

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pembangunan nasional merupakan pencerminan kehendak untuk terus-menerus meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat Indonesia secara adil dan merata dalam segala aspek kehidupan serta diselenggarakan secara terpadu, terarah, dan berkesinambungan dalam rangka mewujudkan suatu masyarakat yang adil dan makmur, baik material maupun spiritual, demi tercapainya tujuan negara yang melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia berdasarkan Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 alinea ke 4. Pasal 27 ayat (2) Undang-Undang Dasar 1945 yang menegaskan bahwa setiap warga negara berhak mendapatkan pekerjaan dan penghidupan yang layak bagi kemanusiaan, serta Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945 yang menegaskan bahwa sumber daya alam dan perekonomian yang ada di negara Indonesia ini dikelola oleh negara untuk sebesar-besar kemakmuran rakyat.

Pembangunan dan perkembangan perekonomian umumnya dan khususnya di bidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan atau jasa. Di samping itu, globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan atau jasa melintasi batas-batas wilayah suatu negara, sehingga

barang dan atau jasa yang ditawarkan bervariasi baik produksi dalam negeri maupun produksi luar negeri.

Kondisi yang demikian pada satu pihak memberikan keuntungan bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang dan atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang dan atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen.

Sisi lain, kondisi dan fenomena tersebut di atas dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang lemah. Konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui beberapa cara yang salah satunya dengan penerapan kontrak standar atau kontrak baku yang merugikan konsumen. Konsumen tinggal menerima atau menolak (*take it or leave it*) atas kontrak yang ditawarkan pelaku usaha. Pelaku usaha merasa secara sosial, ekonomis, psikologis, dan politis berada di atas konsumen (Shidarta, 2004: 41).

Suatu kontrak terjadi berlandaskan asas kebebasan berkontrak di antara dua pihak yang mempunyai kedudukan yang seimbang. Kedua belah pihak berusaha untuk mencapai kesepakatan yang diperlukan bagi terjadinya kontrak itu melalui suatu negosiasi di antara mereka. Namun kecenderungan makin memperlihatkan bahwa banyak kontrak di dalam transaksi bisnis yang terjadi bukan melalui proses negosiasi yang seimbang di antara para pihak, tetapi kontrak itu terjadi dengan cara di pihak yang satu telah menyiapkan syarat-

syarat baku pada suatu formulir kontrak yang sudah dicetak dan kemudian disodorkan kepada pihak lainnya untuk disetujui dengan hampir tidak memberikan kebebasan sama sekali kepada pihak lainnya untuk melakukan negosiasi atas syarat-syarat yang disodorkan. Kontrak yang demikian ini dinamakan kontrak standar atau kontrak baku atau kontrak *adhesi* (Sutan Remy Sjahdeini, 1993: 65-66).

Kontrak baku secara umum adalah “suatu kontrak tertulis yang isinya telah diformulasikan oleh salah satu pihak dalam bentuk-bentuk formulir” (Man Suparman Sastrawidjaja, 2002: 17). Adapun yang menjadi alasan untuk diadakan kontrak baku karena efisiensi dan praktis. Kontrak baku itu dibuat secara sepihak oleh pelaku usaha, dan konsumen tidak turut serta di dalamnya.

Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah. Hal ini terutama disebabkan oleh rendahnya pendidikan konsumen terutama mengenai transaksi di bidang *e-commerce*. Namun tidak hanya faktor pendidikan konsumen yang rendah, tetapi juga karena perkembangan perekonomian dewasa ini, telah memacu tumbuhnya sektor produksi dan perdagangan yang dalam kenyataan secara tidak langsung menciptakan kekuatan posisi pelaku usaha di satu sisi, dan menempatkan konsumen pada sisi lain. Sebagian pelaku usaha dalam melakukan kegiatannya seringkali mengabaikan kepentingan konsumen. Mengingat posisinya seperti itu, konsumen sering “terpaksa” menerima suatu produk barang atau jasa, meskipun tidak sesuai dengan yang diinginkan (David Oughton dan John Lowry, 1997: 14-17). Konsumen sering tidak

memiliki posisi tawar untuk melakukan evaluasi yang memadai (*make a proper evaluation*) terhadap produk barang dan jasa yang diterimanya serta konsumen berada dalam posisi tawar yang tidak seimbang (*the inequality of bargaining power*), karena kesulitan-kesulitan dalam memperoleh informasi yang memadai (Abdul Halim Barkatullah, 2009: 20). Undang-undang Perlindungan Konsumen dimaksudkan menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen.

Pemberdayaan ini penting karena tidak mudah mengharapkan kesadaran pelaku usaha yang prinsip ekonominya adalah mendapat keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin. Prinsip ini sangat potensial merugikan kepentingan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung. Seiring perkembangan zaman, bisnis modern juga mensyaratkan adanya kesadaran untuk melaksanakan Tata Kelola Perusahaan yang Baik (*Good Corporate Governance*). Dalam GCG terdapat beberapa prinsip dasar (*basic principles*) yang harus menjadi acuan dalam berbisnis (*political will*) yakni: transparansi (*transparency*), keadilan atau kewajaran (*fairness*), akuntabilitas (*accountability*) dan tanggung jawab (*responsibility*). Pemahaman tentang tanggung jawab juga tidak hanya dikaitkan dengan kepentingan manusia dan masyarakatnya, melainkan juga kepada kepentingan lingkungan (*environmental interest*). Suatu korporasi melakukan kegiatan untuk mencapai tujuannya tidak hanya berorientasi

kepada keuntungan (*profit*), melainkan juga berorientasi kepada masyarakat (*people*) dan lingkungan (*planet*) (Mahendra Soni Indriyo, 2012: 279).

Peraturan hukum yang melindungi konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha para pelaku usaha, tetapi justru sebaliknya perlindungan konsumen dapat mendorong iklim berusaha yang sehat sehingga mendorong lahirnya perusahaan tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan atau jasa berkualitas.

Kemajuan zaman telah membawa dunia ini pada era globalisasi, yang ditandai dengan kemajuan teknologi yang cukup pesat. Seiring perkembangan teknologi ini terjadi pula perkembangan di banyak bidang salah satunya di bidang transaksi perdagangan yang selanjutnya disebut *Electronic Commerce* (*e-commerce*). *E-commerce* adalah segala bentuk transaksi perdagangan yang menggunakan media elektronik baik itu melalui internet, telephone maupun fasilitas.

Fenomena *e-commerce* di Indonesia sudah dikenal sejak tahun 1996. Kemudian mulailah bermunculan berbagai situs yang melakukan transaksi *e-commerce*. Namun sepanjang tahun 1997-1998 eksistensi *e-commerce* di Indonesia sedikit terabaikan karena krisis ekonomi. Namun mulai tahun 1999 sampai 2006 transaksi *e-commerce* kembali menjadi fenomena yang menarik perhatian meskipun masih terbatas pada minoritas masyarakat Indonesia yang mengenal teknologi (<http://www.solusihukum.com/news.php?p=artikel&id=31.htm>).

Dahulu dikenal adanya perjanjian yang berwujud selebar kertas maka saat ini media internet mulai banyak dimanfaatkan orang untuk melakukan perdagangan.

Alasan digunakannya jaringan internet oleh konsumen saat ini sebagai media dalam transaksi *e-commerce* (Abdul Halim Barkatullah, 2005: 158) antara lain :

1. Internet merupakan jaringan publik yang sangat besar (*huge/widespread network*) sehingga memiliki kemudahan untuk diakses, murah, dan cepat.
2. Internet menggunakan elektronik data sebagai media penyampaian pesan atau data sehingga dapat dilakukan pengiriman dan penerimaan informasi secara mudah dan ringkas, baik dalam bentuk data elektronik analog maupun digital.

Keuntungan yang diperoleh konsumen melalui transaksi *e-commerce* antara lain dapat memperoleh informasi tentang produk-produk yang ditawarkan dengan lebih cepat, dapat menghemat waktu dalam memilih produk yang diinginkan dan sesuai dengan kemampuan karena biasanya produk yang ditawarkan itu disertakan pula secara lengkap merek dan harganya.

Menurut Saami Zain, salah satu karakteristik *e-commerce* menempatkan konsumen pada posisi yang dirugikan, yaitu hampir semua kontrak konsumen transaksi *e-commerce* tidak dapat dinegosiasikan (*non-negotiable*). Kontrak ini biasanya memuat syarat-syarat yang tidak menguntungkan bagi konsumen. Kontrak ini dimanfaatkan pelaku usaha untuk mengelakkan dan mengabaikan hak-hak konsumen. Hal ini mengakibatkan kontrak transaksi *e-commerce* menambah ketidakpastian. Klausul kontrak baku yang dimuat pelaku usaha dalam transaksi *e-commerce* yang menyatakan

bahwa barang yang dibeli tidak dapat dikembalikan, merupakan pelenyapan hak-hak konsumen yang tidak wajar dan tidak adil. Di sini ada ketidakseimbangan kedudukan dalam kontrak baku. Kondisi ini cenderung merugikan konsumen dan menempatkan konsumen dalam posisi tawar yang lemah (2000: 171).

Produsen dan pelaku usaha cenderung memilih model kontrak baku yang substansinya hanya ditentukan oleh mereka sendiri. Transaksi *e-commerce* yang menggunakan kontrak baku sebagai dasar perjanjian jual beli potensial merugikan hak-hak konsumen, karena konsumen tidak dapat membatalkan perjanjian jika ternyata produsen atau penjual melakukan *wanprestasi* atau ingkar janji. Dalam beberapa kasus, produsen atau penjual sering melanggar perjanjian yang mereka buat sendiri. Contoh dari persoalan ini antara lain adalah konsumen telah mematuhi dan melaksanakan semua klausul-klausul dalam kontrak baku yang dibuat oleh pelaku usaha, seperti membayar lunas atau membayar setengah harga barang atau jasa yang dibeli dan akan dilunasi setelah barang atau jasa sampai di tangan pembeli, namun barang dan jasa yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan. Bahkan, barang atau jasa yang sudah dilunasi juga tidak sampai ke tangan konsumen. Dalam hal ini konsumen tidak dapat berbuat apa-apa karena yang dilakukan adalah transaksi *e-commerce* lintas negara yang menyulitkan konsumen untuk meminta ganti rugi kepada pelaku usaha yang berbeda domisili dan tidak jelas keberadaannya. Berpedoman pada prinsip-prinsip perjanjian, seharusnya konsumen dapat membatalkan perjanjian itu.

Sering dan sangat mungkin dalam banyak hal konsumen tidak dapat meminta pertanggungjawaban produsen atau penjual akibat para pihak berdomisili dalam yurisdiksi hukum berbeda yang terjadi dalam transaksi *e-commerce* lintas negara. Yang lebih fatal dari itu, konsumen juga sering menjadi korban tindak pidana penipuan akibat situs-situs fiktif yang sengaja dibuat oleh oknum yang tidak bertanggung jawab. Konsumen yang melihat bahwa hak-hak mereka terus menerus terancam. Oleh karena itu, perlu regulasi yang tangguh agar konsumen kuat melawan segala potensi negatif yang muncul dari transaksi *e-commerce*.

Tentu saja kontrak baku akan mempersempit ruang tawar konsumen. Oleh karena itu, Pasal 18 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) melarang pelaku usaha mencantumkan klausul baku, tanpa syarat, dalam dokumen perjanjian. Namun, undang-undang ini tidak dapat menjangkau produsen atau pelaku usaha yang berada di luar yurisdiksi nasional Republik Indonesia. Kondisi itu menyebabkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak dapat berlaku secara penuh atas transaksi jual beli *e-commerce* yang dilakukan oleh para pihak yang berdomisili dalam yurisdiksi hukum berbeda.

Hasil survei 12 (dua belas) organisasi konsumen dunia, yang diselenggarakan pada akhir tahun 1998 dan awal tahun 1999, menunjukkan bahwa faktor negatif yang timbul dari bentuk perniagaan baru (*e-commerce*) antara lain adalah:

1. Satu dari sepuluh jenis barang yang telah dipesan tidak pernah diterima pembeli;

2. Dua pembeli, masing-masing dari Inggris dan Hongkong, telah menunggu lebih dari lima tahun untuk *refund*;
3. Hampir setengah (44%) produk yang telah dipesan ternyata diterima pembeli tanpa disertai dengan bukti pembayaran;
4. Hampir 73% pedagang gagal memenuhi kesepakatan kontrak (*crucial contract term*);
5. Lebih dari 25% penjual tidak mencantumkan alamat dan nomor telepon;
6. Hampir 24% penjual tidak mencantumkan biaya yang jelas atas jenis barang yang telah dipesan (W.A. Purnomo, 2000: 4); dan
7. Hasil survei terhadap warga-warga yang berdomisili di Eropa mengatakan bahwa 25% dari warga Eropa tidak percaya untuk membeli di internet (Paolo Balboni, 2009: 17).

Praktiknya, syarat-syarat perjanjian diatur dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Menurut ketentuan ini sahnya suatu perjanjian harus memenuhi empat persyaratan utama, yaitu:

1. Adanya kata sepakat dari mereka yang mengikatkan dirinya;
2. Adanya kecakapan untuk membuat suatu perjanjian;
3. Harus ada hal tertentu; dan
4. Harus ada kausa yang halal.

Penting dicatat bahwa setiap transaksi *e-commerce* yang memenuhi syarat Pasal 1320 harus diakui sebagai perjanjian dan mengikat para pihak (Ahmad M. Ramli, 2004: 36).

Salah satu unsur yang harus ada dalam suatu perjanjian adalah kata sepakat diantara para pihak dalam perjanjian. Persoalan-persoalan selanjutnya harus diamati dengan agak terperinci, karena pelaku usaha dalam transaksi *e-commerce* selalu menggunakan kontrak baku yang jelas mengabaikan kata sepakat konsumen. Padahal menurut ketentuan Pasal 18 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha dalam menawarkan barang dan jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan, dilarang mencantumkan klausul baku, tanpa syarat, pada setiap dokumen perjanjian. Ini semua menimbulkan

masalah-masalah baru yang potensial menciderai hak-hak konsumen. Terutama ketika mereka melakukan transaksi bisnis dengan pelaku usaha yang berdomisili di luar yurisdiksi nasional Republik Indonesia (Man Sastrawidjaja, 2000: 183-184).

Kontrak baku bagaikan suatu paksaan pelaku usaha terhadap konsumen. Karena konsumen dalam model perjanjian ini tidak memiliki daya tawar yang kuat dalam menghadapi pelaku usaha. Maka dari itu, model kontrak baku menuntut sikap penuh hati-hati calon konsumen, sebelum mereka menjatuhkan pilihan untuk membeli barang-barang yang dipasarkan secara *online*. Dalam beberapa hal, kontrak baku tidak memenuhi salah satu syarat sahnya perjanjian seperti tercantum dalam Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Karena menurut ketentuan ini kesepakatan adalah salah satu unsur yang harus dipenuhi para pihak.

Pasal 14 hingga 24 Konvensi PBB tentang Kontrak Internasional untuk Penjualan Barang-barang (*Convention on Contract for the International Sale of Goods (CISG)*), mengatakan bahwa perjanjian dianggap valid apabila memenuhi syarat penawaran (*offer*) dan penerimaan (*acceptance*). Tentu saja penawaran (*offer*) harus secara jelas ditujukan kepada orang-orang tertentu. Menurut ketentuan ini, dokumen perjanjian harus pula mengatur persoalan penting seperti batas waktu dan penawaran yang dapat ditolak oleh pembeli (Larry A. Dimatteo, 2005: 51) (*revocation of offer*). Hal inilah yang membuat suatu perjanjian sah dan mengikat para pihak.

E-commerce berbeda dengan transaksi perniagaan konvensional yang diatur dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata yang bersifat langsung (*face to face*), sebab transaksi *e-commerce* berlangsung di dunia maya (*cyberspace*), tidak mempertemukan secara langsung pembeli dengan penjual serta barang yang ditawarkan (*faceless nature*). Hal ini akan mendatangkan kerugian bagi pihak konsumen karena konsumen tidak mengetahui secara langsung kualitas produk yang ditawarkan. Di samping itu, ada kendala dalam hal sistem pembayarannya dan kendala mengenai ketidaktepatan pengiriman produk karena adanya kontrak baku yang telah dibuat dan disediakan terlebih dahulu oleh pelaku usaha.

Perlindungan hak-hak konsumen dan pelaku usaha di Indonesia telah diatur di dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (yang selanjutnya disebut UUPK 1999). Tetapi, UUPK 1999 itu hanya mengatur hak dan kewajiban konsumen yang masih terbatas pada perdagangan yang dilakukan secara konvensional. Sedangkan mengenai hak dan kewajiban konsumen dalam transaksi *e-commerce* belum secara tegas diatur dalam undang-undang tersebut.

Berlakunya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik maka pengelolaan, penggunaan dan pemanfaatan informasi dan transaksi elektronik harus terus dikembangkan melalui infrastruktur hukum dan pengaturannya sehingga pemanfaatannya dapat dilakukan secara aman untuk mencegah penyalahgunaannya dengan memperhatikan nilai-nilai agama, sosial, dan budaya masyarakat Indonesia,

serta untuk menjaga, memelihara, dan memperkuat persatuan dan kesatuan nasional berdasarkan peraturan perundang-undangan demi kepentingan nasional (Ninieki Suparni, 2009: 112). Meskipun telah diberlakukan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, karena perkembangan penggunaan teknologi komputer, telekomunikasi dan informasi yang semakin meningkat dan canggih, maka berakibat juga terhadap meningkatnya kejahatan di dunia maya khususnya *e-commerce* yang tentunya sangat merugikan konsumen.

Peran pemerintah melalui peraturan perundang-undangan seyogyanya harus memberikan pengawasan dengan jalan melakukan atau mewajibkan diadakannya suatu pendaftaran terhadap segala kegiatan di dalam lalu lintas elektronik tersebut, termasuk pendaftaran atas usaha-usaha elektronik (*e-business*) yang berupa *Virtual Shops* ataupun *Virtual Services* lainnya. Ketentuan ini dapat dilihat dalam Pasal 5 Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan yang mengatur bahwa “setiap perusahaan baik yang berbadan hukum atau yang tidak berbadan hukum wajib daftar dalam daftar perusahaan”. Badruzaman (1999: 32) mengatakan bahwa tujuan utama dari pendaftaran ini adalah sebagai sumber informasi resmi untuk semua pihak. Diharapkan dengan adanya pendaftaran usahanya oleh pihak perusahaan akan membantu konsumen untuk terhindar dari aksi penipuan oleh perusahaan fiktif, sehingga konsumen tidak khawatir dan merasa aman dalam melakukan transaksi perdagangan baik secara konvensional maupun melalui media elektronik (*e-commerce*).

Kondisi sebagaimana disebutkan di atas harus dicermati untuk mencegah kerugian di pihak konsumen, karena ternyata saat ini masih ada kasus di bidang *e-commerce* mengenai perlindungan terhadap konsumen masih sangat kurang dan banyak terjadi. Dalam menyelesaikan masalah yang menyangkut dengan penyelesaian sengketa dalam kasus-kasus di Indonesia, dikenal dua forum yaitu Litigasi dan Non Litigasi. Forum Litigasi melalui jalur pengadilan, sedangkan non litigasi yakni mengedepankan konsep dengan jalan musyawarah dalam menyelesaikan sengketa antara para pihak. Di Indonesia telah ada pengaturan mengenai cara tersebut yaitu UU Nomor 30 tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.

Berkaitan dengan masalah ini sendiri jalur pengadilan masih terkendala pada ketentuan mengenai alat bukti yang diakui masih terbatas pada ketentuan Pasal 184 Kitab Undang-undang Hukum Acara Pidana (Pasal 184 KUHP) alat bukti yang diakui itu adalah : keterangan saksi, keterangan ahli, surat, petunjuk, keterangan terdakwa, sedangkan menurut Pasal 164 HIR alat bukti yang diakui adalah surat, pengakuan, persangkaan, keterangan ahli, dan sumpah saja). Sedangkan untuk forum penyelesaian sengketa di luar pengadilan, penyelesaian sengketa *e-commerce* juga mempunyai kelemahan, yaitu mengenai pilihan hukum sebab terdapat adanya perbedaan sistem hukum. Karena itu, Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 itu tidak sepenuhnya dapat diterapkan dalam penyelesaian sengketa di dunia maya.

1. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat di rumuskan permasalahan sebagai berikut :

- a. Bagaimanakah kedudukan hukum konsumen dalam kontrak baku *e-commerce* lintas negara di Indonesia ?
- b. Bagaimanakah bentuk perlindungan hukum yang dapat ditawarkan bagi konsumen dalam kontrak baku *e-commerce* lintas negara di Indonesia dalam hal terjadinya sengketa dengan pelaku usaha?

2. Batasan Masalah dan batasan konsep

a. Batasan masalah

Ruang lingkup penelitian ini adalah kajian Hukum Bisnis. Sedangkan fokus penelitian adalah pada aspek hukum perlindungan konsumen dikaitkan dengan *e-commerce* melalui media internet. Mengingat luasnya permasalahan dan ketentuan hukum dalam bisnis dan perdagangan di Indonesia sehingga merupakan hal yang tidak mungkin untuk dibahas dalam satu tulisan, terlebih dalam bentuk penulisan tesis. Maka dalam penulisan ini ruang lingkup masalah hanya dibatasi pada pembahasan perlindungan bagi konsumen dalam kontrak baku *e-commerce* lintas negara di Indonesia dengan memperhatikan literatur dan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan permasalahan diatas. Pembahasan hanya terbatas pada kedudukan hukum konsumen dalam kontrak baku *e-commerce* lintas negara di Indonesia, dan juga akan dibahas mengenai bentuk perlindungan hukum yang dapat ditawarkan bagi konsumen dalam

kontrak baku *e-commerce* lintas negara di Indonesia dalam hal terjadinya sengketa dengan pelaku usaha.

b. Batasan konsep

Pembatasan definisi konsep-konsep yang digunakan di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1) Pengertian perlindungan konsumen

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 butir 1 menyebutkan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

2) Pengertian kontrak baku

Menurut Sutan Remy Sjahdeini (2009: 74), yang dimaksud dengan kontrak atau perjanjian baku ialah kontrak atau perjanjian yang hampir seluruh klausul-klausulnya sudah dibakukan oleh pemakainya dan pihak lain pada dasarnya tidak mempunyai peluang untuk merundingkan atau meminta perubahan. Yang belum dibakukan hanyalah beberapa hal, misalnya yang menyangkut jenis, harga, jumlah, warna, tempat, waktu, dan beberapa hal lainnya yang spesifik dari objek yang diperjanjikan. Dengan kata lain, yang dibakukan bukan formulir perjanjian tersebut tetapi klausul-klausulnya. Oleh karena itu, suatu perjanjian

yang dibuat dengan akta notaris, bila dibuat oleh notaris dengan klausul-klausul yang hanya mengambil alih saja klausul-klausul yang telah dibakukan oleh salah satu pihak, sedangkan pihak yang lain tidak mempunyai peluang untuk merundingkan atau meminta perubahan atas klausul-klausul itu, maka perjanjian yang dibuat dengan akta notaris itu pun adalah perjanjian baku.

3) Pengertian *E-Commerce*.

Electronic Commerce (e-commerce) adalah sistem perdagangan global yang menampung sebagian besar aktivitas bisnis dengan menggunakan media informasi elektronik (yaitu EDI, E-mail, EBB (Electronic Bulletin Board), EFT, Internet, WWW atau teknologi jaringan lainnya, telepon, telex, telegram, fax, telekopi serta teknologi elektronik lainnya) untuk sarana hubungan-hubungan kontraktual ataupun bukan kontraktual, dalam penyediaan barang, jasa atau pengambil-alihan hak (Dr. Ign. Sumarsono Raharjo, S.H., M. Hum, 2005: Disertasi).

E-commerce adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *service providers*, dan pedagang perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer networks*) yaitu *E-Commerce* sudah meliputi seluruh spektrum kegiatan komersial (Ninie Suparni, 2009, 30).

3. Keaslian penelitian

Penulis menyatakan bahwa Penulisan hukum atau Tesis dengan judul “**PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM KONTRAK BAKU *E-COMMERCE* LINTAS NEGARA DI INDONESIA**”, dengan tujuan untuk mengetahui dan mengevaluasi kedudukan hukum konsumen dalam kontrak baku *e-commerce* di Indonesia, serta untuk mengetahui dan mengevaluasi bentuk perlindungan hukum yang dapat ditawarkan bagi konsumen dalam kontrak baku *e-commerce* di Indonesia dalam hal terjadinya sengketa dengan pelaku usaha ini merupakan hasil karya asli penulis, bukan merupakan duplikasi ataupun plagiasi dari hasil karya penulis lain. Jika Penulisan Hukum atau Tesis ini terbukti merupakan duplikasi ataupun plagiasi dari hasil karya penulis lain, maka penulis bersedia menerima sanksi akademik dan atau sanksi hukum yang berlaku.

Beberapa tesis yang pernah ditulis dengan judul atau tema yang sama adalah sebagai berikut :

- a. Identitas penulis : Bagus Hanindy Mantri, S.H., Konsentrasi Hukum Ekonomi dan Teknologi, Program Magister Ilmu Hukum Universitas Diponegoro Semarang 2007.

Judul Tesis : “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi *E-Commerce*”.

Tujuan penelitian : Untuk mengetahui dan mengevaluasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 dapat melindungi konsumen dalam melakukan transaksi *e-commerce*, untuk mengetahui dan mengevaluasi perlindungan hukum terhadap

konsumen yang seharusnya diatur dalam transaksi *e-commerce*, untuk mengetahui dan mengevaluasi permasalahan-permasalahan apa yang timbul dalam perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* dan bagaimana cara mengatasinya.

Hasil penelitian : Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 belum dapat melindungi konsumen dalam transaksi *e-commerce* karena keterbatasan pengertian pelaku usaha yang hanya khusus berada di wilayah negara Republik Indonesia. Dan keterbatasan akan hak-hak konsumen yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Kedua perlindungan hukum terhadap konsumen yang seharusnya diatur meliputi perlindungan hukum dari sisi pelaku usaha, dari sisi konsumen, dari sisi produk, dari sisi transaksi. Ketiga permasalahan permasalahan yang timbul dalam perlindungan hukum terhadap konsumen terdapat 2 (dua) permasalahan yaitu pertama permasalahan yuridis, meliputi keabsahan perjanjian menurut KUHPerdara, Penyelesaian sengketa dalam transaksi *e-commerce*, UUPK yang tidak akomodatif, tidak adanya lembaga penjamin toko *online* kedua permasalahan non yuridis meliputi, kemandirian bertransaksi dan tidak pahamnya konsumen dalam bertransaksi *e-commerce*.

- b. Identitas penulis : Rina Aringintri, S.H., Magister Kenotariatan, Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang 2006.

Judul Tesis : “Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Secara *E-Commerce*”.

Tujuan penelitian : untuk mengetahui dan mengevaluasi pelaksanaan jual beli secara *e-commerce*, untuk mengetahui dan mengevaluasi perlindungan konsumen terhadap jual beli secara *e-commerce*.

Hasil penelitian : struktur hubungan hukum terbentuk oleh beberapa perjanjian yang saling terpisah akan tetapi berjalan secara bersamaan pada saat transaksi terjadi. Struktur hubungan hukum ini melibatkan beberapa pihak yaitu penjual, pembeli (konsumen), bank, media yang digunakan untuk melakukan transaksi. Hubungan hukum yang terjadi antara konsumen dan produsen merupakan hubungan hukum perdata yang bersifat khusus, karena hubungan hukum tersebut dilakukan dengan menggunakan media khusus yaitu media elektronik dan transaksi tersebut dilakukan di ruang maya (*cyberspace*).

Perlindungan hukum yang dibutuhkan oleh konsumen adalah perlunya perlindungan hukum terhadap data pribadi dan penggunaan tanda tangan elektronik sebagai alat bukti. Perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli secara elektronik dapat dilihat dari beberapa sisi yakni sisi produsen, sisi konsumen dan sisi produk (barang/jasa yang ditawarkan) Saran yang diberikan adalah perlunya itikad baik dari semua pihak yang terlihat dalam perdagangan secara elektronik dan perlu adanya peraturan khusus yang mengatur tentang transaksi *e-commerce*.

c. Identitas penulis : Lia Catur Muliastuti, Magister Kenotariatan, Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang 2010.

Judul Tesis : “Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Jual Beli Melalui Media Internet”.

Tujuan penelitian : untuk mengetahui dan mengevaluasi proses pelaksanaan, hambatan-hambatan serta cara mengatasi hambatan-hambatan dalam jual beli melalui media internet dan untuk mengetahui dan mengevaluasi perlindungan hukum bagi para pihak dalam perjanjian jual beli melalui media internet.

Hasil penelitian : pelaksanaan jual beli melalui media internet terdiri dari empat proses, yaitu penawaran, penerimaan, pembayaran, dan pengiriman, hambatan-hambatan dalam transaksi di internet, khususnya mengenai cacat produk, informasi dan *webvertising* yang tidak jujur atau keterlambatan pengiriman barang, dan umumnya mengenai pola pikir, minat, dan kultur atau budaya masyarakat Indonesia. Perlindungan hukum bagi para pihak dalam perjanjian jual beli melalui media internet meliputi perlindungan hukum dalam perjanjian dan perlindungan hukum di luar perjanjian. Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik menambahkan suatu bentuk sistem pembuktian elektronik yaitu adanya tanda tangan elektronik (*digital signature*) yang merupakan suatu sistem pengamanan yang bertujuan untuk memastikan otentisitas dari suatu dokumen elektronik.

Berdasarkan beberapa tesis tersebut terdapat perbedaan dengan penulisan hukum atau tesis ini, yaitu terletak pada tahun dilakukannya penulisan hukum, rumusan masalah, tujuan penelitian dan tempat dilakukan penulisan hukumnya serta fokus dari penulisan hukum ini yaitu tentang kontrak baku *E-Commerce* lintas negara di Indonesia.

4. Manfaat penelitian

Hasil penelitian ini memberikan manfaat berupa :

a. Manfaat objektif :

Hasil penelitian ini bermanfaat bagi perkembangan ilmu hukum pada umumnya, khususnya di bidang Hukum Bisnis mengenai perlindungan konsumen dalam kontrak baku *e-commerce* lintas negara di Indonesia.

b. Manfaat subjektif :

1) Konsumen

Memberikan wawasan, pendidikan, pembinaan, serta perlindungan kepada konsumen dalam hal meningkatkan kesadaran konsumen dalam bertransaksi dengan kontrak baku, khususnya mengenai perlindungan konsumen dalam kontrak baku *e-commerce* lintas negara di Indonesia.

2) Pelaku usaha

Memberikan wawasan, pendidikan, pembinaan mengenai larangan membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan atau perjanjian sesuai yang tercantum dalam Pasal 18

Undang-Undang Perlindungan Konsumen, serta perlindungan kepada para pelaku usaha dalam hal meningkatkan kesadaran pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. Khususnya mengenai perlindungan konsumen dalam kontrak baku *e-commerce* lintas negara di Indonesia.

3) Badan perlindungan konsumen nasional

Sebagai bahan masukan bagi pihak Badan Perlindungan Konsumen Nasional mengenai perlindungan konsumen dalam kontrak baku *e-commerce* lintas negara di Indonesia.

4) Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat

Sebagai bahan masukan bagi pihak Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat mengenai perlindungan konsumen dalam kontrak baku *e-commerce* lintas negara di Indonesia.

5) Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Penelitian ini digunakan sebagai sumbangan bahan bacaan dan kajian bagi para mahasiswa Fakultas Hukum, serta sebagai masukan dalam pengembangan ilmu hukum, khususnya hukum bisnis dan ilmu pengetahuan pada umumnya.

6) Masyarakat

Memberikan tambahan wawasan ilmu pengetahuan kepada masyarakat khususnya mengenai perlindungan konsumen dalam kontrak baku *e-commerce* lintas negara di Indonesia.

7) Penulis

Memperdalam dan menambah wawasan penulis di bidang hukum bisnis, khususnya mengenai perlindungan konsumen dalam kontrak baku *e-commerce* lintas negara di Indonesia.

B. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan mengevaluasi kedudukan hukum konsumen dalam kontrak baku *e-commerce* lintas negara di Indonesia;
2. Untuk mengetahui dan mengevaluasi bentuk perlindungan hukum yang dapat ditawarkan bagi konsumen dalam kontrak baku *e-commerce* lintas negara di Indonesia dalam hal terjadinya sengketa dengan pelaku usaha.

C. Sistematika Penulisan

Tesis disusun dengan sistematika yang terbagi dalam lima bab. Masing-masing bab terdiri atas beberapa subbab guna lebih memperjelas ruang lingkup dan cakupan permasalahan yang diteliti. Adapun urutan dan tata letak masing-masing bab serta pokok pembahasannya adalah sebagai berikut.

Bab I (Pendahuluan) berisi uraian latar belakang permasalahan munculnya perlindungan konsumen dalam kontrak baku *e-commerce* lintas negara di Indonesia. Mengapa pelanggaran terhadap hak-hak konsumen tetap terjadi walaupun telah ada aturan-aturan hukum yang mengatur tentang perlindungan konsumen, adanya perkembangan informasi dan teknologi yang mengakibatkan perkembangan perdagangan *e-commerce*, adanya kontrak baku dalam *e-commerce* yang merugikan konsumen, hingga solusi hukum yang dapat ditawarkan bagi konsumen. Selanjutnya ditetapkan rumusan masalah

yang menentukan arah penelitian dan ruang lingkup pembahasannya. Batasan masalah dan batasan konsep berisi lingkup dan kedudukan masalah diteliti serta pembatasan terhadap isi kajian diuraikan dalam pembahasan. Keaslian Penelitian mengungkapkan dengan menunjukkan bahwa masalah yang dihadapi belum pernah dipecahkan oleh peneliti terdahulu, atau dinyatakan dengan tegas beda penelitian ini dengan yang sudah pernah dilaksanakan. Manfaat Penelitian menguraikan tentang manfaat yang dapat diharapkan yaitu manfaat bagi ilmu pengetahuan, pihak-pihak yang terkait dengan masalah penelitian, masyarakat, penulis dan bagi Universitas Atmajaya Yogyakarta. Tujuan penelitian menyebutkan secara spesifik tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, yaitu untuk mengetahui dan mengevaluasi kedudukan hukum konsumen dalam kontrak baku *e-commerce* lintas negara di Indonesia dan untuk mengetahui dan mengevaluasi bentuk perlindungan hukum yang dapat ditawarkan bagi konsumen dalam kontrak baku *e-commerce* lintas negara di Indonesia. Diuraikan juga mengenai sistematika penulisan yang menguraikan tentang kerangka isi penulisan hukum dikembangkan di dalam tesis.

Bab II (Tinjauan Pustaka) berisi perkembangan landasan teori menguraikan tentang empat teori yang digunakan dalam penulisan tesis ini teori *Caveat Emptor*, teori *Paternalistik*, teori *Caveat Venditor*, dan teori *stakeholders* yang terkait dengan perlindungan konsumen dalam kontrak baku *e-commerce* lintas negara di Indonesia. Tinjauan pustaka tentang perlindungan konsumen dalam kontrak baku *e-commerce* lintas negara di Indonesia

membahas mengenai rumusan dan definisi-definisi yang digunakan untuk menjelaskan pengertian perlindungan konsumen dalam kontrak baku *e-commerce* lintas negara di Indonesia itu. Selain itu juga menguraikan tentang hak-hak konsumen, tujuan perlindungan konsumen, bentuk-bentuk perlindungan konsumen, upaya yang dapat dilakukan konsumen terkait dengan kerugian yang diderita, klausula eksonerasi, jenis-jenis *e-commerce*, karakteristik *e-commerce*, keuntungan dan kelemahan *e-commerce*, serta tinjauan mengenai lintas negara dalam transaksi *e-commerce*.

Bab III (Metode Penelitian) dalam metode penelitian diuraikan jenis penelitian bagaimana sebuah pendekatan masalah dilakukan sekaligus sumber bahan hukum, prosedur pengumpulan bahan hukum, dan dasar analisis yang dipakai guna mendukung pembahasan tentang perlindungan konsumen dalam kontrak baku *e-commerce* lintas negara di Indonesia dalam praktik.

Bab IV (Hasil penelitian dan pembahasan) oleh karena pendekatan masalah dilakukan secara yuridis normatif, maka dalam bab IV diuraikan mengenai hasil penelitian dan pembahasan terhadap peraturan perundang-undangan dan literatur-literatur yang terkait dengan rumusan masalah tentang kedudukan hukum konsumen dalam kontrak baku *e-commerce* lintas negara di Indonesia yang terdiri dari : 1. Kedudukan hukum konsumen dalam hubungan antara pelaku usaha dan konsumen, 2. Berkembangnya cara transaksi *e-commerce*, 3. Posisi tawar konsumen dalam transaksi *e-commerce*, 4. Keabsahan kontrak *e-commerce*, 5. Kontrak baku yang dibuat secara sepihak oleh pelaku usaha, 6. Perbedaan yurisdiksi dalam transaksi *e-commerce* lintas

negara, 7. Penyelesaian sengketa ditentukan oleh hukum negara pelaku usaha, 8. Kelemahan teori HPI (Hukum Perdata Internasional) dalam pemilihan hukum dan forum, 9. Pelaksanaan putusan pengadilan asing; serta bentuk perlindungan hukum yang dapat ditawarkan bagi konsumen dalam kontrak baku *e-commerce* lintas negara di Indonesia dalam hal terjadinya sengketa dengan pelaku usaha yang terdiri dari: 1. Perlindungan secara preventif yaitu melalui usulan dari institusi internasional dan peraturan perundang-undangan dan 2. Perlindungan secara represif yaitu perlindungan konsumen dalam bentuk tindakan-tindakan, yang terdiri atas: a. Fase perlindungan hukum sebelum transaksi, b. Fase perlindungan hukum saat transaksi, dan c. Fase perlindungan hukum pasca transaksi.

Akhirnya, dalam Bab V dikemukakan rangkuman hasil penelitian dan analisis bab-bab terdahulu sehingga dapat ditarik kesimpulan mengenai kedudukan hukum konsumen dalam kontrak baku *e-commerce* lintas negara di Indonesia dan bentuk perlindungan hukum yang dapat ditawarkan bagi konsumen dalam kontrak baku *e-commerce* lintas negara di Indonesia. Saran-saran diajukan sebagai sumbangan pemikiran ilmiah yang diharapkan dapat memberi masukan terkait dengan tindakan perlindungan konsumen dalam kontrak baku *e-commerce* lintas negara di Indonesia.