BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kerangka Teori

2.1.1. Iklan

Pernyataan yang diberikan oleh Kleppner bahwa iklan atau di dalam bahasa Latin disebut dengan advertising, selain itu advere yang memiliki arti berarti pemberian ide kepada orang lain, “Institut Praktisi Periklanan Inggris mendefinisikan istilah periklanan adalah pesan-pesan penjualan yang paling persuasif, yang diarahkan kepada para calon pembeli yang paling potensial atas produk barang atau jasa tertentu dengan biaya semurah-murahnya (Muhammad, 2014:1)”. KBBI mengartikan bahwasannya Iklan merupakan Berita yang memberikan dorongan, bujukan agar orang lain dapat tertarik pada barang serta jasa yang akan ditawarkan. Kasali memberikan pengertian tentang iklan dimana Iklan adalah pesan yang disampaikan melalui suatu media kepada masyarakat untuk menawarkan suatu produk (Kasali, 2007: 9). Dalam bukunya yang berjudul manajemen pemasaran, Kotler & Keller menyatakan bahwa iklan adalah suatu bentuk presentasi umum dan promosi, suatu produk barang atau jasa tertentu yang harus dibayar (Kotler & Keller, 2009: 277). Selain itu, menurut Machfoedz bahwa iklan adalah segala bentuk promosi dan penyajian informasi yang dilakukan oleh sponsor untuk menawarkan ide, jasa atau barang secara tidak langsung (Machfoedz & Mahmudi, 2010). Dalam Pasal 28 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang

Informasi dan Transaksi Elektronik berbunyi, “Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik” dapat dikenai sanksi dalam Pasal 45 Ayat (2) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yaitu: Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) atau ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

2.1.2. Jual Beli

Jual beli merupakan perjanjian bernama yang terdapat di Pasal 1457 KUHPerdara. Jual beli merupakan suatu peristiwa dimana kedua pihak setuju untuk terikat dengan transaksi yang dilakukan dengan menyerahkan suatu benda dan adanya pembayaran terhadap benda yang diterima dari pihak lain. Jual beli terjadi karena kesepakatan yang dilakukan oleh kedua belah pihak, yang sesuai dengan bunyi: “Pasal 1458 KUHPerdara Jual-beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, segera setelah orang-orang ini mencapai sepakat tentang kebendaan tersebut dan harganya meskipun kebendaan itu belum diserahkan, maupun harganya belum dibayar.”

Penjelasan menurut peneliti yaitu “Pasal 1457 KUHPerdara yang disebutkan di atas menunjukkan bahwa suatu perbuatan jual beli merupakan suatu perjanjian yang dilakukan secara bertimbal balik”. Pengertian jual beli dalam KBBI adalah persetujuan saling mengikat antara penjual, yakni pihak yang menyerahkan barang, dan pembeli sebagai pihak yang

membayar harga barang yang dijual. Pada kenyataannya menurut peneliti dalam kehidupan sehari-hari, pengertian dari “Jual beli adalah penukaran barang dengan uang sedangkan penukaran barang dengan barang tidak lazim disebut jual beli, tetapi dulunya lebih dikenal dengan sebutan *barter*”. Terjadinya jual beli karena adanya para pihak yang saling mengikatkan diri terhadap perjanjian yang mereka lakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka. Adapun contoh *barter* yang dapat diberikan di dalam tulisan ini misalnya, pihak pertama memiliki barang, sedangkan pihak kedua membutuhkan uang, perjanjian jual beli akan terjadi melalui barter ketika kedua belah pihak melakukan perjanjiannya berdasarkan suka rela, dan masing-masing pihak merasa diuntungkan. Dengan kerja sama jual beli itu, kebutuhan masing-masing pihak dapat terpenuhi.

2.1.3. Perlindungan Konsumen

Istilah kata konsumen berasal dari kata *consumer* yang diambil dari bahasa (Inggris-Amerika), atau *consument* atau konsument (Belanda). Secara harfiah konsumen digambarkan sebagai perusahaan atau orang yang membeli barang tertentu ataupun menggunakan jasa atau sesuatu ataupun seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang. Istilah konsumen berasal dari *consumer* yang berarti pemakai. Secara luas konsumen dapat diartikan sebagai korban pemakaian produk yang cacat, baik korban tersebut pembeli, kemudian pembeli tetapi pemakai, bahkan korban yang bukan pemakai, dimana perlindungan hukum dapat dinikmati pula oleh korban yang bukan pemakai. Negara Perancis berdasarkan doktrin

dan yurisprudensi mengartikan konsumen sebagai *the person who obtains goods or services for personal or family purposes* yang artinya adalah siapapun orang yang memperoleh barang atau jasa untuk keperluan pribadi ataupun keluarga. Dari definisi di atas terdiri dari unsur, yaitu Pertama, konsumen hanya orang dan kedua, barang atau jasa yang digunakan untuk keperluan pribadi atau keluarganya. Menurut Az. Nasution dalam buku Eli Wuria Dewi, hukum perlindungan konsumen merupakan kaidah-kaidah serta asas-asas yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak antara pihak satu dan pihak lain yang mempunyai kaitan dengan jasa dan barang konsumen, di dalam pergaulan hidup c. Perlindungan konsumen adalah Upaya yang dilakukan dalam menjamin kepastian hukum yang bertujuan untuk memberi perlindungan kepada konsumen dimana cakupannya lebih luas antara lain: tahap untuk mendapatkan barang dan/atau jasa sampai akibat-akibat pemakaian barang dan/atau jasa tersebut (Zulham, 2016: 26).

Dalam Pasal 64 UUPK mempunyai tujuan untuk melindungi konsumen yang telah ada sampai peraturan ini telah sah berlaku sepanjang tidak adanya aturan baru yang khusus atau tidak bertentangan dengan ketentuan dalam undang-undang ini. Perlindungan konsumen dapat dibedakan menjadi dua aspek, yaitu:

1. Perlindungan terhadap Ketidaksesuaian artinya kondisi di mana barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai atau tidak sama dengan apa yang sudah disepakati

2. Perlindungan konsumen terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil (Zulham, 2016: 22).

2.1.3.1. Asas Perlindungan Konsumen

Upaya terhadap perlindungan konsumen di Indonesia berdasarkan kepada asas yang dapat memberikan arahan dan penerapan di tingkatan praktis. Berdasarkan Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dijabarkan 5 (lima) asas perlindungan konsumen antara lain:

1. Asas Manfaat, merupakan upaya memberikan perlindungan kepada kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan sehingga memberikan manfaat yang sebesar-besarnya.
2. Asas Keadilan yaitu memberikan pelaku usaha dan konsumen kesempatan dalam melaksanakan kewajibannya secara adil.
3. Asas Keseimbangan merupakan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah tanpa membedakan status pihak mana yang lebih dilindungi.
4. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen yaitu memberikan konsumen jaminan atas keamanan serta keselamatan dalam pemakaian, penggunaan, dan pemanfaatan barang atau jasa yang dikonsumsi atau digunakannya.
5. Asas Kepastian Hukum yaitu pelaku usaha atau konsumen berusaha mentaati hukum dan memperoleh keadilan untuk menyelenggarakan perlindungan konsumen di sini negara juga menjamin kepastian hukum (Dewi, 2015: 10).

Berdasarkan asas di atas, tujuan utama Pasal 3 UUPK dapat diuraikan sebagai berikut: a. Dalam peningkatan kesadaran, kemandirian, dan kemampuan konsumen untuk melindungi diri; b. Harkat dan martabat konsumen perlu diperhatikan untuk menghindarkan dari akses negatif pemakaian barang atau jasa; c. Memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen dalam meningkatkan pemberdayaan konsumen; d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung kepastian hukum dan keterbukaan informasi terhadap akses untuk mendapatkan informasi; e. Meningkatkan kesadaran terhadap pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha; f. Dalam menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen maka pelaku usaha dapat meningkatkan kualitas barang dan jasa.

Tujuan perlindungan konsumen di atas juga berlaku terhadap konsumen yang menggunakan media internet. Menurut pendapat yang dikutip dari jurnal Fakultas Hukum Universitas Indonesia, dalam tulisannya Mohammad menjelaskan bahwa perlindungan konsumen diperlukan dalam menggunakan media internet. Hal ini dilihat dari banyak konsumen yang telah beralih menggunakan media internet dalam bertransaksi bisnis (Rohendi, 2015).

2.1.4. Teori

Berdasarkan doktrin atau teori yang dikenal dalam perkembangan sejarah hukum perlindungan konsumen, antara lain:

2.1.4.1. *Let The Buyer Beware (Caveat Emptor)*

Doktrin *let the buyer beware* atau *caveat emptor* merupakan dasar dari lahirnya sengketa dibidang transaksi konsumen. Menurut pendapat Shidarta dalam buku yang berjudul Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia menjelaskan bahwa asas ini mengasumsikan, pelaku usaha dan konsumen adalah sebenarnya dua pihak yang memiliki hak seimbang sehingga konsumen tidak memerlukan perlindungan. Doktrin atau teori ini mengandung kelemahan, karena dalam perkembangan konsumen, konsumen tidak perlu diberikan informasi yang jelas untuk menentukan pilihan terhadap barang dan/atau jasa yang dikonsumsinya. Konsumen yang mempunyai keterbatasan pengetahuan membuat pelaku usaha tidak terbuka terhadap produk yang ditawarkan. Oleh sebab itu, dari keterbatasan informasi konsumen mengalami kerugian, sehingga pelaku usaha dapat menyangkal ketika konsumen mengalami kerugian (Shidarta, 2006). Menurut perkembangan konsep dalam memberikan perlindungan terhadap hak-hak yang harus dilindungi terhadap konsumen adalah lebih tepat menggunakan teori Caveat Emptor. Perkembangan luas terjadi pada teori ini terletak pada zaman kekaisaran Romawi Kuno sehingga tahun 1600. Di Inggris dan juga negara Amerika Serikat (*Common Law*) menganut sistem ini. Selama periode itu konsumen tidak dapat berbuat banyak terhadap

pembelian barang-barang cacat (*defective goods*) yang dijual produsen atau pelaku usaha. Istilah *Caveat Emptor* berasal dari bahasa Latin yang berarti pembeli harus berwaspada. Jika pembeli tidak berhati-hati dalam pembeliannya, ia akan bertanggung jawab sendiri dan memikul seluruh risiko atas pembelian yang tidak menguntungkannya (kristiyanti, 2016:100).

2.1.4.2. *The Due Care Theory*

Di dalam doktrin ini, pelaku usaha harus berhati-hati dalam memasarkan produk, baik barang ataupun jasa. Pelaku usaha tidak dapat dipersalahkan sepanjang berhati-hati dengan informasi yang diberikan terhadap produknya. Di dalam Pasal 1865 KUHPerdara menyatakan bahwa siapa yang memiliki hak maka dia yang harus membuktikan (Shidarta, 2006: 61).

2.1.4.3. *The Privity of contract*

Doktrin ini lebih menitikberatkan kepada pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk melindungi konsumen, tetapi terlebih dahulu telah terjalin suatu hubungan kontraktual atau sering disebut dengan perjanjian. Pelaku usaha tidak dapat disalahkan diluar hal-hal yang diperjanjikan. Dengan demikian konsumen dapat menggugat berdasarkan wanprestasi. Hal ini sesuai dengan ketentuan dalam Pasal 1340 BW yang menyatakan tentang ruang lingkup berlakunya perjanjian hanyalah antara pihak-pihak yang membuat perjanjian saja (Shidarta, 2006: 61).

2.2. Kerangka Yuridis

Kerangka yuridis yang digunakan di dalam tulisan ini mengenai konsumen jual beli *online* disesuaikan dengan UU Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan dimana urutannya dapat dilihat di Pasal 7 ayat (1), adalah sebagai berikut:

2.2.1. Undang-Undang Dasar Republik Indonesia 1945

Ada beberapa pasal yang berasal dari UUD 1945 terkait perekonomian yang menjadi *fundamental norm* di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen yaitu Pasal 5 ayat (1), Pasal 21 ayat (1) dan Pasal 27 ayat (1), ayat (2), ayat (3), Pasal 33 ayat (1), ayat (2), ayat (4).

2.2.2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Dalam Pasal 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang dimaksud dengan perlindungan konsumen adalah memberi perlindungan kepada konsumen dengan segala upaya yang menjamin kepastian hukum. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik kepentingan keluarga, diri sendiri, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Barang

adalah setiap benda baik bergerak maupun tidak bergerak, baik berwujud maupun tidak berwujud, dapat dihabiskan maupun tidak dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipergunakan, dipakai, atau dimanfaatkan oleh konsumen. Mengenai hak konsumen dalam penelitian ini juga di atur di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen yaitu Pasal 4 huruf (c). Berdasarkan Pasal 5 huruf (a) Undang-Undang Perlindungan Konsumen kewajiban konsumen adalah membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;

Kewajiban pelaku usaha diatur di dalam Pasal 7 huruf a dan b. Gambaran dari pasal tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Kegiatan usaha dilakukan dengan itikad yang baik;
- b. Pemberian informasi yang jelas serta jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa dalam penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;

Dalam BAB IV UUPK tercantum “Perbuatan Yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha”. Kaitannya mengenai perbuatan yang dilarangan bagi pelaku usaha berhubungan dengan skripsi ini terdapat dalam Pasal 8 ayat (1) huruf d dan huruf f. Pasal 8 ayat (1) huruf d berbunyi adapun mengenai pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan jaminan, keistimewaan, kondisi, atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut; (f) tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan

dalam etiket, label, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;

Pada Pasal 9 (1) Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar. Diatur pula di dalam Pasal 10 menyatakan bahwa Pelaku usaha dilarang menawarkan, mengiklankan, mempromosikan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan mengenai:

- a. harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
- b. kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
- c. kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
- d. tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
- e. bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Menurut Pasal 20 berbunyi: “Pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut”. Penyelesaian sengketa menurut Pasal 45 UUPK, berbunyi:

1. Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.

2. Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.
3. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana diatur dalam Undang-undang.
4. Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.

Pasal 47 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengenai penyelesaian sengketa di luar pengadilan yaitu penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen.

Pasal 48 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengenai penyelesaian sengketa melalui pengadilan yaitu penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mengacu pada ketentuan tentang peradilan umum yang berlaku dengan memperhatikan ketentuan dalam Pasal 45.

Pasal 62 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengenai sanksi administratif yaitu:

1. Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2) dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). (Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, n.d.)

Di dalam praktek yang sebenarnya, di Kota Batam bagi pelaku usaha yang melanggar aturan di atas belum ada yang mendapatkan hukuman maksimal penjara sesuai dengan yang telah diatur di dalam Pasal 62 UUPK.

2.2.3. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Dalam undang-undang ini juga terdapat beberapa pasal yang mengatur mengenai transaksi secara online dan iklan yang menyesatkan, yaitu terdapat dalam Pasal 1 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik menjelaskan mengenai pengertian dari:

1. Informasi Elektronik adalah termasuk satu atau sekumpulan data elektronik, tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto, *electronic data interchange* (EDI), surat elektronik (*electronic mail*), telegram, teleks, telecopy atau sejenisnya, huruf, tanda, angka, Kode Akses, simbol, atau perforasi yang telah diolah yang memiliki arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya.

2. Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.
3. Teknologi Informasi adalah suatu teknik untuk mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memproses, mengumumkan, menganalisis, dan/atau menyebarkan informasi.

Dalam Pasal 9 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan.

Pasal 19 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik mengenai para pihak yang melakukan Transaksi Elektronik harus menggunakan Sistem Elektronik yang disepakati. Dijelaskan Pasal 20 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yaitu:

1. Kecuali ditentukan lain oleh para pihak, Transaksi Elektronik terjadi pada saat penawaran transaksi yang dikirim Pengirim telah diterima dan disetujui Penerima.
2. Persetujuan atas penawaran Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus dilakukan dengan pernyataan penerimaan secara elektronik.

Pasal 28 Ayat (1) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yaitu:

1. Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik.

Pasal 38 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik mengenai penyelesaian sengketa yaitu:

1. Setiap Orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau menggunakan Teknologi Informasi yang menimbulkan kerugian.
2. Masyarakat dapat mengajukan gugatan secara perwakilan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau menggunakan Teknologi Informasi yang berakibat merugikan masyarakat, sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan.

Pasal 39 Ayat (1) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yaitu: Gugatan perdata dilakukan sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan.

Pasal 45 Ayat (2) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yaitu: Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) atau ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah). (Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Informasi dan Transaksi Elektronik, n.d.)

2.2.4. Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 Tentang Pembinaan Dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen

Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 Tentang Pembinaan Dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen yang peneliti gunakan berkenaan dengan penelitian ini adalah Pasal 1. Dalam Pasal 1 menjelaskan sebagai berikut

1. Perlindungan Konsumen dimaksud adalah upaya yang menjamin untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dengan adanya kepastian hukum.
2. Konsumen adalah setiap orang yang memakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.
3. Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

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

Pasal 47 ayat (1) Transaksi Elektronik dapat dilakukan berdasarkan kontrak elektronik atau bentuk kontraktual lainnya sebagai bentuk kesepakatan yang dilakukan oleh para pihak; ayat (2) Kontrak elektronik dianggap sah apabila: a. Terjadinya kesepakatan antara para pihak; b. Dilakukan oleh subjek hukum cakap atau yang berwenang mewakili sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; c. terdapat hal tertentu; dan d. objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, dan ketertiban umum.

Pasal 48 ayat (3) Kontrak Elektronik paling sedikit memuat: a. Data identitas para pihak; b. Spesifikasi dan objek, c. Persyaratan transaksi elektronik, d. Biaya dan harga, e. Prosedur dalam hal terdapat pembatalan oleh para pihak, f. ketentuan yang memberikan hak kepada pihak yang dirugikan untuk dapat mengembalikan barang dan/atau meminta penggantian produk jika terdapat cacat tersembunyi, dan g. Pilihan hukum penyelesaian Transaksi Elektronik. Pasal 49 ayat (2) Pelaku Usaha wajib memberikan kejelasan informasi tentang penawaran kontrak atau iklan.

2.2.6. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer)

KUHPer merupakan landasan utama hukum formil yang diberlakukan dalam sistem peradilan perdata Indonesia. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa ketentuan yang menjadi landasan yuridis, yaitu terdapat dalam Pasal 1313 yang menyatakan bahwa suatu persetujuan

adalah perbuatan dimana satu orang atau lebih yang saling mengikatkan diri. Berdasarkan Pasal 1313 dapat diartikan bahwa perbuatan yang dilakukan oleh konsumen dan pelaku usaha merupakan suatu perikatan karena konsumen telah mengikatkan dirinya kepada pelaku usaha dalam jual beli secara *online*. Pasal selanjutnya yang digunakan peneliti dalam penelitian ini terdapat dalam Pasal 1320 yang menyatakan bahwa untuk terjadinya persetujuan yang sah, perlu dipenuhi empat syarat;

1. Kesepakatan kedua belah pihak saling mengikatkan dirinya;
2. Adanya kecakapan untuk membuat suatu perikatan;
3. Adanya pokok persoalan tertentu;
4. Suatu sebab yang tidak terlarang.

Dalam perjanjian yang dilakukan oleh para pihak seperti jual beli, dapat kita lihat bahwasannya terdapat 4 syarat sahnya suatu perjanjian harus terpenuhi sebagaimana yang tertuang dalam Pasal 1320. Persyaratan pertama, kedua belah pihak harus melaksanakan kesepakatan antara pihak konsumen dengan pelaku usaha, unsur syarat yang pertama ini adalah kata sepakat. Kedua, masing-masing pihak yang telah melakukan kesepakatan haruslah memenuhi persyaratan yang mana cakap terhadap hukum yang berlaku. Ketiga, objek yang diperjanjikan oleh kedua belah pihak harus dalam keadaan jelas. Keempat, objek tersebut tidak dilarang oleh peraturan perundang-undang.

Peneliti juga menggunakan Pasal 1338 yang menyatakan bahwa semua persetujuan yang dibuat sesuai dengan undang-undang berlaku

sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Persetujuan itu tidak dapat ditarik kembali selain dengan kesepakatan kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang ditentukan oleh undang-undang. Persetujuan harus dilaksanakan dengan itikad baik. Menurut Pasal 1338 perjanjian yang dibuat oleh pelaku usaha dan konsumen berlaku sebagai undang-undang bagi kedua belah pihak, dan hanya bisa dibatalkan oleh kedua belah pihak dan undang-undang yang mengatur.