

PELANGGARAN KONTRAKTUAL E-COMMERCE: BAGAIMANA PENGEMASAN ULANG TANPA IZIN MENGANCAM KEASLIAN DAN KEAMANAN PRODUK KONSUMEN?

Daven Nathanael, Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara,

Email: Daven.205220155@stu.untar.ac.id

Amad Sudiro, Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara,

Email: ahmads@fh.untar.ac.id

doi: <https://doi.org/10.24843/KS.2026.v14.i07.p06>

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualifikasi yuridis perbuatan wanprestasi dalam perjanjian jual beli online berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), serta membedah dasar pertimbangan hukum Majelis Hakim dalam Putusan Pengadilan Negeri Klaten Nomor 105/Pdt.G/2022/PN Kln ditinjau dari aspek jaminan keamanan dan orisinalitas produk bagi konsumen akhir. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan, pendekatan kasus, dan pendekatan konseptual, di mana teknik analisis data dilakukan secara kualitatif normatif dengan metode berpikir deduktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tindakan pengemasan ulang dan pengisian ulang sepihak oleh pelaku usaha pengecer dikualifikasikan sebagai wanprestasi berdasarkan Pasal 1243 KUH Perdata karena melanggar kewajiban kontrak untuk menjaga mutu dan integritas objek perjanjian, serta mencederai asas itikad baik dalam pelaksanaan kontrak sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 ayat (3) KUH Perdata. Selain itu, Majelis Hakim PN Klaten dalam pertimbangan hukumnya secara progresif menyelaraskan perlindungan kontrak komersial dengan aspek perlindungan konsumen dengan menegaskan bahwa pembukaan segel asli tanpa otoritas resmi menghilangkan jaminan mutu produsen, sehingga secara nyata melanggar hak konsumen atas informasi yang jujur serta hak atas keamanan dan keselamatan konsumsi produk sesuai Pasal 4 dan Pasal 7 UUPK. Putusan ini memberikan implikasi penting terhadap standardisasi klausula kontrak digital, penyederhanaan beban pembuktian sengketa siber, serta penguatan etika kepatuhan platform pasar dalam menjaga kepercayaan konsumen di pasar digital.

Kata Kunci: Wanprestasi, Perdagangan Elektronik, Perlindungan Konsumen, Orisinalitas Produk.

ABSTRACT

This study aims to analyze the legal qualification of default in online sales contracts under the Indonesian Civil Code (Burgerlijk Wetboek) and Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection (UUPK), as well as to examine the legal reasoning (ratio decidendi) of the Panel of Judges in the Klaten District Court Decision Number 105/Pdt.G/2022/PN Kln, specifically regarding the safety and authenticity guarantees of products for final consumers. This study employs a normative legal research methodology utilizing a statute approach, a case approach, and a conceptual approach, with a qualitative normative data analysis using deductive reasoning. The research findings reveal that unauthorized repacking and refilling actions by a reseller are qualified as a breach of contract (default) under Article 1243 of the Indonesian Civil Code, as they violate the contractual obligation to maintain the quality and integrity of the agreed object, thereby breaching the principle of good faith in contract performance as mandated by Article 1338 paragraph (3) of the Civil Code. Furthermore, the judges of the Klaten District Court in their

legal considerations progressively harmonized commercial contract enforcement with consumer protection principles by asserting that tampering with the original factory seal without authorization effectively voids the manufacturer's quality control, which directly violates the consumer's right to honest information, safety, and security as stipulated under Article 4 and Article 7 of the Consumer Protection Act. This landmark decision carries significant implications for the standardization of digital contract clauses, the simplification of the burden of proof in cyber disputes, and the enforcement of platform compliance to foster consumer trust within the digital marketplace.

Keywords: Default, E-Commerce, Consumer Protection, Product Authenticity, Ratio Decidendi.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat pada era revolusi industri 4.0 telah membawa perubahan fundamental dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam bidang ekonomi dan perdagangan. Salah satu manifestasi nyata dari perkembangan tersebut adalah pergeseran pola transaksi perdagangan dari cara konvensional (*face to face*) menuju perdagangan berbasis elektronik atau yang dikenal dengan istilah *Electronic Commerce (E-Commerce)*. Internet telah menjadi infrastruktur utama yang memungkinkan transaksi bisnis dilakukan tanpa batasan ruang dan waktu, menjadikan pasar digital sebagai ekosistem baru yang menjanjikan efisiensi dan kemudahan bagi masyarakat global, termasuk di Indonesia.¹

Pesatnya pertumbuhan *E-Commerce* di Indonesia tidak hanya mengubah pola konsumsi masyarakat dari transaksi konvensional menjadi digital, tetapi juga melahirkan tantangan baru dalam penegakan hukum perdata. Dalam ekosistem ini, kepercayaan (*trust*) menjadi pilar utama, mengingat para pihak seringkali tidak bertatap muka secara langsung. Namun, kemudahan transaksi ini kerap disalahgunakan oleh oknum pelaku usaha untuk melakukan tindakan yang mencederai kesepakatan, salah satunya melalui manipulasi kondisi fisik barang. Praktik perdagangan melalui platform digital seperti *WhatsApp*, yang semula hanya berfungsi sebagai media komunikasi, kini telah bertransformasi menjadi sarana pembentukan kontrak yang sah namun rentan terhadap ketidakpastian standar mutu produk yang diterima oleh konsumen akhir.²

Dalam perspektif hukum Indonesia, transaksi *E-Commerce* pada dasarnya merupakan bentuk perikatan jual beli yang modernisasi medianya menggunakan sistem elektronik. Hal ini sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 (selanjutnya disebut UU ITE). Meskipun dilakukan melalui media digital, transaksi ini tetap harus tunduk pada asas-asas hukum perjanjian yang terdapat dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata). Pasal 1338 KUH Perdata menegaskan asas kebebasan berkontrak (*freedom of contract*) dan asas *pacta sunt servanda*, di mana perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.³

Permasalahan hukum menjadi semakin kompleks ketika tindakan wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha bukan sekadar keterlambatan pengiriman, melainkan

¹ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik sebagai Panduan dalam Menghadapi Era Digital Bisnis E-Commerce di Indonesia*, (Bandung: Nusa Media, 2017), hlm. 12.

² Edmon Makarim, *Pengantar Hukum Telematika: Suatu Kompilasi Kajian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 212.

³ Subekti, *Hukum Perjanjian*, (Jakarta: Intermasa, 2005), hlm. 13.

berupa tindakan aktif memanipulasi produk melalui metode *repacking* dan *refilling* tanpa izin pemegang merek resmi. Secara yuridis, tindakan ini tidak hanya melanggar klausula kesepakatan mengenai keaslian barang, tetapi juga mengaburkan tanggung jawab hukum pelaku usaha terhadap keamanan produk. Hal ini menciptakan urgensi untuk meninjau kembali sejauh mana instrumen hukum perdata mampu memberikan perlindungan yang bersifat represif, mengingat kerugian yang ditimbulkan tidak hanya bersifat materiil bagi pemilik merek, namun juga potensi kerugian fisik bagi konsumen yang mengonsumsi produk kesehatan yang tidak lagi terjamin orisinalitasnya.⁴

Lebih lanjut, keabsahan transaksi jual beli *E-Commerce* juga tidak terlepas dari pemenuhan syarat sahnya perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata, yaitu kesepakatan para pihak, kecakapan untuk membuat perikatan, suatu hal tertentu, dan sebab yang halal. Dalam konteks perjanjian yang dilakukan melalui media elektronik seperti WhatsApp sebagaimana terjadi dalam kasus yang menjadi objek penelitian ini kesepakatan terjadi pada detik tercapainya kata sepakat antara penjual dan pembeli mengenai barang dan harga, meskipun tidak dituangkan dalam akta tertulis basah. Tantangan yuridis seringkali muncul pada pembuktian unsur 'kesepakatan' dan 'hal tertentu' ketika spesifikasi barang yang dikirimkan ternyata berbeda secara substansial akibat tindakan manipulasi sepihak, yang mana hal ini mencederai esensi dari konsensualisme itu sendiri.⁵

Namun, kemudahan yang ditawarkan oleh transaksi elektronik berbanding lurus dengan risiko hukum yang menyertainya. Karakteristik *E-Commerce* yang borderless (tanpa batas) dan *non-face to face* seringkali menimbulkan celah bagi terjadinya wanprestasi atau ingkar janji. Dalam hubungan hukum jual beli, wanprestasi terjadi ketika salah satu pihak, baik penjual (pelaku usaha) maupun pembeli (konsumen), tidak melaksanakan kewajibannya sesuai dengan yang diperjanjikan, baik karena kesengajaan maupun kelalaian. Pasal 1243 KUH Perdata mendefinisikan wanprestasi sebagai kondisi di mana debitur tidak memenuhi kewajibannya, terlambat memenuhi kewajiban, atau memenuhi kewajiban namun tidak sebagaimana mestinya.⁶

Selain unsur wanprestasi secara teknis, pelaksanaan perjanjian jual beli seharusnya dilandasi oleh asas itikad baik sebagaimana diamanatkan dalam Pasal 1338 ayat (3) KUH Perdata. Itikad baik dalam fase pelaksanaan kontrak menuntut para pihak untuk bertindak jujur, patut, dan tidak merugikan pihak lain demi keuntungan pribadi semata. Dalam ekosistem *E-Commerce* yang sangat bergantung pada trust (kepercayaan), tindakan memanipulasi kondisi barang atau mengubah kemasan asli produk tanpa izin pemilik merek merupakan pelanggaran serius terhadap asas itikad baik tersebut. Pelanggaran ini tidak hanya merusak hubungan kontraktual antar pihak yang bersengketa, tetapi juga merusak integritas pasar digital yang seharusnya transparan dan akuntabel.⁷

Permasalahan wanprestasi dalam *E-Commerce* menjadi semakin kompleks ketika dikaitkan dengan aspek perlindungan konsumen. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) hadir untuk menyeimbangkan posisi tawar antara pelaku usaha dan konsumen yang seringkali tidak seimbang. Dalam

⁴ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2004), hlm. 76.

⁵ M. Yahya Harahap, *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, (Bandung: Alumni, 1986), hlm. 20.

⁶ R. Setiawan, *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*, (Bandung: Binacipta, 1999), hlm. 16.

⁷ Ridwan Khairandy, *Itikad Baik dalam Kebebasan Berkontrak*, (Jakarta: Pascasarjana UI, 2004), hlm. 45.

praktiknya, konsumen sering berada pada posisi yang lemah (*bargaining position*), terutama terkait hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang yang diperdagangkan.⁸ Pelanggaran kontrak oleh pelaku usaha dalam *E-Commerce* tidak hanya sekadar masalah perdata antar pihak, tetapi juga berpotensi melanggar hak-hak dasar konsumen yang dilindungi oleh undang-undang.

Salah satu kasus menarik yang menggambarkan kompleksitas wanprestasi dalam transaksi elektronik yang bersinggungan dengan hak konsumen terdapat dalam Putusan Pengadilan Negeri Klaten Nomor 105/Pdt.G/2022/PN Kln. Kasus ini bermula dari hubungan kerjasama jual beli produk kesehatan/kecantikan (*pelangsing*) dengan merek "Cherry Slim" antara Penggugat selaku pemilik produk dan Tergugat selaku mitra pemasaran/penjual. Dalam perjanjian kerjasama yang dilakukan melalui media komunikasi elektronik (*WhatsApp*), disepakati bahwa Tergugat dilarang keras melakukan manipulasi terhadap produk.

Namun, fakta persidangan menunjukkan bahwa Tergugat melakukan tindakan wanprestasi berupa *repacking* (pengemasan ulang) dan *refilling* (pengisian ulang) produk. Tergugat mengubah kemasan atau memindahkan isi produk ke wadah lain dan menjualnya kembali di platform *E-Commerce*. Tindakan ini dikategorikan oleh Majelis Hakim sebagai wanprestasi karena melanggar kesepakatan spesifik dalam perjanjian kerjasama. Hakim menghukum Tergugat untuk menghentikan kegiatannya dan membayar denda keterlambatan (*dwangsom*).⁹

Urgensi perlindungan konsumen dalam kasus ini menjadi semakin krusial mengingat objek transaksi adalah produk kesehatan atau kecantikan (*pelangsing tubuh*) yang dikonsumsi masuk ke dalam tubuh manusia. Tindakan *repacking* atau *refilling* yang dilakukan tanpa standar pengawasan yang ketat (*Quality Control*) dari produsen asli sangat berisiko menimbulkan kontaminasi, perubahan komposisi kimia, hingga kedaluwarsa yang tidak terdeteksi. Dalam perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen, hal ini berkaitan erat dengan hak konsumen atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang (Pasal 4 huruf a UUPK). Jika wanprestasi model ini dibiarkan hanya sebagai sengketa bisnis biasa tanpa dikaitkan dengan hukum perlindungan konsumen, maka keselamatan publik yang menjadi taruhannya.¹⁰

Meskipun putusan tersebut telah menyatakan Tergugat melakukan wanprestasi berdasarkan KUH Perdata, kasus ini menyisakan ruang analisis yang mendalam jika ditinjau dari perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Tindakan *repacking* dan *refilling* yang dilakukan Tergugat sejatinya tidak hanya merugikan mitra bisnis (Penggugat), tetapi secara substansial sangat merugikan konsumen akhir. Konsumen yang membeli produk hasil *repacking* tersebut kehilangan haknya untuk mendapatkan produk yang orisinal, terjamin kualitasnya, dan sesuai dengan standar yang ditetapkan produsen asli. Hal ini berpotensi melanggar Pasal 8 ayat (1) huruf a dan g UUPK yang melarang pelaku usaha memproduksi dan/atau memperdagangkan barang yang tidak memenuhi standar yang dipersyaratkan dan tidak mencantumkan informasi dan/atau

⁸ *Ibid*, hlm. 34.

⁹ Pengadilan Negeri Klaten, Putusan Nomor 105/Pdt.G/2022/PN Kln, (Klaten: Pengadilan Negeri Klaten, 2022), hlm. 45-48.

¹⁰ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta: Grasindo, 2006), hlm. 72.

petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.¹¹

Penyelesaian sengketa melalui jalur litigasi di Pengadilan Negeri Klaten ini memberikan angin segar bagi kepastian hukum di sektor *E-Commerce*. Seringkali, sengketa serupa hanya berakhir pada mekanisme refund (pengembalian dana) di platform marketplace tanpa ada sanksi hukum yang tegas bagi pelaku usaha yang curang. Putusan hakim yang menjatuhkan sanksi ganti rugi dan denda keterlambatan memberikan preseden bahwa wanprestasi dalam dunia maya memiliki konsekuensi hukum yang nyata di dunia nyata. Oleh karena itu, analisis mendalam terhadap pertimbangan hakim dalam putusan ini sangat diperlukan untuk mengukur sejauh mana hukum positif Indonesia mampu mengakomodasi perkembangan modus pelanggaran dalam transaksi elektronik yang semakin canggih.¹²

Berdasarkan uraian di atas, penulis memandang perlu untuk melakukan kajian yuridis mendalam mengenai bagaimana konstruksi hukum wanprestasi dalam kasus tersebut jika dikaitkan dengan prinsip-prinsip perlindungan konsumen. Penting untuk menelaah apakah instrumen hukum yang ada saat ini sudah cukup memberikan perlindungan komprehensif, tidak hanya bagi mitra bisnis yang dirugikan, tetapi juga bagi ekosistem perlindungan konsumen secara keseluruhan. Melalui studi terhadap Putusan PN Klaten Nomor 105/Pdt.G/2022/PN Kln, terlihat adanya upaya pengadilan untuk menegakkan kepastian hukum dalam transaksi elektronik.¹³ Namun, diperlukan analisis lebih lanjut mengenai sinkronisasi pertimbangan hakim dengan ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya berhenti pada pembuktian adanya wanprestasi, tetapi juga mengevaluasi efektivitas pemulihan hak-hak konsumen yang tercederai akibat rusaknya rantai distribusi dan integritas produk di pasar digital.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini mengkaji bagaimana kualifikasi yuridis terhadap perbuatan wanprestasi dalam perjanjian jual beli online (e-commerce) berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang dikaitkan dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta menganalisis dasar pertimbangan hukum (*ratio decidendi*) Majelis Hakim dalam Putusan Pengadilan Negeri Klaten Nomor 105/Pdt.G/2022/PN Kln terkait tindakan manipulasi produk berupa *repacking* sebagai bentuk wanprestasi dalam perspektif perlindungan hak konsumen atas keamanan dan keaslian produk.

1.3 Tujuan Penulisan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualifikasi yuridis tindakan wanprestasi dalam perjanjian jual beli online berdasarkan ketentuan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, serta mengkaji secara kritis dasar pertimbangan hukum Majelis Hakim dalam Putusan Pengadilan Negeri Klaten Nomor 105/Pdt.G/2022/PN Kln terkait tindakan *repacking* produk,

¹¹ Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821, Pasal 8.

¹² Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*, (Yogyakarta: Liberty, 2003), hlm. 140.

¹³ *Ibid*, (Yogyakarta: Liberty, 2005), hlm. 160.

sehingga dapat diketahui kesesuaian putusan tersebut dengan prinsip perlindungan konsumen, kepastian hukum, dan tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi elektronik.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan spesifikasi deskriptif-analitis melalui pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), pendekatan kasus (*case approach*), dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Data yang digunakan berupa bahan hukum primer, sekunder, dan tersier yang diperoleh melalui studi kepustakaan, kemudian dianalisis secara kualitatif normatif menggunakan metode berpikir deduktif untuk mengkaji kesesuaian norma hukum dengan pertimbangan hakim dalam Putusan Pengadilan Negeri Klaten Nomor 105/Pdt.G/2022/PN Kln.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Kualifikasi Tindakan *Repacking* dan *Refilling* sebagai Bentuk Perbuatan Wanprestasi dalam Perjanjian Jual Beli Elektronik

Eksistensi perjanjian dalam ekosistem perdagangan elektronik (*e-commerce*) secara yuridis tetap bersandar pada ketentuan hukum kontrak konvensional sebagaimana diatur dalam Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata). Dalam perkara Nomor 105/Pdt.G/2022/PN Kln, hubungan hukum antara Penggugat (PT. Beon Intermedia) dan Tergugat (Indra Christianto) bermula dari sebuah kesepakatan komersial yang mengikat kedua belah pihak untuk memenuhi prestasi tertentu. Penggugat selaku pemilik merek dan penyedia produk memberikan kepercayaan kepada Tergugat untuk mendistribusikan produk tersebut kepada masyarakat luas. Dalam kontrak semacam ini, terdapat kewajiban implisit maupun eksplisit bagi Tergugat untuk menjaga integritas produk, termasuk mempertahankan kemasan asli serta mutu barang sebagaimana yang telah distandardisasi oleh produsen. Hal ini selaras dengan asas *pacta sunt servanda* yang diatur dalam Pasal 1338 KUH Perdata, yang menyatakan bahwa perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.¹⁴

Eksplorasi teoretis terhadap penegasan asas *pacta sunt servanda* dalam ruang lingkup perdagangan elektronik ini mengantarkan kita pada pemahaman mengenai batasan kebebasan berkontrak (*autonomy of will*) yang dimiliki oleh subjek hukum siber. Walaupun hukum memberikan kebebasan bagi para pihak untuk merumuskan klausula klausula dalam kontrak elektronik, kebebasan tersebut dibatasi oleh pilar kepatutan dan ketertiban hukum niaga yang menuntut adanya penghormatan mutlak terhadap esensi dari objek perjanjian itu sendiri. Penulis menganalisis bahwa ketika Penggugat mempercayakan hak distribusi produk kepada Tergugat, otonomi kehendak Tergugat untuk mengomersialkan barang tersebut dibatasi oleh status legalitas bentuk fisik komoditas dagang yang diserahkan.

Asas *pacta sunt servanda* tidak boleh dimaknai secara sempit sebatas pemenuhan pembayaran finansial semata, melainkan harus mencakup kepatuhan terhadap status quo kondisi fisik objek perikatan. Oleh karena itu, kegagalan Tergugat untuk mempertahankan keaslian bentuk fisik produk mencerminkan suatu bentuk

¹⁴ Salim HS, *Hukum Kontrak: Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2003), hlm. 151.

pembangkangan kontraktual (*contractual insubordination*) yang meruntuhkan legalitas moral perikatan digital, sehingga pengadilan berkewajiban melakukan intervensi yudisial demi mengembalikan kesucian janji yang telah disepakati dari segala bentuk deviasi komersial sepihak. Secara doktrinal, prestasi dalam suatu perikatan tidak selalu berbentuk tindakan positif seperti menyerahkan barang, tetapi juga dapat berupa tindakan negatif yaitu "untuk tidak melakukan sesuatu". Penulis menganalisis bahwa dalam hubungan hukum antara Penggugat dan Tergugat, terdapat kewajiban negatif yang melekat secara inheren, yakni kewajiban untuk tidak merusak, tidak mengubah, dan tidak memanipulasi identitas fisik produk yang diperjanjikan. Tindakan *repacking* yang dilakukan Tergugat merupakan bentuk pelanggaran nyata terhadap kewajiban negatif ini. Ketika Tergugat memutuskan untuk membuka kemasan asli dan memindahkan isinya, ia telah melampaui batas kewenangan yang diberikan oleh kontrak, sehingga secara otomatis status "memenuhi prestasi" berubah menjadi "cidera janji". Pelanggaran terhadap kewajiban untuk tidak melakukan sesuatu ini seringkali dianggap lebih berat dalam hukum kontrak karena melibatkan tindakan aktif yang secara sengaja mengabaikan larangan implisit dalam kerja sama bisnis.¹⁵

3.2 Analisis Yuridis Pertimbangan Hakim terhadap Perlindungan Hak-Hak Konsumen atas Orisinalitas Produk dalam Putusan Nomor 105/Pdt.G/2022/PN Kln

Pertimbangan hukum hakim (*ratio decidendi*) dalam Putusan Nomor 105/Pdt.G/2022/PN Kln merupakan manifestasi dari upaya penegakan hukum yang tidak hanya melihat kontrak sebagai kesepakatan tertutup antara dua pihak, tetapi juga mempertimbangkan dampak eksternalitasnya terhadap publik atau konsumen akhir. Kedalaman analisis terhadap *ratio decidendi* ini menyingkap sebuah transformasi konseptual yang sangat krusial dalam lanskap hukum perikatan nasional, di mana doktrin hukum kontrak klasik yang selama ini memegang teguh asas relativitas kontrak (*privity of contract*) mulai direkonstruksi demi mengakomodasi kepentingan sosial yang lebih luas. Asas relativitas kontrak tradisional menyatakan bahwa suatu perjanjian hanya mengikat dan menimbulkan hak serta kewajiban bagi para pihak yang secara formal mengikatkan diri di dalamnya. Namun, melalui putusan ini, Majelis Hakim secara berani merobohkan sekat-sekat formalistik tersebut dengan menegaskan bahwa dalam ekosistem perdagangan digital yang bersifat masif dan berantai, sebuah kontrak privat tidak lagi hidup dalam ruang hampa. Tindakan sepihak yang memanipulasi objek kontrak secara fisik oleh salah satu pihak, pada hakikatnya, melahirkan eksternalitas negatif yang melompati keluar dari batas-batas kontraktual para pihak dan secara langsung mencederai hak-hak mendasar subjek hukum ketiga yang berada di ujung rantai distribusi, yaitu konsumen akhir. Dengan demikian, penulis berpendapat bahwa pertimbangan hukum hakim ini tidak semata-mata menyelesaikan sengketa privat ganti rugi, melainkan melakukan fungsi konstitusional peradilan sebagai penyeimbang tatanan pasar bebas, di mana hukum perdata diposisikan sebagai perisai pelindung masyarakat dari potensi distorsi dan anarki ekonomi digital yang tidak teregulasi dengan baik oleh kesadaran internal pelaku usaha. Dalam amarnya, Majelis Hakim menekankan bahwa tindakan Tergugat yang melakukan *repacking* dan *refilling* tanpa izin merupakan perbuatan yang tidak dapat dibenarkan secara hukum. Hakim melihat bahwa esensi dari perselisihan ini bukan sekadar mengenai kerugian materiil yang diderita oleh Penggugat, melainkan adanya pelanggaran terhadap integritas produk

¹⁵ R. Setiawan, *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*, (Bandung: Binacipta, 1999), hlm. 18.

yang secara inheren berkaitan dengan hak-hak konsumen untuk mendapatkan barang yang orisinal dan aman.¹⁶

Secara yuridis, pertimbangan hakim ini sejalan dengan spirit Pasal 4 huruf c Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), yang menyatakan bahwa konsumen memiliki hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.¹⁷ Meskipun sengketa ini bersifat *Business-to-Business* (B2B), hakim secara implisit menyadari bahwa tindakan Tergugat yang memanipulasi kemasan telah memutus rantai transparansi informasi produk. Ketika Tergugat mengemas ulang produk tersebut ke dalam wadah yang tidak terstandarisasi, hak konsumen untuk mendapatkan kepastian bahwa produk tersebut benar-benar berasal dari produsen yang sah menjadi terlanggar.¹⁸ Hakim dalam pertimbangannya menilai bahwa kejujuran dalam perdagangan elektronik adalah pilar utama yang tidak boleh dikompromikan oleh kepentingan ekonomi sepihak. Daya Ikat Perjanjian Elektronik dalam Transaksi E-Commerce: Telaah Yuridis atas Penerapan Asas *Pacta Sunt Servanda* dan Konsekuensi Wanprestasi Penjual.¹⁹

Penulis berpendapat bahwa pertimbangan hakim dalam mengaitkan Pasal 4 UUPK dengan sengketa ini merupakan langkah untuk memulihkan hak konstitusional konsumen dalam berekonomi. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur merupakan "roh" dari transaksi elektronik. Ketika hakim memutuskan bahwa tindakan *repacking* adalah pelanggaran hukum, hakim sebenarnya sedang menegaskan bahwa pelaku usaha tidak boleh mengeksploitasi asimetri informasi. Konsumen di pasar digital memiliki keterbatasan fisik untuk memeriksa barang, sehingga kejujuran kemasan asli menjadi satu-satunya sandaran kepercayaan. Hakim dengan tepat melihat bahwa manipulasi kemasan oleh Tergugat telah menghancurkan "ekspektasi sah" (*legitimate expectation*) konsumen untuk menerima produk dalam standar orisinalitas yang utuh.²⁰

Hakim dalam pertimbangannya menilai bahwa kejujuran dalam perdagangan elektronik merupakan salah satu pilar fundamental yang tidak dapat dikompromikan demi kepentingan ekonomi sepihak. Dalam transaksi elektronik, hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen sangat bergantung pada kepercayaan (*trust*), mengingat para pihak tidak saling bertemu secara langsung sehingga seluruh proses transaksi didasarkan pada informasi yang disampaikan melalui sistem elektronik. Analisis Perjanjian Jual Beli Online dalam Menerapkan Asas Itikad Baik Menurut UUPK dan UU ITE.²¹ Oleh karena itu, setiap pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas, lengkap, dan tidak menyesatkan mengenai barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Tindakan menyembunyikan fakta, memberikan informasi yang tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya, maupun melakukan manipulasi terhadap spesifikasi

¹⁶ Putusan Pengadilan Negeri Klaten Nomor 105/Pdt.G/2022/PN Kln, hlm. 45 (Pertimbangan Hakim).

¹⁷ Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4 dan Pasal 7.

¹⁸ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta: Grasindo, 2006), hlm. 45.

¹⁹ Haura, Ratna Artha Windari, dan I Gusti Ayu Apsari Hadi, "Daya Ikat Perjanjian Elektronik dalam Transaksi E-Commerce: Telaah Yuridis atas Penerapan Asas *Pacta Sunt Servanda* dan Konsekuensi Wanprestasi Penjual," *Jurnal Pacta Sunt Servanda*, Vol. 7, No. 1, 2026, hlm. 66–71.

²⁰ *Ibid*, hlm. 52.

²¹ Dinda Amalia Kamila, Frisca Indriyani, Andra Agil Syahrial, dan Norma Fitria, "Analisis Perjanjian Jual Beli Online dalam Menerapkan Asas Itikad Baik Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang ITE," *JPNM Jurnal Pustaka Nusantara Multidisiplin*, Vol. 3, No. 1, 2025.

produk merupakan bentuk pelanggaran terhadap asas itikad baik yang menjadi dasar dalam setiap hubungan kontraktual.²²

Pertimbangan hakim tersebut mencerminkan bahwa prinsip kejujuran bukan hanya merupakan norma moral, melainkan telah berkembang menjadi kewajiban hukum yang memiliki konsekuensi yuridis dalam penyelenggaraan perdagangan melalui sistem elektronik. Pelanggaran terhadap prinsip tersebut tidak hanya menimbulkan kerugian bagi konsumen, tetapi juga berpotensi merusak kepastian hukum, menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap ekosistem perdagangan digital, serta menghambat terciptanya iklim usaha yang sehat dan berkeadilan. Dengan demikian, perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi elektronik tidak cukup hanya berorientasi pada penyelesaian sengketa setelah kerugian terjadi, tetapi juga harus diwujudkan melalui penerapan prinsip transparansi, akuntabilitas, dan itikad baik oleh seluruh pelaku usaha sejak tahap pra-kontraktual hingga pelaksanaan perjanjian.²³

Selain itu, hakim menegaskan bahwa orientasi memperoleh keuntungan ekonomi tidak dapat dijadikan alasan pembenar untuk mengesampingkan kewajiban hukum pelaku usaha dalam memberikan informasi yang jujur kepada konsumen. Dalam konteks perdagangan elektronik, kepercayaan merupakan modal utama yang menopang keberlangsungan transaksi digital. Oleh karena itu, setiap bentuk praktik perdagangan yang mengandung unsur penyesatan (*misleading information*), manipulasi informasi, maupun penyalahgunaan posisi dominan pelaku usaha bertentangan dengan tujuan hukum perlindungan konsumen yang menghendaki adanya keseimbangan hak dan kewajiban antara para pihak. Pertimbangan tersebut sekaligus memperlihatkan bahwa hakim tidak hanya menilai aspek formal suatu perjanjian elektronik, tetapi juga mengedepankan nilai-nilai keadilan, kepastian hukum, dan kemanfaatan sebagai landasan dalam memutus sengketa perdagangan elektronik.²⁴

Jika dibedah secara epistemologis melalui kacamata hukum dagang elektronik, konstruksi "ekspektasi sah" (*legitimate expectation*) konsumen yang disebut dalam analisis di atas berakar pada asas transparansi mutlak yang menjadi prasyarat utama fungsionalitas pasar virtual. Dalam transaksi tatap muka konvensional, konsumen dilindungi oleh doktrin hukum klasik *caveat emptor*—biarlah pembeli berhati-hati—karena konsumen memiliki akses fisik langsung untuk memegang, memeriksa, menilai, dan memverifikasi kualitas nyata serta keaslian segel suatu produk sebelum memutuskan untuk melakukan pertukaran ekonomi. Sebaliknya, arsitektur *e-commerce* menggeser paradigma tersebut secara radikal menjadi *caveat venditor*—biarlah penjual yang berhati-hati—karena transaksi didasarkan sepenuhnya pada representasi visual dan naratif yang ditampilkan oleh pelaku usaha di layar digital. Ketika Tergugat melakukan *repacking* dan *refilling* tanpa otoritas resmi dari produsen, namun tetap memanfaatkan atribut digital, logo, dan nama besar Penggugat di toko daringnya, Tergugat telah menciptakan sebuah penyesatan informasi sistematis (*systematic*

²² Amila Desiani, Muhamad Amirulloh, dan Agus Suwandono, "Implementasi Asas Itikad Baik dalam Perlindungan Konsumen atas Pembatalan Transaksi yang Dilakukan oleh Situs Belanja Elektronik," *ACTA DIURNAL Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan*, Vol. 2, No. 1, 2018, hlm. 56-68.

²³ Winda Nurul Annisa, "Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Sengketa Perdata E-Commerce: Analisis atas Asas Itikad Baik," *Indonesian Journal of Civic and Law Studies (IJCL)*, 2025.

²⁴ I Gede Krisna Wahyu Wijaya dan Nyoman Satyayudha Dananjaya, "Penerapan Asas Itikad Baik dalam Perjanjian Jual Beli Online," *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, Vol. 5, No. 1, 2017.

misrepresentation). Tindakan ini mengeksploitasi asimetri informasi dengan cara menyembunyikan fakta material bahwa produk tersebut telah mengalami intervensi fisik di luar standardisasi pabrikan. Penulis menganalisis bahwa kejelian hakim dalam melihat aspek ini membuktikan bahwa pengadilan tidak lagi memandang orisinalitas secara sempit sebagai status kepemilikan merek semata, melainkan sebagai hak informasi asasi bagi konsumen untuk mengetahui secara persis asal-usul, integritas, dan jaminan kualitas dari barang yang mereka bayar.

3.3 Implikasi Putusan Pengadilan Negeri Klaten Nomor 105/Pdt.G/2022/PN Kln terhadap Kepastian Hukum Pelaku Usaha dan Konsumen dalam Ekosistem E-Commerce

Putusan Pengadilan Negeri Klaten Nomor 105/Pdt.G/2022/PN Kln membawa implikasi yuridis yang signifikan dalam mempertegas batas-batas tanggung jawab pelaku usaha di era digital. Secara teoretis, kepastian hukum menuntut adanya keteramalan (*predictability*) dalam penegakan hukum, di mana setiap subjek hukum dapat memahami konsekuensi dari tindakan yang dilakukannya.²⁵ Dalam ekosistem *e-commerce*, putusan ini memberikan sinyal kuat bahwa kontrak elektronik bukan sekadar formalitas administratif, melainkan instrumen perlindungan hak kekayaan intelektual dan integritas produk yang memiliki kekuatan eksekutorial nyata. Implikasi pertama yang muncul adalah penguatan posisi tawar pemilik merek resmi terhadap mitra pengecer (*reseller*) yang berupaya melakukan manipulasi fisik barang demi keuntungan sepihak.²⁶

Dalam perspektif doktrinal hukum perikatan, penguatan posisi tawar pemilik merek resmi ini secara inheren melahirkan apa yang dikenal sebagai efek detensi kontraktual (*contractual deterrence effect*). Putusan Pengadilan Negeri Klaten ini merombak kalkulasi risiko ekonomi bagi para pengecer nakal yang selama ini menganggap remeh klausula integritas produk di dalam ekosistem digital. Penulis menganalisis bahwa sebelum adanya preseden hukum ini, para pelaku usaha sekunder sering kali berspekulasi bahwa tindakan manipulasi fisik seperti *repacking* tidak akan berujung pada konsekuensi hukum serius selama tidak ada komplain massal dari konsumen. Namun, penegasan hakim mengenai kekuatan eksekutorial nyata dari sebuah kontrak elektronik dalam putusan ini memberikan kepastian yuridis bahwa setiap deviasi fisik terhadap objek perjanjian adalah sebuah pelanggaran hukum yang terukur. Implikasinya bagi pelaku usaha induk adalah efisiensi biaya mitigasi risiko (*risk mitigation cost*), di mana mereka kini dapat menegakkan kepatuhan hukum di internal jaringan distribusinya tanpa perlu menempuh jalur pengawasan manual yang mahal, karena sistem hukum telah menyediakan instrumen pemulihan hak yang tegas dan dapat diramalkan.

Penulis menganalisis bahwa putusan ini membawa implikasi fundamental pada perlunya restrukturisasi klausula dalam kontrak-kontrak *e-commerce* di masa depan agar tidak lagi menyisakan celah interpretasi bagi para mitra pengecer. Para pelaku usaha kini harus lebih eksplisit dalam mencantumkan larangan mengenai modifikasi fisik produk guna menghindari interpretasi ganda di pengadilan, di mana seringkali pihak Tergugat berdalih bahwa "pengemasan ulang" dilakukan demi efisiensi pengiriman atau daya tarik visual. Putusan PN Klaten ini menegaskan bahwa integritas kemasan asli

²⁵ Salim HS, *Hukum Kontrak: Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2003), hlm. 150.

²⁶ *Putusan Pengadilan Negeri Klaten Nomor 105/Pdt.G/2022/PN Kln*, hlm. 48 (Pertimbangan Hakim).

bukan sekadar aksesori, melainkan bagian dari janji mutu yang mengikat secara absolut dan tidak dapat diganggu gugat tanpa persetujuan tertulis dari pemilik merek. Secara filosofis, kewajiban mencantumkan larangan modifikasi fisik secara eksplisit ini membedakan kembali perdebatan klasik mengenai batasan hak milik (*property rights*) atas barang yang telah berpindah tangan melalui transaksi jual beli. Tergugat sering kali mendalilkan doktrin peleburan hak (*exhaustion doctrine* atau *first-sale doctrine*), di mana hak eksklusif produsen dianggap gugur setelah produk terjual pertama kali kepada distributor atau pengecer. Namun, analisis kritis penulis menunjukkan bahwa Putusan PN Klaten ini melahirkan batas pengecualian baru yang sangat mendasar: hak milik atas fisik barang (*tangible property*) yang telah beralih tidak serta-merta memberikan hak untuk memanipulasi identitas komersial dan jaminan kualitas (*intangible brand equity*) yang melekat pada barang tersebut. Ketika kemasan asli dibuka tanpa izin, terjadi distorsi terhadap janji mutu yang sah. Oleh karena itu, implikasi kontraktual dari putusan ini memaksa lahirnya rekonstruksi klausula perjanjian distribusi digital yang memisahkan secara tegas antara hak untuk mengomersialkan (*right to resell*) dengan larangan mutlak untuk melakukan alterasi fisik produk (*prohibition of physical alteration*), demi menjaga orisinalitas yang menjadi basis perlindungan konsumen. Implikasinya, setiap perjanjian distribusi atau kemitraan digital wajib memuat standar operasional yang ketat mengenai penanganan barang dari hulu ke hilir, sehingga jika terjadi praktik *repacking*, unsur wanprestasinya menjadi lebih mudah dibuktikan secara hukum tanpa perlu perdebatan tafsir yang panjang mengenai batasan wewenang pengecer.²⁷

Bagi pelaku usaha, putusan ini berfungsi sebagai *precedent* penting yang menegaskan bahwa tindakan *repacking* dan *refilling* tanpa otoritas merupakan pelanggaran serius yang dapat dijatuhi sanksi ganti rugi materiil dalam jumlah besar. Hal ini selaras dengan asas itikad baik dalam pelaksanaan kontrak, di mana para pihak tidak hanya dituntut untuk memenuhi prestasi utama, tetapi juga menjaga nilai-nilai kejujuran yang melingkupi objek perjanjian.²⁸ Telaah mendalam terhadap perluasan makna prestasi dalam hukum kontrak kontemporer menunjukkan bahwa objek perjanjian di era digital tidak lagi sebatas komoditas fisik (*material goods*), melainkan telah mencakup dimensi reputasi (*reputational asset*) sebagai komoditas yuridis yang sah dilindungi hukum. Ketika produsen menginvestasikan modal besar untuk membangun citra merek melalui standarisasi pengemasan yang higienis dan aman, tindakan manipulasi fisik oleh pihak ketiga secara otomatis merusak nilai ekonomis dari reputasi tersebut. Penulis berargumen bahwa putusan ini menegaskan pem pemikiran hukum bahwa wanprestasi tidak hanya terjadi ketika barang tidak diserahkan (*non-performance*) atau terlambat diserahkan (*delayed performance*), tetapi juga ketika tindakan salah satu pihak mereduksi nilai intangible dari objek yang diperjanjikan (*reputational diminution*).²⁹ Implikasinya, asas itikad baik diposisikan sebagai norma hidup yang dinamis, memaksa setiap agen dalam rantai pasok siber untuk memikul tanggung jawab moral-hukum dalam menjaga nama baik produsen asal, karena reputasi di dunia siber memiliki kerentanan yang sangat tinggi terhadap segala bentuk manipulasi informasi visual. Dengan dikabulkannya sebagian gugatan Penggugat, hukum memberikan perlindungan terhadap *brand equity* dan reputasi bisnis yang telah dibangun dengan

²⁷ Ridwan Khairandy, *Hukum Kontrak dalam Perspektif Perbandingan*, (Yogyakarta: FH UII Press, 2007), hlm. 115.

²⁸ *Ibid*, hlm. 150.

²⁹ I Ketut Sukadana dan I Nyoman Putu Budiarta, "Asas Pacta Sunt Servanda dalam Perjanjian dan Akibat Hukum Wanprestasi," *Jurnal Analogi Hukum*, Vol. 4, No. 2, 2022.

biaya besar. Putusan ini menjadi peringatan keras bagi pelaku usaha lain di pasar digital bahwa manipulasi produk, meskipun isinya diklaim tetap asli—adalah tindakan wanprestasi karena merusak standar kualitas yang diperjanjikan.³⁰

4. KESIMPULAN

Tindakan manipulasi produk melalui praktik *repacking* (pengemasan ulang) dan *refilling* (pengisian kembali) yang dilakukan oleh Tergugat secara substansial merupakan bentuk pengabaian terhadap asas *pacta sunt servanda* dan prinsip itikad baik dalam pelaksanaan kontrak. Kualifikasi perbuatan wanprestasi muncul karena Tergugat melanggar kewajiban negatif dalam perjanjian, yaitu melakukan tindakan yang dilarang untuk menjaga integritas dan standar kualitas produk sebagaimana diatur dalam Pasal 1243 KUH Perdata. Penulis berpendapat bahwa dalam ekosistem *e-commerce*, orisinalitas bukan sekadar atribut fisik, melainkan esensi dari kepercayaan (*consumer trust*) yang menjadi kewajiban mutlak bagi pelaku usaha untuk dipenuhi guna menghindari kerugian imateriil bagi pemilik merek.

Majelis Hakim dalam Putusan Nomor 105/Pdt.G/2022/PN Kln menyatakan bahwa Tergugat telah terbukti secara sah melakukan perbuatan wanprestasi terhadap Penggugat. Dalam pertimbangan hukumnya (*ratio decidendi*), hakim menegaskan bahwa tindakan Tergugat yang membuka segel asli dan memindahkan isi produk tanpa izin telah menghilangkan jaminan mutu (*quality control*) dari produsen asal, sehingga membahayakan hak konsumen atas keamanan dan kepastian informasi sesuai dengan spirit UU Perlindungan Konsumen. Sebagai konsekuensi yuridis, hakim menjatuhkan amar yang menghukum Tergugat untuk membayar ganti rugi materiil sebesar Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) serta memerintahkan penghentian seketika atas seluruh aktivitas penjualan produk hasil manipulasi tersebut demi tegaknya kepastian hukum.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Barkatullah, A. H. *Hukum transaksi elektronik sebagai panduan dalam menghadapi era digital bisnis e-commerce di Indonesia*. Nusa Media. (2017).
- Gijssels, J., & van Hoecke, M. *Apakah teori hukum itu?* (B. A. Sidharta, Terj.). Laboratorium Hukum FH UNPAR. (2000).
- Harahap, M. Y. *Segi-segi hukum perjanjian*. Alumni. (1986).
- HS, S. *Hukum kontrak: Teori dan teknik penyusunan kontrak*. Sinar Grafika. (2003).
- Khairandy, R. *Itikad baik dalam kebebasan berkontrak*. Pascasarjana UI, (2004).
- Kristiyanti, C. T. S. *Hukum perlindungan konsumen*. Sinar Grafika. (2022).
- Makarim, E. *Pengantar hukum telematika: Suatu kompilasi kajian*. Raja Grafindo Persada. (2005).
- Marzuki, P. M. *Pengantar ilmu hukum*. Kencana. (2017).
- Mertokusumo, S. *Mengenal hukum suatu pengantar*. Liberty. (2005).
- Miru, A., & Yodo, S. *Hukum perlindungan konsumen*. Rajawali Pers. (2004).
- Rahardjo, S. *Ilmu hukum*. PT. Citra Aditya Bakti. (2000).
- Setiawan, R. *Pokok-pokok hukum perikatan*. Binacipta. (1999).
- Shidarta. *Hukum perlindungan konsumen Indonesia*. Grasindo. (2006).
- Soekanto, S., & Mamudji, S. (2003). *Penelitian hukum normatif: Suatu tinjauan singkat*. Raja Grafindo Persada.

³⁰ Subekti, *Hukum Perjanjian*, (Jakarta: Intermedia, 2008), hlm. 45.

Subekti. *Hukum perjanjian*. Intermasa. (2008).

Jurnal

- Amad Sudiro, Daven Nathanael "Wanprestasi dalam Perjanjian Jual Beli Online Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (Studi Putusan PN Klaten Nomor 105/Pdt.G/2022/PN Kln)." *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik* 6, No. 4 (2026).
- Annisa, Winda Nurul. "Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Sengketa Perdata E-Commerce: Analisis atas Asas Itikad Baik." *Indonesian Journal of Civic and Law Studies (IJCL)*, 2025.
- Bachtiar, E. S. Y., dan M. D. Chairunnisa. "Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Berdasarkan KUH Perdata." *Syntax Idea* 6, no. 11 (2024).
- De Lima, H. S. "Perlindungan, Wanprestasi, dan Tantangan Era Digital." *SASANA: Jurnal Hukum*. (2025).
- Desiani, Amila, Muhamad Amirulloh, dan Agus Suwandono. "Implementasi Asas Itikad Baik dalam Perlindungan Konsumen atas Pembatalan Transaksi yang Dilakukan oleh Situs Belanja Elektronik." *ACTA DIURNAL Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan* 2, No. 1 (2018).
- Fitriani, I. "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Melalui E-Commerce di Indonesia." *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*. (2025).
- Haura, Ratna Artha Windari, dan I Gusti Ayu Apsari Hadi. "Daya Ikat Perjanjian Elektronik dalam Transaksi E-Commerce: Telaah Yuridis atas Penerapan Asas *Pacta Sunt Servanda* dan Konsekuensi Wanprestasi Penjual." *Jurnal Pacta Sunt Servanda* 7, No. 1 (2026).
- I Gede Krisna Wahyu Wijaya & Nyoman Satyayudha Dananjaya. "Penerapan Asas Itikad Baik dalam Perjanjian Jual Beli Online." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 5, No. 1, (2017).
- I Ketut Sukadana & I Nyoman Putu Budiarta. "Asas *Pacta Sunt Servanda* dalam Perjanjian dan Akibat Hukum Wanprestasi." *Jurnal Analogi Hukum*, (2022).
- Kamila, Dinda Amalia, Frisca Indriyani, Andra Agil Syahrial, dan Norma Fitria. "Analisis Perjanjian Jual Beli Online dalam Menerapkan Asas Itikad Baik Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang ITE." *JPNM Jurnal Pustaka Nusantara Multidisiplin* 3, No. 1, (2025).
- Matarani, R. S. P. "Wanprestasi dalam Perjanjian Elektronik." *International Journal of Social Science and Human*. 2025.
- R. Serfianto D. Purnomo. "Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia." *Jurnal RechtsVinding* 8, No. 2, (2019).
- Wijaya, I Gede Krisna Wahyu, dan Nyoman Satyayudha Dananjaya. "Penerapan Asas Itikad Baik dalam Perjanjian Jual Beli Online." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*. 5, No. 1, (2017).
- Wijaya, Putu. "Analisis Batasan Pengecualian Exhaustion Doctrine terhadap Perlindungan Intangible Brand Equity." *Jurnal Hukum Kekayaan Intelektual Terapan* 13, no. 1 (2024.): 103-118.

Peraturan Perundangan

- Indonesia. *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Burgerlijk Wetboek)*.
- Indonesia. *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42.

Indonesia. *Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843.

Indonesia. *Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 251, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5952.

Indonesia. *Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 3.