

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini 1) untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana keabsahan perjanjian jual beli barang secara elektronik dalam perspektif peraturan perundang-undangan; 2) untuk menganalisis dan mengkritisi tanggung jawab pelaku usaha dalam perjanjian jual beli barang secara online. Penelitian ini menggunakan penelitian yuridis normatif dengan tiga pendekatan, yaitu pendekatan perundang-undangan, pendekatan konseptual dan pendekatan kasus. Hasil akhir penelitian menunjukkan bahwa setiap orang berhak mengadakan suatu perjanjian jual beli baik jual beli secara konvensional maupun jual beli secara online. Di mana kondisi yang diperlukan untuk keabsahan perjanjian secara umum diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata yaitu sepakat mereka yang mengikatkan dirinya, kecakapan untuk membuat suatu perikatan, suatu hal tertentu, dan suatu sebab yang halal. Meskipun tanggung jawab pelaku usaha dalam perjanjian jual beli barang secara online secara spesifik belum diatur dalam Undang - Undang Perlindungan Konsumen maupun Undang-Undang Transaksi Elektronik, pelaku usaha tidak bisa lari dan mengabaikan tanggungjawabnya terhadap konsumen karena terikat pada pertanggungjawaban kontraktual dan pertanggungjawaban produk. Apa yang diperjanjikan tersebut, mengikat sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Pemerintah sebagai regulator sekaligus penyelenggara sistem pengadaan *e-commerce* wajib membuat dan mensosialisasikan peraturan hukum yang mengikat bagi pelaku usaha dan konsumen guna menghindari dari ketidakpastian hukum yang ada. Hal ini juga berlaku pada proses pertanggungjawaban pelaku usaha apabila melakukan wanprestasi terhadap perjanjian jual-beli yang telah disepakati bersama konsumen .

Kata Kunci: Tanggungjawab, Pelaku Usaha, Perjanjian, Jual Beli, Online

ABSTRACT

The purpose of this study 1) to determine and analyze how the validity of the sale and purchase agreement of goods electronically in the perspective of legislation; 2) to analyze and criticize the responsibilities of business actors in online sale and purchase agreements. This research uses normative juridical research with three approaches, namely the statutory approach, the conceptual approach and the case approach. The final results of the study show that everyone has the right to enter into a sale and purchase agreement, both conventional buying and selling, and buying and selling online. Where the conditions required for the validity of the agreement are generally regulated in Article 1320 of the Civil Code, namely the agreement between those who bind themselves, the ability to make an agreement, a certain matter, and a lawful cause. Although the responsibilities of business actors in online goods sale and purchase agreements have not specifically been regulated in the Consumer Protection Law or the Electronic Transaction Law, business actors cannot run away and ignore their responsibilities to consumers because they are bound by contractual and product liability. What was promised was binding as law for those who made it. The government as the regulator as well as the operator of the e-commerce procurement system is obliged to make and disseminate binding legal regulations for businesses and consumers in order to avoid existing legal uncertainties. This also applies to the accountability process of business actors if they default on the sale and purchase agreement that has been agreed with consumers.

Keywords: *Responsibility, Business Actor, Agreement, Buying and Selling, Online*