

**ANALISIS HUKUM PENYELESAIAN WANPRESTASI DALAM PERJANJIAN
JUAL BELI ONLINE****M. Fajar**Universitas Tadulako, [Email jarfajar399@gmail.com](mailto:jarfajar399@gmail.com)**ARTICLE INFO****ABSTRACT****Article History****Submitted :**

29 January 2024

Revised:

25 February 2024

Accepted :

20 Maret 2024

Keywords*Analisis Hukum;
Perjanjian Jual Beli
Online; Wanprestasi.*

The aim of the research is to find out and explain legal protection for consumers in online buying and selling. Normative legal research methods are used as a research method. The research results show two concepts, namely preventive legal protection and repressive legal protection. Preventive legal protection is legal protection for the community aimed at preventing disputes from occurring. This form of prevention is guidance for consumers in obtaining their rights and supervision of consumers, while repressive legal protection is a form of legal protection which is more aimed at resolving disputes. Settlement of cases inside and outside court, namely non-litigation through consumer dispute resolution institutions or electronic alternative dispute resolution, which is commonly called Online Dispute Resolution (ODR).

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian untuk mengetahui dan menjelaskan perlindungan hukum bagi konsumen dalam jual beli online. Metode penelitian hukum normative digunakan sebagai cara penelitian. Hasil penelitian terdapat dua konsep yaitu perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum represif. Perlindungan hukum preventif adalah perlindungan hukum bagi masyarakat bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa, bentuk pencegahan tersebut yaitu pembinaan terhadap konsumen dalam memperoleh haknya dan pengawasan terhadap konsumen sedang perlindungan hukum represif yaitu bentuk perlindungan hukum dimana lebih ditujukan kepada penyelesaian sengketa. Penyelesaian perkara di dalam dan di luar pengadilan, yaitu non litigasi melalui lembaga penyelesaian sengketa konsumen atau penyelesaian sengketa alternatif secara elektronik yang mana lazim disebut dengan Online Dispute Resolution (ODR).

I. PENDAHULUAN**Latar Belakang**

Jual beli merupakan salah satu aktivitas yang sering dilakukan masyarakat, karena dalam setiap pemenuhan kebutuhan-kebutuhannya, masyarakat tidak bisa berpaling untuk meninggalkan akad ini. Dari akad jual beli ini masyarakat dapat memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari seperti kebutuhan pokok (primer), kebutuhan tambahan (sekunder) dan kebutuhan tersier.

Jual beli adalah hubungan yang bersifat timbal balik antara dua pihak yang melakukan hubungan hukum berbeda, yang mana pihak satu melakukan tindakan hukum menjual dan pihak yang satunya melakukan tindakan hukum membeli. Jual beli adalah suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.

Jual beli secara *online* disebut juga *e-commerce*. *E-commerce* (Inggris: *electric commerce*) adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, *www*, atau jaringan komputer lainnya. Teknologi informasi yang sudah semakin canggih, seiring dengan telah lahirnya berbagai teknologi baru seperti *smart-phone*, tablet, dan berbagai *gadget* lainnya. Teknologi merupakan sebuah perangkat untuk membantu aktivitas kita dan dapat mengurangi ketidakpastian yang disebabkan oleh hubungan sebab akibat yang melingkupi dalam mencapai suatu tujuan.¹

Perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan telah mengantarkan manusia memasuki Era Digital, dimana yang paling signifikan adalah perkembangan teknologi elektronik yang telah menimbulkan pengaruh hampir dalam seluruh aspek kehidupan manusia.² Salah satu perkembangan teknologi informasi dan komunikasi antara lain adalah teknologi dunia maya atau biasa juga disebut dengan internet *interconnection network*. Internet sebagai media teknologi informasi dan komunikasi elektronik telah banyak dimanfaatkan untuk berbagi kegiatan, antara lain untuk menjelajah (*browsing*), mencari data dan berita, saling mengirim pesan melalui *e-mail*, komunikasi melalui situs jejaring sosial, dan termasuk untuk perdagangan. Kegiatan perdagangan dengan memanfaatkan media internet ini dikenal dengan istilah *electronic commerce*, atau disingkat dengan *e-commerce*.³ Teknologi informasi dan komunikasi telah berkembang demikian pesat dari pertengahan abad ke-20 hingga saat ini.

Era *cyber* telah melahirkan internet yang membawa fenomena baru di media massa. Dewasa ini, revolusi media massa telah melahirkan media baru yang biasa disebut dengan media sosial. Media sosial ini merupakan *fase* perubahan dimana bagaimana orang menemukan, membaca dan membagi-bagikan berita, informasi dan konten kepada orang lain. Hal ini merupakan perpaduan sosiologis dan teknologi yang monolog (*one to many*) menjadi dialog (*many to many*) dan demokrasi informasi yang mengubah orang-orang dari pembaca konten menjadi penerbit konten.⁴ Bersamaan dengan perkembangan teknologi telematika yang semakin canggih dan semakin merasuk dalam aktivitas kehidupan manusia, maka keberadaan masyarakat maya-pun semakin meluas. Meningkatnya penggunaan internet disatu sisi memberi banyak kemudahan bagi manusia dalam melakukan aktivitasnya, seperti dalam memperoleh, mengolah dan menyajikan informasi, sehingga manusia sangat lancer dalam menjalankan urusan-urusannya ditingkat nasional maupun internasional.⁵

Defenisi "*E-commerce*" sendiri sangat beragam, bergantung pada kacamata yang memanfaatkannya. *Association for Electronic Commerce* secara sederhana mendefinisikan *E-commerce* sebagai "mekanisme bisnis secara elektronik". *E-Commerce* berasal dari bahasa Inggris, penggabungan dua buah kata, yaitu kata *E* yang merupakan kepanjangan dari *Electronic* dan kata *Commerce*. Menurut bahasa (*etimologi*) adalah sebagai berikut (*E*) *electronic* adalah ilmu elektronik (muatan listrik), alat-alat elektronik, atau semua hal yang berhubungan dengan dunia elektronika dan teknologi. Sedangkan (*C*) *commerce* adalah perdagangan dan perniagaan.⁶ Adapun menurut istilah pengertian *E-Commerce* adalah

¹Agung Noegrobo, *Teknologi Komunikasi*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2010, hlm. 2.

²Sahrul Mauludi, *Seri Cerdas Hukum: Awas Hoax*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, 2018, hlm. 4.

³Ahmad M Ramli, *Cyber Law dan HAKI Dalam Sistem Hukum Indonesia*, Refika Aditama, Jakarta, 2004, hlm. 1.

⁴Rivers L. William, Jay W. Jensen, Theodore Peterson, *Media Massa dan Masyarakat Modern*, Kencana, Jakarta, 2003, hlm. 56.

⁵Adami Chazawi, *Tindak Pidana Informasi Dan Transaksi Elektronik: Penyerangan Terhadap Kepentingan Hukum Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Transaksi Elektronik: UU No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik*, Bayumedia Publishing, Malang, 2011, hlm. 14

⁶John M. Echols dan Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2003, hlm. 209 dan 129.

transaksi perdagangan melalui media elektronik yang terhubung dengan internet.⁷ Sedangkan menurut (*terminologi*) adalah menurut pandangan WTO (*World Trade Organization*), *e-commerce* ini menyangkut semua kegiatan seperti produksi, distribusi, pemasaran, penjualan, pengiriman barang atau jasa melalui cara elektronik. Sementara *Alliance For Global Business* mengartikan *e-commerce* sebagai seluruh transaksi nilai yang melibatkan transfer informasi, produk, jasa atau pembayaran melalui jaringan elektronik sebagai media. Melalui media tersebut barang dan jasa yang bernilai ekonomi yang dirancang, dihasilkan, diiklankan, dikatalogkan, diinventarisasi, dibeli atau dikirimkan.⁸

Pada perspektif online ini *E-commerce* menyediakan kemampuan untuk membeli dan menjual produk atau barang serta informasi melalui layanan internet maupun sarana online yang lainnya.⁹ Jual beli secara online (*e-commerce*) tidak terlepas dari konsep jual beli yang tercantum dalam Pasal 1457 KUHPerdara yang menjelaskan bahwa jual beli adalah suatu perjanjian, dimana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak lainnya membayar harga yang telah dijanjikan. Kontrak atau perjanjian tertulis adalah dasar bagi para pihak (pelaku bisnis) untuk melakukan penuntutan jika ada suatu pihak tidak melaksanakan apa yang dijanjikan dalam kontrak atau perjanjian.¹⁰ Subekti menyatakan bahwa suatu perjanjian adalah suatu peristiwa seseorang berjanji kepada orang lain atau dua orang itu berjanji melaksanakan suatu hal, dari peristiwa ini timbul suatu perikatan.¹¹ Abdul Kadir Muhammad merumuskan kembali definisi Pasal 1313 KUHPerdara sebagai berikut, bahwa yang disebut perjanjian adalah suatu persetujuan dengan dimana dua orang atau lebih saling mengikatkan diri untuk melaksanakan suatu hal dalam lapangan harta kekayaan.¹²

Salah satu kasus wanprestasi dalam jual beli melalui media sosial adalah kasus Fredy Leoagni Nantama (26 tahun) selaku pembeli, membeli smartphone iPhone 6 melalui situs Internet. Setelah mencari tentang spesifikasi smartphone itu, pembeli sepakat untuk membeli barang itu dari penjual. Selanjutnya pembeli mengirim uang sebesar Rp 4,2 juta sebagai pembayaran kepada pihak penjual melalui rekening bank penjual. Sesuai dengan kesepakatan kedua pihak, setelah pembeli melakukan pembayaran maka penjual mengirim barang yang telah dipesan oleh pembeli. Setelah beberapa hari kemudian pembeli menerima paket dari penjual, tetapi paket tersebut isinya tidak sesuai dengan yang dipesan.

Beberapa hal yang sering muncul dalam perjanjian jual beli *online* sebagai suatu kendala antara lain mengenai masalah perjanjian, penipuan dalam bertransaksi dan ketidaksesuaian barang dengan spesifikasi. Selain itu, cacat tersembunyi dari barang yang diperjual belikan juga menjadi modus terbesar dari pelaku usaha *online* baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Kasus-kasus yang telah dikemukakan diatas merupakan contoh kasus-kasus wanprestasi yang dialami oleh pembeli selaku konsumen. Menurut R. Subekti, salah satu macam tindakan wanprestasi (kelalaian atau kealpaan) seorang debitur adalah melaksanakan apa yang dijanjikannya, tetapi tidak sebagaimana yang diperjanjikan. Berdasarkan uraian diatas maka kepastian hukum terhadap perlindungan konsumen dalam transaksi online sangat diperlukan. Selain dikarenakan konsumen memiliki hak-hak yang penting untuk ditegakkan, hal ini juga untuk menumbuhkan kesadaran pelaku usaha

⁷Adi Sulisty Nugroho, *E-Commerce Teori dan Implementasi*, Ekuilibria, Yogyakarta, 2016, hlm. 5.

⁸Titik Triwulan Tutik, *Hukum Perdata Dalam Sistem Hukum Nasional*, Cet ke-2, Kencana, Jakarta, 2008, hlm. 373.

⁹Arsyad Sanusi, *Hukum E-Commerce*, Sasrawarna Printing, Jakarta, 2011, hlm. 217-218.

¹⁰Ardiansyah Ardiansyah, "Penerapan Asas Keseimbangan Dalam Klausula Baku Ditinjau Dari Prespektif Perlindungan Konsumen," *Tadulako Master Law Journal* 5, no. 2 (29 Juni 2021): 184-96. Akses 27 Januari 2024.

¹¹R. Subekti, *Hukum Perjanjian*, Intermedia, Jakarta, 1979, hlm. 1.

¹²Abdul Kadir Muhammad, *Hukum Perikatan*, Citra Aditya Bakti, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1992, hlm. 78.

mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha

II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian dalam penulisan hukum ini adalah penelitian hukum normatif penelitian ini merupakan penelitian berfokus pada norma hukum positif berupa peraturan perundang – undangan yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Jual Beli *Online*

Perlindungan hukum adalah perlindungan akan harkat dan martabat, serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang dimiliki oleh subyek hukum berdasarkan ketentuan hukum dari kesewenangan atau sebagai kumpulan peraturan atau kaidah yang akan dapat melindungi suatu hal dari hal lainnya. Berkaitan dengan konsumen, berarti hukum memberikan perlindungan terhadap hak-hak konsumen dari sesuatu yang mengakibatkan tidak terpenuhinya hak-hak tersebut. Hak dan kewajiban yang timbul dari hubungan hukum tersebut harus dilindungi oleh hukum, sehingga masyarakat merasa aman dalam melaksanakan kepentingannya. Hal ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum dapat diartikan sebagai suatu pemberian jaminan atau kepastian bahwa seseorang akan mendapatkan apa yang telah menjadi hak dan kewajibannya, sehingga yang bersangkutan merasa aman. Dalam transaksi perdagangan konsumen mutlak untuk diberi perlindungan. UU Perdagangan telah memberikan perlindungan terhadap konsumen dalam melakukan kegiatan perdagangan elektronik atau *e-commerce*. Ketentuannya terdapat dalam Pasal 65 yaitu:

- 1) Setiap pelaku usaha yang memperdagangkan barang dan/ atau jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar;
- 2) Setiap pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang dan/ atau jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1);
- 3) Penggunaan sistem elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib memenuhi ketentuan yang diatur dalam UU elektronik;
- 4) Informasi dan transaksi data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit memuat:
 - a. Identitas dan legalitas pelaku usaha produsen atau pelaku distribusi;
 - b. Persyaratan teknis barang yang ditawarkan;
 - c. Sebagai persyaratan teknis atau kualifikasi jasa yang ditawarkan;
 - d. Harga dan cara pembayaran barang dan/atau jasa; dan
 - e. Cara penyerahan barang.
- 5) Dalam hal terjadi sengketa terkait dengan transaksi dagang melalui sistem elektronik, orang atau badan usaha mengalami sengketa dapat menyelesaikan sengketa tersebut melalui pengadilan atau melalui mekanisme penyelesaian sengketa lainnya;
- 6) Setiap pelaku usaha yang memperdagangkan barang dan/ atau jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi administratif berupa pencabutan izin.

Dari Pasal 65 UU Perdagangan ini mewajibkan pelaku usaha dalam perdagangan melalui elektronik atau *e-commerce* untuk menyediakan informasi secara lengkap dan benar. UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana diubah dengan UU No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas UU No. 11 Tahun 2008

tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut UU ITE) merupakan dasar hukum utama bagi transaksi perdagangan yang menggunakan media elektronik. Arti penting UU ITE dalam memberikan perlindungan terhadap konsumen dalam melakukan kegiatan perdagangan media elektronik adalah:

- 1) Pengakuan transaksi, informasi, dokumen dan tanda tangan elektronik dalam kerangka hukum perikatan dan hukum pembuktian, sehingga kepastian hukum transaksi elektronik dapat terjamin.
- 2) Diklasifikasikannya tindakan-tindakan yang termasuk kualifikasi pelanggaran hukum terkait penyalahgunaan teknologi informasi disertai dengan sanksi pidananya.
- 3) UU ITE berlaku bagi setiap orang yang melakukan perbuatan hukum, baik yang berada di wilayah Indonesia maupun diluar wilayah Indonesia. Sehingga jangkauan UU ITE ini tidak hanya bersifat lokal saja tetapi juga internasional.

Kaitannya dengan hak konsumen sebagaimana yang terdapat dalam Pasal 4 huruf c UUPK bahwa konsumen berhak mendapatkan informasi yang benar dan jelas mengenai produk yang di jual oleh pelaku usaha, maka dalam UU ITE diatur mengenai hal tersebut yang terdapat dalam Pasal 9 UU ITE yaitu: “Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan”. Ketentuan yang terdapat dalam Pasal 9 UU ITE tersebut tentunya memberikan kepada konsumen hak untuk mendapatkan suatu informasi yang benar dan lengkap mengenai barang atau produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha dalam melakukan kegiatan perdagangan melalui media elektronik.

Dalam transaksi jual beli melalui media elektronik keadaan yang tidak diinginkan adalah ketika terjadi kerugian bagi konsumen. Ketika mengalami kerugian konsumen berhak untuk mendapatkan ganti rugi. Terkait dengan ganti rugi ketentuannya sudah diatur dalam Pasal 4 huruf h UUPK yang menyatakan bahwa konsumen berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi/ atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Pelaku usaha harus bertanggung jawab atas kerugian konsumen. Mengenai tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen yang dirugikan ketentuannya terdapat dalam Pasal 19 UUPK. Selanjutnya dalam Pasal 23 UUPK yaitu “Pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (1), ayat (2), ayat (3), dan ayat (4), dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan ke badan peradilan ditempat kedudukan konsumen.

Tugas dan wewenang BPSK dalam menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha ketentuannya terdapat dalam Pasal 52 UUPK. Dengan adanya BPSK maka penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan secara cepat, mudah dan murah. Cepat karena UU menentukan dalam tenggang waktu 21 hari kerja BPSK wajib memberikan putusannya. Mudah karena proses administratif dan proses pengambilan putusan yang sangat sederhana. Murah terletak pada biaya perkara yang terjangkau.

B. Penyelesaian Wanprestasi Dalam Perjanjian Jual Beli Secara *Online*

Langkah pertama dalam hal terjadi wanprestasi yaitu melalui upaya hukum bagi transaksi e-commerce yang terjadi di Indonesia. Upaya konsumen untuk menuntut ganti rugi akibat kerugian yang terjadi dalam transaksi e-commerce dapat dilakukan melalui cara penyelesaian yaitu:

1. Jalur Litigasi (Melalui Pengadilan)

Sebagai salah satu contoh kasus Wanprestasi yang terjadi, Salah satu kasus wanprestasi dalam jual beli melalui media sosial adalah kasus Fredy Leoagni Nantama (26 tahun) selaku pembeli, membeli smartphone iPhone 6 melalui situs Internet. Setelah mencari tentang spesifikasi smartphone itu, pembeli sepakat untuk membeli barang itu dari penjual.

Selanjutnya pembeli mengirim uang sebesar Rp 4,2 juta sebagai pembayaran kepada pihak penjual melalui rekening bank penjual. Sesuai dengan kesepakatan kedua pihak, setelah pembeli melakukan pembayaran maka penjual mengirimkan barang yang telah dipesan oleh pembeli. Setelah beberapa hari kemudian pembeli menerima paket dari penjual, tetapi paket tersebut isinya tidak sesuai dengan yang dipesan. Wanprestasi yang dilakukan oleh pihak penjual merupakan kesalahan murni dari pihak penjual sehingga kewajiban yang seharusnya dijalankan tetapi tidak dijalankan. Adapun menurut KUHPerdara akibat wanprestasi yang dilakukan debitur atau pihak yang mempunyai kewajiban melaksanakan prestasi dalam perjanjian, dapat menimbulkan kerugian bagi kreditur atau pihak yang mempunyai hak menerima prestasi.

Langkah pertama dalam hal terjadi wanprestasi yaitu melalui upaya hukum bagi transaksi e-commerce yang terjadi di Indonesia. Upaya konsumen untuk menuntut ganti rugi akibat kerugian yang terjadi dalam transaksi e-commerce dengan cara Litigasi (Melalui Pengadilan) mengajukan gugatan di pengadilan.

Dasar hukum untuk mengajukan gugatan di pengadilan terdapat dalam Pasal 38 ayat 1 UU ITE dan Pasal 45 ayat 1 UUPK. Dalam Pasal 38 ayat 1 UU ITE disebutkan bahwa: "Setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau menggunakan Teknologi Informasi yang menimbulkan kerugian". Sedangkan dalam Pasal 45 ayat 1 UUPK disebutkan bahwa "Setiap konsumen yang dirugikan bisa menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.

2. Jalur Non Litigasi

Penyelesaian wanprestasi selain melalui jalur litigasi atau jalur hukum juga dapat ditempuh dalam non litigasi yaitu penyelesaian perkara di luar pengadilan melalui lembaga penyelesaian sengketa konsumen atau penyelesaian sengketa alternatif. Pada umumnya suatu sengketa perdagangan diselesaikan melalui proses litigasi atau nonlitigasi secara langsung, namun pada masa kini terdapat suatu mekanisme yang inovatif dalam menyelesaikan suatu sengketa yang timbul dari aktifitas perdagangan di dunia maya (ecommerce) yaitu disebut dengan penyelesaian sengketa melalui internet atau dikenal dengan sebutan Online Dispute Resolution (ODR).

Teknologi informasi dan komunikasi dan metode penyelesaian sengketa alternatif yang digunakan oleh para pebisnis dan konsumen untuk menyelesaikan sengketa yang muncul akibat transaksi ekonomi antara para pihak, khususnya dalam *e-commerce*. Penyelesaiannya menggunakan fasilitas internet, dan ODR ini merupakan bentuk penyelesaian sengketa alternatif yang bersifat khusus atau tersendiri. ODR lebih tepat diterapkan pada sengketa-sengketa terkait jual beli *online*, terutama pada sengketa-sengketa yang bernilai kecil

IV. PENUTUP

A. Kesimpulan

Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Jual Beli *Online* terdiri dari dua konsep yaitu perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum represif. Perlindungan hukum preventif adalah perlindungan hukum bagi masyarakat bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa, bentuk pencegahan tersebut yaitu pembinaan terhadap konsumen dalam memperoleh haknya dan pengawasan terhadap konsumen yang mana jika dari hasil pengawasan terjadi penyimpangan yang membahayakan konsumen, maka pelakunya dapat dikenai sanksi sesuai peraturan yang berlaku. Perlindungan hukum represif yaitu bentuk perlindungan hukum dimana lebih ditujukan kepada penyelesaian sengketa. Penyelesaian wanprestasi jual beli secara *online* dapat diselesaikan dengan cara Litigasi (Jalur Pengadilan) melalui mekanisme pengadilan dengan perantaraan hakim setelah dimasukkannya gugatan

wanprestasi. Dan penyelesaian perkara diluar pengadilan, yaitu non litigasi melalui lembaga penyelesaian sengketa konsumen atau penyelesaian sengketa alternatif, dimana Penyelesaian wanprestasi jual beli secara *online* dapat diselesaikan secara elektronik yang mana lazim disebut dengan *Online Dispute Resolution (ODR)*. merupakan cara penyelesaian sengketa yang sama halnya seperti *Alternative Dispute Resolution*, perbedaan dari dua alternatif tersebut hanya pada cara kerjanya yaitu secara online di mana setiap sengketa timbul dari adanya aktivitas perdagangan dengan media elektronik *Online Dispute Resolution* merupakan salah satu alternatif penyelesaian sengketa, yang menggunakan media elektronik dan jaringan internet dalam proses penyelesaiannya sehingga para pihak yang bersengketa tidak perlu bertatap muka secara fisik.

B. Saran

Bagi konsumen kiranya harus lebih selektif lagi dalam melakukan transaksi perdagangan secara online dan mengedepankan aspek keamanan transaksi dan kehati-hatian sebagai pertimbangan utama. Bukan hanya mengedepankan aspek kepercayaan melainkan juga harus memperhatikan keamanan infrastruktur transaksi secara online seperti jaminan atas kebenaran identitas penjual dan jaminan keamanan jalur pembayaran.

Penjual dan pembeli harus dapat memahami perjanjian atau kontrak elektronik, agar supaya tidak terjadi kesalahpahaman yang berujung merugikan orang lain, dan sebagai pelaku usaha maupun customer harus memahami dan mengerti akan hal apa saja yang termasuk dalam bentuk-bentuk wanprestasi dalam perjanjian jual beli online. dan harus memahami hukum yang berlaku yang berkaitan dengan jual beli *online* Undang Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Agung Noegrobo, *Teknologi Komunikasi*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2010.
- Ahmad M Ramli, *Cyber Law dan HAKI Dalam Sistem Hukum Indonesia*, Refika Aditama, Jakarta, 2004.
- Abdul Kadir Muhammad, *Hukum Perikatan*, Citra Aditya Bakti, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1992.
- Arsyad Sanusi, *Hukum E-Commerce*, Sasrawarna Printing, Jakarta, 2011.
- Adi Sulisty Nugroho, *E-Commerce Teori dan Implementasi*, Ekuilibria, Yogyakarta, 2016.
- Adami Chazawi, *Tindak Pidana Informasi Dan Transaksi Elektronik: Penyerangan Terhadap Kepentingan Hukum Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Transaksi Elektronik: UU No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik*, Bayumedia Publishing, Malang, 2011.
- John M. Echols dan Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2003.
- Rivers L. William, Jay W. Jensen, Theodore Peterson, *Media Massa dan Masyarakat Modern*, Kencana, Jakarta, 2003.
- R. Subekti, *Hukum Perjanjian*, Intermasa, Jakarta, 1979.
- Sahrul Mauludi, *Seri Cerdas Hukum: Awak Hoax*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, 2018.
- Titik Triwulan Tutik, *Hukum Perdata Dalam Sistem Hukum Nasional*, Cet ke-2, Kencana, Jakarta, 2008.

B. Peraturan Perundang-Undangan

- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik.
- Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan.
- Undang undang Nomor 30 Tahun 1999 Tentang Arbitrase.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
Peraturan Pemerintah No 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

PERMA No.1 Tahun 2016 Tentang Prosedur Mediasi.

C. Sumber Lain

Ardiansyah Ardiansyah, “*Penerapan Asas Keseimbangan Dalam Klausula Baku Ditinjau Dari Prespektif Perlindungan Konsumen,*” *Tadulako Master Law Journal* 5, no. 2 (29 Juni 2021): 184–96. Akses 27 Januari 2024.