daftar atau katalog barang yang dijual yang disertai dengan deskripsi produk yang telah dibuat oleh penjual.

Jual beli diatur dalam Buku III bab V dimulai dari Pasal 1457 KUHperdata yang menyatakan "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".¹⁶ Perjanjian jual beli pada umumnya hanya dapat dilakukan oleh penjual dan pembeli disuatu tempat tertentu untuk dapat melakukan transaksi secara langsung terkait barang yang menjadi objek dalam jual beli atau jual beli secara konvensional.

Semakin pesatnya kemajuan teknologi sangat membantu masyarakat dalam menentukan suatu cara dalam melakukan transaksi dalam jual beli agar lebih mudah karena dimanapun dan kapanpun tetap dapat melakukan transaksi, kecanggihan teknologi ini tidak dapat dipungkiri telah banyak

¹⁵ Trion PB, *Mengenal E-commerce dan Bisnis di Dunia Cyber*, Argo Publisher: Yogyakarta, 2009, hlm 4

¹⁶ Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

membantu dalam kegiatan jual beli online. Adapun pengertian dari Teknologi Informasi menurut Pasal 1 Ayat (2) Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yaitu “Transaksi Elektronik adalah suatu perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya”.¹⁷

Kasus yang dikemukakan oleh ketua Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) kabupaten Gorontalo yaitu kasus yang menimpa Ismiyati yang pernah melaporkan kerugiannya atas pembelian barang online. Kasus lain yang menimpa seorang ibu rumah tangga “Ibu wirda juga mengalami hal serupa dalam berbelanja online, barang yang telah dipesan mengalami kecacatan atau kerusakan pada barang yang diterima akan tetapi tidak adanya ganti rugi atau barang ditukar dengan yang baru.”¹⁸ Ada juga konsumen yang mengalami hal serupa seperti kasus diatas yaitu “atas nama Albak, dia membeli sebuah handphone bekas melalui media elektronik berupa facebook khususnya digrup Portal Gorontalo, dimana pelaku usaha tersebut menawarkan barang berupa handphone dengan menjelaskan bahwa handphone tersebut tidak memiliki satu kerusakan apapun akan tetapi ketika dia sudah menggunakan handphone tersebut ternyata handphone itu tidak bisa digunakan untuk menelpon, sehingga Albak mengkomplain kepada pelaku usaha tersebut ternyata tidak ada itikad baik dari pelaku usaha untuk mengganti rugi malah memblokir kontak nomoe handphone serta memblokir chat denga Albak.”¹⁹

Peneliti juga mewawancarai pelaku usaha *online shop* yang bernama “ibu Sintia, beliau memperjualbelikan barang online shop

seperti baju, sepatu, tas, jaket, celana, serta gamis. Ada konsumen yang bernama Rahmawati yang membeli sebuah jaket yang berwarna navi dengan ukuran M dari online shop tersebut melalui media elektronik facebook, ketika barang sudah sampai kepada ibu Rahmawati ternyata jaket tersebut berukuran S serta berwarna biru tidak sesuai dengan pesanan sehingga ibu Rahmawati mengkomplain kepada Sintia dan ibu Sintia mengatakan bahwa beliau mengganti rugi dengan menukar jaket tersebut sesuai dengan pesanan.” Akan tetapi ketika peneliti juga mewawancarai konsumen “ibu Rahmawati, beliau mengatakan bahwa tidak adanya ganti rugi atau menukar barang yang baru dan ketika menghubungi ibu Sintia bahwa ibu tersebut sudah memblokir semua kontak dengan ibu Rahmawati. Sehingga Ibu Sintia melakukan wanprestasi terhadap ibu Rahmawati.”²⁰

Prinsip itikad baik dapat diartikan bahwa masing-masing pihak dalam suatu perjanjian yang akan disepakati, mempunyai kewajiban untuk memberikan keterangan atau informasi yang selengkap-lengkapnyanya yang dapat mempengaruhi keputusan pihak lain dalam menyepakati perjanjian atau tidak. Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) juga mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang lengkap dan benar. Kewajiban tersebut termuat dalam pasal 9 yang berbunyi “Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar yang berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan”.

Beberapa kasus diatas memperlihatkan bentuk pelanggaran terhadap asas itikad baik yang dilakukan oleh

¹⁷ Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

¹⁸ Wawancara dengan konsumen wirda sabtu, 10 Agustus 2019

¹⁹ Wawancara dengan konsumen Albak Rauf, Sabtu 26 Oktober 2019

²⁰ Wawancara dengan pelaku usaha dan konsumen, Sabtu 26 Oktober 2019

pihak pelaku online shop (pelaku bisnis online) didalam pemenuhan prestasi perjanjian sesuai dengan yang telah disepakati. Namun tidak jarang juga didalam bertransaksi jual beli online terjadi pelanggaran asas itikad baik yang dilakukan oleh konsumen, yaitu konsumen melakukan wanprestasi dengan membatalkan pembelian barang yang sudah dipesan, walaupun didalam perjanjian para pihak telah terjadi kesepakatan. Hal ini tidak hanya melanggar asas itikad baik tetapi juga melanggar asas konsensualisme (kesepakatan) yang diatur dalam Pasal 20 Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Saat ini masih banyak pelaku usaha bisnis online yang tidak mengetahui mengenai kewajibannya sebagai pelaku usaha, sehingga dapat berpotensi menimbulkan kerugian bagi konsumen. Ketentuan diatas, jelas terlihat bahwa asas itikad baik ini merupakan prinsip yang sangat penting dan harus dimiliki oleh para pihak dalam melakukan perjanjian, termasuk dalam perjanjian jual beli online yang dilakukan melalui media elektronik.

Faktor-Faktor yang menjadi kendala penerapan asas itikad baik dalam perjanjian transaksi jual beli online di Kecamatan Limboto

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan bapak Hariyanto Pulu Hulawa, S.kom SH selaku ketua Yayasan Lembaga Konsumen (YLKI) kabupaten Gorontalo Kecamatan Limboto, 05/07/2019, terdapat 2 (dua) faktor yang menghambat, yaitu :

a. Faktor yuridis

1. Keabsahan perjanjian menurut pasal 1320 KUH Perdata yang disebutkan ada empat syarat sahnya suatu perjanjian, yaitu²¹:

Bahwa segala sesuatu yang berkaitan dengan perjanjian maka

harus memenuhi 4 hal yang menjadi keabsahan suatu perjanjian dimana kesepakatan kedua belah pihak untuk mengikat diri, kecakapan untuk membuat perjanjian, objek tertentu dan suatu sebab yang halal. *E-commerce* merupakan metode perdagangan modern yang mempertemukan penjual dan pembeli maka untuk terjadinya suatu kesepakatan sulit untuk diketahui dengan jelas kapan kesepakatan antara kedua belah pihak itu terjadi.²²

- 1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam ketentuan Pasal 19 Ayat (3) Masih terdapat kelemahan, dimana pemberian ganti rugi dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah transaksi dan ketika konsumen yang mengonsumsi barang di hari ke yang ke delapan setelah transaksi tidak akan mendapatkan penggantian kerugian dari pelaku usaha. Apabila ketentuan ini dipertahankan maka secara nyata konsumen yang bersangkutan telah menderita kerugian.²³
- 2) Kurang efektifnya Pasal 9 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang menjelaskan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar yang berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk ditawarkan, hal ini masih banyak terjadi dilapangan bahwa maraknya pelaku usaha yang tidak mencantumkan informasi yang lengkap terkait penjualan online shop. Serta Pasal 10 Ayat (1) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik bahwa pelaku usaha yang

²¹ Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

²² Andini Adi Putri Mangopo, *Perlindungan Konsumen Jual Beli Produk Fashion Secara E-commerce*, Skripsi

Fakultas Hukum Universitas Negeri Gorontalo, 2015, hlm 54

²³ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

meyelenggrakan transaksi elektronik harus disertifikasi oleh lembaga sertifikasi keandalan. Penerapan pasal ini juga kurang efektif karena masih banyak pelaku usaha online yang mendirikan suatu usaha tanpa adanya sertikat dari lembaga sertifikasi keandalan.²⁴

b. Faktor non yuridis

1) Keamanan dalam bertransaksi

Keamanan dalam bertransaksi sangatlah mutlak diperlukan demi menjamin keamanan konsumen akan data-data pribadinya maupun nomor kartu kredit, nomor password, dari penyalahgunaan oleh orang-orang yang tidak berkepentingan. Dari hasil toko online shop di Indonesia dalam sistem keamanannya kurang memadai dibandingkan dengan *merchant* yang berada diluar negeri. Keamanan informasi merupakan bagian sangat penting dalam sistem *e-commerce*.²⁵

Tingkat keamanan informasi yang diterima dalam e-commerce mutlak dibutuhkan. Di era internet, semua kebutuhan dan keinginan sedapat mungkin diterima dengan cepat, mudah dan aman. Untuk itulah peranan teknologi keamanan informasi benar-benar dibutuhkan. Sistem keamanan informasi memiliki empat macam tujuan yang sangat mendasar, yaitu²⁶:

1. *Confidentially*
2. *Integrity*
3. *Availability*
4. *Legitimate use*

2) Kebanyakan penyelesaian sengketa dalam wanprestasi dalam jual beli online ini diselesaikan diluar pengadilan. Jika suatu masalah terjadi yang mengakibatkan konsumen mengalami kerugian seperti

kerugian barang seharga misalnya Rp. 200.000 (*dua ratus ribu rupiah*) ini akan sulit diselesaikan oleh Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia yang akan memproses pelaku usaha kepengadilan dikarenakan minimnya dana sedangkan jika memproses suatu masalah kepengadilan membutuhkan uang yang lumayan banyak. Sehingga cara yang harus dipilih oleh Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) menggunakan cara alternatif penyelesaian sengketa. Dimana alternatif penyelesaian sengketa ini lebih efisien dibandingkan dengan melalui pengadilan.

- 3) Pengetahuan konsumen akan UUPK mengenai hak-hak konsumen terutama hak untuk memperoleh kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan sebagaimana mestinya. Hal tersebut dipengaruhi oleh tingkat pendidikan masyarakat rendah, oleh sebab itu Undang-Undang perlindungan konsumen dimaksud menjadi landasan hukum yang kuat bagi YLKI Gorontalo serta pemerintah dan instansi terkait dalam upaya memberdayakan serta membina pendidikan masyarakat di Kabupaten Gorontalo Kecamatan Limboto mengingat pemberdayaan ini sangat penting sebab tidak mudah jika hanya mengharapkan kesadaran dari pelaku usaha, yang pada dasarnya memiliki prinsip usaha mendapatkan keuntungan yang berlipat/semaksimal dengan modal yang sedikit tentu sangat merugikan konsumen secara langsung.
- 4) Keterbatasan informasi menjadi kendala yang banyak dihadapi oleh konsumen, terutama informasi yang benar mengenai produk dan jasa yang dijual. Padahal hak konsumen untuk mendapatkan informasi

²⁴ Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

²⁵ Paryati, keamanan Sistem Informatika, Jurnal Teknik Informatika UPN "veteran" Yogyakarta, Vol. 01, No. 2, Mei 2008, hlm 379

²⁶ *ibid*

atau hak tahu konsumen merupakan hak yang paling esensial.

- 5) Kurangnya upaya pemberdayaan pendidikan konsumen yang dilakukan oleh pemerintah terutama di masyarakat-masyarakat yang awam mengenai perlindungan konsumen itu sendiri.

KESIMPULAN

Penerapan asas itikad baik sangatlah penting didalam pembuatan suatu perjanjian termasuk perjanjian secara online. Asas itikad baik menjadi penting didalam pembuatan didalam suatu perjanjian jual beli online, karena pada dasarnya pihak konsumen harus mendapatkan informasi yang sejelas-jelasnya terkait dengan barang yang ditawarkan oleh pihak online shop dan pihak online shop harus dengan itikad baik dengan menjelaskan secara rinci/detail terkait barang yang akan dibeli oleh pihak konsumen. Asas itikad baik ini memiliki peran yang sangat penting (fundamental) didalam pembuatan suatu perjanjian, termasuk didalam perjanjian jual beli online guna dapat menimalisir kemungkinan terjadinya praktek penipuan dan wanpresatasi didalam transaksi jual beli online. Faktor faktor yang menjadi kendala dalam penerapan asas itikad baik dalam perjanjian transaksi jual beli online ini terbagi menjadi 2 (dua), yaitu : a. Faktor yuridis meliputi: Keabsahan perjanjian menurut Pasal 1320 KUHPerdara yang disebutkan ada empat syarat sahnya suatu perjanjian, Masih terdapat kelemahan dalam UUPK seperti dalam ketentuan Pasal 19 Ayat (3) yang menentukan bahwa pemberian ganti kerugian dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah transaksi, Kurang efektifnya Pasal 9 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang menjelaskan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar yang berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk ditawarkan. b. Faktor non yuridis meliputi: Keamanan dalam

bertransaksi, Kebanyakan penyelesaian sengketa dalam wanprestasi dalam jual beli online ini diselesaikan diluar pengadilan, Pengetahuan akan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) mengenai hak-hak konsumen terutama hak untuk memperoleh kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan sebagaimana mestinya, Keterbatasan informasi menjadi kendala yang banyak dihadapi oleh konsumen, terutama informasi yang benar mengenai produk dan jasa yang dijual, Kurangnya upaya pemberdayaan pendidikan konsumen yang dilakukan oleh pemerintah, Pemerintah kurang konsisten dalam menerapkan ketentuan hukum yang mengatur mengenai transaksi jual beli online.

SARAN

1. Bagi para pihak yang melakukan perjanjian jual beli online, sebaiknya lebih mengedepankan asas itikad baik ini didalam pemenuhan perjanjian, dikarenakan asas itikad baik ini sangat penting untuk diterapkan agar tidak menimbulkan kerugian bagi para pihak dikemudian hari, baik dalam hal keterbukaan informasi maupun dalam hal pengiriminan dan pembayaran barang yang dipesan. Dengan demikian diharapkan tidak terjadi lagi permasalahan yang dialami oleh para pihak yang bersepakat didalam perjanjian jual beli online.
2. Bagi pemerintah perlu untuk memberikan kejelasan dan kepastian mengenai tolak ukur asas itikad baik dalam peraturan perundang-undangan, khususnya mengenai perjanjian jual beli online se rta pemerintah juga harus berperan aktif didalam perlindungan bagi para pihak dalam perjanjian online. Ada baiknya aparat penegak hukum juga mengeluarkan daftar hitam (*blacklist*) bagi pengguna perdagangan secara online yang telah

terbukti merugikan pihak lain. Hal ini bertujuan untuk memberikan efek jera bagi pihak yang memiliki itikad baik didalam perjanjian jual beli online

KUHPerdata dan UU No 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan transaksi elektronik) , Universitas Muhamadiyah Surakarta,2015, hlm. 2

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Ahmadi Miru. 2012. Hukum Kontrak Bernuansa Islam. PT RajaGrafindo Persaja. Jakarta

,Sakka Pati. 2013. Hukum Perikatan Penjelasan Makna Pasal 1233 Sampai 1456 BW. PT RajaGrafindo Persada. Jakarta

I Ketut Setiawan.2016. Hukum Perikatan. Sinar Grafika. Jakarta Timur

Mukti Fajar dan Yulianto Achmad. 2017. Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.

Siswanto Sunarso. 2009. Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik. PT Renika Cipta. Jakarta

Subekti. 2009. Pokok-Pokok Hukum Perdata, Intermedia. Jakarta

Trion PB, 2009. Mengeal E-commerce dan Bisnis di Dunia Cyber. Argo Publisher. Yogyakarta

Widodo. 2013. Hukum Pidana Dibidang Teknologi Informasi Cyberlaw. Aswaja Pressido. Sleman Yogyakarta

JURNAL

Setia Putra, Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online melal ui E-commerce, Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 4 Nomor 2, Februari-Juli, 2014. Hlm 287

Paryati. keamanan Sistem Informatika. Jurnal Teknik Informatika UPN "veteran" Yogyakarta, Vol. 01, No. 2, Mei 2008, hlm 379

SKRIPSI

Galih Yogi Megandari, Asas Kepercayaan Dalam Jual Beli Online (Perspektif

PERATURAN PERUNDANG-UNDANG

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik