

Skripsi

Tri Cahya Indarta

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PEMBELI
DALAM LELANG DI INTERNET**



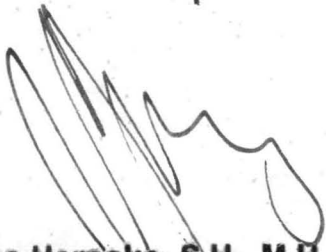
**FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2001**

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PEMBELI DALAM LELANG DI INTERNET

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Memenuhi Persyaratan
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Hukum

Dosen Pembimbing,



A. Yudha Hernoko, S.H., M.H.
NIP. 131878393

Penyusun



Tri Cahya Indarta
NIM. 039614385

**FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2001**

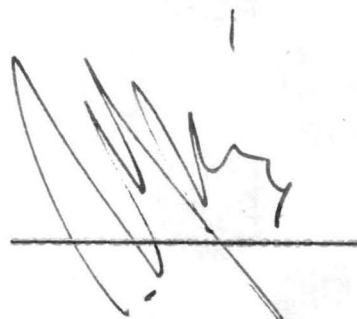
Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan Panitia Penguji
Pada Hari Jum'at 2 Februari 2001

Panitia Penguji Skripsi :

1. Ketua : Hj. Moerdiati, S.H., M.S.



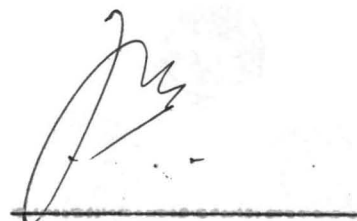
2. Anggota : Agus Yudha Hernoko, S.H., M.H.



Lisman Iskandar, S.H., M.S.



Y. Sogar Simamora, S.H., M.Hum.



MOTTO :

❖ *Terkadang dalam hukum, keadilan harus dikorbankan demi*

ketertiban, Tetapi ketertiban yang mengandung keadilan.

❖ *Tidak ada satupun cara yang benar*

Untuk melakukan perbuatan yang salah.

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

*“Ayah bundaku” sebagai wujud bhakti
ananda, mbak Tutik, mbak Pras, dik Ita dan
“seseorang” yang selalu memberiku dorongan
semangat selama ini.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah Swt yang telah melimpahkan segala berkah, rahmat dan hidayahNya, sehingga pada akhirnya dapat menyelesaikan skripsi, meskipun melalui tahap-tahap penggantian.

Selesainya skripsi ini juga juga tidak terlepas dari bimbingan, bantuan serta dorongan dari mereka yang senantiasa akan selalu melekat di dalam sanubari saya. Dalam kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Fakultas Hukum Universitas Airlangga Surabaya dan seluruh Civitas Akademikanya yang telah memberikan kesempatan bagi saya untuk menuntut ilmu yang berguna.
2. Bapak Agus Yudha Hernoko, S.H., M.H., selaku dosen wali sekaligus dosen pembimbing yang telah berkenen menyisihkan waktu, tenaga dan fikiran disela-sela kesibukan beliau untuk memberikan dorongan, pengarahan dan bimbingan kepada saya dalam pembuatan skripsi ini.
3. Tim dosen penguji, Ibu Hj. Moerdiati, S.H.,M.S., Bapak Lisman Iskandar, S.H., M.S. dan Bapak Y. Sogar Simamora, S.H., M.Hum.
4. Ayahanda Indra Martaja dan Ibunda Siti K, serta saudara-saudara saya Mbak Tutik, Mbak Pras, Dik Ita juga sikecil Salsabilla "sinchan" Hendrawan, yang telah memberikan cinta, kasih sayang, perhatian dan dorongan yang tiada pernah hentinya.

5. Yuli "*Sang Kekasih*" Fitriana, *and family*, yang setia dengan segala perhatian dan kasih sayang memberi dorongan semangat selama ini (*you mean everything to me*).
6. Anton Biantoro, atas segala kesabarannya berbagi kamar dengan anak cakep selama ini dan juga Cici' yang selalu ngajak guyon, *Thank's both of you*.
7. Sodaraku yang lain, Etik (atas segala suport, kritik, saran dukungan dan bantuan bahan-bahan skripsi selama ini), Asna, Murni, Yulis, Nana, Reny, Heppy, Wahyu, Silvi, ma kasih atas kebersamaan dan persaudaraan yang tulus.
8. Temen-temen di LAM periode 1999-2000, Dedyng, Unggul, Yuni dan *my little sister* Temmy '98 ma kasih atas dorongan dan do'anya.
9. Teman-teman Komparhum dan Bumi, Danny, Norman, Yudi, Satrio, Landak, Alex, Guruh dan teman-teman angkatan '96 yang lain, *thank's kawan*.
10. My new Friends KKN, Pak Edy (atas restunya), Luqman, Gindo, Arry, Nova, Nur RLDUTS atas dorongan, doa serta persahabatannya.
11. FKMB se-Surabaya, Donny "ITS", Ira FK-UA", atas bantuannya selama ini hingga saya mendapat "*apa*" yang saya cari, Danank "UPN", Susi "Sastra Inggris", Ita "ITS", etc."Viva FKMB, Dari Bojonegoro Untuk Bojonegoro".
12. Cak Putut, dan kawan-kawan kos-kosan Karmen VI/45-A Ivan'slank', A-an 'Pak Lilik', Handono 'Nganyuk boy' beserta istri dan rekan di

KTW-No. 31, Prof Juliandi, Guruh Puput dll, terima kasih atas bantuannya karena telah **tidak mengganggu** dalam penulisan skripsi ini. Smoga kalian sabar ngadepin "Si Mbok Muda".

13. Rony, Ilimi, Botol, Gundul Dik Andri dan anak anak Kontrak-an Pisang Agung 10 Mig atas tumpangan nginap tidur di Mig selama ini.

14. Teman-teman lainnya yang mungkin terlewatkan, dengan segala bantuan dan dorongannya selama ini.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati, saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Harapan saya semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 14 Februari 2001

Penyusun

DAFTAR ISI

Halaman Judul..... i

Lembar Persetujuan..... ii

Lembar Pengesahan..... iii

Motto..... iv

Persembahan..... v

Kata Pengantar..... vi

Daftar Isi..... ix

BAB I : PENDAHULUAN

1. Permasalahan : Latar Belakang dan Rumusan Masalah..... 1

2. Penjelasan Judul..... 5

3. Alasan Pemilihan Judul..... 6

4. Tujuan Penulisan..... 7

5. Metodologi..... 8

6. Pertanggungjawaban Sistematika..... 9

BAB II : HUBUNGAN HUKUM ANTARA PARA PIHAK

1. Kesepakatan Para Pihak Untuk Mengikatkan Diri..... 12

2. Hak dan Kewajiban Para Pihak Dalam Lelang di Internet..... 19

BAB III : UPAYA HUKUM BAGI PEMBELI YANG DIRUGIKAN

1. Penyimpangan Yang Dapat Terjadi Dalam Lelang Di Internet..... 26

2. Dasar Hukum Bagi Pembeli Untuk Mendapatkan Ganti Rugi.....	27
3. Beban Pembuktian.....	38

BAB IV : PENUTUP

1. Simpulan.....	45
2. Saran.....	46

Daftar Pustaka

Lampiran

BAB I

PENDAHULUAN

1. Permasalahan : Latar Belakang dan Rumusan Masalah

Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi yang semakin maju dewasa ini, penggunaan internet sebagai media komunikasi mengalami peningkatan yang sangat pesat. Hal ini tidak terbatas dalam dunia akademis, tetapi telah merambah ke dunia perdagangan barang dan jasa yang tidak terbatas oleh rentang jarak dan waktu. Sebagai salah satu media komunikasi yang sangat jauh cakupannya, internet mempunyai beberapa manfaat yang sangat penting, antara lain :

- a. Media komunikasi.
- b. Mengikuti perkembangan jaman.
- c. Mengikuti perkembangan informasi iptek dan bisnis.
- d. Penunjang sistem pendidikan jarak jauh.
- e. Sarana hiburan dan hobi.
- f. Menekan biaya pengiriman pesan, gambar, biaya cetak.
- g. Membuka wawasan.
- h. Globalisasi informasi.
- i. Sumber data.
- j. Sarana diskusiglobal bagi profesional, peneliti, dan masyarakat.
- k. Sarana bisnis.¹

Teknologi ini juga mempermudah untuk bertransaksi karena pertemuan antara penjual dan konsumen secara fisik sudah tidak lagi menjadi keharusan. Dengan hanya melihat penawaran suatu barang atau jasa tertentu, seorang calon konsumen dapat membaca kondisi-kondisi

¹ Bambang Setiarso dan Triyono, *Sumber-Sumber Informasi Indonesia dan Pengembangan Pangkalan Data di Internet*, BACA, Vol. XXI No: 6, Maret 1997

jual beli yang ditentukan oleh penjual meskipun hal ini tidak dapat diketahui secara pasti. Akhir-akhir ini lelang melalui internet sudah mulai merambah dunia *cyber space* di Indonesia, yang lebih dikenal dengan lelang *online*.

Lelang memang mempunyai daya tarik tersendiri. Bagi pembeli, mereka dapat bersaing dengan orang lain untuk mendapatkan barang tertentu, kadang-kadang dengan harga miring, sedangkan bagi penjual, mereka bisa mencairkan barang-barang yang sudah tidak dibutuhkannya lagi

Selain itu proses penentuan harga yang ditentukan baik oleh penjual maupun pembeli memberikan kepuasan bagi kedua belah pihak. Jika selama ini lelang dikenal kurang merakyat di Indonesia, karena sebelumnya lelang hanya boleh diselenggarakan oleh pemerintah, dalam hal ini adalah Balai Lelang negara. Baru sekitar awal tahun 1999, setelah BPPN melelang barang-barang eks bank yang dilikuidasi, keran lelang dibuka.²

Lelang online lebih hangat dibandingkan dengan lelang tradisional. Salah satu kelebihan atau kemudahan dalam bertransaksi lelang lewat internet jika dibandingkan dengan lelang tradisional adalah dengan menjual barang atau jasa melalui internet bagi pengusaha bisa meningkatkan nilai penjualan, mencairkan kelebihan stok barang tanpa banyak perlu investasi iklan ataupun biaya pemasaran sehingga lelang

² *Ayo Belanja Lewat Lelang Online Indonesia*, Majalah Internet edisi 15 Agustus – 15 September 2000, hal. 31

online dapat dijadikan sebagai teknik penjualan alternatif. Karena tidak terbatas oleh jarak dan waktu sehingga antara penjual dan pembeli bisa berada pada jarak yang sangat jauh. Sedangkan bagi pembeli sendiri dapat memperoleh apa yang dibutuhkan, meskipun jaraknya jauh. Selain itu juga waktu yang diberikan relatif lebih lama sehingga pembeli dapat memilih-milih barang yang disukai dari satu situs ke situs yang lain.

Dari segi jenis barang yang diperjualbelikan, lelang melalui internet mempunyai beberapa perbedaan dengan lelang konvensional. Didalam lelang konvensional lebih cocok digunakan barang-barang yang harganya terlalu tinggi yang mencapai puluhan atau ratusan juta atau barang-barang yang sulit untuk dinilai seperti lukisan. Sementara itu di dalam lelang *online* lebih cocok digunakan untuk menjual barang-barang massal yang sangat diminati, seperti telepon selular atau nomor ponsel.

Proses lelang biasanya diawali dengan adanya seorang anggota yang mendaftarkan barangnya di sebuah situs lelang. Untuk itu ia diminta mengisi data-data : harga, deskripsi produk, foto (dianjurkan), harga pembukaan, kenaikan harga penawaran, harga lepas, masa lelang (intervalnya) ditentukan oleh situs lelang, lokasi barang, kondisi barang dan metode pembayaran. Pembeli yang berminat bisa langsung mengajukan penawaran, yang tingkat kenaikannya ditentukan oleh penjual.³

³ Ibid hal. 36

Secara sepintas lalu lelang *online* sangat menarik untuk dilakukan dan memudahkan konsumen untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan, tetapi dibalik itu semua di dalam sistem lelang *online* keberadaan penjual serta kemampuan dan keadaan barangnya sangat rawan bagi konsumen. Karena disini konsumen diharuskan berkompetisi dengan cara memberikan bid⁴ atau penawaran yang tertinggi untuk mendapatkan barang yang diinginkan tanpa mengetahui keadaan barang dan penjualnya.

Dari keadaan inilah yang menempatkan pembeli atau konsumen pada posisi yang lemah, yaitu pada hal kesesuaian kondisi barang dengan promosi lewat situs internet, karena konsumen sama sekali belum melihat barang yang menjadi obyek lelang secara kongkret kecuali menggunakan iklan di internet sebagai satu-satunya pedoman.

Sebagai suatu sistem penjualan yang sudah dikenal luas di seluruh dunia lelang *online* perlu untuk mendapatkan perhatian dari pemerintah, dalam hal ini adalah Deprindag, Dephub, pengusaha yang dalam hal ini adalah penjual, pengelola situs pelelangan melalui internet, dan juga konsumen sendiri sebagai upaya perlindungan hukum bagi konsumen.

Dari uraian tersebut di atas, maka permasalahan yang akan dikemukakan dalam skripsi ini adalah :

- a. Bagaimanakah hubungan yang terjadi antara penjual dan pembeli dalam lelang *online* ?

⁴ “*bid*” merupakan istilah teknis di dalam lelang *online* yang artinya penawaran yang dilakukan oleh pembeli

- b. Upaya hukum apa yang dapat ditempuh untuk melindungi pembeli ?

2. Penjelasan judul

Skripsi ini mengambil judul “ Perlindungan Hukum Bagi Pembeli Dalam Lelang di Internet “. untuk dapat memahami makna dari pemilihan judul dalam rangka mempermudah pengertiannya dapat dilakukan penjabaran terminologi dari judul yang dipilih.

Perlindungan berdasarkan Kamus Umum Bahasa Indonesia W.J.S. Poerwodarminto, yang dimaksud dengan perlindungan adalah perbuatan melindungi. Sedangkan yang dimaksud dengan hukum adalah segala undang-undang, peraturan dan sebagainya untuk mengatur pergaulan hidup dalam masyarakat.

Menurut pendapat Philipus Mandiri Hadjon, perlindungan hukum adalah :

Perlindungan hukum selalu berkaitan dengan kekuasaan. Ada dua kekuasaan yang selalu menjadi perhatian, yakni kekuasaan pemerintah dan kekuasaan ekonomi. Dalam hubungannya dengan kekuasaan pemerintah, permasalahan perlindungan hukum bagi masyarakat (yang diperintah) terhadap pemerintah (yang memerintah). Dalam hubungan dengan kekuasaan ekonomi, permasalahan perlindungan hukum adalah perlindungan bagi si lemah (ekonomi) terhadap si kuat (ekonomi), misalnya perlindungan bagi pekerja terhadap pengusaha, perlindungan bagi penggarap tanah terhadap pemilik (tuan tanah).⁵

⁵ P.M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Dalam negara hukum Pancasila*, Makalah ini disampaikan pada Simposium tentang Politik, Hak Asasi Dan Pembangunan Hukum, dalam rangka Dies Natalis XL/Lustrum VIII Universitas Airlangga, 3 November 1994

Pembeli adalah orang (pihak) yang melakukan pembelian suatu barang. Pembeli disini dapat juga di kelompokkan sebagai konsumen.

Konsumen sendiri menurut Undang-undang No. tahun 1999 tentang perlindungan konsumen di dalam pasal 1 ayat 2, menyatakan bahwa kosumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia di dalam masyarakat baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Lelang menurut pasal 1 Vendureglement/ Peraturan lelang staatsblad 1908 No. 189 yaitu penjualan barang di muka umum dengan penawaran harga yang makin meningkat, dengan persetujuan harga yang makin menurun atau dengan pendaftaran harga, atau dimana orang-orang yang diundang atau sebelumnya sudah diberitahu tentang pelelangan atau penjualan, atau kesempatan yang diberikan kepada orang-orang yang berlelang atau yang membeli untuk menawar harga, menyetujui harga atau mendaftarkan.

Sedangkan internet diartikan sebagai satu jaringan satu komputer dengan lainnya yang memungkinkan berbagai informasi dan sumberdaya dalam dunia telekomunikasi yang terbuka.

Jadi secara keseluruhan, arti dari judul tersebut adalah suatu perlindungan yang sesuai dengan hukum dan peraturan perundang-undangan yang berlaku bagi konsumen yang membeli barang atau jasa dengan cara lelang melalui internet (media telekomunikasi)

supaya kedudukan konsumen seimbang dengan kedudukan penjual sehingga tidak dirugikan.

3. Alasan Pemilihan judul

Lelang *online* merupakan suatu sistem transaksi jual beli baru yang diperkenalkan di Indonesia melalui internet. Dimana dalam sistem ini konsumen tidak harus bersusah payah untuk datang ke tempat lelang untuk ikut menawar barang, tetapi cukup di depan komputer dan memberikan penawaran (*bid*) atas barang yang ditawarkan penjual. Secara sepintas memang cara ini dipandang cukup efektif dari segi penghematan waktu bagi konsumen yang super sibuk. Tetapi disisi lain ada hal yang perlu untuk diperhatikan dalam lelang *online* ini seperti transaksi yang lewat internet yang tidak mempertemukan secara langsung antara penjual dan pembeli.

Dari sini dapat dilihat bahwa kedudukan konsumen dalam lelang lewat internet ini lemah, yaitu dalam hal kesesuaian kondisi barang dengan promosi lewat situs internet, karena konsumen sama sekali belum melihat barang yang menjadi obyek lelang secara konkret kecuali melalui iklan di internet sebagai satu-satunya pedoman. Sehingga dibutuhkan suatu perlindungan hukum bagi konsumen agar posisi konsumen seimbang dengan penjual dan hak-hak konsumen terpenuhi.

4. Tujuan Penulisan

Penulisan skripsi ini adalah untuk memnuhi persyaratan akademik dalam mencapai gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Airlangga Surabaya. Selain itu juga untuk memahami keberadaan lelang *online* sebagai salah satu sarana bertransaksi lelang lewat internet. Mengenai pemecahan permasalahan dalam hal terjadi kerugian yang diderita oleh konsumen akibat sistem transaksi yang tidak mempertemukan penjual dan pembeli, juga untuk memberikan sumbangan pemikiran pada kalangan mahasiswa pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, semoga dapat berguna bagi yang memerlukannya.

5. Metodologi

a. Pendekatan masalah

Dalam penulisan skripsi ini penulis menggunakan pendekatan yuridis normatif, yaitu suatu pendekatan yang dilakukan dengan mempelajari peraturan perundang-undangan yang berlaku yang berkaitan dengan lelang dalam internet sebagai sarana transaksi lewat internet, dalam hal ini adalah BW, Undang-undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Lembaran Negara Republik Indonesia tahun 1999 nomor 42, peraturan-peraturan yang berkaitan dengan lelang antara lain : Vendureglement/peraturan lelang tahun 1908 dan peraturan lainnya yang terkait dengan permasalahan.

b. Sumber bahan baku

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bahan hukum yang menjadi sumber dan alasan penulisan. Bahan hukum yang penulis dapatkan berasal dari berbagai sumber yang dibagi menjadi dua golongan. Pertama adalah sumber bahan hukum primer dan kedua adalah sumber bahan hukum sekunder.

Sumber bahan hukum primer berupa peraturan-peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan permasalahan, yaitu Burgerlijk Wetboek (BW), Undang-undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Sedangkan sumber bahan hukum sekunder berupa studi kepustakaan, antara lain literatur-literatur, tulisan ilmiah, majalah-majalah dan situs-situs di internet yang berhubungan dengan permasalahan.

c. Prosedur pengumpulan dan pengolahan bahan hukum.

Sumber bahan hukum yang didapat, selanjutnya diseleksi berdasarkan pada klasifikasi prioritas yang dihubungkan dengan permasalahan yang ada. Bahan hukum yang berkaitan dengan permasalahan beserta pembahasannya selanjutnya diolah serta dirumuskan secara sistematis dan disesuaikan dengan masing-masing pokok bahasannya.

d. Analisis bahan hukum

Bahan yang didapat tersebut kemudian dianalisa secara deskriptif normatif. Teknik ini dilakukan dengan cara menggambarkan, menguraikan

dan menjelaskan peraturan yang ada, dalam hal ini adalah Undang-undang No. 8 tahun 1999 dan peraturan lainnya di tambah dengan pendapat beberapa dari para ahli yang kemudian dipakai sebagai acuan untuk menganalisa masalah yang ada.

6. Pertanggungjawaban sistematika

Agar lebih sistematis dan mudah untuk dipahami, skripsi ini dibagi dalam empat bab.

Bab I sebagai pendahuluan berisikan gambaran umum dari permasalahan pokok beserta arah pemikiran penulisan yang dituangkan dalam skripsi ini. Bab ini ditujukan untuk memberikan pengantar dan pedoman untuk mempermudah pemahaman akan pembahasan dalam bab-bab selanjutnya. Dalam bab ini sub babnya terdiri dari permasalahan latar belakang dan rumusannya. Sub bab kedua tentang penjelasan judul, hal ini penulis maksudkan untuk memahami dan membatasi pengertian dari judul skripsi ini. Sub bab ketiga tentang alasan pemilihan judul, meskipun dalam latar belakang dan penjelasan judul sudah dikemukakan, namun tidaklah cukup tanpa diberi alasan-alasan yang mendorong dipilih dan dibahasnya judul tersebut di atas. Sub bab keempat dengan tujuan penulisan maksudnya untuk mengetahui guna kepentingan apa skripsi ini dibuat, karena bagaimanapun juga aktivitas manusia pasti mempunyai tujuan yang akan dicapai. Sub bab kelima tentang metode yang akan digunakan dalam menyusun skripsi ini berisi mengenai pedoman yang dipakai dalam mengadakan pendekatan masalah, sumber data, yaitu

perolehan data didapat dari mana, prosedur pengumpulan data mengenai cara perolehan yang didapat dan pengolahan data yang berisi tentang metode yang digunakan dalam menganalisis data yang nantinya akan tersaji dalam bentuk skripsi. Sub bab keenam tentang pertanggungjawaban sistematika merupakan ringkasan dari semua sub bab pembahasan dan alasan-alasan diletakkannya judul bab dari sub bab dalam pembahasan tersebut.

Bab II menjelaskan tentang permasalahan pertama yaitu mengenai hubungan hukum diantara para pihak. Dalam bab ini menjelaskan tentang kesepakatan yang terjadi dan keabsahannya juga tentang hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh pihak-pihak yang telah mengikatkan diri.

Bab III akan diuraikan tentang upaya hukum bagi konsumen yang merasa dirugikan atas penyimpangan yang mungkin terjadi di dalam transaksi lelang *online*. Selain itu juga dijelaskan tentang dasar hukum bagi konsumen yang akan mengajukan gugatan dan pihak-pihak yang bertanggung gugat dan diuraikan pula bukti-bukti yang dapat dijadikan sebagai dasar gugatan.

Sebagai bagian akhir penulisan dalam Bab IV akan ditarik suatu kesimpulan dari pembahasan bab-bab sebelumnya. Selanjutnya dalam bab ini juga akan diajukan beberapa saran dan pemikiran yang sesuai dengan permasalahan yang dijadikan obyek kajian dalam skripsi ini.

BAB II

HUBUNGAN HUKUM ANTARA PARA PIHAK

Dengan semakin terbukanya dunia perdagangan di dunia , maka semakin banyak model-model dalam perniagaan yang dengan cepatnya merambah dunia perniagaan di Indonesia. Salah satunya yang saat ini sedang ramai adalah lelang di internet yang dikenal dengan lelang *online*.

Sebagai suatu sistem berniaga yang masih relatif baru di Indonesia, perlu ditinjau mengenai hubungan hukum yang terjadi antara para pihak yang terlibat di dalam transaksi lelang di internet ini. Pertama kali yang akan diuraikan dalam hubungan hukum antara para pihak ini adalah kesepakatan yang terjadi. Karena kesepakatan mempunyai arti yang sangat penting bagi perikatan-perikatan yang akan menyertainya. Dari kesepakatan para pihak tersebut maka akan terbentuk perjanjian-perjanjian yang dikehendaki, yang mana perjanjian tersebut sudah tentu berisi ketentuan-ketentuan yang akan menimbulkan hak dan kewajiban diantara para pihak.

1. Kesepakatan Para Pihak Untuk Mengikatkan Diri

Di Indonesia, keabsahan suatu perjanjian yang dibuat dikatakan sah apabila telah memenuhi syarat-syarat yang diatur di dalam pasal 1320 BW, yaitu :

1. Kesepakatan dari para pihak.
2. Kecakapan para pihak untuk membuat perikatan.

3. Suatu hal atau obyek tertentu.
4. Kausa yang halal.

Dari keempat syarat tersebut di atas, syarat yang pertama dan kedua disebut sebagai unsur subyektif. Karena menyangkut subyek (pihak) yang mengadakan perjanjian tersebut. Sedangkan unsur ketiga dan keempat yang berhubungan langsung dengan obyek perjanjian disebut dengan unsur obyektif. Tidak terpenuhinya salah satu syarat dari keempat syarat tersebut menyebabkan cacat dalam perjanjian dan perjanjian tersebut dapat terancam batal. Baik dalam bentuk dapat dibatalkan, jika terjadi pelanggaran terhadap unsur subyektif, maupun batal demi hukum jika unsur obyektifnya tidak terpenuhi.

Yang dimaksud dengan kesepakatan dari para pihak adalah bahwa para pihak yang membuat perjanjian telah setuju dan sepakat terhadap isi perjanjian. Pencapaian kesepakatan tersebut terjadi karena kesukarelaan dan kemauan bebas dari para pihak dan bukan karena paksaan, ancaman dan penipuan.⁶

Disini para pihak yang mengadakan perjanjian menghendaki sesuatu yang sama secara timbal balik, contohnya di dalam jual beli, seorang pembeli memerlukan suatu barang, sedangkan di lain pihak seorang penjual

⁶Ida Susanti, *Aspek Yuridis Transaksi Bisnis Melalui E-Commerce*, makalah "seminar sosialisasi Cyber law" yang diselenggarakan oleh bagian hukum perikatan P.T. Telkom divisi regional V jatim, surabaya 7september 2000, hal 5.

memerlukan sejumlah uang yang bisa didapatkannya dari pembeli. Namun yang harus dicermati adalah bahwa kehendak disini haruslah dinyatakan. Dengan demikian maka yang akan menjadi alat pengukur tercapainya persesuaian kehendak tersebut adalah pernyataan-pernyataan yang telah disepakati oleh kedua belah pihak.

Dengan sifatnya yang obligatoir, kesepakatan yang telah dibuat mengikat para pihak untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu atau memberikan sesuatu atau bisa juga dikatakan bahwa kesepakatan yang telah dibuat menimbulkan hak dan kewajiban bagi para pihak.

Undang-Undang berpangkal pada asas konsensualisme, namun untuk menilai apakah tercapai kesepakatan yang merupakan saat lahirnya perjanjian yang mengikat para pihak seperti undang-undang maka kita berpijak pada pernyataan-pernyataan yang telah dilakukan oleh kedua belah pihak. Ini merupakan suatu tuntutan hukum. Karena dari pernyataan itu timbul perasaan aman pada setiap orang yang telah membuat suatu perjanjian bahwa ia tidak mungkin dituntut untuk memenuhi kehendak-kehendak pihak lawan yang tidak pernah dinyatakan kepadanya. Sehingga jika terjadi pelanggaran terhadap apa yang telah disepakati oleh para pihak, hal ini dapat mengakibatkan tanggung gugat bagi pihak yang telah melakukan pelanggaran tersebut.

Sebagaimana yang diatur di dalam buku III BW yang bersifat terbuka, maka perjanjian yang dibuat juga harus berdasarkan kesepakatan para pihak

yang bebas. Artinya kesepakatan tersebut terjadi karena kemauan sukarela dari para pihak dan tidak paksaan dari pihak manapun.

Kesepakatan itu timbul karena adanya suatu penawaran (*offer*) dan penerimaan (akseptasi). Penawaran mendahului akseptasi, yang mana hal ini membebani pihak yang menawarkan demi kepentingan pihak yang ditawari menciptakan suatu hak untuk melahirkan perjanjian melalui akseptasi. Dari sini, penawaran tersebut menciptakan hak kehendak (*wilsrecht*). Sehingga penawaran dapat dirumuskan sebagai pernyataan kehendak yang mengandung usulan untuk mengadakan perjanjian.⁷

Syarat pernyataan kehendak untuk berlaku sebagai penawaran harus mengandung esensialia perjanjian yang akan dibuat. Di sini harus di muat unsur-unsur pokok dari perjanjian yang akan dibuat yaitu dalam hal hak dan kewajiban pokoknya saja.

Pernyataan kehendak yang akan berfungsi sebagai penawaran dalam perjanjian jual-beli harus mengemukakan secara jelas tentang barang(benda) dan harga.

Dan karena di dalam lelang di internet ini hubungan hukum yang terjadi adalah jual-beli, maka barang dan harga yang merupakan unsur pokok wajib dicantumkan di dalam penawaran. Pihak pengusaha yang ingin menawarkan dan memasarkan barang dan atau jasanya di dalam lelang di internet

⁷ J.H. Nieuwenhuis, *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*, terjemahan Djasadin Saragih, hal 2

menawarkan barang-barang mereka melalui situs-situs lelang yang ada saat ini yang kurang lebih ada 7 situs lelang. Dari iklan mereka ini dapat kita ketahui tentang harga barang, jenis barang, kualitas barang, jumlah penawaran, metode pembayaran dan lain-lain.

Iklan pada situs lelang di internet ini bisa dikatakan sebagai suatu penawaran dari pengusaha kepada konsumen, karena di dalam lelang tersebut sudah terdapat unsur-unsur pokok yang diharuskan ada dalam perjanjian yang akan dibentuk oleh pengusaha dan konsumen, yaitu mengenai harga dari barang yang ditawarkan, deskripsi barang, juga foto dan kondisi barang yang akan menjadi obyek lelang. Di dalam situs lelang ini iklan tersebut merupakan penawaran yang bersifat umum. Karena siapa saja diperbolehkan untuk mengakseptasi penawaran tersebut.

Konsumen yang tertarik dengan barang yang dilelang dapat mengakseptasi penawaran tersebut yaitu dengan cara mengajukan penawaran harga. Apabila konsumen menjadi pemenang bid, yaitu orang yang berhak untuk mendapatkan barang yang dilelang, maka ia bisa menempuh cara yang paling aman, yaitu mengirim e-mail kepada pengusaha (penjual) untuk membuat perjanjian lebih lanjut mengenai transaksinya. Misalnya, pembeli (konsumen) dapat mendatangi penjual untuk melihat langsung barang tersebut. Dan jika sesuaimaka pembayaran dapat dilakukan dengan cara tunai atau dengan cara yang mereka sepakati bersama. Atau jika lokasi mereka berjauhan, bisa juga barang dikirimkan melalui jasa kurir

dan pembayaran dilakukan melalui transfer antar bank. Di sini e-mail penjual tampak dihalaman produk yang ditawarkan.

Hubungan hukum yang terjadi dalam lelang melalui internet adalah jual beli di mana di dalam pasal 1457 menyatakan :

“Jual beli adalah suatu perjanjian yang mana pihak yang satu mengikat dirinya untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang dan pihak lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.”

Jual beli adalah perjanjian yang bersifat konsensual , artinya perjanjian jual beli sudah merupakan suatu perjanjian yang sah dalam artian mengikat atau mempunyai kekuatan hukum pada saat tercapai kesepakatan antara pengusaha dan konsumen tentang unsur-unsur pokoknya yaitu barang dan harga.

Terjadinya kesepakatan di dalam lelang online adalah pada saat konsumen memenangkan penawaran tertinggi dan harga tersebut di atas harga lepas yang ditentukan oleh pengusaha. Karena jika penawaran tertinggi masih berada di bawah harga lepas penjual berhak untuk tidak menjual barang tersebut. Dengan kata lain kesepakatan belum terjadi.

Jika kesepakatan diantara para pihak tersebut telah terjadi, maka sebagai akibat selanjutnya pihak pengusaha (penjual) dan konsumen terikat untuk melakukan suatu prestasi. Dan karena perjanjian jual beli adalah perjanjian yang timbal balik, maka pembeli mempunyai kewajiban untuk

membayar sejumlah uang sedangkan penjual mengirimkan barang yang telah disepakati kepada pembeli.

Didalam lelang di internet para pihak tidak bertemu secara langsung, sehingga tidak ada suatu surat perjanjian tertulis untuk menegaskan adanya perjanjian yang telah terjadi diantara mereka. Hal ini menyebabkan tidak adanya suatu paksaan untuk memenuhi prestasi masing-masing pihak. Jadi agar perjanjian jual beli dalam lelang di internet dapat dilaksanakan, maka para pihak harus mempunyai itikad baik untuk melaksanakan prestasinya.

Di dalam mekanisme lelang *online* ini, pengusaha (penjual) akan melaksanakan prestasinya yaitu mengirimkan barang setelah ia menerima pembayaran dari pembeli(konsumen). Oleh karena itu jika konsumen beritikad tidak baik yaitu tidak melaksanakan prestasinya, maka pihak pengusaha juga tidak bisa melaksanakan prestasinya, karena biasanya alamat yang digunakan adalah alamat e-mail yang keberadaannya secara nyata sulit untuk dicari.

Apabila konsumen tidak melaksanakan prestasinya maka perjanjian yang telah terjadi akan kembali seperti sedia kala seperti saat sebelum terjadinya perjanjian. Perjanjian tersebut seakan-akan tidak pernah terjadi diantara kedua belah pihak. Oleh karena itu kesepakatan yang terjadi pada saat konsumen yang memenangkan penawaran tertinggi dengan tujuan untuk mengakseptasi penawaran atas barang tersebut tidak begitu kuat kedudukannya, sehingga diperlukan tindak lanjut atas kesepakatan tersebut,

yaitu konsumen biasanya melihat langsung barang yang telah dimenangkan. Jika sesuai dengan kondisi dan deskripsi yang telah diterangkan maka konsumen baru akan membayarnya, yang cara pembayaran tersebut biasanya sudah ditentukan oleh pihak penjual (pengusaha). Pengiriman uang tersebut merupakan pernyataan secara tegas dari konsumen bahwa ia benar-benar berminat mengakseptasi penawaran lelang tersebut.

Di dalam lelang secara konvensional dimana kesepakatan langsung dituangkan dalam berita acara lelang, dan konsumen atau pembeli juga langsung dapat membayar sejumlah uang untuk membentuk suatu hubungan hukum. Tetapi pada lelang lewat internet, kata sepakat belum begitu kuat sehingga diperlukan suatu perbuatan lebih lanjut dari konsumen untuk membuktikan bahwa ia benar-benar menginginkan hubungan hukum tersebut.

2 Hak dan Kewajiban Para Pihak Dalam Lelang Di Internet

Sebagaimana dengan bentuk-bentuk perikatan yang lain, perikatan yang terjadi dalam lelang di internet juga mempunyai konsekuensi dalam hak dan kewajiban para pihaknya. Sudah tentu konsumen dan pengusaha mempunyai hak dan kewajiban yang berbeda. Hak dan kewajiban mereka tidak saja diperoleh dari perikatan yang telah mereka buat, yaitu jual beli. Tetapi juga mempunyai hak dan kewajiban yang diberikan oleh undang-undang. Dalam hal ini adalah BW dan Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Hak dan kewajiban para pihaknya dapat kita lihat di dalam perjanjian yang telah terjadi antara lain : penjual berhak untuk menentukan dan memperpanjang tempo lelang, identitasnya dirahasiakan dan dapat membatalkan penawaran yang diajukan jika dia menilai palsu. Sedangkan kewajibannya adalah menghubungi pemenang dalam waktu 3 x 24 jam setelah lelang ditutup.

Sedangkan bagi pembeli hak dan kewajibannya menurut perjanjian lelang tersebut adalah : menghubungi penjual untuk menyelesaikan jual beli setelah dihubungi oleh penjual. Haknya adalah dapat menarik penawaran, jika tidak ada penawar lain.

Didalam BW, hak dan kewajiban para pihak diatur dalam pasal 1513 tentang kewajiban pembeli yaitu : "membayar harga pembelian pada waktu dan tempat sebagaimana ditetapkan menurut persetujuan". Sedangkan haknya yaitu mendapatkan barang yang telah dimenangkan dalam penawaran.

Kewajiban pengusaha diatur dalam pasal 1474 BW yaitu :

- a. Menyerahkan barangnya kepada pembeli.
- b. Memberi pertanggungan atau jaminan bahwa barang yang dijual tidak merupakan sengketa apapun baik yang berupa tuntutan maupun pembebasan.

Sedangkan haknya adalah memperoleh pembayaran dari konsumen atas barang yang dibeli oleh konsumen.

Sebelum adanya Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Pelindungan Konsumen secara umum dikenal ada empat hak dasar konsumen yang mengacu pada *President Kennedy's 1962 Consumer's Bill of Rights*, yaitu :

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

Empat hak dasar ini diakui secara internasional. Tetapi dalam perkembangannya, organisasi-organisasi konsumen yang tergabung dalam *The International Organization of Consumers Union (IOCU)* menambahkan lagi beberapa hak, seperti hak mendapatkan pendidikan konsumen, hak mendapatkan ganti kerugian, dan hak mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat. Namun tidak semua organisasi konsumen menerima penambahan hak-hak tersebut. Mereka bebas untuk menerima semua atau sebagian. YLKI misalnya, memutuskan untuk menambahkan satu hak lagi sebagai pelengkap empat hak dasar konsumen, yaitu hak mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat sehingga keseluruhannya dikenal sebagai panca hak konsumen.⁸

⁸ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Cetakan I, Grasindo, Jakarta, 2000, hal 16.

Dengan diundangkannya Undang-undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen maka semakin terjamin hak-hak konsumen , karena didalamnya diatur tentang hak-hak konsumen di dalam pasal 4 yaitu :

- 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 perjanjian atau tidak sebagai mana mestinya.
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Adanya hak sudah tentu sebagai komsekuensinya ada kewajiban pula.

Kewajiban konsumen diatur dalam pasal 5 , yaitu :

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedr pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa , demi keamanan dan keselamatan.
- b. Beritikad baik dalam melaksanakan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Sebagaimana konsumen dengan segala hak dan kewajibannya, maka pengusaha sebagai salah satu pihak juga sudah pasti mempunyai hak dan kewajiban pula. Hak dari pengusaha diatur dalam pasal 6 Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu:

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- b. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.

- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan perundang-undangan lainnya.
Begitu juga dengan kewajibannya yang diatur dalam pasal 7 yaitu:
 - a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
 - b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
 - c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
 - d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
 - e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan atau mencoba barang dan/atau barang tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.
 - f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Di dalam lelang di internet kemungkinan terdapat hak konsumen yang tidak bisa diterima, yaitu hak untuk memilih dan mendapatkan informasi yang benar tentang kondisi barang yang di lelang. Hal ini dikarenakan konsumen tidak dapat melihat secara langsung barang yang dimenangkannya dalam penawaran. Sehingga mengakibatkan posisi konsumen relatif lemah jika dibandingkan dengan kedudukan pengusaha.

Informasi yang benar sangat diperlukan bagi setiap barang yang akan dilelang dan diperkenalkan kepada konsumen. Hal ini diperlukan agar konsumen tidak sampai mempunyai gambaran yang keliru atas produk barang dan/atau jasa yang ditawarkan. Selain itu di dalam praktek lelang di internet dimungkinkan adanya permainan curang dari pihak pengusaha untuk menaikkan nilai jual barang dan/atau jasa yang ditawarkan, misalnya dengan adanya peserta palsu. Ini sangat merugikan konsumen

BAB III

UPAYA HUKUM BAGI PEMBELI YANG DIRUGIKAN

1. Penyimpangan yang dapat terjadi dalam lelang di internet

Lelang di internet merupakan salah satu metode jual-beli secara lelang gaya baru yang berkembang seiring dengan berkembangnya dunia bisnis internet di Indonesia beberapa waktu belakangan ini. Ketertarikan konsumen atau pembeli pada sistem lelang ini karena tidak harus para pihaknya untuk bertemu secara langsung sehingga tidak menyita banyak waktu mereka yang kebanyakan adalah dari masyarakat ekonomi menengah keatas yang minimal sudah mengetahui seluk beluk dari dunia internet. Selain dari sistemnya yang tidak menyita waktu juga dari jenis produknya yang beraneka ragam sehingga menarik untuk dicoba.

Dibalik segala kebaikan dari lelang di internet tersebut, transaksi ini juga sangat memungkinkan untuk terjadinya perbuatan-perbuatan tertentu dari pihak penjual atau pengusaha yang nantinya akan sangat merugikan pembeli sebagai konsumen. Memang tidak semua pengusaha atau penjual melakukan perbuatan tersebut, tetapi sebagai konsumen, pembeli hendaknya harus berhati-hati dalam melakukan transaksi lelang di internet. Pembelian melalui lelang di internet dengan cara para pihaknya tidak bertemu secara langsung dapat berakibat pembeli tidak bisa mengetahui secara pasti tentang bentuk dari produk atau barang yang menjadi obyek lelang . Sehingga ada kemungkinan dari pihak

penjual atau pengusaha akan melakukan suatu perbuatan curang.

Perbuatan curang tersebut antara lain :

- Adanya pihak lain sebagai peserta lelang yang merupakan sekutu dari penjual dengan memberikan penawaran harga yang tinggi dengan tujuan supaya harga barang yang dilelang juga akan tinggi.
- Barang yang dilelang kondisi atau kualitasnya tidak sebagus seperti apa yang telah diiklankan.

Dari perbuatan-perbuatan curang tersebut nantinya akan sangat merugikan pembeli sebagai konsumen. Di sini dapat ditemui dua macam kerugian yaitu yang pertama adalah kerugian transaksi, yaitu kerugian yang diderita oleh pembeli sebagai konsumen karena produk atau barang yang diterima tidak seperti apa yang menjadi haknya. Kerugian yang kedua adalah kerugian produk sebagai akibat kualitas produk yang dijual tidak seperti yang telah diiklankan. Atas kerugian-kerugian tersebut, pembeli sangat dirugikan baik secara ekonomis maupun non ekonomis. Kerugian yang menyangkut ekonomis disini diartikan merupakan kerugian yang dapat dinilai dengan uang, sedangkan kerugian non ekonomis adalah kerugian yang tidak dapat dinilai dengan uang, misalnya adalah dalam hal rasa tidak bahagia menggunakan barang tidak seperti apa yang diinginkan. Dan sebagai akibat dari kerugian tersebut, pembeli dapat menuntut untuk mendapatkan ganti kerugian atas apa yang telah dideritanya.

2 Dasar hukum bagi konsumen untuk mendapatkan ganti rugi

Jika terjadi sengketa antara para pihak, yaitu penjual dan pembeli, maka yang harus dilakukan pertama kali adalah dengan jalan menempuh cara damai. Upaya damai ini ditempuh dengan jalan kekeluargaan, sehingga dapat diselesaikan dengan cara yang mudah, murah dan relatif murah. Upaya damai ini di dalam undang-undang yaitu BW telah diatur secara tegas di dalam Buku III Bab XVIII tentang perdamaian, yaitu pada pasal 1851 sampai dengan pasal 1864.

Di dalam upaya penyelesaian secara damai ini dapat dilaksanakan oleh para pihak itu sendiri dengan atau tanpa kuasa atau pendamping ataupun bantuan dari pihak ketiga. Kedudukan dari pihak ketiga disini bisa sebagai mediator atau penengah yang merupakan organisasi konsumen ataupun bisa juga pemerintah.

Dan untuk melindungi kepentingan konsumen yang berada di Indonesia maka berdasarkan pasal 31 Undang-undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen akan dibentuk suatu badan yang berfungsi memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia. Badan ini berkedudukan di kota Jakarta sebagai ibu kota negara dan bertanggung jawab langsung kepada presiden.

Badan ini nantinya mempunyai tugas-tugas pokok sebagai berikut :

- a. Memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen.
- b. Melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen.
- c. Melakukan penelitian terhadap barang dan /atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen.
- d. Mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.
- e. Menyebarkan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen.
- f. Menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pelaku usaha.

Dan di dalam melaksanakan tugasnya ini badan tersebut dapat bekerja sama dengan lembaga konsumen dunia. Selain itu juga akan dibentuk suatu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) di daerah tingkat II untuk melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen dengan cara melalui mediasi, atau arbitrase atau konsiliasi berdasarkan pasal 49 UUPK.

Upaya upaya yang telah dijelaskan diatas adalah merupakan upaya penyelesaian sengketa di luar pengadilan. Tetapi walaupun begitu, upaya damai masih dapat dilakukan biarpun sengketa tersebut sudah masuk ke pengadilan.

Menurut ketentuan di dalam ayat 1 pasal 130 H.I.R., hakim sebelum memeriksa perkara perdata tersebut, harus berusaha untuk mendamaikan kedua belah pihak. Malahan upaya perdamaian tersebut dapat dilakukan sepanjang proses berjalan, juga dalam taraf banding dalam Pengadilan Tinggi.

Apabila hakim dapat berhasil untuk mendamaikan kedua belah pihak, yang sedang berperkara itu, lalu dibuatlah akta perdamaian dan kedua belah pihak harus mentaati isi dari akta perdamaian tersebut. Akta perdamaian tersebut mempunyai kekuatan seperti suatu putusan hakim yang biasa yang telah mempunyai kekuatan hukum yang tetap.

Oleh karena perdamaian tersebut bersifat mau sama mau, dan merupakan persetujuan antara kedua belah pihak, maka terhadap putusan perdamaian tersebut menurut ketentuan ayat 3 pasal 130 H.I.R. yang bersangkutan tidak diperkenankan untuk mengajukan permohonan banding ataupun kasasi. Proses selesai sama sekali dan seandainya suatu waktu diajukan kembali persoalan yang sama oleh salah satu pihak tersebut atau oleh para ahliwarisnya dan mereka yang mendapatkan hak dari padanya, maka gugatan terakhir ini akan dinyatakan "*nebis in idem*" dan karenanya akan dinyatakan tidak dapat diterima.

Berbeda dengan perdamaian yang telah berhasil dilakukan oleh hakim di dalam sidang, adalah perdamaian yang dilakukan oleh para pihak sendiri di luar sidang. Perdamaian ini hanya berkekuatan sebagai persetujuan kedua pihak belaka, yang apabila tidak ditaati oleh salah satu pihak masih harus diajukan melalui suatu proses di pengadilan. Persoalannya hanya selesai untuk sementara dan sama sekali tidak dapat dijamin apabila suatu ketika tidak akan meletus lagi dan mungkin lebih hebat dari semula.⁹

Dari sini dapat dilihat dan diketahui bahwa upaya damai yang dilakukan di luar sidang pengadilan dirasa masih kurang melindungi kepentingan konsumen dibandingkan dengan upaya perdamaian yang dilakukan di dalam sidang pengadilan. Selain itu peranan lembaga swadaya masyarakat atau organisasi konsumen sangat besar di dalam upaya di luar sidang pengadilan. Sedangkan peran dari pemerintah lebih dirasakan di dalam upaya damai di dalam sidang .

Namun jika semua upaya damai secara kekeluargaan seperti tersebut diatas tetap tidak dapat menyelesaikan persengketaan yang terjadi maka yang akan mereka tempuh adalah melalui lembaga arbitrase, yang dalam hal ini adalah Badan Arbitrase Nasional Indonesia (BANI).¹⁰ BANI ini beralamat di Menara Kadin lantai 29 Jl. H.R. Rasuna Said Kav. 2-3 Jakarta Selatan.

⁹ Retnowulan sutantio, *Hukum Acara Perdata Dalam Teori dan Praktek*, cetakan ketujuh, mandar maju, bandung, 1995, hal. 37.

¹⁰ Lihat dalam peraturan tentang *Perselisihan Antara Penjual dan Pembeli* pada pasal 62-63 di dalam situs <http://www.lelang2000.com>.

Upaya penyelesaian sengketa diluar pengadilan melalui BANI ini sendiri merupakan salah satu jalan alternatif yang dapat ditempuh oleh para pihak jika terjadi sengketa. Didalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) sendiri telah mengaturnya di dalam Pasal 45 ayat (4) yang menyebutkan :

“Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.”

Dari pasal tersebut dapat kita ketahui bahwa penyelesaian di dalam sidang pengadilanpun tetap dibuka setelah para pihak gagal menyelesaikan sengketa mereka di luar pengadilan.

Gugatan yang diajukan oleh konsumen ini dilakukan setelah segala upaya yang ditempuh melalui jalur kekeluargaan, yaitu di luar pengadilan dan perdamaian, tidak mencapai hasil seperti yang diharapkan bersama. Jika setelah semua itu tidak berhasil, maka konsumen untuk mendapatkan haknya akan menempuh jalur hukum dengan jalan mengajukan gugatan ke pengadilan yang berwenang. Hal ini dikarenakan di dalam perjanjian lelang yang terdapat dalam sistem lelang yang tersedia ada yang menyebutkan secara tegas dan jelas jika terjadi perselisihan diantara para pihak, tetapi ada juga yang tidak menyebutkan upaya penyelesaian

persengketaan secara jelas. Jadi disini dapat ditempuh dengan jalur arbitrase ataupun gugatan ke pengadilan jika timbul sengketa.

Didalam kasus perdata di pengadilan, pihak konsumen yang diberi hak untuk mengajukan gugatan menurut pasal 46 UUPK adalah sebagai berikut :

- a. Seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan.
- b. Sekelompok konsumen yang memiliki kepentingan yang sama.
- c. Lembaga perlindungan swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu berbentuk badan hukum atau yayasan, yang dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah untuk kepentingan perlindungan konsumen dan telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya.
- d. Pemerintah dan/atau instansi terkait apabila barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengakibatkan kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit.

Dari kerugian-kerugian yang menimpa konsumen yang mungkin timbul di dalam transaksi lelang di internet ini maka konsumen dapat menggunakan tiga macam dasar gugatan untuk menggugat pengusaha lelang yang dalam hal ini adalah penjual dengan tujuan untuk mendapatkan ganti rugi, antara lain :

- a. Gugatan berdasarkan wanprestasi

Gugatan berdasarkan wanprestasi ini dikarenakan pihak penjual atau pengusaha dalam lelang di internet ini tidak melaksanakan apa yang telah ia janjikan kepada pembeli atau tidak melaksanakan apa yang seharusnya ia lakukan sesuai dengan janjinya atau dengan kata lain pembeli atau konsumen tidak memperoleh apa yang seharusnya menjadi hak mereka.

Wanprestasi ini dapat terjadi akibat dari kelalaian, kealpaan ataupun ingkar janji. Dan wanprestasi yang dilakukan oleh salah satu pihak dalam perjanjian dapat berupa :

1. Tidak melaksanakan apa yang dia sanggupi untuk dilaksanakan.
2. Melaksanakan apa yang dia janjikan tetapi tidak sebagaimana mestinya.
3. Melaksanakan apa yang dijanjikan, tetapi terlambat.
4. Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukan.

Wanprestasi tersebut untuk dapat dijadikan sebagai dasar gugatan harus ada hubungan sebab akibat antara kerugian yang dialami oleh konsumen dan perbuatan wanprestasi. Hal ini diatur di dalam pasal 1248 BW yaitu bahwa ganti rugi dari wanprestasi hanya merupakan akibat langsung dari tidak terpenuhinya perikatan, dalam hal ini adalah perjanjian jual beli lelang.

Tuntutan tuntutan yang dapat diajukan atas kerugian yang terjadi adalah sebagai berikut :¹¹

1. Pemenuhan perjanjian.

¹¹ Purwahid patrik, *Dasar-Dasar Hukum Perikatan*, cetakan I, Mandar maju, Bandung, 1994, hal.

2. Pemenuhan perjanjian disertai gantirugi.
3. Gantirugi saja.
4. Pembatalan perjanjian.
5. Pembatalan perjanjian disertai ganti rugi.

b. Gugatan berdasarkan Perbuatan Melanggar Hukum.

Di dalam pasal 1365 BW menyatakan bahwa :

“ Tiap perbuatan melanggar hukum, yang membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu mengganti kerugian tersebut.”

Berdasarkan pasal diatas yang lazim dikenal sebagai pasal tentang perbuatan melanggar hukum , untuk dapat dikatakan sebagai perbuatan melanggar hukum maka harus memenuhi empat unsur pokok :

1. Adanya perbuatan.
2. Adanya unsur kesalahan.
3. Adanya kerugian yang diderita.
4. Adanya hubungan kausalitas antara kesalahan dan kerugian.

Yang dimaksud dengan kesalahan disini adalah unsur yang bertentangan dengan hukum. Pengertian hukum disini tidak hanya dalam artian aturan perundang-undangan saja, tetapi didalamnya juga kepatutan dan kesusilaan didalam masyarakat.

Selain itu kerugian juga harus diartikan dalam artian yang luas, tidak hanya mengenai kekayaan harta benda seseorang semata, tetapi juga

mengenai kepentingan-kepentingan lainnya dari manusia . Yang dalam hal ini adalah pembeli, yaitu tubuh, jiwa dan kehormatan.

Keempat unsur tersebut merupakan syarat yang perlu (*noudzakelijk*) dan secara bersama merupakan syarat cukup untuk tanggung gugat berdasarkan pasal 1365 BW.¹²

Sebelumnya, perbuatan melanggar hukum di dalam pasal 1365 BW tidak dijelaskan artinya , sehingga timbul berbagai macam penafsiran. Ada yang hanya menafsirkan hukum secara sempit, yaitu sebatas Undang-undang. Penafsiran sempit ini hanya menyangkut dua unsur pokok, yaitu unsur pelanggaran terhadap hak subyektif seseorang dan unsur perbuatan yang bertentangan dengan kewajiban hukum si pelaku.¹³

Baru kemudian sejak tahun 1919 setelah dipelopori oleh Pengadilan Tinggi Belanda (*Hoge raad*) dalam putusannya tanggal 31 Januari 1919, yang termuat dalam majalah "*Nederlandsche Jurisprudentie 1919-101*" istilah perbuatan melanggar hukum ditafsirkan secara luas, sehingga meliputi juga suatu perbuatan yang bertentangan dengan kesusilaan atau dengan yang dianggap pantas dalam pergaulan hidup masyarakat.¹⁴

Dengan demikian, dengan melakukan penafsiran secara luas tersebut, keterbatasan peraturan perundang-undangan dalam lapangan hukum perdata tidak dapat lagi dijadikan alasan untuk memasung hak-hak

¹² J.H. Nieuwenhuis, *op cit*, hal 118

¹³ Shidarta, *opcit*, hal 85

konsumen. Sepanjang unsur-unsur pada pasal 1365 BW terpenuhi, kesempatan pembeli atau konsumen untuk menuntut pemenuhan hak-haknya senantiasa terbuka.

Pembeli dalam lelang di internet yang menggunakan dasar gugatan perbuatan melanggar hukum untuk menggugat pengusaha lelang, jika dalam gugatan yang menggunakan dasar wanprestasi maka hubungan hukum antara para pihak disyaratkan, tetapi jika dasar gugatannya adalah perbuatan melanggar hukum, maka hubungan hukum dari para pihaknya tidak disyaratkan, dengan kata lain hubungan hukum itu bisa ada atau juga bisa tidak ada, yang penting terpenuhinya keempat unsur yang ada diatas.

Perbedaan yang praktis antara gugatan berdasarkan perbuatan melanggar hukum dengan gugatan berdasarkan wanprestasi terletak pada beban pembuktiannya. Dalam perbuatan melanggar hukum, penggugat dalam gugatannya harus selalu mengutarakan dan kalau perlu membuktikan tidak hanya adanya suatu perbuatan melanggar hukum dan adanya suatu kerugian, melainkan juga adanya kesalahan (*schuld*) dari pihak tergugat.

Dalam hal wanprestasi, penggugat cukup dengan mengutarakan hal adanya suatu persetujuan (perjanjian) dan hal tidak terjadi prestasi. Sedang menurut pasal 1244 BW tergugatlah, yang kalau perlu kemudian

¹⁴ Wirjono Prodjodikoro, *Perbuatan Melanggar Hukum Dipandang dari Sudut Hukum Perdata*, cetakan I Mandar maju, bandung 2000, hal. 7

harus membuktikan ketiadaan kesalahan berhubungan dengan adanya suatu keadaan memaksa.¹⁵

Oleh karena itu di dalam sengketa konsumen, karena kedudukan konsumen relatif lebih lemah jika dibandingkan dengan pengusaha dalam artian ekonomis, maupun psikologis, maka untuk membuktikan kesalahan pengusaha sangatlah sulit. Sehingga untuk mempermudahnya maka hal ini didasarkan pada tanggung gugat produk (*product liability*) yang mensyaratkan pengusaha untuk membuktikan dirinya tidak bersalah.

3. Beban Pembuktian

Di dalam suatu sengketa konsumen, pembuktian sangat diperlukan guna meyakinkan hakim tentang kebenaran dari dalil-dalil yang telah dikemukakan. Tentang pembuktian berdasarkan pasal 1865 BW jo pasal 163 HIR, maka barang siapa yang mendalilkan sesuatu, maka dialah yang harus membuktikan kebenaran dari dalil tersebut. Tidak semua dalil yang menjadi dasar gugatan harus dibuktikan kebenarannya, sebab, dalil-dalil yang tidak disangkal, apalagi diakui sepenuhnya oleh pihak lawan tidak perlu dibuktikan lagi. Dalam soal pembuktian, tidak selalu pihak penggugat saja yang harus membuktikan dalilnya. Dengan kata lain, hakim sendiri yang menentukan pihak yang mana yang akan memikul beban pembuktian.

¹⁵ *ibid*, hal 103

Didalam lapangan hukum perdata, dikenal ada beberapa alat bukti, yang diatur dalam pasal 164 H.I.R., yaitu :

1. Bukti surat.
2. Bukti saksi.
3. Persangkaan.
4. Pengakuan.
5. Sumpah.

Namun di dalam lelang di internet, yang menggunakan media elektronika sebagai sarana bertransaksi akan kesulitan jika harus menggunakan alat bukti berupa surat, yang merupakan alat bukti yang utama. Untuk itu maka mengacu pada peraturan yang mengatur tentang transaksi bisnis yang menggunakan media elektronika (*e-commerce*) yaitu *UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce* maka transaksi yang menggunakan *data message* dapat dijadikan sebagai alat bukti di dalam sengketa yang terjadi.

Data message merupakan salah satu sarana penting di dalam transaksi melalui *e-commerce*, karena *data message* ini berisi informasi yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perjanjian, isi perjanjian, syarat perjanjian dan hal-hal penting lainnya dalam transaksi melalui *e-commerce*.¹⁶

Berdasarkan Model Law, suatu informasi tidak dapat ditolak bahwa ia mempunyai akibat hukum (*legal effect*), memiliki keabsahan (*validity*), dan

¹⁶ Ida Susanti, *Ibid*, hal. 8

dapat dilaksanakan (*enforceability*) semata mata hanya kearena alasan bahwa informasi tersebut termuat dalam bentuk *data message*.

Disamping itu, informasi tersebut juga tidak dapat ditolak keabsahan, *enforceability*, dan *validitasnya* semata-mata hanya karena informasi tersebut tidak termuat di dalam *data message*, namun informasi tersebut hanya dirujuk oleh *data message* dengan tujuan untuk meningkatkan konsekensi hukum dari *data message* tersebut. Dengan demikian, informasi yang termuat di dalam *data message* maupun yang hanya direfer oleh *data message* untuk menambah kekuatan hukum dari *data message* tersebut memiliki kedudukan hukum yang sama dan sama-sama dilindungi oleh hukum.

Yang harus diperhatikan adalah bahwa pengertian dari *data message* tidak hanya dibatasi pada komunikasi, tetapi juga mencakup perekaman informasi oleh komputer (*record*).¹⁷ Dengan demikian, bila kita akan mengartikan kata '*writing*' dalam article 6 *Model Law*, *record* dianggap tercakup di dalam istilah *writing*.¹⁸

Selain itu, didalam Undang- undang tentang dokumen perusahaan, juga menyebutkan bahwa bentuk tertulis tidak mutlak sebagai alat bukti di pengadilan. Bisa juga dalam bentuk elektronik ataupun mikro film.

Berdasarka alat bukti yang dapat digunakan tersebut di atas, maka hakim sebagai pihak yangmenentukan siapa yang harus memikul beban

¹⁷ *ibid*, hal 9

pembuktian harus dapat memutuskan secara arif dan bijaksana. Disini pihak yang lebih mudah untuk membuktikannya adalah yang seharusnya membuktikan bahwa ia tidak bersalah, karena ia mempunyai posisi yang lebih memungkinkan untuk melakukan pembuktian.

Untuk mempermudah siapa yang harus memikul beban pembuktian, maka ada beberapa prinsip tanggung jawab yang harus diperhatikan antara lain :

a. Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan.

Prinsip ini menyatakan , seseorang baru dapat dimintakan pertanggung jawabannya secara hukum jika ada unsur kesalahan yang dilakukannya. Yang dimaksud dengan kesalahan adalah unsur yang bertentangan dengan hukum. Pengertian hukum tidak hanya bertentangan dengan undang-undang, tetapi juga kepatutan dan kesusilaan dalam masyarakat.

Mengenai pembagian beban pembuktiannya asas ini mengikuti ketentuan dari pasal 1865 BW. Disitu dikatakan, barang siapa yang mengaku mempunyai suatu hak, harus membuktikan adanya hak atau peristiwa itu (*actorie incumbit probatio*).

Ketentuan tersebut diatas juga sejalan dengan teori umum dalam hukum acara, yakni asas *audit et alterm partem* atau asas kedudukan yang sama antara semua pihak yang berperkara. Disini hakim harus memberi para pihak beban yang seimbang sehingga masing-masing

¹⁸ Lihat dalam situs <http://www.un.org/at/uncitral>.

mempunyai kesempatan yang sama untuk memenangkan perkara tersebut.

b. Prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab.

Prinsip ini menyatakan, tergugat selalu dianggap bertanggung jawab sampai ia dapat membuktikan ia tidak bersalah. Jadi beban pembuktian ada pada tergugat.¹⁹ Tampak beban pembuktian terbalik diterima dalam prinsip tersebut.

Undang-undang tentang perlindungan konsumenpun mengadopsi sistem pembuktian terbalik ini, sebagaimana ditegaskan dalam pasal 19, 22, dan 23.²⁰

Dasar pemikiran dari teori beban pembuktian terbalik adalah seseorang dianggap bersalah, sampai yang bersangkutan dapat membuktikan yang sebaliknya. Hal ini tentu bertentangan dengan asas hukum praduga tidak bersalah (*presumption of innocence*) yang lazim dikenal dalam hukum. Namun jika diterapkan dalam sengketa konsumen akan tampak asas demikian cukup relevan.

Jika digunakan teori ini maka yang berkewajiban untuk membuktikan kesalahan itu ada di pihak pelaku usaha yang digugat. Tergugat ini yang harus menghadirkan bukti-bukti dirinya tidak bersalah.

c. Prinsip tanggung gugat mutlak.

Prinsip tanggung gugat mutlak (*strict liability*) ini diartikan sebagai prinsip tanggung gugat yang menetapkan kesalahan tidak sebagai faktor

¹⁹ Shidarta, opcit, hal. 61

yang menentukan. Namun ada pengecualian-pengecualian yang memungkinkan untuk dibebaskan dari tanggung jawab, misalnya keadaan *force majeure*.

Menurut R.C. Hoerber et al., biasanya prinsip tanggung gugat mutlak ini diterapkan karena konsumen tidak dalam posisi yang menguntungkan untuk membuktikan adanya kesalahan dalam suatu proses produksi dan distribusi yang kompleks, diasumsikan produsen lebih dapat mengantisipasi jika sewaktu-waktu ada gugatan atas kesalahannya.²¹

d. *Product liability*.

Product liability sebenarnya mengacu sebagai tanggung jawab produsen. Agnes M. Toar, mengartikan tanggung gugat produk sebagai tanggung jawab para produsen untuk produk yang dibawanya dalam peredaran, yang menimbulkan atau menyebabkan kerugian karena adanya cacat yang melekat pada produk tersebut. Tanggung jawab itu dapat bersifat kontraktual atau perjanjian atau berdasarkan undang-undang (gugatan atas dasar perbuatan melawan hukum).

Dasar gugatan untuk tanggung gugat produk dapat dilakukan atas landasan adanya :²²

1. pelanggaran jaminan (*Breach of warranty*).
2. Kelalaian (*negligence*).
3. Tanggung gugat mutlak (*strict liability*).

²⁰ Lihat ketentuan pasal 28 UUPK.

²¹ *op cit* hal 64.

²² *ibid* hal 66

Pelanggaran jaminan berkaitan dengan jaminan pelaku usaha (khususnya produsen) bahwa barang yang dihasilkan atau dijual tidak mengandung cacat. Pengertian cacat bisa terjadi dalam konstruksi barang, desain, dan atau pelabelan.

Adapun yang dimaksud dengan kelalaian adalah bila si pelaku usaha yang digugat itu gagal menunjukkan, ia cukup berhati-hati dalam membuat, menyimpan, mengawasi, memperbaiki, memasang label atau mendistribusikan barang.

Dalam Undang-undang perlindungan konsumen (UUPK) ketentuan yang mengisyaratkan adanya tanggung jawab produk tersebut dimuat dalam pasal 7 sampai dengan pasal 11 . Pasal 19 UUPK secara lebih tegas merumuskan tanggung gugat produk ini dengan menyatakan : "Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan".

Berdasarkan uraian tersebut di atas dapatlah kita ketahui bahwa hakim memegang peranan yang sangat penting dalam menentukan beban pembuktian sehingga sengketa yang terjadi dapat diselesaikan dengan adil.

BAB IV

PENUTUP

1. Simpulan

- a. Di dalam lelang di internet, hubungan hukum yang terjadi diantara para pihaknya adalah jual beli. Disini jual beli itu sendiri merupakan perjanjian yang bersifat konsensual, yaitu perjanjian tersebut mempunyai kekuatan hukum pada saat telah terjadi kesepakatan diantara para pihaknya. Lelang di internet ini, kesepakatan yang terjadi adalah pada saat pembeli atau konsumen menjadi pemenang dalam penawaran tertinggi atas produk yang telah dilelang di dalam situs lelang di internet. Setelah kesepakatan itu terjadi maka akan dilanjutkan dengan penegasan bahwa para pihak benar-benar menginginkan hubungan hukum itu terjadi. Dari hubungan hukum yang terjadi tersebut akhirnya menghasilkan hak dan kewajiban para pihak, baik yang berasal dari perikatannya ataupun undang-undang. Dari sini dapat diketahui bahwa kedudukan konsumen relatif lebih rendah dibandingkan dengan pengusaha lelang.
- b. Dari keadaan (posisi) pembeli sebagai konsumen yang relatif lebih rendah dibandingkan dengan pengusaha ini nantinya dapat berakibat penyimpangan atas perikatan yang terjadi dan perbuatan-perbuatan curang yang akhirnya dapat merugikan konsumen. Akibat dari semua

itu konsumen dapat mengajukan tuntutan ganti karugian kepada pengusaha sebagai pihak yang bertanggung jawab.

2. Saran

- a. Karena metode jual beli lelang ini masih tergolong baru dalam dunia bisnis di Indonesia maka sosialisasi dari Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) perlu dipergencar demi melindungi kepentingan konsumen .
- b. Untuk mengakomodasi kepentingan konsumen, secepatnya pemerintah membentuk badan-badan yang telah di jelaskan dalam UUPK , sehingga fungsi pemerintah untuk mengawasi dan melindungi rakyatnya bisa lebih dioptimalkan.

DAFTAR PUSTAKA

Perundang-undangan :

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Burgerlijk Wetboek).

Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Vendureglement (Peraturan lelang) Staatsblad 1908 No.189

Buku :

Nieuwenhuis J.H., *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*, terjemahan Djasadin Saragih.

Purwahid Patrik, *Dasar-Dasar Hukum Perikatan (Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian dan Dari Undang-undang)*, Mandar Maju, Bandung, 1994.

Retnowulan Sutantio, *Hukum Acara Perdata Dalam Teori Dan Praktek*, Mandar Maju, Bandung 1995.

Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Grasindo, Jakarta, 2000

Sudaryatmo, *Hukum Dan Advokasi Konsumen*, Citra Aditya Bakti, Bandung 1999.

Wirjono Prodjodikoro, *Perbuatan Melanggar Hukum Dipandang dari Sudut Pandang Hukum Perdata*, Mandar Maju, Bandung 2000.

Seminar / simposium :

Seminar Sosialisasi Cyber Law, P.T.Telkom Divre V Jawa Timur,
Surabaya, 7 September 2000.

Simposium tentang Politik, Hak Asasi dan Pembangunan Hukum, Dies
Natalis XL/Lustrum VIII Universitas Airlangga, 3 November 1994.

Majalah :

Baca, Vol. XXI Maret 1997.

Internet, Edisi 15 Agustus-15 September 2000.

Situs :

Situs <http://www.lelang2000.com>

Situs <http://www.un.org.at/UNCITRAL>

UNCITRAL MODEL LAW ON ELECTRONIC COMMERCE

WITH

GUIDE TO ENACTMENT

1996

with additional article 5 bis as adopted in 1998

UNITED NATIONS

CONTENTS

GENERAL ASSEMBLY RESOLUTION 51/162 OF 16 DECEMBER 1996
UNCITRAL MODEL LAW ON ELECTRONIC COMMERCE

Part one. Electronic commerce in general

Chapter I. General provisions

- Article 1. Sphere of application
- Article 2. Definitions
- Article 3. Interpretation
- Article 4. Variation by agreement

Chapter II. Application of legal requirements to data messages

- Article 5. Legal recognition of data messages
- Article 5 bis. Incorporation by reference
- Article 6. Writing
- Article 7. Signature
- Article 8. Original
- Article 9. Admissibility and evidential weight of data messages
- Article 10. Retention of data messages

Chapter III. Communication of data messages

- Article 11. Formation and validity of contracts
- Article 12. Recognition by parties of data messages
- Article 13. Attribution of data messages
- Article 14. Acknowledgement of receipt
- Article 15. Time and place of dispatch and receipt of data messages

Part two. Electronic commerce in specific areas

Chapter I. Carriage of goods

- Article 16. Actions related to contracts of carriage of goods
- Article 17. Transport documents

GUIDE TO ENACTMENT OF THE UNCITRAL MODEL LAW ON ELECTRONIC COMMERCE	1-150
Purpose of this Guide	1
I. Introduction to the Model Law	2-23
A. Objectives	2-6
B. Scope	7-10
C. Structure	11-12
D. A "framework" law to be supplemented by technical regulations	13-14
E. The "functional-equivalent" approach	15-18
F. Default rules and mandatory law	19-21
G. Assistance from UNCITRAL secretariat	22-23
II. Article-by-article remarks	24-122
Part one. Electronic commerce in general	24-107
Chapter I. General provisions	24-45
Article 1. Sphere of application	24-29
Article 2. Definitions	30-40
Article 3. Interpretation	41-43
Article 4. Variation by agreement	44-45
Chapter II. Application of legal requirements to data messages	46-75
Article 5. Legal recognition of data messages	46
Article 5bis. Incorporation by reference	46-1 - 46-7
Article 6. Writing	47-52
Article 7. Signature	53-61
Article 8. Original	62-69
Article 9. Admissibility and evidential weight of data messages	70-71
Article 10. Retention of data messages	72-75
Chapter III. Communication of data messages	76-107

Article 11. Formation and validity of contracts	76-80
Article 12. Recognition by parties of data messages	81-82
Article 13. Attribution of data messages	83-92
Article 14. Acknowledgement of receipt	93-99
Article 15. Time and place of dispatch and receipt of data messages	100-107
Part two. Electronic commerce in specific areas	108-122
Chapter I. Carriage of goods	110-122
Article 16. Actions related to contracts of carriage of goods	111-112
Article 17. Transport documents	113-122
III. History and background of the Model Law	123-150

Resolution adopted by the General Assembly

[on the report of the Sixth Committee (A/51/628)]

51/162 Model Law on Electronic Commerce adopted by the United Nations Commission on International Trade Law

The General Assembly,

Recalling its resolution 2205 (XXI) of 17 December 1966, by which it created the United Nations Commission on International Trade Law, with a mandate to further the progressive harmonization and unification of the law of international trade and in that respect to bear in mind the interests of all peoples, in particular those of developing countries, in the extensive development of international trade,

Noting that an increasing number of transactions in international trade are carried out by means of electronic data interchange and other means of communication, commonly referred to as "electronic commerce", which involve the use of alternatives to paper-based methods of communication and storage of information,

Recalling the recommendation on the legal value of computer records adopted by the Commission at its eighteenth session, in 1985, and paragraph 5(b) of General Assembly resolution 40/71 of 11 December 1985, in which the Assembly called upon Governments and international organizations to take action, where appropriate, in conformity with the recommendation of the Commission, so as to ensure legal security in the context of the widest possible use of automated data processing in international trade,

Convinced that the establishment of a model law facilitating the use of electronic commerce that is acceptable to States with different legal, social and economic systems, could contribute significantly to the development of harmonious international economic relations,

Noting that the Model Law on Electronic Commerce was adopted by the Commission at its twenty-ninth session after consideration of the observations of Governments and interested organizations,

Believing that the adoption of the Model Law on Electronic Commerce by the Commission will assist all States significantly in enhancing their legislation governing the use of alternatives to paper-based methods of communication and storage of information and in formulating such legislation where none currently exists,

1. *Expresses* its appreciation to the United Nations Commission on International Trade Law for completing and adopting the Model Law on Electronic Commerce contained in the annex to the present resolution and for preparing the Guide to Enactment of the Model Law;

2. *Recommends* that all States give favourable consideration to the Model Law when they enact or revise their laws, in view of the need for uniformity of the law applicable to alternatives to paper-based methods of communication and storage of information;

3. *Recommends* also that all efforts be made to ensure that the Model Law, together with the Guide, become generally known and available.

85th plenary meeting

16 December 1996

UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce

[Original: Arabic, Chinese, English, French, Russian, Spanish]

Part one. Electronic commerce in general

Chapter I. General provisions

Article 1. Sphere of application*

This Law** applies to any kind of information in the form of a data message used in the context*** of commercial**** activities.

* The Commission suggests the following text for States that might wish to limit the applicability of this Law to international data messages:

"This Law applies to a data message as defined in paragraph (1) of article 2 where the data message relates to international commerce."

** This Law does not override any rule of law intended for the protection of consumers.

*** The Commission suggests the following text for States that might wish to extend the applicability of this Law: "This Law applies to any kind of information in the form of a data message, except in the following situations: [...]."

**** The term "commercial" should be given a wide interpretation so as to cover matters arising from all relationships of a commercial nature, whether contractual or not. Relationships of a commercial nature include, but are not limited to, the following transactions: any trade transaction for the supply or exchange of goods or services; distribution agreement; commercial representation or agency; factoring; leasing; construction of works; consulting; engineering; licensing; investment; financing; banking; insurance; exploitation agreement or concession; joint venture and other forms of industrial or business cooperation; carriage of goods or passengers by air, sea, rail or road

Article 2. Definitions

For the purposes of this Law:

(a) "Data message" means information generated, sent, received or stored by electronic, optical or similar means including, but not limited to, electronic data interchange (EDI), electronic mail, telegram, telex or telecopy;

(b) "Electronic data interchange (EDI)" means the electronic transfer from computer to computer of information using an agreed standard to structure the information;

(c) "Originator" of a data message means a person by whom, or on whose behalf, the data message purports to have been sent or generated prior to storage, if any, but it does not include a person acting as an intermediary with respect to that data message;

(d) "Addressee" of a data message means a person who is intended by the originator to receive the data message, but does not include a person acting as an intermediary with respect to that data message;

(e) "Intermediary", with respect to a particular data message, means a person who, on behalf of another person, sends, receives or stores that data message or provides other services with respect to that data message;

(f) "Information system" means a system for generating, sending, receiving, storing or otherwise processing data messages.

Article 3. Interpretation

(1) In the interpretation of this Law, regard is to be had to its international origin and to the need to promote uniformity in its application and the observance of good faith.

(2) Questions concerning matters governed by this Law which are not expressly settled in it are to be settled in conformity with the general principles on which this Law is based.

IR PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA
Article 4. Variation by agreement

- (1) As between parties involved in generating, sending, receiving, storing or otherwise processing data messages, and except as otherwise provided, the provisions of chapter III may be varied by agreement.
- (2) Paragraph (1) does not affect any right that may exist to modify by agreement any rule of law referred to in chapter II.

Chapter II. Application of legal requirements to data messages

Article 5. Legal recognition of data messages

Information shall not be denied legal effect, validity or enforceability solely on the grounds that it is in the form of a data message.

Article 5 bis. Incorporation by reference

(as adopted by the Commission at its thirty-first session, in June 1998)

Information shall not be denied legal effect, validity or enforceability solely on the grounds that it is not contained in the data message purporting to give rise to such legal effect, but is merely referred to in that data message.

Article 6. Writing

- (1) Where the law requires information to be in writing, that requirement is met by a data message if the information contained therein is accessible so as to be usable for subsequent reference.
- (2) Paragraph (1) applies whether the requirement therein is in the form of an obligation or whether the law simply provides consequences for the information not being in writing.
- (3) The provisions of this article do not apply to the following: [...].

Article 7. Signature

- (1) Where the law requires a signature of a person, that requirement is met in relation to a data message if:
 - (a) a method is used to identify that person and to indicate that person's approval of the information contained in the data message; and
 - (b) that method is as reliable as was appropriate for the purpose for which the data message was generated or communicated, in the light of all the circumstances, including any relevant agreement.
- (2) Paragraph (1) applies whether the requirement therein is in the form of an obligation or whether the law simply provides consequences for the absence of a signature.
- (3) The provisions of this article do not apply to the following: [...].

Article 8. Original

- (1) Where the law requires information to be presented or retained in its original form, that requirement is met by a data message if:
 - (a) there exists a reliable assurance as to the integrity of the information from the time when it was first generated in its final form, as a data message or otherwise; and
 - (b) where it is required that information be presented, that information is capable of being displayed to the person to whom it is to be presented.
- (2) Paragraph (1) applies whether the requirement therein is in the form of an obligation or whether the law simply provides consequences for the information not being presented or retained in its original form.
- (3) For the purposes of subparagraph (a) of paragraph (1):
 - (a) the criteria for assessing integrity shall be whether the information has remained complete and unaltered, apart from the addition of any endorsement and any change which arises in the normal course of communication, storage and display; and
 - (b) the standard of reliability required shall be assessed in the light of the purpose for which the information was generated and in the light of all the relevant circumstances.

IR PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA

(4) The provisions of this article do not apply to the following: [...].

Article 9. Admissibility and evidential weight of data messages

(1) In any legal proceedings, nothing in the application of the rules of evidence shall apply so as to deny the admissibility of a data message in evidence:

(a) on the sole ground that it is a data message; or,

(b) if it is the best evidence that the person adducing it could reasonably be expected to obtain, on the grounds that it is not in its original form.

(2) Information in the form of a data message shall be given due evidential weight. In assessing the evidential weight of a data message, regard shall be had to the reliability of the manner in which the data message was generated, stored or communicated, to the reliability of the manner in which the integrity of the information was maintained, to the manner in which its originator was identified, and to any other relevant factor.

Article 10. Retention of data messages

(1) Where the law requires that certain documents, records or information be retained, that requirement is met by retaining data messages, provided that the following conditions are satisfied:

(a) the information contained therein is accessible so as to be usable for subsequent reference; and

(b) the data message is retained in the format in which it was generated, sent or received, or in a format which can be demonstrated to represent accurately the information generated, sent or received; and

(c) such information, if any, is retained as enables the identification of the origin and destination of a data message and the date and time when it was sent or received.

(2) An obligation to retain documents, records or information in accordance with paragraph (1) does not extend to any information the sole purpose of which is to enable the message to be sent or received.

(3) A person may satisfy the requirement referred to in paragraph (1) by using the services of any other person, provided that the conditions set forth in subparagraphs (a), (b) and (c) of paragraph (1) are met.

Chapter III. Communication of data messages*Article 11. Formation and validity of contracts*

(1) In the context of contract formation, unless otherwise agreed by the parties, an offer and the acceptance of an offer may be expressed by means of data messages. Where a data message is used in the formation of a contract, that contract shall not be denied validity or enforceability on the sole ground that a data message was used for that purpose.

(2) The provisions of this article do not apply to the following: [...].

Article 12. Recognition by parties of data messages

(1) As between the originator and the addressee of a data message, a declaration of will or other statement shall not be denied legal effect, validity or enforceability solely on the grounds that it is in the form of a data message.

(2) The provisions of this article do not apply to the following: [...].

Article 13. Attribution of data messages

(1) A data message is that of the originator if it was sent by the originator itself.

(2) As between the originator and the addressee, a data message is deemed to be that of the originator if it was sent:

(a) by a person who had the authority to act on behalf of the originator in respect of that data message; or

(b) by an information system programmed by, or on behalf of, the originator to operate automatically.

(3) As between the originator and the addressee, an addressee is entitled to regard a data message as being that of the originator, and to act on that assumption, if:

(a) in order to ascertain whether the data message was that of the originator, the addressee properly applied a procedure previously agreed to by the originator for that purpose; or

(b) the data message as received by the addressee resulted from the actions of a person whose relationship with the originator or with any agent of the originator enabled that person to gain access to a method used by the originator to identify data messages as its own.

(4) Paragraph (3) does not apply:

(a) as of the time when the addressee has both received notice from the originator that the data message is not that of the originator, and had reasonable time to act accordingly; or

(b) in a case within paragraph (3)(b), at any time when the addressee knew or should have known, had it exercised reasonable care or used any agreed procedure, that the data message was not that of the originator.

(5) Where a data message is that of the originator or is deemed to be that of the originator, or the addressee is entitled to act on that assumption, then, as between the originator and the addressee, the addressee is entitled to regard the data message as received as being what the originator intended to send, and to act on that assumption. The addressee is not so entitled when it knew or should have known, had it exercised reasonable care or used any agreed procedure, that the transmission resulted in any error in the data message as received.

(6) The addressee is entitled to regard each data message received as a separate data message and to act on that assumption, except to the extent that it duplicates another data message and the addressee knew or should have known, had it exercised reasonable care or used any agreed procedure, that the data message was a duplicate.

Article 14. Acknowledgement of receipt

(1) Paragraphs (2) to (4) of this article apply where, on or before sending a data message, or by means of that data message, the originator has requested or has agreed with the addressee that receipt of the data message be acknowledged.

(2) Where the originator has not agreed with the addressee that the acknowledgement be given in a particular form or by a particular method, an acknowledgement may be given by

(a) any communication by the addressee, automated or otherwise, or

(b) any conduct of the addressee,

sufficient to indicate to the originator that the data message has been received.

(3) Where the originator has stated that the data message is conditional on receipt of the acknowledgement, the data message is treated as though it has never been sent, until the acknowledgement is received.

(4) Where the originator has not stated that the data message is conditional on receipt of the acknowledgement, and the acknowledgement has not been received by the originator within the time specified or agreed or, if no time has been specified or agreed, within a reasonable time, the originator:

(a) may give notice to the addressee stating that no acknowledgement has been received and specifying a reasonable time by which the acknowledgement must be received; and

(b) if the acknowledgement is not received within the time specified in subparagraph (a), may, upon notice to the addressee, treat the data message as though it had never been sent, or exercise any other rights it may have.

(5) Where the originator receives the addressee's acknowledgement of receipt, it is presumed that the related data message was received by the addressee. That presumption does not imply that the data message corresponds to the message received.

(6) Where the received acknowledgement states that the related data message met technical requirements, either agreed upon or set forth in applicable standards, it is presumed that those requirements have been met.

(7) Except in so far as it relates to the sending or receipt of the data message, this article is not intended to deal with the legal consequences that may flow either from that data message or from the acknowledgement of its receipt.

Article 15. Time and place of dispatch and receipt of data messages

(1) Unless otherwise agreed between the originator and the addressee, the dispatch of a data message occurs when it enters an information system outside the control of the originator or of the person who sent the data message on behalf of the originator.

(2) Unless otherwise agreed between the originator and the addressee, the time of receipt of a data message is determined as follows:

(a) if the addressee has designated an information system for the purpose of receiving data messages, receipt

occurs:

- (i) at the time when the data message enters the designated information system; or
 - (ii) if the data message is sent to an information system of the addressee that is not the designated information system, at the time when the data message is retrieved by the addressee;
 - (b) if the addressee has not designated an information system, receipt occurs when the data message enters an information system of the addressee.
- (3) Paragraph (2) applies notwithstanding that the place where the information system is located may be different from the place where the data message is deemed to be received under paragraph (4).
- (4) Unless otherwise agreed between the originator and the addressee, a data message is deemed to be dispatched at the place where the originator has its place of business, and is deemed to be received at the place where the addressee has its place of business. For the purposes of this paragraph:
- (a) if the originator or the addressee has more than one place of business, the place of business is that which has the closest relationship to the underlying transaction or, where there is no underlying transaction, the principal place of business;
 - (b) if the originator or the addressee does not have a place of business, reference is to be made to its habitual residence.
- (5) The provisions of this article do not apply to the following: [...].

Part two. Electronic commerce in specific areas

Chapter I. Carriage of goods

Article 16. Actions related to contracts of carriage of goods

Without derogating from the provisions of part one of this Law, this chapter applies to any action in connection with, or in pursuance of, a contract of carriage of goods, including but not limited to:

- (a) (i) furnishing the marks, number, quantity or weight of goods;
- (ii) stating or declaring the nature or value of goods;
- (iii) issuing a receipt for goods;
- (iv) confirming that goods have been loaded;
- (b) (i) notifying a person of terms and conditions of the contract;
- (ii) giving instructions to a carrier;
- (c) (i) claiming delivery of goods;
- (ii) authorizing release of goods;
- (iii) giving notice of loss of, or damage to, goods;
- (d) giving any other notice or statement in connection with the performance of the contract;
- (e) undertaking to deliver goods to a named person or a person authorized to claim delivery;
- (f) granting, acquiring, renouncing, surrendering, transferring or negotiating rights in goods;
- (g) acquiring or transferring rights and obligations under the contract.

Article 17. Transport documents

- (1) Subject to paragraph (3), where the law requires that any action referred to in article 16 be carried out in writing or by using a paper document, that requirement is met if the action is carried out by using one or more data messages.
- (2) Paragraph (1) applies whether the requirement therein is in the form of an obligation or whether the law simply provides consequences for failing either to carry out the action in writing or to use a paper document.