

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE (E-COMMERCE): ASAS ITIKAD BAIK SEBAGAI PRINSIP KOREKTIF DALAM PERLINDUNGAN KONSUMEN ONLINE

YEFRIANTO ¹⁾, UMUL KHAIR ²⁾,

¹ Universitas Taman Siswa, ² Sekolah Tinggi Ilmu Hukum Putri Maharaja Payakumbuh
yefrianto448@gmail.com, umulk0505@gmail.com

Abstract: *The rapid development of computer, telecommunication, and information technologies has significantly increased the number of internet-based transactions worldwide. Legal protection for consumers in online buying and selling transactions is therefore essential to support the sustainable growth of the community's economy. This study examines the responsibility of business actors toward consumers in online sales transactions and the forms of legal protection available to consumers in online sale and purchase agreements. This research employs a normative legal research method by analyzing relevant laws and regulations. The results indicate that, first, business actors in online sales transactions are obligated to provide compensation or indemnification for defective or problematic products. Second, legal protection for online consumers is provided through legal certainty as stipulated in statutory regulations governing electronic transactions, particularly Law Number 19 of 2016 concerning Amendments to Law Number 11 of 2008 on Information and Electronic Transactions, and Law Number 8 of 1999 on Consumer Protection.*

Keywords: *Consumer Protection, Agreement, Online Sale and Purchase.*

Abstrak: Perkembangan penggunaan teknologi komputer, telekomunikasi, dan informasi tersebut mendorong bertambahnya transaksi melalui internet di dunia. Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli secara *online* adalah hal yang sangat penting untuk berkembangnya ekonomi masyarakat. Permasalahan dalam penulisan ini adalah bagaimana tanggungjawab pelaku usaha terhadap konsumen dalam jual beli melalui *online* dan bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam perjanjian Jual beli melalui *online*. Dengan menggunakan metode penelitian hukum normatif. Hasil penelitian yaitu, Pertama, Tanggung jawab bagi pelaku usaha dalam jual beli online adalah memberikan kompensasi atau ganti rugi produk yang bermasalah. Kedua, Perlindungan hukum bagi konsumen belanja online dapat diberikan dari segi kepastian hukum yang tertuang dalam peraturan perundang-undangan yang mengatur belanja secara online yaitu Undang-Undang Nomor 19 tahun 2016 perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, Perjanjian, Jual Beli Online.

A. Pendahuluan

E-commerce telah banyak digunakan khususnya di Indonesia seiring dengan meningkatnya pengguna internet di tanah air. *E-commerce* sendiri sebelum keluarnya Undang- Undang nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, diatur dalam berbagai peraturan perundang- undangan seperti Undang- Undang nomor 12 Tahun 2002 tentang Hak Cipta, Undang- Undang nomor 14 Tahun 2001 tentang Paten, Undang- Undang nomor 15 Tahun 2001 tentang Merk, Undang-Undang nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi, dan Undang-Undang nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Putra, Setia, 2014:21)

Transaksi *online* merupakan cara baru dalam melakukan kegiatan jual beli dengan

memanfaatkan kemajuan teknologi. Transaksi online semakin banyak mendapatkan perhatian dari para peminat jual beli online seiring perkembangan teknologi yang memudahkan proses jual beli tersebut. Selain disebabkan oleh kebutuhan masyarakat terhadap pelayanan yang cepat dan mudah serta praktis karena masyarakat memiliki ruang gerak yang lebih luas dalam memilih produk. Tingginya tingkat pengakuan oleh konsumen di Indonesia terkait dengan penipuan dalam jual beli online tentunya perlu mendapatkan perhatian. Hal tersebut berarti konsumen dalam melakukan transaksi online memerlukan perlindungan secara hukum apabila terjadi permasalahan sebagaimana yang mungkin terjadi. (Magfirah, Ester Dwi, 2009:41).

Praktik transaksi *online* banyak menimbulkan permasalahan-permasalahan yang cenderung merugikan konsumen dan menimbulkan berbagai permasalahan hukum dalam melakukan transaksi *online* ((Barkatullah, 2009:7) Perlu ditekankan bahwa e-commerce atau transaksi online adalah rangkaian set dinamis dari suatu teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, jasa dan informasi yang diselenggarakan secara elektronik (Sjahputra, 2010:2)

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan *e-commerce* atau *online* yaitu: E-commerce memiliki kemampuan untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dan setiap saat informasinya dapat diakses secara up to date dan terus-menerus, E-commerce mendorong kreativitas dari pihak penjual secara cepat dan tepat dalam pendistribusian informasi yang disampaikan secara periodik, *E-commerce* dapat menciptakan efisiensi waktu yang tinggi, murah dan informative, E-commerce dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dengan pelayanan cepat, mudah, aman, dan akurat. Dalam penyelenggaraan *e-commerce*, penyelenggara Agen Elektronik wajib memperhatikan prinsip diantaranya : prinsip kehati-hatian, pengamanan dan terintegrasinya sistem Teknologi Informasi, pengendalian pengamanan atas aktivitas Transaksi Elektronik, efektivitas dan efisiensi biaya; dan perlindungan konsumen sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. (Putra, 2014:295-296)

Prosedur transaksi jual beli *e-commerce* atau *online*, sama halnya dengan transaksi jual beli biasa yang dilakukan di dunia nyata, dilakukan oleh para pihak yang terkait, walaupun dalam jual beli secara internet ini pihak-pihaknya tidak bertemu secara langsung satu sama lain, akan tetapi berhubungan melalui internet. Perjanjian dapat dilakukan via sms, dan mencapai kesepakatan antara penjual dan pembeli (Yunita, 2016:33-34)

B. Metodologi Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah menggunakan metode penelitian yuridis normatif. Penelitian yuridis normatif merupakan penelitian dengan cara studi kepustakaan dan mengkaji peraturan perundang-undangan. (Ali, 2016:24), maka hasilnya akan disajikan secara deskriptif dengan analisis kualitatif yang disusun secara bertahap dan berlapis, yaitu suatu penjelasan dan penginterpretasian secara logis, sistematis, dan kemudian akan ditarik kesimpulan sebagai jawaban atas permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini dengan menggunakan berpikir induktif. Yaitu mencari, menjelaskan, dan memahami prinsip-prinsip umum yang berlaku.

C. Hasil dan Pembahasan

Tanggungjawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Melalui Online

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah mengatur tentang tanggung jawab pelaku usaha dalam perjanjian jual beli dengan konsumen. Pasal 24 menyatakan “pelaku usaha yang menjual barang dan/atau jasa kepada

pelaku usaha lain bertanggungjawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila: *Pertama*, pelaku usaha lain menjual kepada konsumen tanpa melakukan perubahan apapun atas barang dan/atau jasa tersebut. *Kedua* pelaku usaha lain, di dalam transaksi jual beli tidak mengetahui adanya perubahan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha atau tidak sesuai dengan contoh, mutu, dan komposisi. Tanggung jawab pelaku usaha ini menurut Gunawan Wijaya selalu berkaitan dengan kerugian yang dialami konsumen, termasuk dalam perjanjian jual beli di dalam hukum perlindungan konsumen tanggung jawab pelaku usaha dikenal dengan istilah *product liability*. (Wijaya, 2000:59).

Menurut World Trade Organization (WTO), cakupan e-commerce meliputi bidang produksi, pemasaran, penjualan dan pengiriman barang dan/atau jasa melalui elektronik. OECD (Organization For Economic Cooperation and Development) menjelaskan bahwa e-commerce adalah transaksi berdasarkan proses dan transmisi data secara elektronik. (Suherman, 2002:179). E-commerce menghubungkan pelaku usaha, konsumen dan komunitas lainnya melalui transaksi elektronik untuk melakukan perdagangan barang, jasa dan informasi lainnya. Kondisi ini menyebabkan jarak bukan lagi hambatan dalam dunia bisnis. Perkembangan menyolok teknologi internet membuat suatu produk dapat dipasarkan secara global dalam situs web, sehingga setiap orang dimanapun dapat langsung mengakses situs tersebut untuk melakukan transaksi secara *online*. Keunikan pengaturan tentang e-commerce yaitu pelaku usaha dan konsumen tidak berhubungan secara langsung dan tidak membuat kesepakatan secara langsung. Aspek ini merupakan kelemahan terutama apabila salah satu pihak melakukan wanprestasi dan mengabaikan hak-hak konsumen sebagaimana sudah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 (Sanusi, Muhammad Arsyad, 202, 29).

Tanggung gugat berdasarkan adanya wanprestasi, kewajiban untuk mengganti kerugian akibat penerapan klausula dalam perjanjian merupakan ketentuan hukum yang dibuat oleh kedua belah pihak. Dengan demikian bukanlah Undang-Undang yang menentukan pembayaran ganti rugi dan berapa besarnya ganti rugi melainkan kedua belah pihak yang menentukan semuanya dalam perjanjian. Apa yang diperjanjikan tersebut, mengikat sebagai Undang-Undang bagi mereka yang membuatnya. Pertanggungjawaban kontraktual (*contractual liability*) adalah tanggung jawab perdata atas dasar perjanjian/kontrak dari pelaku usaha (baik barang maupun jasa) atas kerugian yang dialami konsumen. Di dalam *contractual liability* terdapat suatu perjanjian atau kontrak (hubungan langsung) antara pelaku usaha dengan konsumen. Sehubungan dengan pertanggungjawaban dalam transaksi jual beli melalui online pelaku usaha tetap dapat dituntut pertanggungjawaban, apalagi kalau produk yang ditransaksikan itu cacat dan merugikan konsumen. Pelaku usaha yang menawarkan produk yang dijual kepada konsumen harus menyediakan informasi yang lengkap, jelas, dan benar hal ini untuk mengantisipasi ketika adanya kesalahan dalam bertransaksi (Ramli, Ahmad, 2017; 41).

Menurut Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, tanggung jawab pelaku usaha ialah memberikan ganti rugi kepada konsumen sebagai akibat dari kerusakan, pencemaran, dan/atau mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan, atau diperdagangkan oleh pelaku usaha yang bersangkutan. Ganti rugi tersebut tidak hanya berupa sejumlah uang, tetapi dapat pula berupa penggantian barang dan/atau jasa sejenis atau setara nilainya, atau berupa perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Nugroho, 2008:164).

Secara umum prinsip-prinsip tanggung jawab dalam hukum perlindungan konsumen dapat dibedakan sebagai berikut:

1. Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan/kelalaian Tanggung jawab berdasarkan kesalahan/kelalaian (*negligence*) adalah prinsip tanggung jawab yang bersifat subjektif, yaitu suatu tangyagung jawab yang ditentukan oleh perilaku

pelaku usaha. (Samsul, 2004:46). Berdasarkan teori ini kelalaian pelaku usaha yang berakibat pada munculnya kerugian konsumen merupakan faktor penentu adanya hak konsumen untuk mengajukan gugatan ganti rugi kepada pelaku usaha. *Negligence* ini dapat dijadikan dasar gugatan, manakala memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

- a. Suatu tingkah yang menimbulkan kerugian, tidak sesuai dengan sikap hati-hati yang normal,
 - b. Harus dibuktikan bahwa tergugat lalai dalam kewajiban berhati-hati terhadap penggugat.
 - c. Perilaku tersebut merupakan penyebab nyata dari kerugian yang timbul. (Miru, 2004:148). Adapun yang dimaksud dengan negligence adalah suatu perilaku yang tidak sesuai dengan standar kelakuan (*standard of conduct*) yang ditetapkan oleh undang-undang demi perlindungan anggota masyarakat terhadap risiko yang tidak rasional. Yang dimaksudkan disini adalah adanya perbuatan kurang cermat, kurang hati-hati.
2. Prinsip praduga untuk selalu bertanggungjawab (*Presumption of liability*). Prinsip yang menyatakan tergugat selalu dianggap bertanggung jawab sampai ia dapat membuktikan, bahwa ia tidak bersalah, jadi beban pembuktian ada pada tergugat. Pembuktian semacam ini lebih dikenal dengan sistem pembuktian terbalik. Dasar pemikiran dari teori pembuktian terbalik ini adalah seseorang dianggap bersalah, sampai yang bersangkutan dapat membuktikan sebaliknya. Hal ini tentu bertentangan dengan asas hukum praduga tidak bersalah (*presumption of innocence*) yang lazim dikenal dalam hukum. Namun, jika diterapkan dalam kasus konsumen akan tampak, asas demikian cukup relevan. Jika digunakan teori ini, maka yang berkewajiban untuk membuktikan kesalahan itu ada dipihak pelaku usaha yang digugat. Tergugat ini harus menghadirkan bukti-bukti dirinya tidak bersalah. Tentu saja konsumen tidak lalu berarti dapat sekehendak hati mengajukan gugatan (Astuti, Desak Ayu Lila, 2018;5).
 3. Prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggung jawab (*Presumption of nonliability*). Prinsip ini merupakan kebalikan dari prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab, di mana tergugat selalu dianggap tidak bertanggung jawab sampai dibuktikan, bahwa ia bersalah. Prinsip ini hanya dikenal dalam lingkup transaksi konsumen yang sangat terbatas dan pembatasan demikian biasanya secara *common sense* dapat dibenarkan. Akan tetapi prinsip ini tidak lagi diterapkan secara mutlak dan mengarah pada prinsip tanggung jawab dengan pembatasan uang ganti rugi (Dewi, Rai Agustina, & Suyatna, 2016;42).
 4. Prinsip Tanggung Jawab Mutlak (*Strict Liability*). Prinsip pertanggung jawaban mutlak (*strict liability*) ini tidak mempersoalkan lagi mengenai ada atau tidak adanya kesalahan, tetapi pelaku usaha langsung bertanggung jawab atas kerugian yang ditimbulkan oleh produknya yang cacat, karena pelaku usaha yang kurang hati-hati dan karena pelaku usaha yang harus mencegah kerugian itu..
 5. Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan (*limitation of liability*). Prinsip ini sangat disenangi oleh pelaku usaha untuk dicantumkan sebagai klausul eksonerasi dalam perjanjian standar yang dibuatnya. Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan ini sangat merugikan konsumen bila ditetapkan secara sepihak oleh pelaku usaha. Dalam UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen seharusnya pelaku usaha tidak boleh secara sepihak menentukan klausul yang merugikan konsumen, termasuk membatasi maksimal tanggung jawabnya. Jika ada pembatasan mutlak harus berdasarkan pada peraturan perundang-undangan. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perjanjian Jual Beli Melalui

Online usaha yang kurang hati-hati dan karena pelaku usaha yang harus mencegah kerugian itu.

6. Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan (*limitation of liability*). Prinsip ini sangat disenangi oleh pelaku usaha untuk dicantumkan sebagai klausul eksonerasi dalam perjanjian standar yang dibuatnya. Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan ini sangat merugikan konsumen bila ditetapkan secara sepihak oleh pelaku usaha. Dalam UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen seharusnya pelaku usaha tidak boleh secara sepihak menentukan klausul yang merugikan konsumen, termasuk membatasi maksimal tanggung jawabnya. Jika ada pembatasan mutlak harus berdasarkan pada peraturan perundang-undangan.

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perjanjian Jual Beli Melalui Online

Kegiatan jual beli secara online merupakan cara baru yang cukup berkembang saat ini, sebab dapat memudahkan konsumen dalam memenuhi kebutuhan berbelanja. Transaksi online menjadi pilihan karena memiliki keunggulan antara lain lebih praktis serta mudah dan dapat dilakukan kapanpun selama memiliki koneksi internet, namun di sisi lain memiliki dampak negatif yaitu timbulnya permasalahan hukum yang dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen. (Maniyati, 2000:41) . Kemungkinan terjadinya kasus penipuan juga begitu besar, disebabkan oleh kurangnya informasi yang seringkali diterima oleh konsumen.

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik pada Pasal 21 angka 2 mengatur tentang perlindungan hukum yang dibuat oleh para pihak, yaitu :

1. Jika transaksi dilakukan dengan sendiri, segala akibat hukum yang ditimbulkan menjadi tanggung jawab para pihak yang bertransaksi.
2. Jika transaksi tersebut dilakukan dengan pemberian kuasa, segala akibat hukum dalam pelaksanaan perjanjian transaksi elektronik menjadi tanggung jawab pemberi kuasa.
3. Jika transaksi tersebut dilakukan melalui agen elektronik, segala akibat hukum dalam pelaksanaan perjanjian transaksi elektronik menjadi tanggung jawab penyelenggara agen elektronik tersebut.

Undang-Undang di Indonesia saat ini yang dapat digunakan sebagai pedoman dalam hal ini adalah Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) karena bertujuan untuk menciptakan system perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi, meskipun di dalamnya tidak secara khusus mengatur transaksi online. Beberapa pasal yang dapat dijadikan pedoman dalam menyelesaikan kasus penipuan pada transaksi online adalah sebagai berikut :

1. Pasal 8 ayat (1) huruf d, e, dan f yang menyebutkan bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan mutu, kondisi maupun janji sebagaimana dinyatakan dalam label, keterangan, iklan maupun promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut.
2. Pasal 16 huruf a dan b yang menyebutkan bahwa pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa melalui pesanan dilarang untuk tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan serta dilarang untuk tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi.

Perlindungan hukum untuk konsumen terletak pada garansi berupa pengembalian atau penukaran barang jika barang yang diterima tidak sesuai dengan yang dipesan sebagaimana yang dijelaskan dalam Pasal 19 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dalam hal ganti kerugian yang dilakukan oleh penjual kepada konsumen yang menyebutkan bahwa “Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan”. Perlindungan Hukum dalam hal alat bukti Elektronik. Hukum pembuktian dalam transaksi elektronik Indonesia masih mendasarkan ketentuannya pada KUHPerdara, bahwa alat-alat bukti yang dapat digunakan dan diakui di depansidang pengadilan perdata masih sangat limitative sesuai yang disebutkan dalam pasal KUHPerdara. (Prasetyo, 2006:20).

Di Negara Indonesia sebenarnya ada beberapa hal yang mengarah kepada penggunaan dan pengakuan dokumen elektronik sebagai alat bukti yang sah, misalnya:

- 1) Dikenalnya online trading dalam kegiatan bursa efek;
- 2) Pengaturan mikro film sebagai media penyimpanan dokumen Perusahaan yang telah diberi kedudukan sebagai alat bukti tertulis otentik dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1997 tentang Dokumen Perusahaan.

Namun demikian pengaturan semacam ini tidak dapat menunjang dan mengakomodir jalannya cyberspace pada umumnya dan transaksi e-commerce pada khususnya. (Ahmad M. Ramli, 2007:56). Dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen diatur mengenai hak konsumen, Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa hak konsumen adalah :

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa
 2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
 3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
 4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
 5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
 6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
 7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
 8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
 9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.
- Sedangkan Kewajiban-kewajiban konsumen yang diatur dalam Pasal 5 Undang-Undang

Perlindungan Konsumen adalah:

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan. Tidak bisa dipungkiri bahwa seringkali konsumen tidak memperoleh manfaat yang maksimal, atau bahkan dirugikan dari mengkonsumsi suatu barang/jasa. Namun setelah diselidiki, kerugian tersebut terjadi karena konsumen tidak mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian yang telah disediakan oleh pelaku usaha.

2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa Tak jarang pula konsumen tidak beritikad baik dalam bertransaksi atau mengkonsumsi barang. Hal ini tentu saja akan merugikan khalayak umum, dan secara tidak langsung si konsumen telah merampas hak-hak orang lain.
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati. Ketentuan ini sudah jelas, ada uang, ada barang.
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut. Seperti yang telah diuraikan sebelumnya, patut diartikan sebagai tidak berat sebelah dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku (Hanipa, Aumalia, 2023;13)

Asas Itikad Baik sebagai Prinsip Korektif dalam Perlindungan Konsumen dalam Jual beli *Online*

Asas itikad baik merupakan salah satu pilar fundamental dalam hukum perjanjian di Indonesia. Kedudukannya diatur secara tegas dalam Pasal 1338 ayat (3) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yang menyatakan bahwa setiap perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik. Norma ini mengandung makna bahwa perjanjian tidak boleh hanya dipahami secara tekstual semata, melainkan juga harus ditaati sesuai dengan prinsip keadilan, kepatutan, serta keseimbangan antara para pihak. Dengan kata lain, pelaksanaan kontrak tidak cukup hanya mematuhi klausula yang tertulis, tetapi juga harus mempertimbangkan standar moral dan sosial yang berlaku di masyarakat. Asas ini menjadikan kontrak bukan sekadar hubungan formal yang kaku, melainkan instrumen hukum yang mencerminkan keadilan substantive (Hosaimah B., 2023;69).

Dalam konteks transaksi jual beli online, peran asas itikad baik menjadi semakin penting. Fenomena perdagangan digital ditandai oleh karakter hubungan kontraktual yang asimetris, di mana pelaku usaha berada pada posisi dominan karena memiliki kendali penuh atas penyusunan syarat dan ketentuan kontrak. Sebaliknya, konsumen sering kali tidak memiliki ruang untuk melakukan negosiasi, sehingga hanya dapat menerima atau menolak perjanjian secara keseluruhan. Ketidakseimbangan ini diperparah oleh keberadaan klausula baku yang lazim dicantumkan dalam kontrak elektronik. Klausula tersebut pada praktiknya kerap menempatkan konsumen pada posisi yang merugikan, misalnya dengan membatasi tanggung jawab pelaku usaha atau mengalihkan risiko kepada konsumen.

Di sinilah asas itikad baik dapat berfungsi sebagai prinsip *korektif*. Dengan menjadikan asas ini sebagai tolok ukur, hubungan kontraktual antara konsumen dan pelaku usaha dapat diarahkan agar lebih adil dan proporsional. Pelaku usaha dituntut untuk menyusun klausula perjanjian dengan memperhatikan hak-hak konsumen, memberikan informasi yang transparan, serta tidak menyalahgunakan dominasinya untuk mengurangi kewajiban hukum. Sementara itu, konsumen juga dituntut melaksanakan kewajibannya dengan jujur dan bertanggung jawab sesuai kesepakatan. Dengan demikian, asas itikad baik berfungsi sebagai mekanisme pengimbang untuk mencegah praktik kontraktual yang eksploitatif dan memastikan bahwa perjanjian online tetap berjalan sesuai dengan prinsip keadilan.

Lebih jauh, asas itikad baik tidak hanya berperan dalam tahap pelaksanaan kontrak, tetapi juga relevan pada tahap pembentukan kontrak. (Paul Hans Kakisin, 2023: 39). Dalam proses perumusan perjanjian jual beli online, pelaku usaha seharusnya tidak menggunakan posisinya untuk mencantumkan klausula yang memberatkan konsumen, melainkan menyusun kontrak yang selaras dengan kepentingan kedua belah pihak. Apabila asas ini diabaikan, maka hubungan kontraktual berisiko menjadi instrumen yang melanggengkan ketidakadilan. Oleh karena itu penerapan asas itikad baik dalam transaksi daring bukan hanya bersifat normatif, melainkan juga menjadi kebutuhan praktis untuk menciptakan

ekosistem perdagangan digital yang sehat, transparan, dan berkeadilan (Samosir, A. (2018;133)

Penerapan asas itikad baik dalam transaksi elektronik dapat terlihat pada dua tahapan penting, yaitu pada saat perumusan perjanjian dan dalam pelaksanaan perjanjian. Pada tahap perumusan, pelaku usaha harus menyusun klausula baku yang tidak hanya menguntungkan dirinya, tetapi juga mempertimbangkan hak-hak konsumen secara proporsional. Informasi mengenai barang atau jasa yang ditawarkan harus disampaikan secara jujur, transparan, dan tidak menyesatkan. Hal ini penting karena konsumen berada pada posisi yang lemah akibat asimetri informasi. Sementara pada tahap pelaksanaan, asas itikad baik menuntut pelaku usaha untuk memenuhi kewajiban secara tepat waktu, memberikan layanan sesuai standar yang dijanjikan, dan bertanggung jawab penuh atas kerugian yang timbul akibat kelalaian. Dengan cara ini, asas itikad baik tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga aplikatif dalam mewujudkan perlindungan konsumen.

Namun, dalam praktiknya, asas itikad baik sering kali diabaikan oleh pelaku usaha dalam transaksi jual beli online. Banyak platform digital masih menggunakan klausula baku yang membatasi tanggung jawab mereka, seperti klausula yang menyatakan bahwa penyedia platform tidak bertanggung jawab atas kerusakan atau kehilangan barang dalam proses pengiriman. Klausula semacam ini jelas bertentangan dengan asas itikad baik karena memindahkan seluruh risiko kepada konsumen. Jika dibiarkan, praktik ini tidak hanya melemahkan posisi konsumen, tetapi juga mencederai kepercayaan publik terhadap transaksi daring sebagai instrumen perdagangan modern. Oleh karena itu, asas itikad baik perlu ditegaskan kembali sebagai standar etis maupun hukum yang wajib dipatuhi dalam penyusunan dan pelaksanaan kontrak elektronik. Selain berfungsi sebagai instrumen korektif terhadap klausula baku yang merugikan, asas itikad baik juga memiliki peran strategis dalam membangun keadilan kontraktual yang berkelanjutan (Pramono, Nindy, 2001:29)

Dengan diterapkannya asas ini, hubungan antara pelaku usaha dan konsumen dapat lebih harmonis karena didasarkan pada kepercayaan, transparansi, dan tanggung jawab bersama. Asas ini juga dapat menjadi rujukan bagi hakim dalam menyelesaikan sengketa konsumen yang timbul dari kontrak elektronik. Hakim dapat menilai apakah pelaku usaha telah bertindak sesuai dengan standar kewajaran dan kepatutan, sehingga putusan yang dihasilkan lebih mencerminkan keadilan substantif bagi konsumen. Asas itikad baik bukan hanya norma pelengkap dalam hukum perjanjian, tetapi juga prinsip fundamental yang dapat dijadikan instrumen korektif dalam melindungi konsumen dari praktik klausula baku yang merugikan. Penerapan asas ini harus diperkuat baik melalui regulasi yang lebih ketat, mekanisme pengawasan oleh pemerintah, maupun melalui peran aktif lembaga peradilan dalam menegakkan standar itikad baik. Apabila prinsip ini diterapkan secara konsisten, maka transaksi jual beli online dapat berkembang tidak hanya sebagai sarana perdagangan yang efisien, tetapi juga sebagai instrumen hukum yang berkeadilan, transparan bagi konsumen.

D. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas maka dapat penulis simpulkan bahwa: Kedudukan konsumen dalam perjanjian jual beli online masih berada pada posisi yang lemah akibat asimetri informasi, dominasi platform digital, serta penggunaan klausula baku yang disusun sepihak oleh pelaku usaha. Kondisi ini menyebabkan konsumen tidak memiliki ruang yang memadai untuk melakukan negosiasi, sehingga hak-hak mereka kerap terabaikan. Banyak klausula baku yang memuat pembatasan bahkan pengalihan tanggung jawab dari pelaku usaha kepada konsumen, sehingga bertentangan dengan prinsip perlindungan konsumen dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Perlindungan

hukum bagi konsumen belanja online dapat diberikan dari segi kepastian hukum yang tertuang dalam peraturan perundang-undangan yang mengatur belanja secara online yaitu Undang-Undang Nomor 19 tahun 2016 perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Asas itikad baik memiliki peran penting sebagai prinsip korektif terhadap praktik klausula baku yang merugikan. Penerapan asas ini menuntut agar pelaku usaha menyusun dan melaksanakan perjanjian secara jujur, transparan, dan proporsional, sehingga hak-hak konsumen dapat terlindungi. Dengan demikian, asas itikad baik menjadi instrumen fundamental untuk menciptakan kontrak elektronik yang lebih adil, berimbang, dan sesuai dengan tujuan hukum perlindungan konsumen kedudukan konsumen.

Daftar Pustaka

- Astuti, Desak Ayu Lila, & Wirasila, A. A. Ngurah. (2018). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Transaksi E-commerce Dalam Hal Terjadinya Kerugian. *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, 1–5.;
- Dewi, Rai Agustina, & Suyatna, I. Nyoman. (2016). Implementasi Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Online. *Journal Kertha Semaya*, 4(2); Hanipa, Aumalia, and Nikmah Dalimunthe. “Kontrak Kerja Dalam Hukum Bisnis Ketenagakerjaan: Analisis Perlindungan Hukum Hak Dan Kewajiban Para Tenaga Kerja.” *Jurnal Hukum Bisnis Islam* 13, no. 1 (2023);
- Hosaimah B., “Transformasi Peran Hakim Konstitusi dalam Mewujudkan Keadilan Substantif melalui Yurisprudensi,” *YUDHISTIRA : Jurnal Yurisprudensi, Hukum dan Peradilan* 1, no. 4 (December 2023): 69–78, <https://doi.org/10.59966/yudhistira.v1i4.1679>.;
- Magfirah, Ester Dwi, *Perlindungan Konsumen Dalam E-Commerce*, Jakarta, Grafikatama Jaya, 2009;
- Paul Hans Kakisina, Vecky Yani Gosal, and Nurhikmah Nachrawy, “Kabsahan Pembuktian kontrak elektronik dalam Perjanjian bisnis menurut Hukum Positif,” *Lex Administratum XI*, no. 4 (2023);
- Pramono, Nindyo, 2001, *Revolusi Dunia Bisnis Indonesia Melalui E-commerce dan E-Bussines: Bagaimana solusi hukumnya*, Artikel Dalam *Jurnal Hukum No. 16 Vol. 8/2001*;
- Putra, Setia, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui E-Commerce Volume 4 No. 2 Februari- Juli 2014*;
- Ramli, Ahmad M, & dkk, *Menuju Kepastian Hukum di Bidang: Informasi dan Transaksi Elektronik*, Jakarta, Departemen Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2017;
- Samosir, A. (2018). Penyelesaian Sengketa Konsumen Yang Dilakukan Badan Penyelesaian Perlindungan Konsumen. *Legal Standing : Jurnal Ilmu Hukum*, 2(2), 133. <https://doi.org/10.24269/ls.v2i2.1245>;
- Sanusi, Muhammad Arsyad. *Transaksi Bisnis dalam E-commerce: Studi Tentang Permasalahan Hukum dan Solusinya*, dalam *Jurnal Hukum lus Quia lustum*, No. 16 Vol. 8 Maret 2021: 10-29; Sjahputra, Iman, *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik*, Bandung, PT.ALUMNI, 2010;
- Yunita, Dwi, *Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik Pada Website Online*, Fakultas Syariah dan Hukum Makassar, Uin Alauddin, 2016.