

PENERAPAN KLAUSULA BAKU DALAM MELINDUNGI KONSUMEN PADA PERJANJIAN JUAL BELI MELALUI E-COMMERCE

Agus Saiful Abib, Doddy Kridasaksana, A. Heru Nuswanto.

Abstrak

Klausula baku memiliki fungsi mempermudah serta mempercepat transaksi yang dilakukan penjual dan pembeli baik secara konvensional maupun e-commerce. Dalam pelaksanaan transaksi yang menggunakan klausula baku penjual harus tetap memperhatikan hal-hal yang diperbolehkan undang-undang guna tetap memberikan perlindungan terhadap konsumen sebagaimana ketentuan Pasal 18 UUPK. Secara umum apabila terdapat perselisihan antara produsen dengan konsumen dapat diselesaikan dengan menggunakan jalur pengadilan/litigasi maupun diluar pengadilan/non litigasi. Penyelesaian sengketa produsen dengan konsumen diluar pengadilan dapat dilakukan secara mediasi, konsiliasi maupun arbitrase. Pemerintah Indonesia melalui Pasal 44 dan 49 UUPK telah membentuk LPKSM dan BPSK guna menyelesaikan sengketa produsen dengan konsumen, akan tetapi keberadaan LPKSM dan BPSK belum mampu memberikan perlindungan terhadap konsumen hingga ke pengadilan.

Kata kunci : klausula baku, perlindungan konsumen, jual beli e-commerce

Abstract

Standard clause has functions simplify and accelerate transactions conducted sellers and buyers both conventional and e-commerce. In the execution of transactions using standard clause sellers must consider things allowed by law in order to continue to provide protection to consumers as the provisions of Article 18 of BFL. In general, if there is a dispute between producers and consumers can be solved by using the courts / litigation and out of court / non-litigation. Producers and consumer dispute resolution outside the court can be done in mediation, conciliation or arbitration. The Government of Indonesia through the Article 44 and 49 of BFL has formed LPKSM and BPSK to resolve disputes with manufacturers of consumer, but the existence of LPKSM and BPSK not been able to provide consumer protection to the court.

Keywords: standard clause, consumer protection, e-commerce purchase

PENDAHULUAN

Sistem jual beli menggunakan media online tidak dapat dilepaskan dari aspek hukum perjanjian yang mensyaratkan adanya kesepakatan diantara pihak penjual dengan pembeli. Perjanjian merupakan perbuatan hukum ganda, dimana satu pihak atau lebih saling mengikatkan diri terhadap satu pihak atau lebih lainnya mengenai sesuatu hal, dianggap sah kalau memenuhi syarat-syarat sebagaimana diatur pasal 1320

BW (Kitab Undang-Undang Hukum Perdata).¹

Pada dasarnya para pihak baik penjual dan pembeli bebas menentukan perjanjian jenis, isi maupun bentuk perjanjian. Adanya kebebasan dalam memuat perjanjian yang dilakukan penjual dengan pembeli, dalam praktik sering timbul perjanjian yang

¹ Aloysius R. Entah, *Klausula Eksonerasi Dalam Perjanjian Baku Pengangkutan Darat*, Surya Pena Gemilang, Malang, 2007, halaman. 1.

mengandung syarat isinya membatasi tanggung jawab, menghapus tanggung jawab, membebaskan tanggung jawab, mengurangi tanggung jawab dan meringankan tanggungjawab salah satu pihak.

Keberadaan klausula baku sebagai media untuk mempermudah transaksi jual beli yang dilakukan antara produsen dengan konsumen ternyata disalah gunakan produsen dengan memberikan persyaratan yang sangat merugikan bagi konsumen antara lain dalam perjanjian kredit perbankan, perjanjian asuransi, perjanjian penitipan barang, maupun perjanjian jula beli melalui *e-commerce*. Salah satu bunyi klausula baku adalah “barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan, barang rusak/hilang bukan menjadi tanggung jawab kami”.

Penerapan klausula baku yang dilakukan oleh pihak penjual yang memiliki kedudukan lebih kuat terhadap pihak pembeli yang memiliki kedudukan lemah dapat memberikan dampak kerugian yang sangat besar terhadap pihak pembeli yaitu pihak pembeli tidak dapat secara leluasa melakukan penawaran terhadap barang yang akan dibelinya, sehingga keadaan tersebut dapat disebut sebagai penyalahgunaan keadaan.

Menurut Samson yang dikutip Huala Adolf pemanfaatan teknologi informasi dalam bidang perniagaan dipandang memiliki keunggulan dan kemudahan dibandingkan dengan sistem konvensional. Adapun keunggulan dan kemudahan dalam penggunaan *e-commerce* antara lain:

1. Transaksi dagang menjadi lebih efektif dan efisien;
2. Transaksi dagang menjadi lebih efisien, produktif dan bersaing;

3. Lebih memberi kecepatan kepada konsumen;
4. Mengurangi biaya administrasi;
5. Memperkecil masalah-masalah sebagai akibat perbedaan budaya, bahasa dan praktik perdagangan;
6. Meningkatkan pendistribusian logistik;
7. Memungkinkan perusahaan-perusahaan kecil untuk menjual produknya secara global.²

Dibalik banyaknya keunggulan dan kemudahan yang diberikan *e-commerce* yang begitu tampak, bukan berarti *e-commerce* tidak memiliki kelemahan atau problematika. Salah satu bentuk dari pada problematika dari penerapan jual beli pada *e-commerce* adalah telah ditetapkannya syarat-syarat baku/klausula baku oleh pelaku usaha kepada konsumen, sehingga konsumen tidak dapat berbuat apapun kecuali menerima/menolak klausula baku yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha dalam jual beli yang mereka kehendaki khususnya perjanjian jual beli melalui *e-commerce*.

Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, ketentuan mengenai klausula baku ini diatur pada bab V tentang ketentuan pencantuman klausul baku yang hanya terdiri dari satu pasal yaitu Pasal 18 UU No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Pasal 18 UUPK secara prinsip mengatur dua macam larangan yang diberlakukan bagi para pelaku usaha yang membuat perjanjian baku atau klausula baku. Pada Pasal 18 ayat (1) mengatur larangan pencantuman klausula baku, sedangkan Pasal 18 ayat (2) mengatur bentuk dan format serta penulisan klausula baku yang dilarang.

² Huala Adolf, *Hukum Perdagangan Internasional*, Rajawali Pers, Jakarta, 2005, halaman.163.

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka dalam pengajuan proposal penelitian ini penulis mengambil judul Penerapan Klausula Baku Dalam Melindungi Konsumen Pada Perjanjian Jual Beli Melalui E-commerce.

Berdasarkan uraian latar belakang yang dikemukakan di atas, maka penulis mengambil beberapa permasalahan yang sesuai dengan penulisan ini, adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana aspek perlindungan hukum bagi konsumen pada klausula baku dalam perjanjian jual beli melalui *e-commerce*?
2. Apa saja kendala yang dihadapi dalam melindungi konsumen pada perjanjian jual beli melalui *e-commerce*?
3. Apa solusi yang diberikan guna memberikan nilai-nilai keadilan terhadap konsumen dalam klausula baku pada transaksi jual beli melalui *e-commerce*?

Pada transaksi jual beli melalui *e-commerce* sering kita jumpai pembeli yang merasa ditipu oleh toko online, karena barang yang diterima tidak sesuai pada gambar yang dimuat pada toko online. Keadaan yang demikian membuat konsumen merasa sangat dirugikan apabila barang yang dibeli tidak dapat dikembalikan karena ada klausula yang menyatakan “barang yang telah dibeli tidak dapat dikembalikan”. Seharusnya penjual memberikan garansi bahwa barang yang akan diterimanya sesuai dengan yang dikehendaki dan apabila tidak sesuai dapat dikembalikan. Dengan dasar tersebut penjual telah memberikan kepastian hukum sekaligus perlindungan hukum terhadap konsumen.

Adapun yang dimaksud dengan Perlindungan Konsumen menurut UUPK Pasal 1 angka 1 adalah “segala upaya

yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”

Hak dan kewajiban merupakan aspek hukum yang timbul dari adanya hubungan hukum dalam satu transaksi. Khusus untuk hak-hak konsumen sebelumnya sudah diakui secara universal sejak pergerakan konsumen dimulai pada era 60-an. Adalah Jhon F Kennedy yang membagi menjadi 4 (empat) hak dasar konsumen, yaitu:³

- a. Hak untuk mendapatkan keamanan (*the right to be safety*);
- b. Hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*);
- c. Hak untuk memilih (*the right to be choose*);
- d. Hak untuk didengar (*the right to be heard*).

Perkembangan organisasi-organisasi konsumen yang tergabung dalam *The International Organization of Consumers Union (IOCU)*⁴ menambahkan empat hak dasar tersebut dengan hak mendapatkan pendidikan konsumen (*the right to consumer education*), hak mendapatkan ganti kerugian (*the right to redress*), dan hak mendapat lingkungan yang baik dan sehat (*the right to a healthy environment*).

Dalam hukum positif di Indonesia, hak-hak konsumen juga diakomodir seperti tercantum pada Pasal 4 UUPK yaitu:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;

³ Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, Rajawali Pers, Jakarta, halaman. 331.

⁴ Edmon Makarim, *ibid* halaman. 331.

- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Peningkatan kesadaran konsumen akan hak-haknya menjadi penting di era perdagangan bebas saat ini apabila terkait dengan perubahan pola komunikasi yang memungkinkan para pihak untuk melakukan transaksi tanpa saling bertatap muka. Namun, perlu dicermati juga bahwa hukum perlindungan konsumen harus menciptakan keadilan bagi konsumen maupun produsen dan tidak hanya membebani produsen dengan tanggung jawab, tetapi juga melindungi hak-haknya untuk melakukan usaha dengan jujur.⁵

Klausula baku pada praktiknya sering sekali kita temukan dalam berbagai kegiatan jual beli baik barang maupun jasa diantaranya adalah jual beli barang/jasa melalui e-commerce yang membatasi tanggung jawab pelaku usaha

untuk tidak mau menerima barang yang telah dibeli konsumen, klausula baku pada perjanjian jasa parkir yang membatasi tanggung jawab pengelola parkir untuk tidak bertanggung jawab atas kerusakan/kehilangan barang yang menjadi tanggung jawabnya. Adanya pembatasan tanggung jawab pelaku usaha dirasakan sangat merugikan pihak konsumen bila terjadi kerusakan pada barang yang dibelinya serta kerugian pengguna jasa bila terjadi kerusakan/kehilangan pada barang yang dititipkannya.

Perjanjian baku dialihbahasakan dari istilah yang dikenal dalam bahasa Belanda yaitu "*standard contract*" atau "*standard voorwaarden*". Di luar negeri belum terdapat keseragaman mengenai istilah yang dipergunakan untuk perjanjian baku. Kepustakaan Jerman mempergunakan istilah "*Allgemeine Geschäfts Bedingung*". Hukum di Inggris menyebut "*Standard Contract*" beliau mencoba menerjemahkannya dengan istilah "perjanjian baku" baku berarti patokan, ukuran, acuan.⁶

Klausula baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen.

Pada dasarnya konsumen dapat melakukan upaya hukum terhadap klausula baku yang telah ditetapkan pelaku usaha dengan mengajukan gugatan ke pengadilan, hal ini dimungkinkan untuk memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen

⁵ Edmon Makarim, *ibid*, halaman. 333.

⁶ Mariam Darus Badruzaman, *Aneka Hukum Bisnis*, Alumni, Bandung, 1994, Halaman. 46.

yang merasa dirugikan akibat adanya klausula baku yang membatasi tanggung jawab pelaku usaha.

Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli baik menggunakan media konvensional maupun e-commerce di Indonesia belum berjalan dengan baik. Keberadaan konsumen pada kondisi yang lemah merupakan indikasi bahwa ada ketentuan-ketentuan UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen belum berjalan secara maksimal, hal ini diakibatkan oleh kurang sadarnya konsumen terhadap hak-haknya yang disebabkan karena rendahnya faktor pendidikan konsumen. Keadaan tersebut membuat konsumen berbuat pasrah akan keadaannya yang dirugikan akibat adanya klausula baku, padahal disatu sisi telah ada lembaga yang menangani perlindungan konsumen yaitu Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI).

Disamping kesadaran akan hak-hak konsumen yang relatif rendah faktor lain akan kendala yang dihadapi dalam melindungi konsumen adalah pelaku usaha hanya mengejar keuntungan besar semata tanpa melihat aspek perlindungan hukum terhadap konsumen. Selain itu *black market* masih menjadi pilihan utama konsumen yang dirasa lebih menguntungkan dengan harga lebih murah dan merek yang terkenal. Sesungguhnya pembelian barang di *black market* sangat merugikan pihak konsumen, hal itu dikarenakan tidak ada garansi keamanan, keaslian dan kualitas terhadap produk-produk yang dibeli. Peredaran produk di *black market* sampai saat ini mudah sekali kita dapatkan diberbagai pasar baik dijual secara terbuka maupun tersembunyi.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui aspek perlindungan hukum bagi konsumen pada klausula baku dalam perjanjian jual beli melalui *e-commerce*.
2. Untuk mengetahui hambatan-hambatan yang dihadapi guna melindungi konsumen pada perjanjian jual beli melalui *e-commerce*.
3. Untuk memberikan solusi terhadap produsen dan konsumen dalam pembuatan klausula bakupada jual beli melalui *e-commerce*.

Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Memberikan sumbangan pemikiran di bidang hukum perdata terutama mengenai klausula baku dalam perjanjian jual beli melalui *e-commerce*.
2. Menambah literatur yang dapat dijadikan sebagai data dan referensi bagi penelitian selanjutnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian metode pendekatan yang digunakan adalah metode yuridis normatif. spesifikasi penelitian dilakukan secara deskriptif analitis sedangkan sumber data utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui studi kepustakaan. Analisis data dilakukan berdasarkan teknik analisis data secara kualitatif normatif.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Aspek Perlindungan Konsumen Pada Klausula Baku Dalam Transaksi Jual Beli Melalui E-Commerce

Transaksi jual beli barang/jasa yang dilakukan masyarakat sebelum berkembangnya teknologi mengharuskan para pihak baik penjual maupun pembeli saling bertemu dan bertatap muka guna melakukan transaksi jual beli barang/jasa. Perkembangan jaman serta teknologi membuat pergeseran dalam ranah kehidupan masyarakat, dimana transaksi jual beli barang/jasa tidak lagi mewajibkan para pihak untuk saling bertatap muka, namun cukup duduk di depan layar komputer, laptop maupun smartphone dan memilih produk barang/jasa yang dikehendaki. Menurut Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut UUTE) menyebutkan “transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer dan/atau media elektronik lainnya.

Aspek-aspek perlindungan konsumen di dunia nyata di banyak Negara yang telah berusaha menyediakan beragam undang-undang dan institusi kepada warga negaranya secara penuh tidaklah sulit untuk dikenali. Praktik umum dan instrumen peraturan yang tersedia di setiap negara dapat dikelompokkan dan dibahas dalam bidang yang luas. Pedoman pelaksanaan PBB untuk perlindungan konsumen telah mengelompokkan bidang-bidang yang memberikan perhatian pada perlindungan konsumen yang diharapkan untuk diperhatikan oleh Negara-negara anggotanya, dalam enam kelompok sebagai berikut :

- a. perlindungan konsumen dari bahaya untuk kesehatan dan keselamatan
- b. kemajuan dan perlindungan kepentingan ekonomi konsumen
- c. akses konsumen pada informasi yang memadai yang memungkinkan mereka untuk melakukan pilihan yang diketahuinya sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya
- d. pendidikan konsumen;
- e. tersedianya ganti rugi konsumen yang efektif
- f. kebebasan untuk membentuk kelompok konsumen dan kelompok lain yang relevan atau organisasi dan kesempatan dari organisasi semacam itu untuk mengemukakan pandangannya dalam proses pengambilan keputusan yang memberikan pengaruh kepada mereka⁷

Dalam pembuatan klausula baku pada transaksi e-commerce, pelaku usaha diwajibkan mengikuti prosedur yang telah ditentukan dalam peraturan perundang-undangan yaitu UUPK. Sebagaimana ketentuan Pasal 48 ayat (2) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 82 tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut PP PSTE) menyebutkan “kontrak elektronik yang dibuat dengan klausula baku harus sesuai dengan ketentuan mengenai klausula baku sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan”. Dengan adanya ketentuan tersebut, semestinya pihak penjual memperhatikan hak-hak konsumen selaku pihak yang menggunakan produk barang dan/atau jasa yang dijual sehingga terjadi keseimbangan antara pihak penjual dengan pembeli dan penjual tidak hanya mengejar

⁷ Endeshaw Assafa, *Hukum E-Commerce dan Internet Dengan Fokus di Asia Pasifik*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2007, Halaman 403-404

keuntungan semata, namun penjual juga memperhatikan hak-hak yang dimiliki pembeli. Presiden Amerika Serikat J.F. Kennedy di depan kongres pada tanggal 15 Maret 1962 yaitu terdiri atas :

- a. hak memperoleh keamanan
- b. hak memilih
- c. hak mendapat informasi
- d. hak untuk didengar.⁸

Hak-hak konsumen yang disampaikan Presiden Amerika Serikat J.F. Kennedy telah diakomodir dan ditambah oleh pembentuk undang-undang khususnya Pasal 4 UUPK yang menyebutkan :

- a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan per-

janjian atau tidak sebagaimana mestinya;

- i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Perlindungan konsumen dalam UUPK tidak hanya memberikan hak-hak konsumen semata, akan tetapi produsen juga diberikan kewajiban untuk memberikan hak kepada konsumen berupa pemberian ganti rugi sebagaimana ketentuan Pasal 7 huruf (g) UUPK yaitu pemberian kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Keberadaan pembeli dalam transaksi e-commerce hanya bersifat pasif dan diberikan kebebasan untuk memilih ya atau tidak “take it or leave it”. Pasal 1 angka 10 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Pelindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK) menyatakan klausula baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang bersifat mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen.

Eksistensi klausula baku di dunia internasional hingga saat ini menuai pro dan kontra dari berbagai ahli hukum perdata, ajaran penaklukan kemauan (*wilsonderwerping*) dari Zeylemaker, ia berpendapat bahwa:

“orang mau, karena orang merasa takluk kepada suatu pengaturan yang aman, disusun secara adil dan tidak sepihak, atau karena orang tidak dapat berbuat

⁸ Ahmadi Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Rajagrafindo Persada, 2004, halaman 38-39.

lain dari pada takluk, tetapi orang mau dan orang tahu bahwa orang mau”.⁹

Pendapat lain datang dari ahli hukum perdata Indonesia Mariam Darusbadruzaman yang menyatakan bahwa perjanjian baku bukanlah perjanjian karena bertentangan dengan ketentuan pasal 1320 KUHPerdara yang mengatakan bahwa :

“Perjanjian baku, bukan perjanjian sebab kedudukan penguasa di dalam perjanjian itu adalah seperti pembentuk undang-undang swasta (*legio particuliere wetgever*). Syarat-syarat yang ditentukan pengusaha dalam perjanjian itu adalah undang-undang dan bukan perjanjian”.¹⁰

Klausula baku yang saat ini sudah menjadi kebutuhan dalam dunia bisnis dan telah diterima oleh masyarakat luas sebagai bentuk perjanjian yang bermanfaat bagi penjual dan pembeli guna memberikan kemudahan bagi kedua belah pihak. Untuk melindungi konsumen selaku pihak yang rentan terhadap ketidakadilan dalam klausula baku.

Pasal 18 UUPK menyebutkan :

(1) Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat dan/atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila;

- a. menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha
- b. menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak menyerahkan kembali barang yang dibeli konsumen
- c. menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali

⁹ Salim HS, *Perkembangan Hukum Kontrak Innominat di Indonesia*, Jakarta, Sinar Grafika, Halaman 115

¹⁰ Mariam Darusbadruzaman, *Perjanjian Baku, Perkembangannya di Indonesia*, Bandung, Alumi, Halaman 14

uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen

- d. menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melakukan segala tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran
- e. mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli konsumen
- f. memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi objek jual beli jasa
- g. menyatakan tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, lanjutan dan/atau perubahan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang dibelinya
- h. menyatakan bahwa konsumen memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai atau hak jaminan terhadap barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran.

(2) Pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas atau yang mengungkapkannya sulit dimengerti.

(3) setiap klausula baku yang telah ditetapkan pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian yang memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) dinyatakan batal demi hukum.

(4) Pelaku usaha wajib menyesuaikan klausula baku yang bertentangan dengan undang-undang.

Menurut Joseph Luhukay (Presiden Director, Capital Market Society) sebagaimana dikutip oleh majalah Infokomputer edisi Oktober 1999, keuntungan bagi pedagang (*merchant*) antara lain :

1. Dapat digunakan sebagai lahan untuk menciptakan pendapatan (*revenue-generation*) yang sulit atau tidak dapat diperoleh melalui cara konvensional, seperti memasarkan langsung produk atau jasa; menjual informasi, iklan (*baner*), membuka *cybermall*, dan sebagainya;
2. Menurunkan biaya operasional. Berhubungan langsung dengan pelanggan melalui internet dapat menghemat kertas dan biaya telepon, tidak perlu menyiapkan tempat ruang pameran (*outlet*), staf operasional yang banyak, gudang yang besar dan sebagainya;
3. Memperpendek *product cycle* dan *management supplier*. Perusahaan dapat memesan bahan baku atau produk supplier langsung ketika ada pemesanan sehingga perputaran barang lebih cepat dan tidak perlu gudang besar untuk menyimpan produk – produk tersebut;
4. Melebarkan jangkauan (*global reach*). Pelanggan dapat menghubungi perusahaan/penjual dari manapun di seluruh dunia;
5. Waktu operasi tidak terbatas. Bisnis melalui internet dapat dilakukan selama 24 jam per hari, 7 hari per minggu;
6. Pelayanan ke pelanggan lebih baik. Melalui internet pelanggan bisa menyampaikan kebutuhan maupun keluhan secara langsung sehingga perusahaan dapat meningkatkan pelayanannya.

Sedangkan keuntungan bagi pembeli antara lain :

1. *Home Shopping*. Pembeli dapat melakukan transaksi dari rumah sehingga dapat menghemat waktu, menghindari kemacetan, dan menjangkau toko – toko yang jauh dari lokasi;
2. Mudah melakukan. Tidak perlu pelatihan khusus untuk bisa belanja atau melakukan transaksi melalui internet;
3. Pembeli memiliki pilihan yang sangat luas dan dapat membandingkan produk maupun jasa yang ingin dibelinya;
4. Tidak dibatasi waktu. Pembeli dapat melakukan transaksi kapan saja selama 24 jam per hari, 7 hari per minggu;
5. Pembeli dapat mencari produk yang tidak tersedia atau sulit diperoleh di *outlet – outlet*/pasar tradisional.¹¹

Kontrak elektronik menurut pasal 1 angka 17 Undang-Undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menyebutkan kontrak elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik. Kontrak elektronik dalam Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik mengatur syarat sahnya perjanjian, hal ini merupakan bentuk pengaturan khusus (*lex specialis*) terhadap kontrak yang dilakukan oleh para pihak menggunakan media elektronik sebagaimana diatur Pasal 47 ayat (2) PP PSTE menyebutkan:

Kontrak elektronik dianggap sah apabila:

- a. terdapat kesepakatan para pihak
- b. dilakukan oleh subjek hukum yang

¹¹ Dikdik M. Arief Mansur dan Elisatris Gultom, 2005, *Cyber Law (Aspek Hukum Teknologi Informasi)*, Bandung, Refika Aditama, Halaman.150

- cakap atau yang berwenang mewakili sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan
- c. terdapat hal tertentu
 - d. objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan dan ketertiban umum.

Kontrak elektronik pada umumnya lebih dikenal dengan istilah *e-commerce*, dimana dalam pembentukannya hanya dibuat secara sepihak oleh penjual, meskipun demikian klausula baku yang telah dibuat sepihak tersebut harus memenuhi nilai-nilai keadilan, keseimbangan serta proporsionalitas dalam pembuatannya. Hal ini merupakan bentuk perlindungan hukum yang diberikan oleh pembentuk undang-undang agar terjadi keadilan bagi kedua belah pihak. Bentuk perlindungan lain terhadap konsumen yang terdapat pada Pasal 49 ayat (3) PP PSTE adalah kewajiban bagi pelaku usaha untuk memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim apabila tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi.

Dalam mewujudkan nilai-nilai keadilan terhadap seluruh para pihak, khususnya nilai keadilan terhadap konsumen selaku pihak yang lemah dalam transaksi jual beli menggunakan *e-commerce*. Oleh karena itu, pemerintah melalui PP PSTE telah memberikan perlindungan terhadap konsumen berupa kewajiban bagi penjual untuk memberikan informasi yang lengkap dan benar, sebagaimana ketentuan Pasal 49 ayat (1) PP PSTE menyebutkan "Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan

dengan syarat kontrak, produsen dan produk yang ditawarkan".

Kendala yang dihadapi dalam melindungi konsumen pada perjanjian jual beli melalui *e-commerce*

Budi Agus Riswandi mengungkapkan bahwa "Masalah perlindungan konsumen dalam *e-commerce* merupakan aspek yang penting untuk diperhatikan, karena beberapa karakteristik khas *e-commerce* akan menempatkan pihak konsumen pada posisi yang lemah atau dirugikan seperti :

- a. Perusahaan di internet (*the internet merchant*) tidak memiliki alamat secara fisik di suatu negara tertentu, sehingga hal ini akan menyulitkan konsumen untuk mengembalikan produk yang tidak sesuai dengan pesanan.
- b. Konsumen sulit memperoleh jaminan untuk mendapatkan *local follow upservice or repair*.
- c. Produk yang dibeli konsumen ada kemungkinan tidak sesuai atau tidak compatible dengan persyaratan lokal (*local requairments*).¹²

Dalam upaya peningkatan perlindungan terhadap konsumen pemerintah melakukan tindakan preventif berupa pembentukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen berdasarkan Pasal 49 ayat (1) UUPK serta pemerintah juga mengakui Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 59 Tahun 2001 Tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat Keberadaan BPSK maupun

¹² Budi Agus Riswandi, *Hukum dan Internet di Indonesia*, Yogyakarta, 2003, UII Press, Halaman.62-62

LPKSM diharapkan dapat memberikan kontribusi besar terhadap perlindungan konsumen serta menjadi lokomotif terdepan dalam memperjuangkan hak-hak konsumen.

Eksistensi BPSK dan LPKSM hingga saat ini telah mencapai usia lebih dari satu dekade belum dapat memberikan jaminan perlindungan secara menyeluruh terhadap konsumen selaku pihak yang paling lemah dalam pelaksanaan transaksi jual beli menggunakan klausula baku khususnya pada transaksi jual beli melalui *e-commerce*. Hal tersebut dapat kita lihat dengan masih banyaknya konsumen yang merasa belum dilindungi atas hak-haknya meskipun telah diatur dalam UUPK. BPSK sebagai lembaga non struktural yang berada di Kabupaten Kotamadya hanya mampu menyelesaikan masalah yang dihadapi konsumen pada ranah sebelum masuk ke pengadilan/non litigasi. Upaya perlindungan terhadap konsumen yang diberikan oleh BPSK yaitu perlindungan dalam bentuk tindakan preventif yakni perlindungan konsumen sebelum menderita kerugian yang ditimbulkan akibat mengonsumsi barang/jasa serta perlindungan represif yakni perlindungan konsumen setelah menderita kerugian yang ditimbulkan akibat mengonsumsi barang/jasa.

Sebagai lembaga yang menangani permasalahan sengketa konsumen BPSK tidak dapat menyelesaikan seluruh permasalahan yang dihadapi konsumen, mengingat kewenangan BPSK hanya sebatas penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan, baik menggunakan cara melalui mediasi, arbitrase ataupun konsolidasi.

Pasal 52 UUPK menyebutkan :

Tugas dan wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen meliputi:

- a. melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi .
- b. memberikan konsultasi perlindungan konsumen.
- c. melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku.
- d. melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam undang-undang ini.
- e. menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen.
- f. melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen.
- g. memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen.
- h. memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap undang-undang ini.
- i. meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang sebagaimana dimaksud pada huruf g dan huruf h, yang tidak bersedia memenuhi panggilan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.
- j. mendapatkan, meneliti dan/atau menilai surat, dokumen atau alat bukti lain guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan.
- k. memutuskan dan menetapkan atau tidak adanya kerugian pihak konsumen.
- l. memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen.

m. menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang ini.

Selain BPSK pemerintah melalui UUPK juga LPKSM sebagai lembaga non pemerintah yang bergerak dalam bidang perlindungan konsumen, dimana LPKSM ini sebelum menjalankan tugasnya harus didaftarkan dan mendapatkan pengakuan dari pemerintah. Pasal 2 Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat menyebutkan :

(1) Pemerintah mengakui LPKSM yang memenuhi syarat sebagai berikut :

- a. terdaftar pada Pemerintah Kabupaten/Kota; dan
- b. bergerak di bidang perlindungan konsumen sebagaimana tercantum dalam anggarandasarnya.

(2) LPKSM sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dapat melakukan kegiatan perlindungankonsumen di seluruh wilayah Indonesia.

(3) Tata cara pendaftaran LPKSM sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) huruf a diatur lebih lanjut dalam Keputusan Menteri.

Sebagai lembaga yang menangani persoalan konsumen dalam masyarakat, LPKSM dituntut agar lebih pro aktif dalam melakukan segala kegiatan yang bermanfaat bagi konsumen. Hal tersebut berlandaskan pada tugasnya selaku organ non pemerintah yang bergerak dalam perlindungan konsumen. sebagaimana ketentuan Pasal 44 ayat (3) UUPK menyebutkan :

(3) Tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat meliputi kegiatan:

- a. menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-

hatiankonsumen dalam mengkonsumsi barang dan/ataujasa;

- b. memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya;
- c. bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungankonsumen;
- d. membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen;
- e. melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

Mengacu pada Pasal 44 ayat (3) UUPK, keberadaan LPKSM yang memiliki tugas yang cukup komprehensif, akan tetapi masih meninggalkan kekurangan yakni LPKSM belum mampu untuk melakukan advokasi atau memberi jasa bantuan hukum terhadap konsumen di pengadilan secara langsung.

Solusi yang diberikan guna memberikan nilai-nilai keadilan terhadap konsumen dalam klausula baku pada transaksi jual beli melalui *e-commerce*

UUPK sebagai payung hukum bagi konsumen dan produsen berupaya memberikan perlindungan serta keadilan terhadap kedua belah pihak, hal tersebut tampak dengan keberaaan Pasal 4 dan 5 UUPK yang menjamin akan hak-hak secara eksplisit serta mengatur pula kewajiban konsumen yang harus dipenuhinya. Pasal 6 dan 7 UUPK memberikan perlindungan serta pengaturan akan hak serta kewajiban pelaku usaha. Dengan adanya UUPK diharapkan dapat memberikan perlindungan hukum terhadap pelaku usaha maupun konsumen guna mendapatkan nilai-nilai kemanfaatan terhadap setiap barang/jasa yang telah dibeli melalui transaksi konvensional dan/atau *e-commerce*.

Pembentukan BPSK dan LPKSM sebagai wadah bagi konsumen dan pelaku usaha untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi serta memberikan perlindungan terhadap konsumen.

BPSK dan LPKSM sebagai lembaga non pemerintah yang memiliki tugas untuk menyelesaikan sengketa yang timbul antara pelaku usaha dengan konsumen dalam pandangan penulis belum mampu memberikan perlindungan yang maksimal. Hal tersebut dapat terlihat dari kewenangan yang dimiliki BPSK dan LPKSM yang memiliki kewenangan secarasebatas pemberian bantuan non litigasi/penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan. Hal ini berdampak terhadap konsumen dengan kondisi perekonomian yang lemah, dimana konsumen tersebut harus melakukan gugatan ke Pengadilan Negeri jika para pihak tidak bisa menyelesaikan sengketanya di luar pengadilan. Dampak dari penyelesaian sengketa di pengadilan bagi konsumen yaitu membutuhkan waktu panjang, biaya yang relatif mahal serta eksekusi yang cukup sulit.

Bentuk perlindungan konsumen yang diberikan negara melalui UUPK secara komprehensif belum mampu menjangkau perlindungan konsumen secara menyeluruh. Oleh karena itu diperlukan suatu peraturan yang lebih memadai guna melindungi konsumen baik didalam maupun diluar pengadilan. Salah satu hal yang dapat dilakukan adalah melakukan revisi atas UUPK khususnya kewenangan BPSK dan LPKSM saat ini ketentuan tersebut dirasa belum mampu memberikan perlindungan konsumen secara menyeluruh. Pasal 44 UUPK hanya dapat memberikan memberikan advokasi terhadap konsumen sebatas pada wilayah

diluar pengadilan, demikian halnya dengan ketentuan Pasal 49 UUPK hanya memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen baik melalui mediasi, arbitrase maupun konsolidasi. Oleh karena itu diperlukan adanya penguatan terhadap lembaga BPSK maupun LPKSM yang dapat memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen baik didalam maupun di luar pengadilan, tidak hanya sebatas perlindungan diluar pengadilan/non litigasi. Selayaknya jaksa yang memiliki kewenangan penanganan sampai kepada tahap pengadilan sebagai bentuk perlindungan terhadap masyarakat umum.

Metode penyelesaian sengketa konsumen meliputi ajudifikasi dan non ajudifikasi. Eksistensi Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen sebagai lembaga khusus penyelesaian sengketa konsumen melalui mediasi, konsiliasi, arbitrase, perlu dikaji kembali pelaksanaan penyelesaian sengketa melalui sarana teknologi informasi dalam bentuk cyber administration dan cyber ADR.¹³

Simpulan

Berdasarkan uraian mengenai pembahasan, maka dapat ditarik simpulan yang menjadi inti dari pembahasan yaitu bahwa :

1. Perlindungan terhadap konsumen merupakan kewajiban bagi negara guna melindungi seluruh warganya khususnya konsumen pada transaksi *e-commerce*, hal tersebut harus dijadikan prioritas yang ditujukan bagi konsumen karena dirasa konsumen adalah pihak yang paling lemah dalam transaksi yang

¹³ M. Ramli Ahmad, *Cyber Law dan HAKI Dalam Sistem Hukum Indonesia*, Refika Aditama, Bandung, 2004, Halaman 35-36

- membutuhkan media elektronik ini. Pendekatan perlindungan konsumen yang diberikan oleh UUTE meliputi batas waktu pengembalian barang yang dikirim oleh penjual tidak sesuai dengan order yang telah disepakati.
2. UUPK telah memberikan perlindungan terhadap konsumen baik konsumen tersebut melakukan transaksi secara tradisional maupun menggunakan e-commerce, namun perlindungan yang diberikan oleh UUPK terhadap konsumen hanya parsial dalam artian bahwa konsumen harus berjuang secara mandiri ketika dalam upaya penyelesaian yang dilakukan oleh BPSKB maupun LPKSM terjadi kebuntuan dalam menyelesaikan sengketa antara pihak penjual dengan pihak pembeli. Kewenangan BPSK dan LPKSM dalam UUPK dirasa setengah-setengah dalam memberikan perlindungan terhadap konsumen serta tindakan yang dapat dilakukan hanya sebatas penyelesaian sengketa diluar pengadilan, baik menggunakan mediasi, konsilisi serta arbitrase
 3. Perlunya penguatan terhadap kewenangan lembaga BPSK dan LPKSM yang dituangkan dalam pasal-pasal UUPK yang diperbaharui terkait dengan kewenangannya, serta kewenangan yang dimiliki BPSK dan LPKSM tidak sebatas diluar pengadilan, akan tetapi sampai didalam pengadilan sebagai bentuk perlindungan kepada konsumen secara komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adolf, Huala, *Hukum Perdagangan Internasional*, Jakarta, Rajawali Pers, 2005.
- Entah R., Aloysius, *Klausula Eksonerasi Dalam Perjanjian Baku Pengangkutan Darat*, Malang, Surya Pena Gemilang, 2007.
- HS, Salim, *Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat di Indonesia*, Jakarta, Sinar Grafika, 2008.
- Mariam Darus, Badruzaman, *Aneka Hukum Bisnis*, Bandung, Alumni, 1994.
- Makarim, Edmon, *Kompilasi Hukum Telematika*, Cetakan 2, Jakarta, Rajawali Pers, 2004.
- Ramli Ahmad, M, *Cyber Law dan HAKI Dalam Sistem Hukum Indonesia*, Bandung, Refika Aditama, 2004.
- Riswandi, Budi Agus, *Hukum dan Internet di Indonesia*, Yogyakarta, UII Press, 2003.
- Undang-Undang**
Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata), Wacana Intelektual, Wipress, 2007.
- Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Jakarta 1999
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Jakarta 2008.

Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen, Jakarta 2001.

Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga

Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, Jakarta 2001.

Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Jakarta 2012.