MEKANISME DAN KEABSAHAN TRANSAKSI JUAL BELI *E-COMMERCE* MENURUT KITAB UNDANG-UNDANG HUKUM PERDATA

Santonius Tambunan

Pegawai Negeri Sipil
santoniustambunan@gmail.com

Abstract :

The title of this study is the mechanism and the validity of the transaction e-commerce in terms of Article 1320 Indonesian Civil Law. The research method used in this study is the kind of normative research that examines the norms, principles and legal doctrines relating to the issues raised. The type of research that researchers use in this study are the type of research on the level of horizontal sync is the norm in terms of the Information and Electronic Transaction Act with the provisions of Article1320Indonesian Civil Law.
Offer and acceptance are the stages of pre online buying and selling contracts in e-commerce. In this process the good faith of the parties shall take precedence in the transaction. The momentum of the sales contract e-commerce can not be separated from the pre-contract stage. Although the mechanism is different transactions, but in general the contract e-commerce trading has occurred since the purchaser or consumer to send a message of acceptance of the products on offer to the seller (merchant). This suggests that the momentum of buying and selling contracts e-commerce more closely at the theory of acceptance (ontvangstheorie).
Subjective terms in the transaction e-commerce are consent of the individuals who are bound thereby and capacity to conclude an agreement. While the objective terms are a specific subject and an admissible cause. Information and Electronic Transaction Act is a lex specialis provisions of Article1320Indonesian Civil Law. However, in this Act only regulates consent of the individuals who are bound thereby and a specific subject, while capacity to conclude an agreement and an admissible cause has not been accommodated. Therefore, capacity to conclude an agreement and an admissible cause, can refer to the Civil Code as its lex generalis.

Keywords: *E-commerce, Sale and Purchase Transaction, Mechanism, Validity*

Pendahuluan

Salah satu bentuk transaksi elektronik dalam dunia bisnis adalah *electronic commerce* atau biasa disebut dengan *e-commerce* maupun *e-com. E-commerce* dapat diartikan secara gramatikal sebagai perdagangan elektronik maksud dari perdagangan elektronik ini adalah perdagangan yang dilakukan secara elektronik dengan menggunakan internet sebagai sebagai medianya. Selain itu *e-commerce* juga dapat diartikan sebagai suatu cara berbelanja atau berdagang *secara online* atau *direct selling* yang memanfaatkan fasilitas internet di mana terdapat website yang dapat menyediakan layanan *get and deliver*. Perkembangan ini semakin memudahkan orang maupun perusahaan untuk melakukan berbagai macam transaksi bisnis khusus-nya perdagangan.[1]

[1] http://rmarpaung.tripod.com/*ElectronicCommerce*.doc, diakses pada tanggal 18 April 2012

E-commerce merupakan model bisnis modern yang *non-face* (tidak menghadirkan pelaku bisnis secara fisik) dan *non-sign* (tidak me-makai tanda tangan asli).[2] Dalam transaksi *e-commerce* diciptakan transaksi bisnis yang lebih praktis tanpa kertas (*paperless*) dan dalam transaksi *e-commerce* dapat tidak bertemu secara langsung (*face to face*) para pihak yang melakukan transaksi, sehingga dapat dikatakan *e-commerce* menjadi penggerak ekonomi baru dalam bidang teknologi.[3]

Secara umum, dalam transaksi *e-commerce*, terkandung dua permasalahan yang memerlukan penanganan serius. *Pertama,* permasalahan yang sifatnya subtantif, yaitu: a) keaslian *data massage* dan tanda tangan elektronik. Masalah keotentikan data massage menjadi permasalahan yang sangat vital karena *data massage* inilah yang dijadikan dasar utama terciptanya suatu kontrak; b) Keabsahan *(validity)*. Keabsahan suatu kontrak tergantung pada pemenuhan syarat-syarat kontrak. Apabila syarat-syarat kontrak telah dipenuhi, maka kontrak dinyatakan terjadi. Dalam *e-commerce*, terjadinya kesepakatan sangat erat hubungannya dengan penerimaan atas absah dan otentiknya *data massage* yang memuat kesepakatan itu; c) kerahasiaan *(confidentiality/privacy)*. Kerahasiaan yang dimaksud meliputi kerahasiaan data/atau informasi dan juga perlindungan terhadap data dan informasi dari akses yang tidak sah dan berwenang; d) keamanan *(security)*. Masalah keamanan merupakan masalah penting karena keberadaannya menciptakan rasa *confidence* bagi para *user* dan pelaku bisnis, untuk tetap menggunakan media elektronik guna kepentingan bisnisnya; e) ketersediaan *(availibility)*. Permasalahan lain yang juga harus diperhatikan adalah keberadaan informasi yang dibuat dan ditransmisikan secara elektronik yang harus tersedia setiap kali dibutuhkan.

Kedua, permasalahan yang bersifat prosedural, yaitu media internet menuntut adanya perlindungan dari segi yuridis.[4]

Perjanjian *e-commerce* yang dilakukan oleh para pihaknya bukan seperti layaknya perjanjian pada umumnya, tetapi perjanjian tersebut dapat dilakukan meskipun tanpa adanya pertemuan langsung antara kedua belah pihak, namun perjanjian antar para pihak tersebut dilakukan secara elektronik. Pengaturan mengenai perjanjian di Indonesia hanya mengatur pada perjanjian pada

[2] Abdul Halim Barkatullah, 2007, "Urgensi Perlindungan Hak-Hak Konsumen dalam Transaksi di E-Commerce", Artikel dalam *Jurnal Hukum No. 2 Vol. 14 April 2007*, hlm. 249-250.

[3] *Ibid*, hlm. 250.

[4] Elisatris Gultom, *Perlindungan Transaksi Elektronik (E-Commerce) Melalui Lembaga Asuransi*, http://resources.unpad.ac.id/unpadcontent/uploads/publikasi dosen/1A%20Aspek%20Yuridis%20asuransi%20EC.pdf, hlm. 3-5.

umumnya, hal tersebut diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata yang menyebutkan mengenai syarat sahsuatu perjanjian yang mengikat para pihaknya. Menurut Subekti, suatu perjanjian dianggap sah apabila memenuhi syarat subjektif dan syarat objektif.[5] Pemenuhan atas syarat tersebut berakibat pada perjanjian yang telah dibuat menjadi sah. Perjanjian juga mengikat bagi para pihak mengenai hak dan kewajibannya, sehingga pemenuhan syarat sahnya suatu perjanjian mutlak untuk dipenuhi. Hal ini kelak apabila dikemudian hari terjadi suatu permasalahan atau sengketa maka penyelesaiannya dapat didasarkan pada perjanjian yang telah disepakati.

Pengakuan perjanjian *e-commerce* sebagai suatu bentuk perjanjian dalam KUH Perdata Indonesia masih merupakan permasalahan yang pelik. Pasal 1313 KUH Perdata mengenai definisi perjanjian memang tidak menentukan bahwa suatu perjanjian harus dibuat secara tertulis. Pasal 1313 KUH Perdata hanya menyebutkan bahwa perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Jika mengacu pada definisi ini maka suatu kontrak elektronik dapat dianggap sebagai suatu bentuk perjanjian yang memenuhi ketentuan Pasal 1313 KUH Perdata tersebut.

Namun, pada prakteknya suatu perjanjian biasanya ditafsirkan sebagai perjanjian yang dituangkan dalam bentuk tertulis (*paper-based*) dan bila perlu dituangkan dalam bentuk Akta Notaris. Selanjutnya, bila mengacu pada Pasal 1320 KUH Perdata sebagaimana penulis sebutkan di atas, suatu perjanjian barulah sah jika memenuhi syarat subjektif (ada kesepakatan antar para pihak dan para pihak cakap untuk membuat perjanjian) dan syarat objekif (objek perjanjian harus jelas dan perjanjian dilakukan karena alasan yang halal). Dalam transaksi konvensional di mana para pihak saling bertemu, tidak sulit untuk melihat apakah perjanjian yang dibuat memenuhi syarat-syarat tersebut. Permasalahan timbul dalam hal transaksi dilakukan tanpa adanya pertemuan antar para pihak. Di samping itu, transaksi *e-commerce* sangat bergantung pada kepercayaan di antara para pihak. Ini terjadi karena dalam transaksi komersial elektronik para pihak tidak melakukan interaksi secara fisik. Karena itu masalah mengenai keabsahan transaksi *e-commerce* tersebut menjadi hal yang sangat penting.

Perjanjian dalam *e-commerce* dengan perjanjian biasa tidaklah berbeda jauh, yang membedakan hanya pada bentuk dan

[5] Subekti, 2010, *Hukum Perjanjian, Cetakan Kedua Puluh Tiga*, Jakarta: PT. Intermasa, hlm. 17.

berlakunya. Media dalam perjanjian biasa yang digunakan adalah tinta dan kertas serta dibuat berdasarkan kesepakatan para pihak. Setelah dibuat dan disepakati maka perjanjian tersebut mengikat setelah ditandatangani, sedangkan dalam *e-commerce* perjanjian menggunakan media elektronik yang ada hanya *form* atau blanko klausula perjanjian yang dibuat salah satu pihak yang ditulis dan ditampilkan dalam media elektronik (halaman *web*), kemudian pihak yang lain cukup menekan tombol yang disediakan untuk setuju mengikatkan diriterhadap perjanjian tersebut. Berdasarkan uraian di atas, ada 2 (dua) permasalahan pokok yang akan dibahas, yaitu: 1) Bagaimana mekanisme transaksi jual beli *e-commerce* menurut hukum positif di Indonesia? 2) Bagaimana keabsahan transaksi jual beli *e-commerce* ditinjau dari aspek syarat subjektif dan syarat objektif Pasal 1320 KUH Perdata?

PEMBAHASAN

Mekanisme Transaksi Jual Beli Melalui *E-Commerce*Menurut Hukum Positif di Indonesia

- **Perkembangan transaksi jual beli *e-commerce* di indonesia dan keterkaitannya dengan kontrak jual beli secara konvensional**

Pada prinsipnya, transaksi perdagangan dengan menggunakan teknologi *e-commerce* sesungguhnya merupakan suatu model kontrak yang sama dengan kontrak jual beli konvensional yang dilakukan dalam masyarakat. Jual beli secara konvensional yang dilakukan oleh masyarakat hingga saat ini dilakukan baik itu berdasarkan sistem KUH Perdata maupun menurut sistem hukum adat. Menurut hukum adat Indonesia, yang dinamakan jual beli, bukanlah persetujuan belaka yang berada di antara kedua belah pihak, tetapi adalah suatu penyerahan barang oleh si penjual kepada si pembeli dengan maksud memindahkan hak milik atas barang itu dengan syarat pembayaran harga tertentu, berupa uang oleh pembeli kepada penjual. Dengan demikian, dalam hukum adat, setiap hubungan jual beli tidak mengikat kepada asas atau sistem obligator atau sistem/asas yang lainnya.

Wirjono Prodjodikoro mengemukakan bahwa dalam hukum adat ada juga persetujuan antara kedua belah pihak yang berupa mufakat tentang maksud untuk memindahkan hak milik dari tangan penjual ke tangan pembeli dan pembayaran harga pembeli oleh pembeli kepada penjual, tetapi persetujuan itu hanya bersifat pendahuluan untuk suatu perbuatan hukum tertentu yaitu berupa

penyerahan tadi. Selama penyerahan barang belum terjadi, maka belum ada jual beli.[6]

Tentang perjanjian jual beli, dianggap sudah berlangsung antara pihak penjual dan pembeli, apabila mereka telah menyetujui dan bersepakat tentang keadaan benda dan harga barang tersebut, sekalipun barangnya belum diserahkan dan harganya belum dibayarkan (Pasal 1458 KUH Perdata). Jual beli tiada lain dari persesuaian kehendak *(wis overeens-teeming)* antara penjual dan pembeli mengenai barang dan harga. Barang dan hargalah yang menjadi essensial perjanjian jual beli.

Tanpa ada barang yang hendak dijual, tidak mungkin terjadi jual beli. Sebaliknya jika barang objek jual beli tidak dibayar dengan sesuatu harga, jual beli dianggap tidak ada. Cara dan terbentuknya perjanjian jual beli, bisa terjadi secara *openbaar/*terbuka, seperti yang terjadi pada penjualan atas dasar eksekutorial atau yang disebut *excutoriale verkoop*. Penjualan eksekutorial mesti dilakukan melalui lelang di muka umum oleh pejabat lelang, akan tetapi cara dan bentuk penjualan *eksekutorial* yangbersifat umum ini, jarang sekali terjadi. Penjualan demikian harus memerlukan keputusan pengadilan.

Dari pembahasan di atas dapat dipahami bahwa jual beli secara konvensional yang terjadi dalam lalu lintas kehidupan masyarakat sehari-hari adalah jual beli antara tangan ke tangan, yakni jual beli yang dilakukan antara penjual dan pembeli tanpa campur tangan pihak resmi dan tidak perlu di muka umum. Bentuk jual belinya pun, terutama jika objeknya barang-barang bergerak cukup dilakukan dengan lisan, kecuali mengenai benda-benda tertentu, terutama mengenai objek benda-benda tidak bergerak pada umumnya, selalu memerlukan bentuk akta jual beli. Tujuan akta ini hanya sekedar mempelajari jual beli itu dengan keperluan penyerahan yang kadang-kadang memerlukan penyerahan yuridis di samping penyerahan nyata.

Memperhatikan uraian di atas mengenai persamaan antara transaksi perdagangan *e-commerce* dengan jual beli secara konvensional, maka dapat dilihat bahwa letak perbedaan utamanya adalah hanya pada media yang digunakan. Pada transaksi *e-commerce*, media yang digunakan adalah media elektronik atau internet. Sehingga kesepakatan ataupun kontrak yang tercipta adalah melalui *online*. Kemudian, hampir sama pula dengan kontrak jual beli konvensional, kontrak jual beli *e-commerce* tersebut juga terdiri dari penawaran dan penerimaan. Sebab suatu kesepakatan selalu diawali dengan adanya

[6]Wirjono Prodjodikoro, 1958, *Hukum Perdata tentang Persetujuan-Persetujuan Tertentu*, Bandung: Vorkink-van Hoeve,hlm. 26.

penawaran oleh salah satu pihak dan penerimaan oleh pihak yang lainnya.[7]

Dalam perkembangannya kontrak jual beli *e-commerce* menghadapi permasalahan teknis teknologi dan masalah hukum. Permasalahan teknlogi yang meliputi kerahasiaan, keutuhan pesan (*integrity*), identitas para pihak dan hukum yang mengatur transaksi tersebut. Untuk mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut dikembangkanlah teknik kriptografi (*cryptography*).[8]

Regulasi yang telah ada saat ini, yaitu Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik hanya membahas mengenai transaksi elektronik secara umum saja. Haal ini terlihat pada Pasal 17 – 22 Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang membahas tentang Transaksi Elektronik. Sedangkan dalam ketentuan Pasal 28 ayat 1 membahas tentang perbuatan yang dilarang yang berhubungan dengan transaksi elektronik.

Regulasi ini nantinya bisa menjadi pegangan dari khalayak dalam melakukan transaksi perdagangan secara elektronik dan diharapkan dengan adanya regulasi ini, sistem *e-commerce* dapat berjalan dengan baik, terstruktur, dan terjamin dalam pelaksanaannya. Memang dalam Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik hal yang seringkali disorot adalah masih belum tegas diatur mengenai bentuk perlindungan kepada konsumen dalam transaksi *e-commerce*.

- **Penawaran dan penerimaan secara *online* sebagai bentuk pra kontrak dalam transaksi jual beli *e-commerce***

Dalam setiap kontrak jual beli maupun bentuk kontrak lainnya akan melalui tiga rangkaian tahapan hingga pelaksanaan dari kontrak, yakni : a) tahap pra *contractual*, yaitu adanya penawaran dan penerimaan; b) tahap *contractual*, yaitu adanya persesuaian pernyataan kehendak antara para pihak; dan c) tahap *post contractual*, yaitu pelaksanaan perjanjian.[9] Hal yang paling penting sebelum menuju kepada kesepakatan dalam setiap kontrak adalah tahapan pra kontrak, yaitu adanya penawaran dan penerimaan di antara para pihak.

Sama halnya dengan pra kontrak pada umumnya, pra kontrak dalam transaksi jual beli yang menggunakan *e-commerce* biasanya

[7]Atip Latifulhayat, 2002, "Perlindungan Data Pribadi dalam Perdagangan Secara Elektronik (*E-Commerce*), Artikel dalam *Jurnal Hukum Bisnis, Volume 18 Maret*, hlm. 28.

[8]Dalam teknik kriptografi dikenal ada 2 (dua) kategori *encryption types* yang secara umum digunakan untuk pengiriman data, bertransaksi dalam perdagangan, sistem pembayaran di internet. Metode pertama menggunakan *symmetric-key* dan metode kedua menggunakan *Asimetris/public key*.

[9]H. Salim HS, 2010, *Perkembangan Teori Dalam Ilmu Hukum*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, hlm. 164.

akan didahului oleh penawaran jual, penerimaan beli. Sebelum itu, dapatsaja terjadi penawaran secara *online*, misalnya melalui *website*, situs internet atau melalui posting di *mailing list* dan *news group* atau melalui undangan para *customer* melalui model *business to business*.

Penawaran dalam hukum positif Indonesia merupakan suatu "*invitation to enter into a binding agreement*". Tawaran merupakan suatu tawaran jika pihak lain menganggap atau memandangnya sebagai suatu tawaran, suatu perbuatan seseorang beralasan bahwa perbuatan itu sendiri sebagai ajakan untuk masuk kedalam suatu ikatan kontrak, maka hal ini dapat dianggap sebagai suatu tawaran. Dalam transaksi jual beli yang menggunakan *e-commerce*, khususnya jenis *business to customer* yang melakukan penawaran adalah *merchant* atau produsen/penjual.

Para *merchant* atau penjual tersebut memanfaatkan *website* untuk menjajakan produk dan jasa pelayanan. Para penjual ini menyediakan semacam *storefront* yang berisikan katalog produk dan pelayanan yang diberikan dan para pembeli seperti berjalan-jalan di depan toko-toko dan melihat-lihat barang-barang di dalam etalase.

Dalam *website* tersebut biasanya ditampilkan barang-barang yang ditawarkan, harganya, nilai *rating* atau *poll* otomatis tentang barang itu yang diisi oleh pembeli sebelumnya, spesifikasi tentang barang tersebut dan menu produk lain yang berhubungan, dan penawaran tersebut terbuka bagi semua orang sehingga semua orang yang tertarik dapat melakukan *window shopping* di toko-toko *online* ini. Tawaran ini adalah pernyataan mengenai syarat-syarat yang dikehendaki oleh penawar supaya mengikat, jika suatu tawaran diterima sebagaimana adanya berarti persetujuan itu tercapai. Dalam transaksi bisnis yang menggunakan *e-commerce* ini, suatu tawaran boleh dilakukan terhadap seseorang tertentu dan hanya terbuka baginya untuk menerimanya. Selain itu tawaran juga boleh diberikan dan hanya terbuka kepada kelompok dan dalam hal ini hanya orang-orang yang tergabung dalam kelompok itu saja yang diperbolehkan untuk menerima tawaran tersebut.

Dalam proses penawaran, penjual juga mesti beritikad baik di dalam memberikan informasi mengenai barang yang diperdagangkan melalui *e-commerce* tesebut. Hal itu juga ditegaskan dalam Pasal 17 ayat (2) Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang menentukan bahwa para pihak yang melakukan Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib beritikad baik dalam melakukan interaksi dan/atau pertukar-

an Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik selama transaksi berlangsung.

Dalam kedudukannya juga sebagai pelaku usaha, maka penjual transaksi jual beli *e-commerce* ini tidak hanya tunduk pada sistematika Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik, akan tetapi juga tunduk pada sistematika Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut Undang-undang Perlindungan Konsumen) dalam rangka hubungan hukumnya dengan konsumen selaku pembeli. Sebagai pelaku usaha oleh Undang-undang Perlidungan Konsumen menegaskan bahwa setiap pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memberikan informasi yang benar dan tidak menyesatkan atas produk barang dan/jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Hal tersebut secara tegas diatur dalam Pasal 7 huruf b Undang-undang Perlindungan Konsumen yang menentukan bahwa pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan pcnggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.

Transaksi pra kontrak secara *online* dalam *e-commerce* ini menurut *Research Paper on Contract Law* memiliki banyak variasi, yakni: transaksi melalui *chatting* dan *video conference*, transaksi melalui *e-mail*, dan Transaksi melalui *Web* atau Situs.[10] Transaksi melalui *chatting* atau *video conference* adalah seseorang dalam melakukan penawaran sesuatu barang dengan menggunakan model dialog interaktif melalui internet, seperti melalui telepon, *chatting* dilakukan melalui tulisan, sedangkan *video conference* dilakukan melalui media elektronik, di mana seseorang dapat melihat langsung gambar dan mendengar suara pihak lain yang melakukan penawaran dengan menggunakan alat ini.[11]

Transaksi dengan menggunakan *e-mail* dapat dilakukan dengan cara mudah di mana dalam hal ini kedua belah pihak harus memenuhi syarat, yaitu memiliki *e-mail address*. Selanjutnya sebelum melakukan transaksi, konsumen sudah mengetahui *e-mail* yang akan dituju dan jenis barang serta jumlah yang akan dibeli, kemudian konsumen menulis nama produk dan jumlah produk, alamat pengiriman, dan metode pembayaran yang digunakan. Konsumen selanjutnya akan menerima konfirmasi dari *merchant* mengenai *order* barang yang telah dipesan tersebut. Model transaksi melalui *web* atau situs yaitu dengan cara di mana*merchant* menyediakan daftar atau katalog barang yang dijual disertai

[10]Haris Faulidi Asnawi, 2004, *Transaksi Bisnis E-Commerce: Perspektif Islam*, Yogyakarta: Magistra Insania Press, hlm. 5.

[11]*Ibid.*

dengan deskripsi produk yang dijual dalam *web* atau situs yang telah dibuat oleh penjual. Pada model transaksi ini dikenal istilah *order form* dan *shopping cart*.[12]

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa penawaran juga merupakan proses yang penting di dalam transaksi jual beli *e-commerce* dan menjadi suatu tahapan pra kontrak seperti jual beli pada umumnya. Melalui penawaran dapat mempertemukan perbedaan atau ketidaksamaan kepentingan di antara para pihak. Dengan penawaran, konsumen selaku pembeli dapat mengetahui setiap produk yang ditawarkan oleh penjual secara *online*. Tentunya dalam menyampaikan informasi mengenai produk barang dan diperdagangkan tersebut, penjual selaku pelaku usaha harus beritikad baik di dalam menjalankan kegiatan usahanya tersebut yaitu memberikan informasi penawaran yang benar, jelas, dan jujur.

- **Momentum terjadinya kontrak jual beli melalui *e-commerce***

Sebagaimana transaksi bisnis biasa, dalam transaksi jual beli yang menggunakan *e-commerce* ini, antara penawaran dan penerimaan, selalu ada selang jangka waktu tertentu yang bisa singkat saja dan bisa juga memakan waktu yang cukup lama. Dalam transaksi bisnis biasa sebelum penawaran diakseptir oleh pihak lain, penawaran tersebut dapat ditarik kembali, akan tetapi jika penawaran tersebut telah diakseptir, maka penawaran tersebut tidak dapat ditarik kembali, sedangkan dalam transaksi jual beli yang menggunakan *e-commerce*, penawaran dapat saja ditarik walaupun sudah ada akseptir oleh pihak lain.

Hal ini akan menimbulkan masalah, yaitu berkaitan dengan apakah dalam hal sesudah ada penerimaan tersebut tetapi sebelum jawaban tersebut sampai kepada pihak yang menawarkan, orang yang menawarkan mengirimkan berita yang menyatakan menarik kembali penawarannya dapat dikatakan telah terjadinya kontrak/ perjanjian atau tidak.

Terkait dengan hal tersebut, dalam teori-teori hukum perdata, terdapat beberapa teori mengenai momentum terjadinya kontrak antara lain:[13] *Pertama,* teori Pernyataan (*Uitingstheorie*). Menurut teori ini, kesepakatan terjadi pada saat pihak yang menerima penawaran itu menyatakan bahwa ia menerima pernyataan itu. *Kedua,* teori Pengiriman (*Verzendtheorie*). Menurut teori ini ditetapkan bahwa saat pengiriman jawaban akseptasi adalah saat lahirnya perjanjian, maka orang mempunyai pegangan yang relatif

[12] *Ibid*.

[13] H. Salim HS, *Op. cit*, hlm. 166-167.

sedikit pasti mengenai saat terjadinya kontrak. Untuk transaksi bisnis biasa relatif lebih mudah, karena misalnya tanggal cap pos dapat dijadikan sebagai salah satu patokan utama. Sejak saat surat itu dikirimkan, akseptor tidak lagi mempunyai kekuasaan atas surat tersebut dan sejak saat itu pulalah kontrak telah terjadi. *Ketiga,* teori Pengetahuan (*Vernemings theorie*). Menurut teori ini pada saat terjadinya kontrak kemudian digeser sampai pada jawaban akseptasinya diketahui oleh orang yang menawarkan. Dan *keempat,* teori Penerimaan (*Ontvangstheorie*)di mana teori ini muncul sebagai jawaban atas kekurangan teori pengetahuan, maka muncullah teori lain, yaitu teori penerimaan. Dalam teori ini, saat diterimanya jawaban, terlepas dari apakah surat itu telah dibuka atau dibiarkan tidak dibuka, menentukan saat lahir/terjadinya perjanjian/kontrak. Intinya adalah saat surat tersebut sampai pada alamat si penerima, maka saat itulah kontrak terjadi.

Memperhatikan teori momentum terjadinya kontrak di atas, maka yang perlu terlebih dahulu diperhatikan adalah bahwa momentum terjadinya transaksi jual beli *e-commerce* bergantung pada dari sisi mana penjual atau *merchant* dan konsumen pembeli mengganggap kontrak tersebut telah terjadi. Menurut Tan Kamelo, momentum terjadinya kontrak jual beli *e-commerce* itu tercipta ketika dalam tahap pra kontrak (tahap penawaran dan pene-rimaan) di mana pihak yang ditawarkan (*offeree*) yaitu pembeli atau konsumen telah mengirimkan pesan kepada pihak yang menawarkan (*offeror*) yaitu penjual atau *merchant*bahwa pembeli menerima tawaran dari pihak penjual atau *merchant.* [14]

Memperhatikan pendapat dari Tan Kamelo mengenai momentum terjadinya kontrak jual beli *e-commerce* tersebut, maka menurut hemat penulis, dengan pembeli telah mengimkan pesan untuk menerima tawaran dari penjual atau *merchant,* secara tidak langsung telah terpenuhi adanya unsur kesepakatan. Oleh karenanya, apabila diintegrasikan pula ke dalam keempat teori momentum terjadinya kontrak sebagaimana uraian sebelumnya, maka momentum terjadinya transaksi jual beli *e-commerce* ini lebih dekat pada teori penerimaan (*ontvangs theorie*).

Walaupun momentum terjadinya kontrak atau transaksi jual beli *e-commerce*telah terjadi ketika pihak pembeli atau konsumen (pada tahapan itu disebut juga sebagai *offeree*)telah mengirimkan pesan kepada penjual atau *merchant* (pada tahapan itu

[14]Lihat Tan Kamelo, 2005. "Aspek Perlindungan Hukum Dalam Transaksi Melalui Media Internet", Artikel dalam *Jurnal Equality Vol. 10 No.1 Februari 2005*, hlm. 4.

disebut juga sebagai *offeror*), akan tetapi proses kontrak jual beli *e-commerce* secara keseluruhan tidak bisa dilepaskan dalam kerangka mekanisme kontrak jual beli pada umumnya. Mekanisme transaksi jual beli *e-commerce* memang selalu dimulai dari penawaran dari penjual atau *merchant* dan kemudian adanya penerimaan dari konsumen pembeli. Namun, proses yang selanjutnya perlu diperhatikan adalah dalam rangka pelaksanaan kontrak, di mana ketika konsumen tertarik dan yakin akan barang pilihannya, maka konsumen akan melakukan proses pembayaran, dan ketika pembayaran diterima, tahapan yang terakhir adalah pengiriman barang oleh penjual *merchant* kepada pembeli atau konsumen. Semua tahapan itu harus dilakukan dengan itikad baik kedua belah pihak agar hak dan kewajiban masing-masing dapat terpenuhi.

Keabsahan Transaksi Jual Beli*E-Commerce* Ditinjau dari Syarat Subjektif danObjektif Pasal 1320 KUH Perdata

- **Keabsahan transaksi jual beli *e-commerce* ditinjau dari syarat subjektif Pasal 1320 KUH Perdata**

Transaksi jual beli *e-commerce* merupakan dampak dari perkembangan teknologi yang memberikan implikasi pada berbagai sektor. Implikasi tersebut salah satunya berdampak pada sektor hukum. Walaupun pengaturan mengenai masalah *e-commerce* di Indonesia berpijak pada Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik, namun untuk keabsahannya juga tetap bersandar pada aturan dalam Buku III KUH Perdata khususnya pengaturan mengenai masalah syarat sahnya perjanjian yang terjadi dalam *e-commerce.*

Namun demikian, dalam penelitian ini juga akan diungkap bahwa di dalam Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik ada beberapa ketentuan yang juga mengatur mengenai keabsahan suatu kontrak *e-commerce*. Ketentuan yang mengatur ke-absahan kontrak *e-commerce* tersebut merupa-kan ketentuan yang bersifat khususdari pada Pasal 1320 KUH Perdata sebagai ketentuan umumnya. Dengan kata lain, di sini dapat diartikan bahwa secara umum untuk meng-ukur keabsahan suatu kontrak jual beli *e-commerce* harus berpijak pada ketentuan Pasal 1320 KUH Perdata dan Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Dalam Pasal 1320 KUH Perdata telah diatur syarat sahnya perjanjian di mana secara umum terdapat 2 (dua) syarat utama sebagai elemen atau unsur pembentukan kontrak yaitu syarat subjektif (kesepakatan dan kecakapan para pihak) serta syarat objektif (hal tertentu dan sebab yang halal). Apabila syarat

subjektif ini tidak terpenuhi, maka sebagai konsekuensi hukumnya adalah kontrak jual beli *e-commerce* tersebut terancam dapat dibatalkan (*viernietigbaar*). Melalui syarat sahnya kontrak dalam Pasal 1320 KUH Perdata yang diterapkan dan diintegrasikan ke dalam transaksi jual beli *e-commerce* akan dapat diukur sejauh mana validitas dari transaksi jual beli *e-commerce*. Dalam sub bab ini penulis akan menguraikan mengenai syarat sahnya kontrak dalam hal syarat subjektif yaitu syarat sepakat dan kecakapan para pihak.

Pertama, syarat sepakat para pihak. Pasal 1320 ke 1 KUH Perdata mensyaratkan adanya kesepakatan sebagai salah satu syarat keabsahan kontrak. Kesepakatan mengandung pengertian bahwa para pihak saling menyatakan kehendak masing-masing untuk menutup suatu perjanjian atau pernyataan pihak yang satu sesuai dengan pernyataan pihak lain. Pernyataan kehendak tidak selalu harus dinyatakan secara tegas namun dapat dengan tingkah laku atau hal-hal lain yang mengungkapkan pernyataan kehen-dak para pihak.

Syarat kesepakatan yang merupakan cerminan dari asas konsensualisme, di mana dengan adanya kata sepakat telah lahir kontrak, ternyata dalam lalu lintas hukum yang demikian kompleks juga menimbulkan problem pelik mengenai pertanyaaan kapan kontrak tersebut lahir. Penentuan saat lahirnya kontrak menjadi kendala, terutama apabila penawaran dan penerimaan dilakukan melalui korespondensi atau surat menyurat. Mengenai problematika demikian ini, dalam bab sebelumnya penulis telah menguraikan bahwa terdapat 4 (empat) teori yang mencoba mem-berikan solusi penyelesaiannya yaitu: teori pernyataan, teori pengiriman, teori penge-tahuan, dan teori penerimaan.

Dalam KUH Perdata terdapat 3 (tiga) hal yang dapat dijadikan alasan pembatalan kontrak berdasarkan adanya cacat kehendak, yaitu: a) kesesatan atau *dwaling* (Pasal 1322 KUH Perdata); b) paksaan atau *dwaling* (Pasal 1323-1327); c) penipuan atau *bedrog* (Pasal 1328 KUH Perdata).[15]

Selain berdasarkan ketentuan Pasal 1320 ke 1 KUH Perdata, syarat sepakat pada kontrak jual beli *e-commerce* juga ditemukan dalam ketentuan Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Berdasarkan hasil penelitian penulis, adapun ketentuan dalam Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang mengatur mengenai syarat kesepakatan dalam kontrak jual beli *e-commerce*, di antaranya : Pertama, Pasal 6 di mana berdasarkan ketentuan ini unsur

[15]Agus Yudha Hernoko, 2010, *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas Dalam Kontrak Komersial*, Jakarta: Kencana, hlm. 170-171.

kesepakatan yang dimaksudkan dalam kontrak jual beli *e-commerce* adalah apabila dalam proses penawaran, penjual atau *merchant* telah menampilkan produk barang dan/atau jasanya secara *online* untuk dapat menarik pembeli atau konsumen dengan memenuhi unsur-unsur sebagaimana disebutkan dalam pasal ini yaitu terhadap produk yang ditawarkan tersebut harus: dapat diakses, ditampilkan, dijamin keutuhannya, dan dapat dipertanggungjawabkan sehingga menerang-kan suatu keadaan.

Kedua, Pasal 8 di mana berdasarkan ketentuan ini, maka unsur kesepakatan yang dimaksudkan dalam kontrak jual beli *e-commerce* adalah berkenaan dengan waktu pengiriman pesan persetujuan pihak pembeli atau konsumen kepada pihak penjual atau *merchant*adalah apabila pembeli telah memenuhi prosedur pengiriman yang telah ditetapkan oleh pihak penjual atau *merchant*. Prosedur pengiriman dimaksud adalah pihak pembeli harus mengisi *form* berupa biodata pembeli secara lengkap, jujur, dan jelas kemudian mengirimkan pesan tersebut kepada penjual melalui alamat yang telah ditunjuk oleh penjual atau *merchant*. Hal ini bila dikaitkan dengan uraikan penulis dalam sub bab 3 dalam bab sebelumnya, bahwa proses sedemikian ini menandakan bahwa kontrak jual beli *e-commerce* antara pembeli dengan penjual atau *merchant* telah terjadi karena telah terjadi pula kesepakatan antara kedua pihak.

Ketiga, Pasal 10 di mana berdasarkan ketentuan ini, unsur kesepakatan dalam kontrak jual beli *e-commerce* akan terpenuhi apabila integritas dari pada pelaku usaha yaitu penjual atau *merchant* telah terjamin. Untuk mengukur integritas dari setiap penjual atau *merchat* menurut ketentuan ini dibentuklah suatu Lembaga Sertifikasi Keandalan. Menurut Penjelasan Pasal 10 ayat (1) Sertifi-kasi Keandalan dimaksudkan sebagai bukti bahwa pelaku usaha yang melakukan perdagangan secara elektronik layak berusaha setelah melalui penilaian dan audit dari badan yang berwenang. Bukti telah dilakukan Sertifikasi Keandalan ditunjukkan dengan adanya logo sertifikasi berupa *trust mark* pada laman *(home page)* pelaku usaha tersebut. Akan tetapi, ketentuan ini sesungguhnya juga tidak terlalu tegas dalam mengharuskan setiap penjual atau *merchant* untuk melakukan sertifikasi. Hal itu karena apabila dicermati dalam Pasal 10 ayat (1) terdapat kata "dapat". Kata dapat merupakan kata yang bermakna fakultatif, tidak imperatif. Artinya, setiap penjual atau *merchant* tidak wajib untuk disertifikasi dan tetap bebas untuk menjalan-kan kegiatan usahanya walaupun tanpa harus disertifikasi oleh Lembaga Sertifikasi Ke-

andalan. Untuk disertifikasi memerlukan itikad baik dan keinginan sendiri dari setiap penjual atau *merchant*. Dengan tidak diwajibkannya sertifikasi ini bagi penjual atau *merchant*, maka menurut hemat penulis menunjukkan ketidaktegasan pembentuk undang-undang terutama dalam rangka perlindungan bagi pembeli atau konsumen. Penjual atau *merchant* yang tidak melakukan sertifikasi dapat berpotensi menimbulkan informasi yang sesat bagi pembeli atau konsumen. Di sisi lain apabila pembeli atau konsumen tersebut percaya dengan produk yang ditawarkan oleh penjual dan melakukan proses pembayaran, akan tetapi di kemudian hari barang yang dipesan tersebut tidak pernah dikirim oleh penjual atau *merchant*, maka terhadap kontrak dengan pelaku usaha demikian dapat dimintakan pembatalan karena adanya unsur penipuan atau *bedrog* sebagaimana dirumuskan Pasal 1321 jo Pasal 1328 KUH Perdata.

Pasal 11 dan 12 di mana berdasarkan ketentuan tersebut, maka untuk keabsahan suatu kontrak jual beli *e-commerce* terutama untuk memenuhi unsur kesepakatan, maka kontrak tersebut haruslah ditandatangani. Namun, tanda tangan di sini tentunya berbeda dengan tanda tangan pada kontrak jual beli konvensional. Tanda tangan dalam kontrak jual beli *e-commerce* dilakukan dengan metode elektronik. Mengenai hal ini akan penulis uraikan secara khusus dalam pembahasan tersendiri nantinya.

Ketentuan-ketentuan tersebut di atas merupakan elemen yang harus dipenuhi di dalam suatu kontrak jual beli *e-commerce* agar memenuhi unsur kesepakatan.Terkait dengan uraian di atas pula, maka dapat dilihat bahwa untuk mengukur keabsahan suatu kontrak jual beli melalui *e-commerce* tidak hanya mengacu pada ketentuan dalam KUH Perdata saja, akan tetapi mengenai syarat sepakat ini juga telah diatur di dalam Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Hanya saja, beberapa ketentuan dalam Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana penulis uraikan sebelumnya belum cukup mampu mengakomodir secara tegas untuk memenuhi unsur kesepakatan yang memberikan perlindungan kepada pembeli selaku konsumen.

Memperhatikan uraian di atas, maka pemenuhan syarat kesepakatan para pihak dalam membuat kontrak jual beli dalam *e-commerce* dapat dipenuhi apabila memenuhi ketentuan di dalam KUH Perdata dan Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik, sehingga apabila kontrak tersebut telah memenuni kedua aturan tersebut, maka dari sudut pandang kesepakatan dianggap sah

dan dan mengikat para pihaknya. Di dalam unsur kesepakatan kontrak jual beli *e-commerce* maka ada 2 (dua) hal yang menurut penulis menarik untuk diperhatikan, yaitu mengenai itikad baik para pihak dan juga mengenai kesepakatan yang ditandai dengan tanda tangan elektronik.

Kedua, itikad baik para pihak menuju kesepakatan. Dalam ketentuan Pasal 5 huruf b dan Pasal 7 huruf a Undang-undang Perlindungan Konsumen ditentukan bahwa baik itu konsumen maupun pelaku usaha harus beritikad baik di dalam melaksanakan transaksi atau kegiatan usahanya. Ketentuan ini senada dengan ketentuan Pasal 17 ayat (2) Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik di mana ditentukan bahwa para pihak yang melakukan Transaksi Elektronik wajib beritikad baik dalam melakukan interaksi dan/atau pertukaran Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik selama transaksi berlangsung.

Memperhatikan kedua peraturan perundangan tersebut di atas, maka kaitannya dengan pemenuhan unsur sepakat dalam transaksi jual beli *e-commerce* adalah adanya itikad baik dari para pihak. Itikad baik ini tidak hanya dari penjual semata akan tetapi juga dari konsumen pembeli.

Ketiga, kesepakatan dengan menggunakan tanda tangan elektronik**.** Dalam transaksi jual beli *e-commerce* tidak jarang untuk menyatakan bahwa kontrak itu sama-sama telah disepakati oleh para pihak, maka harus memerlukan tanda tangan. Akan tetapi, tanda tangan di sini tidak bisa disamakan dengan tanda tangan sebagaimana kontrak jual beli konvensional. Hal itu karena di dalam kontrak jual beli konvensional kesepakatan para pihak dapat dituangkan ke dalam kertas dan para pihak dapat saling berhadapan. Namun, dalam transaksi jual beli *e-commerce* hal ini tidak akan terjadi. Para pihak hanya menuangkan kesepakatan di dalam kontrak yang dibuat melalui *e-mail*.

Oleh karenanya, instrumen tanda tangan yang digunakan adalah tanda tangan elektronik. Berdasarkan ketentuan Pasal 18 jo. Pasal 7 jo. Pasal 11 Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik, maka kekuatan pembuktian dokumen elektronik tersebut yang ditandatangani dengan *digital signature* sama dengan kekuatan pembuktian akta otentik yang dibuat oleh pejabat umum yang berwenang. Tanda tangan elektronik ini untuk menjamin kepastiannya harus dilaksanakan dengan teknik kriptografi.

Berdasarkan uraian di atas, untuk mencapai unsur sepakat dalam transaksi jual beli *e-commerce* para pihak dapat melakukan penandatanganan kontrak elektronik melalui tanda tangan yang dilakukan secara elektronik

di mana tanda tangan elektronik ini memiliki kekuatan pembuktian yang sama dengan akta otentik sebagaimana dirumuskan dalam Undang-undang Infomasi dan Transaksi Elektronik.

Keempat, syarat kecakapan para pihak. Pasal 1320 ke 2 KUH Perdata menyaratkan adanya syarat kecakapan para pihak untuk melakukan suatu perbuatan hukum di mana dalam hal ini adalah kemungkinan untuk melakukan perbuatan hukum secara mandiri yang mengikat diri sendiri tanpa dapat diganggu gugat. Kecakapan untuk melakukan perbuatan hukum pada umumnya diukur dari standar berupa: *persoon* (pribadi) diukur dari usia kedewasaan (*meerderjarig*) dan *rechtspersoon* (badan hukum) diukur dari aspek kewenangan (*bevoegheid*).

Kecakapan untuk melakukan perbuatan hukum bagi person pada umumnya diukur dari standar usia dewasa atau cukup umur (*bekwaamheid-meerderjarig*).[16] Namun demikian masih terdapat polemik mengenai kecakapan melakukan perbuatan hukum yang tampaknya mewarnai praktik lalu lintas hukum di masyarakatterkait dengan objek atau perbuatan hukum apa yang dimaksudkan dewasa. Pada satu sisi sebagian masyarakat masih menggunakan standar usia 21 (dua puluh satu) tahun sebagai titik tolak kedewasaan seseorang dengan landasan Pasal 1330 jo Pasal 330 KUH Perdata.

Terkait dengan penelitian ini di mana perbuatan hukum yang dimaksudkan adalah transaksi jual beli *e-commerce*, maka mengenai syarat kecakapan ini tidak diatur di dalam Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik seperti halnya pada syarat sepakat. Oleh karenanya, untuk mengukur syarat kecakapan para pihak dalam kontrak jual beli *e-commerce* sepenuhnya berdasarkan pada ketentuan atau sistematika di dalam KUH Perdata.

Memang karena objek yang diatur adalah berupa kontrak jual beli, maka usia dewasa para pihak sehingga dapat dikatakan cakap adalah tunduk pada sistematika KUH Perdata yaitu berumur 21 tahun. Akan tetapi, dalam kontrak jual beli *e-commerce* mensyaratkan syarat tertentu bagi pihak yang akan mengadakan kesepakatan, di mana hal tersebut bergantung pada situs penyedia layanan *e-commerce* (*webstore* atau toko maya). Berdasarkan hasil penelitian penulis, ada beberapa penjual atau*webstore* yang dalam transaksinya yang tidak perlu men-

[16]Perlu dicermati bahwa istilah cukup umur tidak sama dengan dewasa. Cukup umur dalam bahasa Belanda *meerderjarig* sedangkan dewasa *volwassen*. Dalam bahasa Inggris *meerderjarig* identik dengan *legal age* sedangkan *volwassen* dalam bahasan Inggrisnya *adult*. Baik itu dewasa, *volwassen*, dan *adult* sesungguhnyabukanlah pengertian hukum. Lihat Peter Mahmud Marzuki, 2009, *Penelitian Hukum, Cetakan Kelima*, Jakarta: Kencana Prenada Media, hlm. 68-69.

cantumkan umur konsumen pembeli karena dapat dimengerti bahwa nominal transaksi juga tidak begitu besar dan objek yang ditawarkan juga masih dapat dipertanggung-jawabkan. Hal itu dapat dilihat pada transaksi jual beli buku, misalnya dapat dilihat pada www.palasarionline.com di mana *webstore* tidak membatasi calon konsumen pembeli dari umur berapapun. Namun, sebagian besar dari pengamatan penulis juga ditemukan suatu syarat bagi konsumen pembeliuntuk melaku-kan transaksi haruslah telah berumur minimal 18 tahun.

Syarat ini dapat ditemukan pada saat konsumen pembelimengisi *form* pendaftaran yang berisi mengenai data diri dari konsumen pembeli, di mana terdapat suatu kolom yang berisi mengenai tanggal lahir, serta adanya suatu *box* yang harus di *check* (√) yang menyatakan bahwa konsumen pembelitelah berusia 18 tahun. Sehingga, kecakapan kon-sumen pembelidapat terlihat pada saat ia melakukan pengisian *form*. Sebagai contoh dapat ditemukan dalam salah satu bagian *Your User Aggrement* eBay dalam *http://www.ebay.com* di mana disebutkan: "*use the Sites if you are not able to form legally binding contracts, are under the age of 18, or are temporarily or indefinitely suspended from our Sites*".

Dari kenyataan di atas, dapat diartikan bahwa seseorang yang berusia di bawah 18 tahun, hanya boleh menggunakan eBay.com dengan keterlibatan orang tua atau wali. Hal ini menunjukan bahwa untuk dapat bertransaksi dengan layanan Amazon maka seseorang haruslah berusia 18 tahun ke atas, jika berusia di bawah 18 tahun haruslah diwakilkan kepada orang tua atau walinya.Hal tersebutmemang tentu saja berbeda dengan apa yang diharapkan atau diatur dalam KUH Perdata yang mensyaratkan seorang pembeli atau konsumen seyogyanya telah genap berusia 21 tahun. Akan tetapi, walaupun syarat kecakapan ini sulit untuk dipenuhi tertutama dari sisi pembeli atau konsumen, pada kenyataannyakontrak jual beli *e-commerce* tetap dapat terjadi atau berlaku meskipun sebagai konsekuensinya terhadap pemenuhan syarat iniakan sulit untuk dibuktikan. Pembuktiannya hanya sebatas yaitu dengan kembali melihat adanya kepercayaan antar parapihak mengenai apa yang dinyatakan dalam proses transaksi.

- **Keabsahan transaksi jual beli *e-commerce* ditinjau dari syarat objektif Pasal 1320 KUH Perdata**

Untuk mengukur keabsahan suatu kontrak atau dalam hal ini kontrak jual beli *e-commerce* tidak cukup hanya berdasarkan

pada aspek subjektif saja, yaitu pada elemen kesepakatan dan kecakapan para pihak. Perlu dipenuhi syarat objektif keabsahan perjanjian pada umumnya. Syarat objektif ini lebih memberikan konsekuensi yuridis di mana apabila syarat ini tidak terpenuhi, maka kontrak yang dibuat akan batal demi hukum(*nietig*). Dalam sub bab ini penulis akan menguraikan syarat objektif yang harus dipenuhi dalam kontrak jual beli *e-commerce* yaitu syarat suatu hal tertentu dan suatu sebab yang halal sebagaimanadirumuskan dalam Pasal 1320 KUH Perdata.Sama halnya dengan uraian dalam sub bab sebelumnya, untuk pemenuhan unsur objektif kontrak jual beli *e-commerce* dalam penelitian ini akan diungkap bahwa di dalam Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik juga ada ketentuan yang mengatur mengenai syarat objektif dari pada kontrak jual beli *e-commerce*.

Pertama, syarat suatu hal tertentu. Adapun yang menjadi syarat suatu hal tertentu sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1320 ke 3 KUH Perdata adalah prestasi yang menjadi pokok kontrak yang bersangkutan. Hal ini untuk memastikan sifat dan luasnya pernyataan-pernyataan yang menjadi kewajiban para pihak. Pernyataan-pernyataan yang tidak dapat ditentukan sifat dan luas kewajiban para pihak adalah tidak mengikat (batal demi hukum). Lebih lanjut mengenai hal tertentu ini dapat dirujuk dari substansi Pasal 1332, 1333, dan 1334 KUH Perdata.

Memperhatikan rumusan ketentuan tersebut, untuk dapat menyatakan sahnya suatu kontrak jual beli *e-commerce*, maka pihak penjual atau *merchant* harus memenuhi ketentuan dimaksud. Adapun maksud dari frase "menyediakan informasi yang lengkap dan benar" oleh Penjelasan Pasal 9 tersebut meliputi: Pertama, informasi yang memuat identitas serta status subjek hukum dan kompetensinya, baik sebagai produsen, pemasok, penyelenggara maupun perantara; kedua, informasi lain yang menjelaskan hal tertentu yang menjadi syarat sahnya perjanjian serta menjelaskan barang dan/atau jasa yang ditawarkan, seperti nama, alamat, dan deskripsi barang/jasa.

Berdasar uraian di atas, maka di dalam kontrak jual beli *e-commerce* juga ada suatu hal tertentu yang menjadi objek dalam perjanjian atau kontrak *e-commerce* tersebut sebagaimana yang disyaratkan dalam Pasal 1320 ke 3 KUH Perdata jo Pasal 9 Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Kedua, syarat suatu sebab yang halal. Syarat sebab yang halal dalam mengukur validitas suatu kontrak diatur dalam Pasal 1320 ke 4 KUH Perdata. Berdasarkan penelitian penulis, terkait dengan syarat sebab yang halal dalam kontrak jual beli *e-*

commerce, maka syarat ini tidak ditemukan di dalam Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Oleh karena itu, apabila mengintegrasikan syarat sahnya perjanjian dalam Pasal 1320 KUH Perdata, maka di dalam Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik hanya mengatur syarat sepakat dan suatu hal tertentu saja. Dengan demikian, terkait dengan syarat sebab yang halal dalam sub bab ini sepenuhnya akan mengacu pada ketentuan atau sistematika dalam KUH Perdata.

Pengertian sebab yang halal sebagaimana dimaksud dalam ketentuan Pasal 1320 ke 4 KUH perdata harus dihubungkan dengan konteks Pasal 1335 dan 1337 KUH Perdata. Berdasarkan kedua ketentuan tersebut, suatu kontrak tidak mempunyai kekuatan hukum yang mengikat (batal) apabila kontrak tersebut: tidak mempunyai sebab, sebabnya palsu, sebabnya bertentangan dengan undang-undang, sebabnya bertentangan dengan kesusilaan, dan sebabnya bertentangan dengan ketertiban umum.[17]

Terkait dengan pemenuhan syarat sebab yang halal pada kontrak jual beli *e-commerce*, maka menjadi suatu bukti bahwa kontrak tersebut tidaklah berbeda dengan kontrak atau perjanjian pada umumnya. Penafsiran sebab yang halal kiranya tetap mendasarkan pada rumusan Pasal 1335 jo. Pasal 1337 KUH Perdata.

Memperhatikan keseluruhan uraian mengenai pemenuhan syarat subjektif dan objektif dari transaksi jual beli *e-commerce*, maka untuk menjamin kepastian hukum di dalam kontrak jual beli *e-commerce* ini, seluruh syarat harus dipenuhi (kesepakatan, kecakapan, hal tertentu, dan sebab atau kausa yang halal). Syarat sahnya kontrak ini bersifat komulatif, artinya seluruh persyaratan tersebut harus dipenuhi, tidak dipenuhinya salah satu atau lebih syarat dimaksud akan menyebabkan kontrak tersebut akan diganggu keberadaannya, dibatalkan (*viernietigbaar*) karena tidak memenuhi syarat subjektif maupun batal demi hukum (*nietig*) karena tidak memenuhi syarat objektif.

Berdasarkan hasil analisa penulis pula di mana terdapat 2 (dua) peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai keabsahan transaksi jual beli *e-commerce* ini, maka untuk menghindari terjadi konflik antara aturan perundang-undanganyang mengatur tentang keabsahantransaksi jual beli *e-commerce* tersebut, perlu ditinjau asas-asas dari berlakunya suatu peraturan perundang-undangan sebagai berikut:[18] a) *lex specialis*

[17]J. Satrio, 1992, *Hukum Perjanjian*, Bandung: Citra Aditya Bakti, hlm. 321-353.

[18]Lihat SudiknoMertokusumo, 2003, *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*, Yogyakarta: Liberty, hlm. 92-94.

derogat lex generalis, yakni bahwa ketentuan hukum yang lebih khusus mengalahkan ketentuan hukum yang bersifat umum; b) *lex superior derogat lex inferiori*, yaitu bahwa ketentuan hukum yang lebih tinggi akan melumpuhkan ketentuan hukum yang lebih rendah; dan c) *lex posteriori derogat legi priori*, yakni bahwa ketentuan hukum yang baru mengalahkan ketentuan hukum sebelumnya.

Terkait konteks keabsahan transaksi jual beli *e-commerce* dalam penelitian ini, akan didapat bahwa berlakunya asas *lex specialis derogat lex generalis* di mana sebagai *lex genaralis*-nya adalah KUH Perdata, kemudian sebagai *lex specialis*-nya adalah Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik harus mengatur secara lengkap dan komprehensif untuk mengakomodir keabsahan transaksi jual beli *e-commerce* sebagai pengejawantahan Pasal 1320 KUH Perdata yang merupakan ketentuan umum. Hal ini diperlukan agar dapat memberikan kepastian hukum bagi transaksi jual beli *e-commerce*.

Karena di dalam Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik saat ini hanya mengakomodir 2 (dua) syarat dari 4 (empat) syarat yaitu syarat "kesepakatan para pihak" dan syarat "suatu hal tertentu", maka dalam rangka mengukur keabsahan transaksi jual beli *e-commerce* tersebut secara lengkap, tetap dapat mengacu kepada ketentuan yang bersifat umum atau *lex generalis* yaitu KUH Perdata untuk memenuhi syarat yang belum diakomodir oleh Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik yaitu pada syarat "kecakapan para pihak" dan syarat "suatu sebab yang halal". Ke depannya diperlukan Undang-undang yang mempu mengakomodir keempat syarat sahnya transaksi jual beli *e-commerce* ini secara konkrit.

PENUTUP

Pada prinsipnya, transaksi jual beli *e-commerce* sesungguhnya merupakan suatu model kontrak yang sama dengan kontrak jual beli konvensional yang dilakukan dalam masyarakat Indonesia. Letak perbedaan utamanya adalah hanya pada media yang digunakan. Pada transaksi jual beli *e-commerce*, media yang digunakan adalah media elektronik atau internet. Adanya Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik memberikan kepastian hukum bagi pelaksanaan transaksi jual beli *e-commerce*.

Penawaran dan penerimaan *online* adalah tahapan pra kontrak dalam transaksi jual beli *e-commerce*. Dalam proses ini itikad baik para pihak (penjual/*merchant* dan konsumen pembeli) harus diutamakan. Itikad

baik para pihak dirumuskan dalam Undang-undang Informasi dan Transaksi Elekronik dan Undang-undang Perlindungan Konsumen

Momentum terjadinya kontrak jual beli *e-commerce* tidak bisa dilepaskan dari adanya tahapan pra kontrak. Hal ini menunjukkan bahwa momentum terjadinya kontrak jual beli *e-commerce* lebih dekat pada teori penerimaan (*ontvangstheorie*).

Diharapkan Undang-undang Informasi dan Transaksi Elekronik segera direvisi.Perlu dirumuskan syarat kecakapan dan suatu sebab yang halal pada kontrak jual beli *e-commerce*. Terkait dengan syarat kecakapan, di mana batas umur kedewasaan adalah 18 tahun. Oleh karenanya, ketika hendak menyusun aturan khususnya yang berkaitan dengan dunia maya hendaknya memperhatikan hal tersebut agar dapat memberikan kepastian hukum mengenai kecakapan seseorang.

DAFTAR PUSTAKA

Asnawi, Haris Faulidi. 2004, *Transaksi Bisnis E-Commerce: Perspektif Islam*, Yogyakarta: Magistra Insania Press

Badrulzaman, Mariam Darus. 1996, *KUH Perdata Buku III: Hukum Perikatan Dengan Penjelasan*, Bandung: Alumni

Bainbridge, David. 1996, *Introduction to Computer Law, 3 nd Edition*, London: Pitman Publishing

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

Barkatullah, Abdul Halim dan Syahrida. 2010, *Sengketa Transaksi E-Commerce Internasional: Pengertian, Sebab Kemunculan, dan Metode Penyelesaian yang Efektif*, *Cetakan I*, Bandung: Nusa Media bekerjasama dengan FH Unlam Press Banjarmasin

Burton, Steven J. & Eric G. Andersen, 1995, *Contractual Goodfaith (Formulation, Performance, Breach, Enforcement)*, Kanada: Little Brown and Company

Chissick, Michael dan Alistair Kelman, 2002. *Electronic Commerce: Law and Practice*, London: Sweet & Maxwell Limited

Dimyati, Khudzaifah dan Kelik Wardiono, ed. *Problem Globalisasi: Perspektif Sosiologi Hukum Ekonomi dan Agama*. Surakarta: Muhammadiyah University Press

Fuady, Munir. 2005. *Pengantar Hukum Bisnis: Menata Bisnis Modern di Era Global*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti

HS, H. Salim. 2010, *Perkembangan Teori Dalam Ilmu Hukum*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada

Harahap, M. Yahya. 1986, *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, Bandung: Alumni

Hernoko, Agus Yudha. 2010. *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas Dalam Kontrak Komersial*. Jakarta: Kencana