

PENERAPAN ASAS BONA FIDES DALAM PERJANJIAN JUAL BELI MELALUI SISTEM ELEKTRONIK (*E-COMMERCE*)

Winta Hayati

Universitas Pembinaan Masyarakat Indonesia

Email: wintahayati0303@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui penerapan asas bona fides dalam perjanjian jual beli melalui sistem elektronik (e-commerce). Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara manusia melakukan transaksi jual beli, salah satunya melalui sistem elektronik atau e-commerce. Penelitian ini menerapkan metodologi hukum yuridis normatif. Penelitian ini berfokus pada analisis penerapan asas bona fides dalam transaksi elektronik, dengan mengkombinasikan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Dengan meningkatnya popularitas e-commerce, muncul berbagai masalah hukum terkait perlindungan konsumen dan keabsahan perjanjian. Salah satu prinsip penting dalam mengatasi masalah ini adalah asas bona fides atau itikad baik, yang mencakup sikap jujur, terbuka, dan saling percaya antara pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi. Asas ini harus diterapkan di setiap tahap transaksi, mulai dari memberikan informasi yang akurat pada tahap pra-kontraktual, melaksanakan hak dan kewajiban secara adil pada tahap pelaksanaan, hingga menyelesaikan kewajiban kontraktual dan sengketa secara damai. Penerapan asas ini bertujuan untuk mencegah penipuan dan mewujudkan keadilan serta kepastian hukum. Meskipun ada tantangan dalam penerapannya, kerja sama dari berbagai pihak diperlukan untuk menciptakan iklim e-commerce yang sehat dan aman.

Kata kunci: Bona fides, e-commerce, perjanjian jual beli

Abstract

The purpose of this study is to determine the application of the bona fides principle in the sale and purchase agreement through the electronic system (e-commerce). The development of information and communication technology has changed the way humans conduct buying and selling transactions, one of which is through electronic systems or e-commerce. This research applies normative juridical methodology. This research focuses on analyzing the application of the bona fides principle in electronic transactions, by combining the statutory approach and conceptual approach. With the increasing popularity of e-commerce, various legal issues related to consumer protection and the validity of agreements arise. One important principle in addressing these issues is the principle of bona fides or good faith, which includes an honest, open and trusting attitude between the parties involved in the transaction. This principle should be applied at every stage of the transaction, from providing accurate information at the pre-contractual stage, exercising rights and obligations fairly at the

implementation stage, to resolving contractual obligations and disputes amicably. The application of this principle aims to prevent fraud and realize justice and legal certainty. Although there are challenges in its implementation, cooperation from various parties is needed to create a healthy and safe e-commerce climate.

Keywords: *Bona fides, e-commerce, sale and purchase agreement*

A. Pendahuluan

Di era modern, peran media elektronik telah berkembang secara signifikan menjadi sarana utama dalam komunikasi dan kegiatan bisnis. Perkembangan teknologi internet telah memberikan dampak transformatif yang mendorong pertumbuhan pesat pelaku bisnis di Indonesia, sekaligus mengkatalisasi perubahan perilaku konsumen yang semakin tertarik dengan transaksi jual beli secara *online*. Kemudahan dan efisiensi yang ditawarkan oleh transaksi digital menjadi daya tarik utama bagi masyarakat luas.

Ketersediaan berbagai perangkat teknologi seperti komputer, laptop, dan smartphone telah memudahkan masyarakat untuk mengakses berbagai *platform* perdagangan elektronik kapan saja dan di mana saja. Fenomena ini semakin diperkuat dengan penetrasi internet yang semakin luas dan infrastruktur digital yang terus berkembang, menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan ekonomi digital. Adaptasi masyarakat terhadap teknologi digital juga semakin meningkat, didorong oleh kemudahan penggunaan *platform e-commerce* yang dirancang dengan mempertimbangkan pengalaman pengguna. Hal ini tidak hanya mengubah pola konsumsi masyarakat tetapi juga memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar mereka melampaui batasan geografis konvensional. (Widodo, 2013).

E-commerce telah mengubah cara transaksi jual beli tradisional menjadi aktivitas digital yang dilakukan tanpa pertemuan langsung antara penjual dan pembeli, dimana komunikasi sepenuhnya terjadi melalui internet. Dalam transaksi *e-commerce*, penjual atau merchant berperan sebagai pihak yang menawarkan produk melalui *platform website*. Penawaran ini bersifat terbuka untuk umum, kecuali ketika dilakukan melalui email yang ditujukan khusus kepada penerima tertentu. Penjual menyediakan katalog digital yang berfungsi seperti etalase toko konvensional, memungkinkan pembeli untuk menjelajahi dan memilih produk secara virtual. Keunggulan sistem ini dibandingkan dengan toko fisik adalah aksesibilitas tanpa batasan waktu operasional dan kenyamanan berbelanja tanpa perlu meninggalkan rumah (Ahmadi, 2015).

Meski memberikan kemudahan, transaksi *online* melalui *e-commerce* sering kali menimbulkan permasalahan karena informasi produk yang tidak akurat, yang bertentangan dengan prinsip itikad baik dalam KUHPerdata dan dapat merugikan konsumen ketika produk yang diterima tidak sesuai harapan.

Aspek kepercayaan menjadi isu krusial dalam transaksi *e-commerce*, dimana ketika konsumen dan penjual melakukan transaksi, berdasarkan KUHPerdara kedua pihak telah terikat dalam suatu perjanjian. Pengikatan diri ini berlaku timbal balik antara penjual dan pembeli, namun keabsahannya bergantung pada terpenuhinya empat syarat perjanjian yang sah: kesepakatan kedua belah pihak, kecakapan melakukan perbuatan hukum, keberadaan objek transaksi, dan adanya kausa yang halal. Namun, seiring dengan peningkatan transaksi *e-commerce*, muncul pula berbagai permasalahan hukum, salah satunya terkait dengan penerapan asas bona fides atau itikad baik dalam perjanjian jual beli melalui sistem elektronik.

Konsep bona fides atau itikad baik berakar dari hukum Romawi dan lebih sesuai dengan sistem hukum sipil dibandingkan hukum dagang. Istilah fides sendiri berasal dari nilai-nilai religius yang menekankan pada kepercayaan terhadap kehormatan dan kejujuran dalam berinteraksi dengan pihak lain. Dalam konteks pelaksanaan perjanjian, itikad baik mengharuskan para pihak untuk berperilaku sesuai dengan nilai-nilai moral, kepatutan, dan kesusilaan (Hernako, 2010).

Bona fides atau itikad baik dalam konteks perjanjian jual beli elektronik mengacu pada prinsip fundamental dimana kedua pihak harus bertindak dengan kejujuran dan kepatutan dalam melaksanakan transaksi. Dalam sistem elektronik, prinsip ini mewajibkan penjual untuk memberikan informasi yang akurat tentang produk, termasuk spesifikasi, kualitas, dan kondisi sebenarnya, serta melaksanakan pengiriman sesuai kesepakatan. Sementara pembeli diharapkan memberikan data yang benar dan melakukan pembayaran sesuai ketentuan. Prinsip bona fides menjadi semakin penting dalam transaksi elektronik karena keterbatasan pembeli dalam memeriksa barang secara langsung, sehingga kepercayaan dan kejujuran menjadi fondasi utama dalam membangun hubungan kontraktual yang sehat antara penjual dan pembeli.

Itikad baik dalam pelaksanaan perjanjian tercermin melalui kepatutan, yang menjadi tolok ukur penilaian perilaku para pihak dalam memenuhi kewajiban kontraktual mereka. Prinsip ini membatasi kebebasan para pihak dalam mencapai kesepakatan agar tidak bertindak sewenang-wenang. Dalam hukum perdata, setiap perjanjian baik antar individu maupun dengan badan hukum wajib mematuhi asas itikad baik sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 ayat 3 KUHPerdara.

Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) Nomor 11 Tahun 2008 memperkuat pentingnya asas bona fides atau itikad baik dalam transaksi digital. Melalui Pasal 3, undang-undang ini menggariskan bahwa setiap aktivitas yang melibatkan teknologi informasi dan transaksi elektronik harus berlandaskan pada beberapa prinsip fundamental. Prinsip-prinsip tersebut

mencakup kepastian hukum untuk memberikan perlindungan bagi semua pihak, asas kemanfaatan untuk memastikan teknologi memberikan nilai positif, prinsip kehati-hatian dalam bertransaksi, itikad baik sebagai dasar kepercayaan, serta kebebasan dalam memilih teknologi yang menjamin netralitas penggunaan *platform* digital.

Meskipun telah diatur dalam KUHPerdata dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), penerapan asas bona fides dalam perjanjian jual beli melalui sistem elektronik masih menimbulkan berbagai persoalan. Hal ini disebabkan karakteristik transaksi *e-commerce* yang berbeda dengan transaksi konvensional, seperti tidak adanya pertemuan langsung antara penjual dan pembeli, penggunaan data elektronik sebagai bukti transaksi, serta potensi penyalahgunaan data pribadi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam tentang penerapan asas bona fides dalam perjanjian jual beli melalui sistem elektronik. Pembahasan akan difokuskan pada aspek hukum perjanjian, perlindungan konsumen, keamanan data, serta tantangan dan solusi dalam penerapan asas bona fides.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan metodologi hukum yuridis normatif. Penelitian hukum yang bersifat yuridis normatif merupakan suatu kajian yang menitikberatkan pada pengkajian implementasi norma dan kaidah dalam sistem hukum positif (Marzuki, 2010). Penelitian hukum normatif berfungsi untuk memberikan argumentasi yuridis ketika terjadi kekaburan, kekosongan dan konflik dalam suatu norma (Rahayu *et al.*, 2020). Penelitian ini berfokus pada analisis penerapan asas bona fides dalam transaksi elektronik, dengan mengkombinasikan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Melalui pendekatan perundang-undangan, penelitian ini mengkaji berbagai regulasi terkait seperti KUHPerdata dan UU ITE, untuk memahami hierarki dan keterkaitan antar peraturan yang mengatur asas bona fides dalam konteks *e-commerce*.

Dalam pelaksanaannya, penelitian ini memanfaatkan pendekatan konseptual untuk memahami secara mendalam konsep-konsep hukum terkait asas bona fides dalam transaksi elektronik, dengan mengkaji berbagai pandangan dan doktrin dalam ilmu hukum. Pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan yang komprehensif, mencakup tiga jenis bahan hukum: primer (peraturan perundang-undangan), sekunder (buku teks dan jurnal hukum), dan tersier (kamus hukum dan ensiklopedia).

Analisis data menggunakan metode kualitatif dengan teknik deskriptif analitis, yang memungkinkan pemaparan sistematis tentang hasil penelitian.

Analisis penelitian kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang berakar pada filosofi postpositivisme, yang menekankan pada pengamatan objek dalam kondisi yang alami, berbeda dengan metode eksperimental. Dalam metode ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama, dengan pengambilan sampel yang dilakukan secara *purposive* dan *snowball* (Sugiyono, 2015). Analisis dalam penelitian kualitatif bersifat induktif, dengan hasil yang lebih mementingkan kedalaman makna dibandingkan generalisasi. Pendekatan ini membantu mengidentifikasi hubungan antara data penelitian dengan landasan teori yang ada, sehingga dapat menghasilkan kesimpulan yang komprehensif tentang penerapan asas bona fides dalam konteks modern transaksi elektronik, termasuk tantangan dan solusi dalam implementasinya.

C. Pembahasan

Setiap perjanjian, khususnya dalam dunia digital, harus mengedepankan prinsip bona fides atau itikad baik seperti yang diatur dalam Pasal 1338 Ayat (3) KUHPerdata. Aturan yang menyatakan bahwa "Perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik" ini menjadi sangat penting dalam transaksi *online*, mengingat penjual dan pembeli tidak bertemu langsung. Dalam praktik jual beli *online*, kejujuran dalam memberikan informasi produk, ketepatan pembayaran, dan tanggung jawab pengiriman barang sesuai pesanan menjadi kunci utama. Hal ini penting karena transaksi *online* memiliki risiko yang cukup besar, mulai dari kemungkinan penipuan, barang tidak sesuai, hingga masalah pengiriman. Ketika semua pihak menjalankan transaksi dengan itikad baik, tidak hanya pembeli dan penjual yang diuntungkan, tapi juga membantu menciptakan lingkungan jual beli *online* yang sehat. Pada akhirnya, kepercayaan masyarakat terhadap sistem jual beli *online* akan tumbuh, yang berdampak positif pada perkembangan ekonomi digital di Indonesia.

Perdagangan elektronik atau *e-commerce* merupakan aktivitas jual beli yang memanfaatkan media elektronik dan jaringan internet sebagai sarana transaksinya (Trion, 2009). Dalam praktiknya, proses transaksi *e-commerce* umumnya diawali dengan tahapan penawaran dan penerimaan, baik dari sisi penjual maupun pembeli. Proses ini sering terjadi melalui berbagai *platform* digital seperti Facebook, WhatsApp, dan Instagram, terutama untuk transaksi antara pihak-pihak yang belum saling mengenal. Untuk memfasilitasi transaksi ini, penjual biasanya menyediakan katalog digital yang memuat informasi lengkap tentang produk yang ditawarkan, termasuk deskripsi detail barang yang akan dijual melalui jaringan elektronik tersebut.

Asas bona fides atau itikad baik merupakan salah satu prinsip fundamental dalam hukum perjanjian, termasuk dalam konteks jual beli melalui sistem elektronik atau *e-commerce*. Asas ini mengacu pada sikap mental yang jujur,

terbuka, dan saling percaya antara para pihak yang terlibat dalam suatu perjanjian (Setiawan, 2016).

Prinsip itikad baik dapat diartikan bahwa masing-masing pihak dalam suatu perjanjian yang akan disepakati, mempunyai kewajiban untuk memberikan keterangan atau informasi yang selengkap-lengkapnyanya yang dapat mempengaruhi keputusan pihak lain dalam menyepakati perjanjian atau tidak. Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) juga mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang lengkap dan benar. Kewajiban tersebut termuat dalam pasal 9 yang berbunyi “Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar yang berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan”.

Asas bona fides atau itikad baik harus diterapkan dalam setiap tahapan perjanjian, dimulai dari tahap pra-kontraktual hingga pasca-kontraktual. Pada tahap pra-kontraktual, yaitu saat negosiasi dan pembentukan perjanjian, para pihak wajib mengungkapkan semua informasi material secara jujur dan transparan, serta menghindari tindakan yang dapat menyesatkan atau merugikan pihak lain. Hal ini termasuk kewajiban untuk memberikan gambaran yang akurat mengenai produk atau jasa yang ditawarkan, syarat dan ketentuan perjanjian, serta potensi risiko yang mungkin timbul. Itikad baik mengharuskan para pihak untuk melaksanakan hak dan kewajiban mereka secara *fair, reasonable*, dan konsisten dengan tujuan serta semangat perjanjian. Mereka harus bekerja sama dengan baik, menghindari tindakan yang dapat menghambat atau menghalangi pelaksanaan perjanjian, serta bersedia melakukan penyesuaian yang diperlukan jika terjadi perubahan keadaan. Pada tahap penyelesaian kewajiban kontraktual, itikad baik mensyaratkan para pihak untuk menyelesaikan semua kewajiban mereka secara tuntas, tepat waktu, dan sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati. (Suharnoko, 2014). Jika timbul perselisihan atau sengketa, para pihak harus berupaya menyelesaikannya secara damai, adil, dan efisien, dengan tetap menjunjung tinggi prinsip-prinsip itikad baik.

Dalam penerapan asas bona fides, para pihak yang terlibat dalam perjanjian dituntut untuk bertindak dengan kejujuran dan transparansi. Mereka harus menyampaikan semua informasi yang relevan dan material terkait dengan objek perjanjian, termasuk kelebihan, kekurangan, serta potensi risiko yang mungkin timbul. Menyembunyikan atau menahan informasi penting dapat dianggap sebagai bentuk pelanggaran terhadap asas itikad baik. Selain itu, asas ini juga mengharuskan para pihak untuk mempertimbangkan dan menghormati kepentingan satu sama lain. Artinya, mereka tidak boleh hanya mementingkan keuntungan pribadi semata, tetapi juga harus memperhatikan kebutuhan, hak, dan ekspektasi yang wajar dari mitra kontraktual mereka. Sikap ini mencerminkan

komitmen untuk mencapai keseimbangan dan keadilan dalam hubungan kontraktual, serta mencegah terjadinya eksploitasi atau penyalahgunaan posisi tawar yang tidak seimbang.

Penerapan Asas bona fides atau itikad baik bertujuan untuk mencegah terjadinya perilaku yang merugikan dalam hubungan kontraktual, seperti penipuan, penyesatan, atau penyalahgunaan keadaan. Penipuan terjadi ketika salah satu pihak secara sengaja memberikan informasi yang salah atau menyesatkan, dengan maksud untuk memperoleh persetujuan atau keuntungan yang tidak semestinya. Sementara itu, penyesatan dapat terjadi ketika salah satu pihak, baik secara sengaja maupun tidak, memberikan informasi yang tidak akurat atau tidak lengkap, yang menyebabkan pihak lain membuat keputusan yang merugikan. Adapun penyalahgunaan keadaan mengacu pada situasi di mana salah satu pihak memanfaatkan posisi tawar yang lebih kuat atau keadaan khusus yang dialami oleh pihak lain, untuk memaksakan ketentuan yang tidak adil atau tidak proporsional dalam perjanjian.

Konsistensi dalam penerapan prinsip itikad baik membantu mencegah tindakan-tindakan yang merugikan dalam transaksi elektronik. Setiap pihak yang terlibat dalam transaksi *e-commerce* diharapkan memegang teguh nilai kejujuran dan kepatutan mulai dari awal hingga akhir perjanjian. Prinsip bona fides tidak hanya menjadi dasar etis dalam hubungan bisnis digital, tetapi juga berperan penting dalam menciptakan ekosistem perdagangan elektronik yang adil dan seimbang. Ketika semua pihak berpegang pada asas ini, kepastian hukum dalam transaksi *e-commerce* dapat lebih terjamin, sehingga memberikan rasa aman bagi pelaku usaha maupun konsumen yang bertransaksi melalui *platform* digital.

D. Kesimpulan

Itikad baik atau asas bona fides menjadi landasan utama dalam perjanjian, terutama untuk jual beli *online*. Prinsip ini mengharuskan penjual dan pembeli untuk bertindak jujur dan terbuka, serta memperhatikan kepentingan satu sama lain selama proses transaksi berlangsung. Mulai dari sebelum perjanjian dibuat, saat pelaksanaan, hingga setelah transaksi selesai, kedua pihak wajib menjaga kepercayaan yang telah diberikan. Penerapan prinsip ini penting untuk mencegah berbagai tindakan merugikan seperti penipuan atau penyalahgunaan kondisi, sekaligus menjamin keadilan bagi semua pihak. Penjual dan pembeli harus memberikan informasi yang benar, menjalankan hak dan kewajiban dengan baik, serta menyelesaikan masalah secara damai jika terjadi kendala. Meski penerapan itikad baik dalam jual beli *online* memiliki tantangan tersendiri, dukungan dari berbagai pihak sangat dibutuhkan untuk menciptakan lingkungan jual beli *online* yang aman dan dapat dipercaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Yudha Hernoko. (2010). Hukum perjanjian asas proporsionalita dalam kontrak komersial. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Ahmadi Miru. (2015). Hukum kontrak bernuansa Islam. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- I Ketut Setiawan. (2016). Hukum perikatan. Jakarta Timur: Sinar Grafika.
- Marizuki, P. M. (2010). Penelitian hukum. Jakarta: Kencana Prenada.
- Rahayu, D., & D. (2020). Buku ajar: Metode penelitian hukum. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Rinaldi, L, H. (2019) Keabsahan Perjanjian Jual Beli Antara Penjual Dan Pembeli Dibawah Umur Melalui E-Commerce. Jurnal Wawasan Yuridika 3 (2).
- Sugiyono. (2016). Memahami penelitian kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Suharnoko. (2014). Hukum perjanjian: Teori dan analisa kasus (8th ed.). Jakarta: Kencana.
- Trion, P. B. (2009). Mengenal e-commerce dan bisnis di dunia cyber. Yogyakarta: Argo Publisher.
- Priyono, E, A. (2019). Berlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Perjanjian E-Commerce. Jurnal Fakultas Hukum Universitas Diponegoro. <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dplr/article/download/5105/2730>
- Putra, Muhammad Deni.(2019). Jual Beli Online Berbasis Media Sosial dalam Perspektif Ekonomi Islam. Iltizam Journal of Shariah Economic Research. 3(1).
- Putra, Wayan Agus Grahadi, et. al. (2020). Asas Itikad Baik dalam Perjanjian Jual Beli Barang Melalui Medi Elektronik (e-Commerce). Jurnal Analogi Hukum, 2(3).