

SKRIPSI

KONTRAK BAKU DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE*

24-28-08

11/10

6

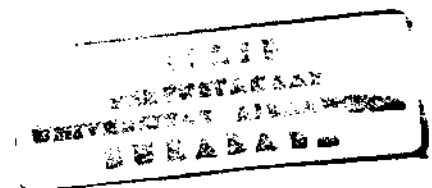


Oleh :

UTAND MAHARDOYO

NIM. 030315754

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2008**



KONTRAK BAKU DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE*

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Hukum

OLEH :

UTAND MAHARDOYO

NIM. 030315754

DOSEN PEMBIMBING,



FIFI JUNITA, S.H., M.H., LL.M.

NIP. 132205656

PENYUSUN,



UTAND MAHARDOYO

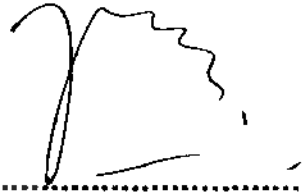
NIM. 030315754

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2008**

**Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan Panitia Penguji
Pada hari Rabu, tanggal 30 Januari 2008**

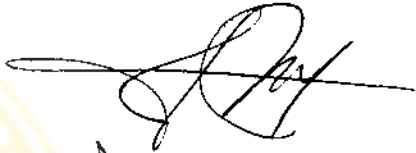
Panitia Penguji Skripsi :

Ketua : Dr. Y. Sogar Simamora, S.H., M.Hum.




.....

Anggota : 1. Fifi Junita, S.H., M.H., LL.M.



.....

2. Dr. Agus Yudha Hernoko, S.H., M.H.



.....

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

Persembahan

Skripsi ini kupersembahkan dengan tulus ikhlas

Untuk Ayahhanda Sumardoyo,

Ibunda Untari,

dan Adikku Lusa Pantri Rahmawati

Serta

Seluruh sahabat dan Keluargaku

Terima Kasih atas Do'a dan Semangat yang diberikan



MOTTO

Selama kita masih hidup
Selama itu pula kita
Berjalan menentukan langkah

Nasib yang telah digariskan
Bisa kita rubah asalkan
Dengan usaha dan Do'a

Janganlah pernah memandang remeh
orang
Belum tentu dia lebih buruk dari
kita

Semua tentang cinta, harapan, mimpi,
dan semangat di pagi hari

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah akhirnya selesai juga skripsi ini yang telah lama terabaikan, segala puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT dengan Rahmat dan HidayahNya, Nabi Muhammad Saw, sehingga sesuai dengan waktu yang ditarget, penulisan skripsi ini terselesaikan dan merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan mendapatkan gelar sarjana hukum di Fakultas Hukum Universitas Airlangga Surabaya.

Skripsi ini tidak akan pernah terselesaikan tanpa adanya dukungan, semangat dan dorongan mental dari orang-orang di sekitar penulis baik secara langsung maupun tidak langsung. Penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada :

1. Orang tuaku tercinta, terkasih dan tersayang atas dorongan bimbingan, do'a, dan bantuan yang tak ternilai harganya selama menempuh masa pendidikan dari SD, SMP, SMU dan akhirnya di Perguruan Tinggi ini. Serta tak pernah berhenti mengarahkan dan memberikan nasehat-nasehat tentang masa depanku pada nantinya.
2. Ibu Fifi Junita, S.H., M.H., selaku pembimbing skripsi yang bersedia membimbing penulis disaat penulis hampir putus asa karena belum mendapat pembimbing Ibu mau menerima saya, Ibu telah banyak memberikan perhatian, arahan, dorongan dan masukan - masukan pendapat untuk penulisan skripsi ini.

3. Bapak Dr. Yohanes Sogar Simamora, S.H., M.Hum., selaku Ketua penguji utama skripsi yang telah banyak memberikan bantuan dan masukan - masukan pendapat untuk penulisan skripsi ini dan kesedian beliau yang telah menguji saya, dengan ramah dan hangat sehingga saya tidak terlalu tegang saat sidang berlangsung.
4. Bapak Agus Yudha Hernoko, S.H., M.H., selaku penguji skripsi yang telah memberikan masukan - masukan pendapat untuk penulisan skripsi ini.
5. Bapak Lisman Iskandar, S.H., M.S., selaku penguji skripsi yang telah dorongan, dan arahan yang sangat berarti selama penulisan skripsi ini.
6. Civitas Akademika Universitas Airlangga, Dekan, Dosen dan Karyawan Fakultas Hukum UNAIR Surabaya. Terima kasih banyak.
7. Mbak Yanti, Mbak Metha, Mbak Evi dan Mas Sigit di Koleksi Khusus yang selama ini sangat membantu terciptanya skripsi ini dan yang pada akhirnya selesai.
8. *My beloved sister* : Lusa Pantri RACHMA wati yang selalu merepotiku ntar u kuliah yang bener jangan kayak kakak mu ini.
9. Keluarga di Trenggalek, Mbah, Pakdhe+Budhe, Paklek+Bulek dan mbak Nita, Mbak Ninik+Ferdy serta adiku Kara, Bintang, Rafa terimakasih atas doa dan perhatiannya.
10. Keluarga Pakde Wahyudi (Budhe Mul, Mas Dhoni+Mbak Dewi, Mbak Erik+Mas Aryo, Mas Wicak+mbak Siska dan ponakan q Angga am Gia), terimakasih atas do'a dan bantuannya selama di Surabaya, tanpa bantuan

kalian mungkin saya tidak akan bisa kuliah di fak. Hukum UNAIR dan maafkan saya kalo selama disana selalu ngerepotin serta smoga pakde Wahyudi menjadi Haji yang Mabur...

11. Keluarga Mbah Toen and mbak Indah yang telah memberikan bantuan dan maaf kalo selalu ngerepotin, serta anak-anak yang kost di rumah mbah (Vita, Lia, Mila, Mbak Sih, Utree, and Malik) makasih banget telah menjadi temen q di Surabaya dan selalu membantuku...
12. *My Best Comrades in Faculty of Law* : Fefen (yang slalu membantuku mengenai kuliah dan program komputer), Kun, Sahat, Rully, Hugo, Agung and Rohmad (selamat udah sukses nikahi anak orang), juga lawan maen PS 2 yang tangguh Putra smoga dapat kerja?? Yang special buat MAYA+CoWOKnya dan MAMAnyanya yang sering ngajak aq jalan-jalan trus ditraktir makan ampe kenyang?? Buat Doan yang memberikan kita tempat untuk maen PS am baca komik?? Bersama kalian telah banyak hal asyik yang kita lakukan. Aku telah banyak merepotkan kalian terimakasih atas bantuannya tanpa kalian dan kegilaan kita skripsi ini tidak akan terwujud.
13. Teman – teman FH "Angkatan 2003" : Joko, Theo, Yuni, Dhika, John Cena, Amirul, Sylvan, Baron, rivo, Rio, Nurul, Redi, Wulan, Simon, Fana, Andhi, Ika, Iir, dik Faiza, Lia Paramitha, Sariz, Faiz, Deby and temen-temen q PLKH (Ella, Rika Opic, Rika K, Vany, Charir, Adri, Riski, Darwin, Fashi, Rudolf, Angga, Indri, Maya, Rina, Uswatun, Ayii). Terima

kasih atas dukungan dan perhatiannya sehingga terselesaikan penulisan skripsi ini dan kesediaan kalian menerimaku jadi teman.

14. Juga Adik-adik FH angkatan di bawahku yang kebanyakan, aku kok lupa nama-nama kalian??
15. Teman-teman kos yang telah menikah duluan Antok dan Ibrahim smoga menjadi keluarga yang sakinah dan di beri anak yang soleh..
16. Temen-temen q Jamaah 354 (Rudi mubaliq, Udin, Didik, Andi, Tofa, Barid, Puji, Rizkon, Lukcy, Ihsan, BJ, Agus, Cak Lek, Rio+Riko, Nurul Marsandha), jamaah kelompok Karang Rejo, Krukah dan Gubeng, Alhamdulillah Jazakumulohukoiro yang telah memberiku semangat waktu pengajian ato waktu ketemu dan smoga tetep menetapi, nenemnemeni dan mempersungguh agama yang khak ini sampai ajal pati..
17. Teman-teman SMU 1 Ponorogo (terutama buat bos "JAYA KUNING" Azam bin Kate yang selalu memberi tumpangan gratis kalo pulang ke ponorogo) dan masa kecilku yang entah dimana kalian sekarang.
18. Teman-temanku yang tak bernyawa tapi selalu kubutuhkan Sony Ericsson K 750i-T310 am Nokia 2115, Komputer+Simbada+Epson C45, CST 6000 am TV tunerku, Shogun AE 5486 TR, Flasdisk+Mp4 dll, trimakasih telah menghiburku dan membantuku dalam pembuatan skripsi ini.
19. Dan yang terakhir Diah Yaniartiku tercinta, terapis jiwaku, penuntun hidupku, semangat hariku yang telah memberikan waktunya untuk menemaniku, memberiku doa, kasih sayangnya, dan kesabarannya (mari kita wujudkan cita-cita kita).

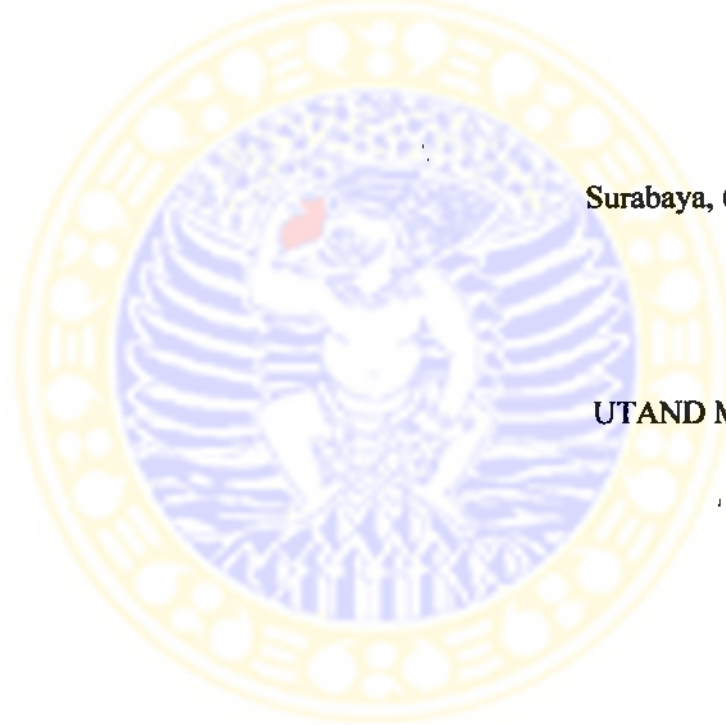
20. Semua pihak yang tak bisa saya sebutkan satu persatu (sorry yo rek!!!) tetapi akan selalu ada di ruang hatiku terima kasih banyak pada semuanya kalian akan selalu kukenang dan semoga Alloh membalas kebaikan kalian semua amin...amin...amin.

Dan akhirnya sebagai manusia biasa yang tak pernah luput dari kesalahan dan kekurangan, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan dalam penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 6 Februari 2008

Penulis,

UTAND MAHARDOYO



DAFTAR ISI

	Halaman
Lembar Judul.....	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Halaman Persembahan.....	iv
Motto.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1. Latar Belakang dan Rumusan Masalah.....	1
2. Penjelasan Judul.....	7
3. Alasan Pemilihan Judul.....	9
4. Tujuan Penulisan.....	10
5. Metode Penelitian.....	11
a. Pendekatan Masalah.....	11
b. Sumber Bahan Hukum.....	12
c. Proses Pengumpulan dan Pengolahan Bahan Hukum.....	12
d. Analisa Bahan Hukum.....	13
6. Pertanggungjawaban Sistematika.....	13

BAB II	KEABSAHAN KLAUSULA BAKU DALAM TRANSAKSI <i>E-COMMERCE</i>.	
1.	Perkembangan <i>Electronic Contract</i> dan Asas Kebebasan Berkontrak	15
2.	Keabsahan Klausula Baku Dalam <i>E-commerce</i> Dan Bentuk Kesepakatan Dalam <i>E-commerce</i>	19
2.1.	Keabsahan <i>Electronic Contract</i> Dalam Transaksi <i>E- commerce</i>	19
2.2.	Bentuk Kesepakatan Dalam Transaksi <i>E-commerce</i>	27
3.	Klausula Baku Dalam Transaksi <i>E-commerce</i>	31
4.	Klausula Eksonerasi Di Tinjau Dari Unsur Penyalahgunaan Keadaan	40
BAB III	PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI <i>E-COMMERCE</i>.	
1.	Ketidakseimbangan Posisi Tawar antara Produsen dengan Konsumen dalam Hubungan Hukum <i>Business to Consumer</i> (B2C)	44
2.	Keterbukaan Informasi dan Keamanan Dalam Transaksi <i>E- commerce</i>	50
2.1.	Keterbukaan Informasi	50
2.2.	Keamanan Informasi	54

3 Klausula Eksonerasi Di Tinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen	57
---	----

BAB IV PENUTUP

1. Kesimpulan.....	62
2. Saran.....	63

DAFTAR BACAAN

LAMPIRAN



BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang dan Permasalahan

Seiring dengan berkembangnya tingkat kecanggihan ilmu dan teknologi yang semakin pesat, masyarakat menjadi semakin terdorong untuk mulai bergegas memasuki suatu gaya hidup (*life style*) dan kebudayaan yang baru dengan kehadiran Internet. Internet adalah suatu jaringan komunikasi digital yang telah menghubungkan lebih dari 25.000 (duapuluh lima ribu) jaringan dari hampir seluruh negara.¹ Kecanggihnya teknologi *internet* juga telah memberikan peluang bagi masyarakat untuk dapat melakukan hal-hal seperti dibawah ini dalam waktu yang amat singkat, antara lain seperti :

1. Mengakses data dan informasi apapun dengan mudah dan cepat dari sumber manapun di seluruh penjuru dunia;
2. Menulis dan mengirim surat (*electronic mail* atau *e-mail*);
3. Berkomunikasi (*Chating*) dengan masyarakat yang tinggal di seluruh penjuru dunia;
4. Berbelanja melalui pertokoan “maya” yang ada pada situs Internet dan masyarakat dapat memperoleh jenis barang apapun yang mereka butuhkan dengan mudah dan cepat.

Teknologi internet mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap perekonomian dunia. Internet membawa perekonomian dunia memasuki babak

¹ Asril Sitompul, *Hukum Internet*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2004, h.vii.

baru yang lebih populer dengan istilah *digital economics* atau perekonomian digital yang oleh masyarakat dikenal sebagai *e-commerce* atau *electronic commerce*. Melalui sistem ini, aktifitas perdagangan dilakukan melalui tukar-menukar informasi yang dihasilkan, disimpan, dan dikomunikasikan dengan menggunakan sarana elektronik, optik atau analog termasuk EDI (*Electronic Data Interchange*), *e-mail* dan sebagainya. Internet ini bisa digunakan sebagai media perdagangan yang biasanya disebut dengan *e-commerce*.

E-Commerce adalah perdagangan yang menggunakan mekanisme elektronik yang ada di jaringan internet. Seperti kita ketahui bahwa internet merupakan dunia virtual yang memiliki komunitas yang sangat khas, yaitu tentang bagaimana aplikasi teknologi komputer yang berlangsung secara *online* pada saat si pengguna internet menekan atau telah terkoneksi dengan jaringan internet yang ada. Dalam konteks ini pula, maka aspek hukum juga melekat terhadap mekanisme *E-Commerce*. Mekanismenya adalah berinteraksi dengan aplikasi jaringan internet yang digunakan oleh pihak yang melakukan transaksi melalui sistem *E-Commerce*. Perkembangan yang sangat pesat dari *E-Commerce* itu sendiri disebabkan oleh banyak faktor, antara lain adalah ;

1. *E-Commerce* memiliki kemampuan untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dan setiap saat pelanggan dapat mengakses seluruh informasi yang *update* dan terus menerus;
2. *E-Commerce* dapat mendorong kreatifitas dari pihak penjual secara cepat dan tepat dan pendistribusian informasi yang disampaikan berlangsung secara periodik;

3. *E-Commerce* dapat menciptakan efisiensi yang tinggi, murah serta informatif;
4. *E-Commerce* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dengan pelayanan yang cepat, mudah, aman dan akurat.

Sedangkan aspek hukum yang menjadi fokus perhatian didalam *e-commerce* adalah sebagai berikut :

1. Terdapatnya ketentuan hukum yang selaras dengan konsep dasar dari sebuah perdagangan *e-commerce* adalah menyangkut soal transaksi yang berdasarkan kebebasan berkontrak;
2. Diperlukan pengembangan atas sistem hukum yang mengatur adanya keberlakuan kontrak yang standar dan memiliki interpretasi yang jelas dan dapat dimengerti oleh setiap pengunjung warung virtual tersebut;
3. Didalam kontrak tersebut hendaknya mengandung prinsip-prinsip kontraktual dan mengikat setiap pihak yang menyetujui isi kontrak tersebut;
4. Ketentuan hukum tentang *e-commerce* hendaknya menerapkan nilai-nilai yang sesuai dengan perkembangan teknologi elektronik yang sedang berkembang;
5. Aspek hukum yang dikeluarkan pemerintah untuk melegitimasi *e-commerce* berisikan pengakuan, legitimasi dan memfasilitasi komunikasi elektronik;
6. Aspek hukum yang ada dalam mengatur *e-commerce* mengandung nilai yang mendukung keberlakuan dari prinsip-prinsip hukum internasional yang berlaku didalam *e-commerce*;
7. Aspek hukum lainnya adalah berhubungan dengan mekanisme penyelesaian sengketa yang berlandaskan kepada ADR (Alternatif Dispute Resolution)
8. Adanya ketentuan yang tegas tentang perlindungan Hak Milik Intelektual;
9. Ketentuan dan sumber hukum lainnya adalah berkaitan dengan aspek keamanan didalam melakukan *e-commerce*.²

Dilihat dari jenis transaksinya, *e-commerce* dikelompokkan menjadi dua segmen yaitu, *business to business* (B2B) dan *business to consumer* (B2C). *Business to business* adalah transaksi perdagangan melalui internet, yang

² <http://www.hukumonline.com>. Sumber Hukum *E-commerce*, diakses pada tanggal 26 Juni 2007.

dilakukan oleh dua atau lebih perusahaan.³ Transaksi ini biasanya dilakukan untuk pembelian bahan baku atau komponen pendukung kegiatan produksi ataupun perdagangan. Sedangkan *business to consumer* merupakan transaksi jual beli melalui internet antara penjual barang konsumsi dengan konsumen (*end user*).⁴ Segmen *business to business e-commerce* memang lebih mendominasi pasar karena nilai transaksinya yang tinggi, namun level *business to consumer e-commerce* juga memiliki pangsa pasar tersendiri yang potensial. Melalui internet konsumen dapat memperoleh aneka informasi barang dan jasa dari berbagai toko dalam berbagai variasi merek lengkap dengan spesifikasi harga, cara pembayaran, cara pengiriman, bahkan beberapa toko juga memberikan fasilitas pelayanan *track and trace* yang memungkinkan konsumen untuk melacak tahap pengiriman barang yang dipesannya. Namun, pada transaksi *business to consumer* ini pihak konsumen sering kali tidak mendapatkan perlindungan hukum walaupun konsumen sudah mendapat informasi yang jelas mengenai transaksinya.

Dalam transaksi *e-commerce*, pada umumnya kontrak yang dipakai adalah kontrak baku atau kontrak standart yang klausula-klausulanya sudah dibuat sebelumnya oleh pihak penjual. Dalam dunia bisnis seperti saat ini kontrak baku sangat diperlukan karena cukup praktis dan ekonomis, sebab tidak perlu dibuat kontrak baru untuk setiap transaksi bisnis yang sama. Jika sebagian besar klausula yang terdapat dalam transaksi *e-commerce* sudah dibakukan berarti konsumen tidak mempunyai peluang untuk merundingkan atau meminta perubahan. Dengan demikian maka calon konsumen hanya mempunyai pilihan menerima atau

³ H.R. Daeng Naja, *Contract Drafting*, edisi revisi-cetakan kedua, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006, h. 350.

⁴ *Ibid.*

menolak (*take it or leave it*) klausula-klausula yang termuat dalam kontrak *e-commerce*.

Asas kebebasan berkontrak merupakan landasan utama bagi pelaku usaha dalam menerapkan model kontrak standart atau kontrak baku pada transaksi *e-commerce*. Padahal asas kebebasan berkontrak hanya bisa mencapai tujuannya bila para pihak mempunyai posisi tawar (*Bargaining position*) yang seimbang. Namun pada umumnya pelaku usaha cenderung memiliki *bargaining position* yang lebih kuat dibandingkan konsumen. Jika pelaku usaha menerapkan model kontrak baku pada transaksi *e-commerce* maka sebagian besar klausula-klausulanya telah dibuat terlebih dahulu atau telah dibakukan tanpa ada kesepakatan dari calon konsumen. Sehingga kontrak tersebut akan berat sebelah karena hanya melindungi kepentingan pihak pelaku usaha itu. Diantara klausula-klausula yang memberatkan bagi konsumen salah satunya adalah klausula eksonerasi.

Pemberlakuan kontrak standart melalui *e-commerce* juga dapat menimbulkan permasalahan yang berkenaan dengan hak-hak konsumen, antara lain:

1. Tidak adanya kesempatan bagi konsumen untuk meneliti kebenaran barang dan jasa yang ditawarkan, karena konsumen tidak dapat langsung mengidentifikasi, melihat atau menyentuh barang yang akan dipesan tapi hanya mengetahuinya lewat tampilan layar monitor komputer.
2. Kontrak yang dibuat di dalam transaksi *e-commerce* seringkali merupakan kontrak baku / standart yang kurang mencerminkan prinsip kesetaraan (*fair & equal*).

3. Adanya klausula eksonerasi dalam pengikatan jual beli yang diadakan, sehingga perlindungan hukum untuk produsen yang diperhatikan dan konsumen kurang mendapat perlindungan hukum.
4. Tidak jelasnya status subyek hukum dari pelaku usaha;
5. Adanya syarat pembayaran terlebih dahulu yang umumnya dilakukan dengan cara:
 - Transfer melalui Bank;
 - Mengisi nomor kartu kredit;
 - Pembayaran melalui cek atau pengiriman uang.
6. Tidak adanya jaminan keamanan bertransaksi dan privasi serta penjelasan terhadap risiko-risiko yang berkenaan dengan dengan sistem yang digunakan.
7. Tidak adanya jaminan bagi konsumen seandainya barang dan/atau jasa yang terkirim tidak sesuai dengan yang ditampilkan melalui internet dan bahkan tidak terkirim.
8. Transaksi *e-commerce* bersifat lintas batas negara, sehingga menimbulkan pertanyaan mengenai yurisdiksi negara mana yang sepatutnya diberlakukan.

Namun sampai saat ini di Indonesia belum ada peraturan-peraturan yang secara khusus menentukan apa saja isi atau klausula-klausula yang sebaiknya dimuat atau tidak dimuat dalam suatu kontrak *e-commerce*, memang sudah ada usaha dari pemerintah untuk mengatur hal tersebut namun sampai saat ini masih berbentuk Rancangan Undang-Undang Pemanfaatan Teknologi Informasi. Oleh karena itu belum ada kepastian hukumnya dan yang menjadi dasar perlindungan terhadap konsumen adalah Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang

kesempatan untuk menegosiasi atau mengubah klausula-klausula yang dibuat salah satu pihak tersebut, sehingga biasanya kontrak baku ini berat sebelah.⁵ Dengan lahirnya UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, istilah kontrak baku ini lebih dikenal dengan klausula baku. Berdasarkan pasal 1 angka 10 UUPK, Klausula baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen.

Sedangkan transaksi *e-commerce* adalah transaksi dagang antara penjual dan pembeli untuk menyediakan barang, jasa atau mengambil alih hak yang dilakukan dengan media elektronik (*digital medium*) yaitu internet dan para pihak tidak hadir secara fisik.⁶ Berdasarkan pasal 1 angka (15) Rancangan Undang-Undang Tentang Pemanfaatan Teknologi Informasi, transaksi elektronik adalah setiap transaksi yang dilakukan melalui jaringan komputer atau media elektronik lainnya. Pengertian *e-commerce* sendiri adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), pengusaha (*manufactures*), *service providers*, dan pedagang perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer yaitu internet.⁷

Dengan demikian secara keseluruhan, maksud dari judul skripsi diatas adalah suatu tinjauan yuridis mengenai klausula baku dalam transaksi perdagangan melalui media internet (*e-commerce*). Selain itu akan dibahas juga

⁵ Munir Fuady, *Hukum Kontrak*, Buku Kedua, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003, h.76.

⁶ Sutan Remy S, *Kompilasi Hukum Kontrak*, Bagian Keempat, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001, h.284.

⁷ *Ibid*, h.333.

mengenai upaya perlindungan hukum bagi konsumen akibat pencantuman klausula baku tersebut pada transaksi *E-commerce* sebagai upaya untuk dapat memberikan perlindungan hukum seimbang bagi produsen dan konsumen. Dalam hukum perlindungan konsumen, aspek yang paling banyak mendapatkan penekanan adalah hubungan antara produsen dengan konsumen akhir (*end-user*) dalam bentuk kontrak konsumen (*consumer contract*). Sejalan dengan itu, dalam *e-commerce* pun yang kini banyak disoroti adalah permasalahan hukum dalam *business to consumer*. Ide-ide yang mendasari konsep *business to consumer* dalam *e-commerce* adalah menyingkirkan perantara, penghematan biaya, dan kemudahan dalam bertransaksi. Walaupun ada beberapa kemudahan dalam transaksi, tapi konsumen harus tetap mendapatkan perlindungan hukum.

3. Alasan Pemilihan Judul

E-Commerce merupakan trend baru dalam model transaksi jual beli dalam era Globalisasi. Melalui transaksi *e-commerce* kita diberi kemudahan secara ekonomis dan efisien untuk mengadakan transaksi dengan siapa saja di seluruh penjuru dunia.

Namun, transaksi *e-commerce* seringkali dibuat dalam bentuk kontrak baku yang didalamnya dicantumkan klausula eksonerasi yang seringkali merugikan konsumen. Pembentukan perjanjian jual beli melalui *e-commerce* dengan menggunakan klausula baku khususnya klausula eksonerasi masih banyak menimbulkan perdebatan, terutama mengenai keabsahan dari klausula tersebut. Di Indonesia, penggunaan *internet* sudah berkembang pesat, tetapi belum ada aturan

yang spesifik tentang pembentukan suatu perjanjian yang dilaksanakan hanya dengan menekan sebuah tombol, maka segala persyaratan ataupun klausula yang ada dalam perjanjian mengikat penggunanya.

Karena belum adanya peraturan yang secara khusus mengatur mengenai *electronic commerce*, maka penulis berupaya untuk menganalisa kedudukan hukum kontrak baku, khususnya klausula eksonerasi di dalam transaksi *e-commerce* di tinjau dari Burgerlijk Wetboek (BW), UU No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dan konvensi internasional yaitu *Uncitral Model Law on Electronic Commerce*.

4. Tujuan Penulisan

Penulisan skripsi ini mempunyai tujuan :

1. Untuk memenuhi dan melengkapi persyaratan akademis dalam mencapai gelar Sarjana Hukum di Fakultas Hukum Universitas Airlangga.
2. Sebagai Mahasiswa fakultas hukum yang berminat dalam bidang bisnis, ingin menganalisa bagaimana kedudukan hukum dari klausula baku dalam perjanjian jual beli melalui media internet (*e-commerce*) dan implikasinya terhadap perlindungan konsumen.
3. Memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat kepada pembaca sehingga dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam hukum perikatan khususnya tentang klausula baku dalam pembentukan kontrak melalui media Internet dan perlindungan konsumennya.

5. Metode Penelitian

a. Pendekatan masalah

Dalam menyusun dan menulis skripsi ini, penulis menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan secara *statute approach*, *conceptual approach* dan *comparative approach*. *Statute approach* yang berarti penelitian ini bertolak dari peraturan perundang-undangan, dengan menekankan pada pencarian norma yang terkandung dalam ketentuan perundang-undangan, maupun peraturan lain yang relevan, mempelajari dan menguraikan norma-norma dan pasal-pasal yang terkait pada rumusan masalah yang telah ditetapkan. Sedangkan *Conceptual approach*, yaitu, suatu pendekatan yang didasarkan pada pendapat para sarjana dan pendapat dari para ahli yang berkaitan dengan permasalahan yang terkait pada rumusan masalah yang telah ditetapkan. Yang terakhir adalah *comparative approach* yang berarti penelitian ini menggunakan metode perbandingan yaitu dengan melihat pada kontrak online yang diterapkan oleh negara-negara maju, diantaranya *Amazon.com* didalam menganalisa kontrak baku di dalam transaksi *e-commerce*.

b. Sumber bahan hukum

Untuk menunjang penulisan skripsi ini, digunakan sumber-sumber bahan hukum, yaitu, bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.

- Bahan hukum primer terdiri dari peraturan perundang-undangan yang berlaku, khususnya yang berkaitan dengan permasalahan

yang diteliti diantaranya BW, Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Rancangan Undang-Undang Tentang Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Konvensi Internasional, khususnya *Uncitral Model Law on Electronic Commerce*.

- Bahan hukum sekunder yang diperoleh melalui studi kepustakaan berupa berbagai karya ilmiah, pendapat sarjana hukum yang terdapat dalam berbagai literatur, jurnal ilmiah, bahan perkuliahan, artikel dari media cetak maupun internet yang berkaitan dengan materi yang dibahas.

c. Proses pengumpulan dan pengolahan bahan hukum

Pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti. Kemudian bahan hukum tersebut selanjutnya diseleksi berdasarkan klasifikasi prioritas dengan masalah yang ada dan dipilah-pilah sesuai dengan sistematika penulisan sehingga diharapkan akan mendapatkan sebuah gambaran yang jelas terhadap permasalahan yang ada.

d. Analisa bahan hukum

Berdasarkan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini, bahan hukum yang sudah terkumpul, kemudian dianalisis dan dipaparkan dengan menggunakan metode deskriptif analisis dengan teknik interpretasi, artinya data

yang telah diperoleh tersebut dikaitkan dengan penerapan peraturan perundang-undangan yang berlaku, dibahas, dianalisa dan kemudian ditarik suatu kesimpulan yang akhirnya sesuai dengan rumusan masalah sehingga hasilnya dapat dipertanggungjawabkan secara sistematika.

6. Pertanggungjawaban sistematika

Agar skripsi ini memenuhi syarat sebagai karya tulis ilmiah serta untuk memudahkan dalam memahami isi pembahasan materi skripsi ini, maka perlu dipaparkan sebuah pertanggungjawaban sistematika. Sistematika dalam penulisan skripsi ini terbagi menjadi empat bab, pada masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab.

Bab I merupakan pendahuluan, yaitu, berisi tentang uraian singkat dari isi tulisan ini guna memberikan gambaran kepada pembaca tentang topik apa yang akan dibahas dalam karya tulis ini, yakni memberikan acuan terarah mengenai permasalahan yang akan dibahas. Dalam bab pendahuluan ini terdiri dari beberapa sub bab, yaitu; latar belakang dan permasalahan yang akan dijabarkan pada bab-bab selanjutnya, penjelasan judul, alasan pemilihan judul, tujuan penulisan, dan kemudian untuk memenuhi prosedur dan tatacara penulisan dilakukan melalui sub bab Metodologi yang dibagi lagi atas pendekatan masalah, sumber bahan hukum, prosedur pengumpulan dan pengolahan bahan hukum, dan analisa bahan hukum.

Bab II membahas mengenai keabsahan klausula baku di dalam Transaksi *e-commerce*, yang terdiri dari perkembangan *electronic contract* dan asas kebebasan berkontrak, keabsahan klausula baku dalam transaksi *e-commerce* dan

bentuk kesepakatan dalam *e-commerce*, klausula baku dalam *e-commerce*, dan klausula eksonerasi ditinjau dari unsur penyalahgunaan keadaan.

Bab III membahas mengenai rumusan masalah yang kedua yaitu diawali dengan mengulas mengenai ketidakseimbangan kedudukan antara produsen dan konsumen dalam hubungan hukum *Business to Consumer* dalam bentuk kontrak konsumen (*consumer contract*), keterbukaan dan keamanan informasi dalam transaksi *e-commerce* dan klausula eksonerasi ditinjau dari Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Bab IV merupakan bab penutup yang terdiri atas kesimpulan dan saran. Maka pada bab ini akan diuraikan tentang kesimpulan dari bab-bab sebelumnya, dan kemudian dikemukakan beberapa saran yang relevan terhadap pokok permasalahan yang ada, yang mungkin bermanfaat terhadap permasalahan tersebut.

BAB II

KEABSAHAN KLAUSULA BAKU DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE*

1. Perkembangan *Electronic Contract* dan Asas Kebebasan Berkontrak

Dengan adanya internet, terdapat perubahan signifikan dari pelaku komunikasi yang biasanya mempergunakan kertas (*paper*) dan kemudian mempergunakan secara elektronik dalam bentuk media internet. Gaya hidup beralih dari alam wujud ke alam elektronik (*virtual*) yang biasa disebut ruang maya (*cyberspace*). Di ruang maya, pelaku bisnis dapat melakukan berbagai perbuatan hukum bisnis.

Kegiatan di *cyberspace* ini terjadi dalam bentuk kontrak dagang elektronik (*e-commerce*). Kontrak dagang dalam era globalisasi ini tidak hanya menggunakan kertas saja, tetapi bisa dilakukan secara *digital electronic*. Dalam perkembangannya dunia bisnis tidak lagi membutuhkan suatu pertemuan antar pelaku bisnis. Dengan adanya kemajuan teknologi telah memungkinkan untuk dilakukannya hubungan-hubungan bisnis melalui perangkat teknologi yang kita sebut dengan internet. Pelaku usaha tidak harus melakukan transaksi usahanya dengan cara tatap muka (*face to face*), tetapi hanya melakukan penawaran (*offer*) dan penerimaan (*acceptance*) melalui media internet untuk mencapai kesepakatan. Dengan banyaknya orang yang menggunakan internet sebagai media perdagangan, semakin banyak orang yang mengadakan kontrak secara elektronik melalui internet (*electronic contract*).

Ilustrasi terjadinya kontrak secara elektronik melalui internet (*electronic contract*) ini dapat dijelaskan dengan tahapan-tahapan sebagai berikut:

- a. *Customer* dan *merchant* bertemu dalam dunia maya melalui server yang disewa dari *Internet Server Provider* (ISP) oleh *e-merchant*.
- b. Transaksi melalui *e-commerce* disertai *term of use* dan *sales term condition* atau klausula standar, yang pada umumnya *merchant* telah meletakkan klausula kesepakatan pada *website*-nya, sedangkan *customer* jika berminat tinggal memilih tombol *accept* atau menerima.
- c. Penerimaan (*acceptance*) *customer* melalui mekanisme “klik” tersebut sebagai perwujudan dari kesepakatan yang tentunya mengikat pihak *merchant*.
- d. Pada saat kedua belah pihak mencapai kesepakatan, kemudian diikuti dengan proses pembayaran, yang melibatkan dua bank perantara dari masing-masing pihak. Prosedurnya *customer* memerintahkan kepada banknya untuk dan atas nama *customer* melakukan pembayaran sejumlah harga barang kepada bank lain yang ditujukan kepada *merchant*.
- e. Setelah proses pembayaran selesai kemudian diikuti dengan proses pemenuhan prestasi oleh pihak *merchant* berupa pengiriman barang sesuai dengan kesepakatan mengenai saat penyerahan dan spesifikasi barang.

Secara garis besar ada 6 (enam) komponen dalam kontrak melalui internet, yaitu:⁸

1. ada kontrak dagang,

⁸ Mariam Darus B, *Kompilasi Hukum Kontrak*, Bagian Keempat, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001, h.284.

2. kontrak itu dilaksanakan dengan media elektronik (*digital*);
3. kehadiran fisik dari para pihak tidak mutlak diperlukan;
4. kontrak itu terjadi dalam jaringan publik;
5. sistemnya terbuka, yaitu dengan internet/*World Wide Web (www)*;
6. kontrak itu terlepas dari batas yuridiksi nasional.

Namun, hingga saat ini Indonesia belum memiliki perangkat hukum yang mengakomodasi perkembangan *e-commerce*. Dengan tidak adanya regulasi khusus yang mengatur perjanjian virtual, maka secara otomatis perjanjian-perjanjian di internet tersebut akan diatur oleh hukum perjanjian non elektronik yang berlaku dalam hal ini adalah diatur dalam *Burgerlijk Wetboek* (selanjutnya disebut BW). Berdasarkan pasal 1338 ayat (1) BW hukum perjanjian Indonesia menganut asas kebebasan berkontrak. Dalam pasal 1338 ayat (1) BW, yang dinyatakan bahwa semua kontrak (perjanjian) yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Asas ini memberi kebebasan kepada para pihak yang sepakat untuk membentuk suatu perjanjian dan menentukan sendiri bentuk serta isi suatu perjanjian. Jadi kebebasan berkontrak meliputi kebebasan menurut bentuk dan menurut isi perjanjian. Kebebasan menurut bentuk artinya persesuaian kehendak (*consensus*) tidak hanya perlu tetapi sudah cukup dan memperhatikan formalitas pada penutupan perjanjian tidak disyaratkan kecuali untuk perjanjian-perjanjian formil. Sedangkan kebebasan menurut isi artinya para pihak dapat menentukan isi hubungan-hubungan obligator mereka sesuai dengan yang mereka hendaki.⁹

Berlakunya asas konsensualisme menurut hukum perjanjian Indonesia memantapkan adanya asas kebebasan berkontrak dan asas kekuatan mengikat

⁹ J.H. Nieuwenhuis, *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*, terjemahan dari *Hoofdstukken Verbintenissenrecht*, alih bahasa Djasadin Saragih, untuk Fakultas Hukum Airlangga, h. 83

yang terdapat di dalam pasal 1338 ayat (1) BW. Dengan adanya asas kebebasan berkontrak maka para pihak yang membuat perjanjian harus ada sepakat untuk mengadakan suatu perjanjian. Tanpa sepakat dari salah satu pihak yang membuat perjanjian, maka perjanjian yang dibuat dapat dibatalkan (*Viernietigebaar*). Orang tidak dapat dipaksa untuk memberikan sepakatnya.

Namun demikian, asas kebebasan berkontrak tersebut juga dibatasi oleh perundang-undangan dan norma-norma kesusilaan. Jadi, setiap orang bebas untuk melakukan sesuatu sejauh hal itu tidak dilarang oleh undang-undang. Dengan kata lain, hukum memberikan kebebasan kepada setiap individu melakukan dan menyelenggarakan kepentingan pribadinya asalkan hal itu tidak mengganggu kepentingan orang lain dan ketertiban umum. Jadi, asas kebebasan berkontrak bukanlah sesuatu yang berlaku mutlak. Akan tetapi, dibatasi juga oleh undang-undang, kesusilaan maupun ketertiban umum sebagaimana ditetapkan di dalam pasal 1337 BW. Dengan demikian, suatu perjanjian dapat dibatalkan, jika melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan norma-norma kesusilaan.

Sebagaimana dalam perdagangan konvensional, kontrak elektronik melalui transaksi *e-commerce* menimbulkan perikatan antara para pihak untuk memberikan suatu prestasi. Kontrak jual beli secara elektronik dapat memiliki kekuatan hukum berdasarkan asas kebebasan berkontrak sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 ayat (1) BW. Asas konsensualisme yang tersirat dalam Pasal 1320 BW dapat dijadikan dasar kekuatan hukum saat lahirnya perjanjian dalam *e-commerce*. Segala sesuatu yang telah disepakati oleh para pihak dalam kontrak

jual beli secara elektronik (*e-commerce*) menjadi hukum dan mengikat bagi para pihak. Keabsahan kontrak elektronik juga harus memenuhi syarat kelayakan sistem. Kelayakan sistem ini berkaitan dengan keamanan dalam melakukan transaksi melalui internet. Kaidah-kaidah dasar dalam aspek keamanan bertransaksi antara lain harus bersifat *confidential, integrity, authority, authenticity* dan *non-repudiation*.¹⁰ Jadi sepanjang transaksi tersebut dapat dijamin bahwa hubungan komunikasi tersebut adalah aman, maka transaksi tersebut adalah sah.

Jual-beli merupakan salah satu jenis perjanjian yang diatur dalam BW, sedangkan *e-commerce* pada dasarnya merupakan model transaksi jual-beli modern yang mengimplikasikan inovasi teknologi seperti internet sebagai media transaksi. Dengan demikian selama tidak diperjanjikan lain, maka ketentuan umum tentang perikatan dan perjanjian jual-beli yang diatur dalam Buku III BW berlaku sebagai dasar hukum aktifitas *e-commerce* di Indonesia.

2. Keabsahan Klausula Baku Dalam Transaksi *E-commerce* Dan Bentuk Kesepakatan Dalam *E-commerce*

2.1 Keabsahan Klausula Baku Dalam Transaksi *E-commerce*

Transaksi *e-commerce* berlaku sah namun dalam prakteknya masih menimbulkan permasalahan mengenai validitas kontrak elektronik mengingat belum adanya harmonisasi hukum. Keabsahan transaksi *e-commerce* ini diatur dalam pasal 11 ayat (1) *Uncitral Model Law on Electronic Commerce*. Ketentuan

¹⁰ Edmon Makarim, *Pengantar Hukum Telematika*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2005, h. 255

pasal tersebut menyatakan bahwa dalam hubungan dengan pembentukan suatu kontrak, kecuali sudah ditentukan lain sebelumnya, suatu penawaran (*offer*) dan/atau penerimaan (*acceptance*) dapat diterapkan juga terhadap suatu data messages. Apabila suatu data messages digunakan dalam pembentukan suatu kontrak, kontrak tersebut tidak dapat dikatakan tidak mempunyai keabsahaan atau pelaksanaan hanya didasarkan pada digunakannya data messages untuk maksud tersebut. Berarti dalam kontrak yang dibuat dalam bentuk elektronik ini tetap mempunyai keabsahan seperti halnya kontrak konvensional.

Berdasarkan pasal 8 ayat 1 *United Nations Convention On the Use of Electronic Communications in International Contracts* 2005 (selanjutnya disebut konvensi PBB) berbunyi "*A communication or a contract shall not be denied validity or enforce-ability on the sole ground that it is in the form of an electronic communication*", yang artinya suatu komunikasi atau kontrak tidak akan ditolak keabsahannya atau pelaksanaannya atas dasar bahwa kontrak tersebut dalam bentuk komunikasi elektronik. Keabsahan kontrak tidak menjadi titik berat dalam konvensi PBB ini melainkan semata-mata hanya pengakuan bahwa para pihak diberi kebebasan dalam memilih dalam cara bagaimana mereka membentuk kesepakatannya.¹¹ Bahwa para pihak saling berkomunikasi dengan sarana elektronik dalam proses perundingan maka kesepakatan yang terbentuk tidak dapat disangkal kebenarannya.¹²

¹¹ Y Sogar Simamora, *Konvensi PBB Tentang Penggunaan Komunikasi Elektronik Dalam Kontrak Internasional*, disampaikan pada lokakarya Perancangan Kontrak Berdasarkan *the United Nations Convention on Use of Electronic Communications in International Comercial Contract*, Ruang 303 Fakultas Hukum Unair Surabaya, Jawa Timur, Kamis, 8 November 2007, h.3.

¹² *Ibid.*

Sedangkan dalam pasal 6 ayat (1) Rancangan Undang-Undang Tentang Pemanfaatan Teknologi Informasi (selanjutnya disebut RUU Pemanfaatan Teknologi Informasi) menyatakan bahwa perdagangan yang dilakukan secara elektronik memiliki akibat hukum yang sama dengan perdagangan pada umumnya. Dan pada pasal 10 ayat (1) RUU Pemanfaatan Teknologi Informasi dijelaskan bahwa transaksi elektronik yang dituangkan dengan kontrak elektronik mengikat dan memiliki kekuatan hukum sebagai suatu perikatan. Berdasarkan kedua pasal tersebut, maka perjanjian yang dibuat secara elektronik dalam transaksi *e-commerce* adalah sah dan mempunyai kekuatan hukum seperti halnya kontrak konvensional.

Menurut Pasal 1338 ayat (1) BW disebutkan bahwa: “semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi yang membuatnya”. Dengan penekanan pada kata ‘semua’, maka pasal tersebut seolah-olah berisikan suatu pernyataan bahwa kita diperbolehkan membuat perjanjian yang berupa apa saja, bahkan membuat peraturan-peraturan atau ketentuan sendiri yang mengikat para pihak dalam perjanjian asalkan memenuhi syarat sah dari perjanjian. Berdasarkan ketentuan Pasal 1319 BW baik perjanjian bernama maupun tidak bernama tunduk pada ketentuan-ketentuan umum yang diatur dalam buku III Bab I dan Bab II BW, sehingga dapat disimpulkan perjanjian jual beli melalui internet (*e-commerce*) juga tunduk di dalamnya, terutama syarat sah dari perjanjian. Pada dasarnya syarat sah suatu perjanjian menurut Pasal 1320 BW adalah Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya, Kecakapan untuk membuat suatu perikatan, Suatu hal tertentu dan Causa yang diperbolehkan.

Pada uraian berikut akan dibahas apakah perjanjian jual beli dalam *e-commerce* memenuhi syarat sah dari perjanjian.

a. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya;

Syarat utama dalam pembentukan kontrak adalah kesepakatan. Kesepakatan menjadi titik awal lahirnya perjanjian bagi para pihak. Kesepakatan dalam perjanjian merupakan perwujudan dari kehendak dua atau lebih pihak dalam perjanjian mengenai apa yang mereka kehendaki untuk dilaksanakan, bagaimana cara melaksanakannya, kapan harus dilaksanakan, dan siapa yang harus melaksanakan. Elemen utama dari kesepakatan adalah penawaran dan akseptasi. Kesepakatan selalu diawali dengan adanya suatu penawaran oleh suatu pihak dan dilanjutkan dengan adanya tanggapan berupa penerimaan oleh pihak lain. Penawaran dapat dirumuskan sebagai pernyataan kehendak yang mengandung usul untuk mengadakan perjanjian.¹³

Dalam perjanjian jual beli secara langsung, kesepakatan dapat dengan mudah tercapai sebab kedua belah pihak saling bertemu. Tetapi dalam transaksi melalui *e-commerce*, kesepakatan tidak diberikan secara langsung melainkan pada waktu melakukan akses di internet. Pada transaksi ini pihak yang melakukan penawaran adalah pihak penjual yang menawarkan barang-barang dagangannya melalui *website*. Dengan adanya penawaran tersebut semua pihak pengguna internet dapat dengan bebas masuk untuk melihat-lihat atau membeli barang yang dibutuhkan di toko *virtual* tersebut. Jika konsumen tertarik membeli barang tersebut, ia hanya perlu mengklik barang yang dipilihnya. Dengan mengklik itu

¹³ J.H. Nieuwenhuis, *op.cit*, h.2

konsumen telah melakukan penerimaan/akseptasi terhadap barang yang ada di internet. Terjadinya penerimaan/akseptasi ini menandai terjadinya kesepakatan. Setelah itu, penjual akan mengirimkan barangnya ke tempat konsumen. Penjual juga mengirimkan *e-mail* atau melalui telepon untuk mengkonfirmasi bahwa barang telah dikirim kepada konsumen. Dalam penentuan waktu terjadinya penerimaan akseptasi ini sangat penting karena setelah kesepakatan terbentuk maka hak dan kewajiban para pihak efektif berlaku.

b. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan

Kecakapan disini lebih ditekankan pada konsumen sebagai subyek hukum yakni dalam hal kewenangannya, karena masalah kewenangan berkaitan dengan kapasitas orang perorangan tersebut dalam bertindak atau berbuat dalam hukum. Pasal 1329 BW menentukan bahwa “setiap orang adalah cakap untuk membuat perikatan-perikatan, jika ia oleh undang-undang tidak dinyatakan tak cakap. Lebih lanjut Pasal 1330 BW menentukan orang-orang yang dianggap tidak cakap untuk membuat suatu perjanjian adalah;

1. Orang yang belum dewasa;
2. Mereka yang di taruh di bawah pengampuan;

Dalam transaksi *e-commerce*, para pihak tidak dapat bertatap muka sehingga tidak tahu apakah yang melakukan kontrak tersebut cakap atau tidak. Jika syarat kecakapan dalam kontrak *e-commerce* tidak terpenuhi, maka akan mempengaruhi validitas atau keabsahan dari suatu kontrak. Walaupun kontrak itu batal demi hukum tapi kontrak *e-commerce* tersebut masih tetap berkekuatan hukum sampai ada putusan dari hakim mengenai pembatalan kontrak tersebut.

c. Suatu hal tertentu

Berdasarkan pasal 1333 ayat 1 BW, menyatakan bahwa “suatu perjanjian harus mempunyai sebagai pokok suatu barang yang paling sedikit ditentukan jenisnya”. Suatu perjanjian harus mempunyai obyek tertentu agar dapat dilaksanakan. Tanpa adanya suatu obyek, yang merupakan tujuan dari para pihak, yang berisikan hak dan kewajiban dari salah satu atau para pihak dalam perjanjian, maka perjanjian itu sendiri absurd adanya¹⁴. Apabila perjanjian tersebut mengenai perjanjian jual beli maka obyeknya adalah mengenai barang apa yang diperjualbelikan.

Dalam hal obyek dari suatu perjanjian berupa barang, BW memberikan ketentuan sebagai berikut:

1. Barang yang merupakan obyek perjanjian tersebut haruslah barang yang dapat diperdagangkan (pasal 1332 BW);
2. Pada saat perjanjian dibuat, minimal barang tersebut sudah dapat ditentukan jenisnya (pasal 1333 ayat 1 BW);
3. Jumlah barang tersebut boleh tidak tertentu, asal saja jumlah tersebut kemudian dapat ditentukan atau dihitung (pasal 1333 ayat 2 BW)
4. Barang tersebut dapat juga barang baru yang akan ada dikemudian hari (pasal 1334 ayat 1 BW);
5. Tetapi tidak dapat dibuat perjanjian terhadap barang yang masih ada dalam warisan yang belum terbuka (pasal 1334 ayat 2 BW).

¹⁴ Kartini Muljadi dan Gunawan Widjaja, *Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2006, h. 69.

Dalam jual beli melalui *e-commerce*, barang yang akan jual biasanya dipasang pada internet yang berupa gambar, sehingga kita tidak bisa mengetahui secara detail. Pada gambar yang dipasang harus diberikan keterangan mengenai barang tersebut dengan sejelas dan selengkap mungkin. Dalam transaksi *e-commerce* ada barang yang tidak boleh diperjualbelikan misalnya hewan. Selain itu ada barang yang tidak dapat dijual melalui kesepakatan *on-line*, seperti jual beli tanah yang mensyaratkan jual-beli tanah harus dituangkan dalam akta, yaitu akta PPAT.¹⁵ Untuk saat ini proses pembuatan akta tersebut tidak dimungkinkan dibuat secara *on-line* sehingga harus dilakukan secara langsung, kecuali jika dalam perkembangannya nanti ada undang-undang yang mengatur bahwa semua itu dapat dilakukan secara elektronik.¹⁶

d. Causa yang diperbolehkan.

Causa (sebab) perjanjian adalah apa yang ingin dicapai oleh para pihak dengan perjanjian, yaitu tujuan perjanjian¹⁷. BW tidak memberikan batasan mengenai causa yang diperbolehkan. Berdasarkan ketentuan Pasal 1337 BW maka kriteria causa yang tidak diperbolehkan adalah jika bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan dan ketertiban umum.

Karena model perjanjian *e-commerce* selalu mencantumkan klausula baku, maka keabsahan dari transaksi *e-commerce* ini didasarkan pada pasal 1338 BW yaitu asas kebebasan berkontrak. Dengan adanya asas kebebasan berkontrak maka dalam membuat perjanjian para pihak bebas menentukan isi dan bentuknya. Walaupun dalam perjanjian tersebut terdapat klausula baku perjanjian tersebut

¹⁵ Edmon Makarim, *op.cit* , h. 268.

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ J.H. Nieuwenhuis, *op.cit.*, h. 25.

tetap sah. Berdasarkan pasal 1320 BW klausula baku dalam perjanjian ini termasuk dalam salah satu syarat sahnya perjanjian yaitu causa yang diperbolehkan. Pencantuman mengenai pencantuman klausula baku ini diatur dalam pasal 18 ayat 1 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK), yang menyatakan bahwa pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila:

1. Menyatakan pengalihan tanggungjawab pelaku usaha;
2. Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen;
3. Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen;
4. Menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung, maupun tidak langsung untuk melakukan segala tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran;
5. Mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen;
6. Memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi obyek jual beli jasa;
7. Menyatakan tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, lanjutan dan/atau pengubahan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang belinya;
8. Menyatakan bahwa konsumen memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai, atau hak jaminan terhadap barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran.

Berdasarkan pasal 1337 BW yang termasuk causa yang tidak diperbolehkan adalah dilarang Undang-undang, berlawanan dengan kesusilaan dan ketertiban umum. Jika syarat causa yang diperbolehkan ini tidak dipenuhi maka perjanjian tersebut batal demi hukum dan pada pasal 18 ayat (3) UUPK menegaskan bahwa setiap klausula baku yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha

pada dokumen atau perjanjian yang mencantumkan ketentuan sebagaimana dimaksud di atas dinyatakan batal demi hukum. Jadi keabsahan dari klausula baku dalam transaksi *e-commerce* adalah sah selama tidak melanggar pasal 1337 BW dan pasal 18 ayat 1 dan 2 UUPK.

Selain hal-hal tersebut diatas, ada hal yang perlu diperhatikan agar perjanjian jual beli dalam *e-commerce* dapat dinyatakan sah (*enforceable*) yakni konsumen harus diberikan kesempatan yang cukup untuk membaca dan memahami klausul dari perjanjian jual beli dan konsumen bisa kapan saja melihat kembali klausul dari perjanjian jual beli. Hal ini sangat penting karena bisa menghindari kemungkinan ketidakpahaman mengenai kontrak dan perasaan konsumen menjadi tenang, karena tidak terburu-buru dalam menentukan pilihannya sehingga dapat terjadi kepatutan perilaku berbisnis (*fair dealing*) yang dilakukan oleh perusahaan dalam *internet*. Perlu diperhatikan juga isi ketentuan dalam perjanjian agar tidak berbentuk pada suatu hubungan atau keadaan yang tidak seimbang untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan keadaan.

2.2 Bentuk-Bentuk Kesepakatan Dalam *E-commerce*

Bentuk-bentuk kesepakatan dalam negosiasi kontrak melalui media internet (*e-commerce*) antara lain :

a. *Shrinkwrap Contract*.

Shrinkwrap Contract adalah suatu kontrak dalam mana seorang pedagang menawarkan penggunaan produknya dengan syarat-syarat yang menyertai produk tersebut, umumnya terjadi dalam kontrak penggunaan suatu

software komputer.¹⁸ Dalam *shrinkwrap Terms of contract* dicetak pada kemasan luar, pihak yang membuka kemasan dianggap menerima *terms of contract*. Kesepakatan akan isi *terms of contract* tidak diwujudkan dengan cara menandatangani suatu dokumen, tetapi dengan simbolisasi dengan membuka kemasan.¹⁹ Hanya dengan membuka kemasan anda dianggap telah sepakat dan terikat dengan *terms of contract*.

Pasal 1313 BW menjelaskan bahwa perjanjian hanya mungkin terjadi jika ada suatu perbuatan nyata, baik dalam bentuk ucapan, maupun tindakan secara fisik. Dalam hukum perjanjian pernyataan sepakat dilakukan bukan hanya dengan kata-kata, tetapi dilakukan dengan suatu tindakan yang nyata yang mencerminkan adanya kehendak untuk mengadakan perjanjian. Pernyataan sepakat dengan cara membuka kemasan merupakan media atau metode yang dikehendaki oleh penerbit *software* sebagai pernyataan diterimanya perjanjian oleh pengguna. Jadi dengan membuka kemasan, calon pembeli dianggap telah sepakat membuat perjanjian dalam *shrinkwrap contract*. Namun dipihak lain, pihak konsumen telah dinyatakan menerima atau sepakat tanpa terlebih dahulu mengetahui isi dari klausula (*terms of contract*) yang ada dalam kemasan tersebut. Dengan demikian dari sisi terbentuknya kesepakatan dapat dikatakan bahwa terbentuknya kesepakatan tersebut mengandung cacat hukum.

¹⁸ H.R. Daeng Naja, *op.cip.*, h.358

¹⁹ Jani Purnawanty, *Internet Contract*, Kuliah Hukum Perdagangan Melalui Media Internet, Fakultas Hukum Unair, tgl 18 april 2007.

b. *Webwrap*.

Kontrak melalui *web* ini biasanya kompleks, karena melibatkan pihak-pihak diluar pihak yang mengadakan kontrak. Pihak-pihak yang terkait diantaranya adalah pihak-pihak penyedia sertifikat digital (*otentifikasi*), lembaga keuangan yang memfasilitasi pembayaran melalui *web* dan pemberi label yang mensertifikasi yang menyatakan bahwa halaman *web* tersebut aman. Dalam *web-wrap* ini masih menggunakan konsep *shrink-wrap*. Hal ini dapat dilihat pada transaksi dan distribusi komoditas secara *on-line*.

Dalam *web-wrap* biasanya penjual memaparkan *terms of contract* bersama-sama dengan komoditi digital pada kondisi siap di *download*. Penjual harus menyebutkan langkah-langkah apa saja yang wajib dilakukan oleh calon pembeli untuk menegaskan kehendaknya untuk terus bertransaksi. Jika pemaparan *terms of contract* memerlukan lebih dari satu halaman tampilan, vendor harus menyediakan peluang untuk “*Back*”, “*Next*” atau “*Review*”, pada setiap halamannya dan dengan melihat *terms of contract* pada halaman berikutnya dianggap telah menyepakati halaman sebelumnya.²⁰ *Vendor* harus memberikan keleluasaan bagi calon pembeli untuk melakukan pilihan “meneruskan atau menghentikan” transaksi setelah mempelajari substansi *terms of contract*. *Terms of contract* dianggap diterima dan mengikat apabila telah dilakukan *download*. Jadi kontrak melalui *web* ini dalam menyatakan sepakat hampir sama dengan kontrak pada *shrinkwrap*.

²⁰ *Ibid.*

Pada *webwrap* kesepakatan dicapai setelah melakukan *download* sedangkan pada *shrinkwrap* kesepakatan dicapai karena telah membuka kemasan.

c. *Clickwrap Contract*.

Clickwrap Contract adalah suatu *online shrinkwrap contract* untuk pengadaan barang-barang digital ataupun suatu *clickthrough contract*.²¹ Pada perjanjian lisensi *software click wrap* pernyataan sepakat untuk menerima perjanjian adalah dengan menekan tombol *I Agree, I Accept* atau sejenisnya. Perbuatan yang disebut dalam rumusan awal pada Pasal 1313 BW hendak menjelaskan bahwa perjanjian hanya mungkin terjadi jika ada suatu perbuatan nyata, baik dalam bentuk ucapan, maupun tindakan secara fisik. Dalam hukum perjanjian, pernyataan sepakat dilakukan bukan hanya dengan kata-kata, tetapi dilakukan dengan suatu tindakan yang nyata yang mencerminkan adanya kehendak untuk mengadakan perjanjian. Pernyataan sepakat dengan cara menekan tombol merupakan media atau metode yang dikehendaki oleh penerbit *software* sebagai pernyataan diterimanya perjanjian oleh pengguna.²² Tindakan menekan tombol ini sangat penting karena sebagai gambaran atau perwujudan manifestasi kehendak dari konsumen untuk terikat dalam perjanjian. Perjanjian ini tergolong sebagai perjanjian konsensual karena saat pengguna menekan tombol *Accept* maka kesepakatan telah terjadi. Dengan terjadinya persesuaian kehendak (konsensus) di antara para pihak dianggap

²¹Daeng Naja H R, *loc.cit.*

²²Feny Zamzari, *Perjanjian Lisensi software Clickwrap*, skripsi, Fakultas Hukum Airlangga 2007, h.36

telah terjadi perjanjian²³. Perjanjian ini memenuhi ajaran teori kehendak (*wilstheorie*) yang mengajarkan bahwa kesepakatan terjadi pada saat kehendak pihak penerima dinyatakan, maka pada perjanjian lisensi *click wrap* kesepakatan terjadi saat kehendak pengguna dinyatakan yakni dengan menekan tombol *accept*²⁴. Jadi dalam perjanjian *clickwrap* pernyataan sepakat bisa dilakukan dengan cara menekan tombol *Accept*.

3. Klausula Baku Dalam Transaksi *E-commerce*

Umumnya para pihak ketika melakukan kerjasama bisnis senantiasa melakukannya dalam bentuk kontrak sebagai landasan hukumnya. Dalam transaksi *e-commerce*, para pihak menggunakan kontrak dengan media elektronik. Karena karakter dari media internet yang tidak memungkinkan untuk melakukan negosiasi kontrak secara langsung, terutama transaksi yang dilakukan melalui *website*, sehingga kontrak ini di buat dalam bentuk kontrak baku. Kontrak baku ini buat untuk memudahkan para pihak dalam melakukan transaksi *e-commerce*. Kontrak baku ini selalu dipersiapkan pihak penjual secara sepihak. Di dalam kontrak itu biasanya dimuat syarat-syarat yang membatasi kewajiban penjual yang dikenal sebagai klausula eksonerasi (*exemption clause*) yang pada prinsipnya merugikan konsumen, namun konsumen hanya dapat mempunyai dua alternatif yaitu menerima atau menolak (*take it or leave it contract*). Mengingat konsumen

²³Y Sogar Simamora, "Penyalahgunaan Keadaan Sebagai Bentuk Pelanggaran Terhadap Asas Kebebasan Berkontrak", *Yuridika*, No. 4. Tahun VII, Juli-Agustus 1993, h.52. (selanjutnya disebut Y Sogar Simamora Y).

²⁴Feny Zamzari, *loc.cit.*

yang membutuhkan barang yang ada di internet, maka konsumen menyepakati kontrak tersebut.

Dalam kaitannya dengan pembuatan kontrak baku dikenal adanya prinsip *Contra Proferentem Rule* yang menyatakan bahwa jika syarat-syarat yang diajukan salah satu pihak didalam kontrak baku tidak jelas, maka penafsiran yang berlawanan dengan pihak tersebut harus didahulukan.²⁵ Prinsip *Contra Proferentem Rule* ini terdapat dalam hukum di Indonesia yaitu pada pasal 1473 BW yang menyatakan bahwa Si penjual diwajibkan menyatakan dengan tegas untuk apa ia mengikatkan dirinya, segala janji yang tidak terang dan dapat diberikan berbagai pengertian, harus ditafsirkan untuk kerugiannya. Dengan adanya prinsip ini, pelaku usaha harus bertanggung jawab atas rumusan syarat kontrak yang dibuatnya. Dalam hal pelaku usaha membuat kontrak yang berisi klausula baku, maka pihak pembuat seyogyanya menanggung risiko atas ketidakjelasan rumusan klausula yang dibuatnya.

Klausula baku ini dapat diberlakukan pada transaksi *e-commerce* sepanjang hak-hak dari konsumen yang melakukan transaksi diakomodasi secara adil dan proporsional didalamnya. Klausula baku dalam transaksi *e-commerce* ini mutlak diperlukan. Pelaku bisnis menilai dengan adanya klausula baku, maka menjamin faktor keamanan transaksi perdagangan secara elektronik karena transaksi ini berkaitan dengan infrastruktur publik yang sulit dijamin keamanannya. Pada prinsipnya, baik pembeli maupun penjual di dalam transaksi

²⁵ Taryana Soenandar, *Kompilasi Hukum Perikatan*, Bagian Kedua, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001, h.205.

e-commerce harus siap menanggung risiko, sehingga penting bagi kedua belah pihak saling menjajaki kredibilitas masing-masing.

Berikut ini akan dijelaskan beberapa klausula baku yang sifatnya memberatkan konsumen (klausula eksonerasi) dalam perjanjian jual beli melalui *e-commerce* yang terdapat didalam *condition of use* dari *Amazon.com*, antara lain:

- a. *Welcome to Amazon.com. Amazon.com and its affiliates provide their services to you subject to the following conditions. If you visit or shop at Amazon.com, you accept these conditions.*

Klausula diatas menyatakan bahwa dalam kita mengunjungi atau berbelanja di *Amazon.com* maka kamu harus menerima kondisi-kondisi yang ada pada situs ini. Dengan adanya klausula seperti diatas, maka mempengaruhi konsumen antara lain konsumen tidak dapat memilih hukum mana yang berlaku karena dalam kontrak tidak ada pilihan hukum kecuali hukum yang ditentukan oleh *Amazon.com* dan konsumen harus menerima semua kondisi yang ada pada kontrak dengan *Amazon.com*. Dengan demikian, konsumen yang berasal dari negara manapun yang melakukan transaksi dengan *Amazon.com* tunduk pada kondisi-kondisi yang sudah ditentukan.

Kata sepakat yang diperlukan untuk melahirkan suatu perjanjian yang diamanatkan di dalam Pasal 1320 BW dianggap telah tercapai apabila pernyataan salah satu pihak diterima oleh pihak lainnya. Perlu diperhatikan pula ketentuan dalam Pasal 1321 BW yang berbunyi “Tiada sepakat yang sah apabila sepakat itu diberikan karena kekhilafan, atau diperolehnya dengan paksaan atau penipuan”. Dalam kaitannya dengan pasal 1338 BW mengenai

asas kebebasan berkontrak konsumen seharusnya dapat menentukan pilihan atas syarat-syarat kontrak. Berdasarkan pasal 34 RUU Pemanfaatan Teknologi Informasi menyatakan bahwa Pengadilan di Indonesia berwenang mengadili setiap tindak pidana di bidang teknologi informasi yang dilakukan oleh setiap orang, baik di Indonesia maupun di luar Indonesia yang akibatnya dirasakan di Indonesia. Sedangkan dalam pasal 18 ayat 1 huruf (g) UUPK menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku apabila menyatakan tunduknya konsumen pada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, lanjutan dan/atau pengubahan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang dibelinya. Jadi klausula tersebut sangat tidak menguntungkan bagi pihak konsumen karena mereka harus menyetujui semua syarat yang ditentukan secara sepihak oleh pelaku usaha (*take it or leave it contract*).

- b. *All items purchased from Amazon.com are made pursuant to a shipment contract. This means that the risk of loss and title for such items pass to you upon our delivery to the carrier.*

Dalam klausula tersebut menjelaskan bahwa Amazon.com tidak lagi menanggung risiko atas barang yang dikirim. Yang menanggung risiko barang konsumen adalah perusahaan pengangkutan dengan dibuatkannya kontrak dengan pihak pengangkut. Jadi penjual telah mengalihkan tanggung jawab atas barang konsumen kepada pihak pengangkutan.

Berdasarkan pasal 18 ayat 1 huruf (a) UUPK menyatakan bahwa pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada

setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila menyatakan pengalihan tanggungjawab. Dengan adanya klausula seperti itu sangat merugikan konsumen, seandainya barang yang dikirim tidak sampai pada pembeli maka pembeli harus meminta pertanggungjawaban kepada pihak pengangkut. Pihak pengangkut hanya melakukan perjanjian dengan penjual dan tidak mempunyai hubungan hukum dengan pembeli. Dan berdasarkan pasal 18 ayat 1 huruf (a) UUPK pelaku usaha dilarang menyatakan pengalihan tanggung jawab.

- c. *Amazon.com does not warrant that product descriptions or other content of this site is accurate, complete, reliable, current, or error-free. If a product offered by Amazon.com itself is not as described, your sole remedy is to return it in unused condition.*

Klausula ini menjelaskan bahwa *Amazon.com* tidak menjamin kebenaran gambaran/uraian dari produk dan barang secara akurat, lengkap, dapat dipercaya dan bebas dari masalah. Dengan tidak adanya jaminan dari *Amazon.com* berhubungan dengan ketelitian dari produk dan jika ada produk yang tidak sama dengan yang digambarkan pada situs tersebut maka pelanggan dapat mengembalikannya kepada *Amazon.com*. Dengan adanya klausula seperti ini, apabila konsumen diberikan barang yang keliru oleh penjual menyebabkan masalah baru. Masalahnya antara lain bagaimanakah prosedur pengembalian barang, biaya pengembalian ditanggung oleh siapa dan bagaimana jaminan dari *Amazon.com* untuk mengembalikan uang.

Berdasarkan pasal 7 huruf (b) UUPK menyatakan kewajiban pelaku usaha adalah memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi

dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan. Sedangkan pada pasal 22 ayat (1) RUU Pemanfaatan Teknologi Informasi menyatakan setiap orang berhak mendapatkan informasi yang benar melalui media internet. Dan pasal 7 huruf (f) UUPK menyatakan kewajiban pelaku usaha adalah memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian. Dengan adanya ketentuan pasal tersebut, pelaku usaha harus memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur serta memberikan jaminan atas barang yang dijualnya sehingga konsumen tidak dirugikan.

- d. *With respect to items sold by Amazon.com, we cannot confirm the price of an item until you order; however, we do NOT charge your credit card until after your order has entered the shipping process. Despite our best efforts, a small number of the items in our catalog may be mispriced. If an item's correct price is higher than our stated price, we will, at our discretion, either contact you for instructions before shipping or cancel your order and notify you of such cancellation.*

Klausula tersebut menjelaskan bahwa harga dari barang yang dijual oleh *Amazon.com* tidak bisa dikonfirmasi sampai adanya pemesanan dari pihak konsumen. Jika harga yang dipesan lebih tinggi dari yang sebenarnya, maka pihak *Amazon.com* bisa memintakan pembatalan. Dengan adanya klausula tersebut tidak ada jaminan untuk konsumen tentang harga barang-barang sebelum kita memesan barang. Berarti ada suatu paksaan dari penjual kepada konsumen agar memesan barang terlebih dahulu supaya harga barang tersebut dapat diketahui.

Berdasarkan pasal 4 huruf (b) UUPK menyatakan Hak konsumen adalah hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Berarti penjual harus memberikan kesempatan pada konsumen untuk melihat harga barang sebelum konsumen menyatakan untuk memesan barang. Dan berkaitan dengan pembatalan perjanjian oleh *Amazon.com* karena harga yang sudah dipesan adalah lebih tinggi dari harga yang sebenarnya, berdasarkan pasal 1449 BW menyatakan perikatan-perikatan yang dibuat dengan paksaan, kekhilafan atau penipuan, menerbitkan suatu tuntutan untuk membatalkannya. Jadi menurut BW yang dapat dimintakan pembatalan adalah perikatan-perikatan yang dibuat dengan paksaan, kekhilafan atau penipuan saja yang dapat dimintakan pembatalan. Jadi dengan adanya pembatalan sepihak dari pihak penjual, maka konsumen sangat dirugikan.

- e. *This site is provided by Amazon.com on an "as is" and "as available" basis. Amazon.com makes no representations or warranties of any kind, express or implied, as to the operation of this site or the information, content, materials, or products included on this site. You expressly agree that your use of this site is at your sole risk.*

Klausula ini menyatakan bahwa situs ini disediakan amazon secara *as is* dan seperti yang tersedia. Amazon tidak membuat perwakilan dan penjaminan seperti apapun, secara langsung atau implisit terhadap operasional situs ini atau informasi isi materi atau produk dalam situs ini. Berdasarkan klausula tersebut, maka kerusakan atas sistem (*system failure*) yang terjadi dalam transaksi *e-commerce* sepenuhnya menjadi risiko pihak

konsumen. Hal ini nampak bahwa pihak pelaku usaha berupaya untuk mengalihkan tanggung jawab atas kerusakan sistem komputer kepada pihak konsumen.

Dalam hukum perjanjian di Indonesia penggunaan klausula *as is* diatur dalam pasal 1493 BW yang berbunyi kedua belah pihak diperbolehkan dengan persetujuan-persetujuan istimewa, memperluas atau mengurangi kewajiban yang ditetapkan oleh Undang-undang, bahkan mereka diperbolehkan mengadakan perjanjian bahwa si penjual tidak akan menanggung sesuatu apapun. Tapi penggunaannya dibatasi oleh UUPK khususnya pasal 18 ayat (1) huruf a yang pada intinya melarang pengalihan tanggungjawab oleh pelaku usaha.

- f. *Amazon.com will not be liable for any damages of any kind arising from the use of this site, including, but not limited to direct, indirect, incidental, punitive, and consequential damages.*

Klausula ini pada dasarnya menyatakan bahwa *Amazon.com* tidak bertanggungjawab untuk kerusakan apapun dari segala hal yang timbul dari penggunaan situs. Berarti *Amazon.com* melakukan pembatasan tanggung jawab. Dengan adanya klausula ini konsumen sangat dirugikan karena penjual tidak akan mengganti segala kerusakan yang diakibatkan oleh transaksi *e-commerce*. Berarti penjual dalam hal ini mengalihkan tanggung jawab atas kerusakan sistem (*system failure*) kepada konsumen.

Berdasarkan pasal 19 ayat (1) UUPK 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. Dan pasal 18 ayat 1 huruf (a) UUPK menyatakan bahwa pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila menyatakan pengalihan tanggungjawab. Berdasarkan ketentuan tersebut, seharusnya pelaku usaha juga menanggung segala kerusakan yang terjadi dalam transaksi. Kerugian yang diakibatkan dalam transaksi ini seharusnya ditanggung sepenuhnya oleh pihak pelaku usaha sebagai pihak penyedia jasa perdagangan media elektronik (*e-commerce*).

Berikut ini akan dijelaskan beberapa masalah yang terjadi dalam transaksi jual beli buku yang dilakukan melalui www.urasonline.com adalah

1. Vendor tidak memberikan pilihan mengenai cara pembayaran. Vendor telah menentukan bahwa pembeli harus mentransfer sejumlah uang harga pembayaran ke rekening BCA.
2. Vendor tidak menyediakan *return policy* apabila pembeli menerima buku dalam keadaan cacat atau rusak.
3. Vendor tidak mencantumkan mengenai perusahaan ekspedisi yang akan digunakan oleh vendor untuk mengirim buku pesanan pembeli.
4. Vendor tidak mengirimkan konfirmasi mengenai buku yang telah dipesan pembeli.
5. Vendor tidak memberikan konfirmasi setelah menerima sejumlah uang transfer kepada pembeli.

6. Vendor tidak memberikan konfirmasi mengenai ketersediaan buku yang dipesan oleh pembeli.
7. Vendor tidak memberikan penjelasan yang pasti mengenai waktu penerimaan pesanan bagi pembeli.
8. Tidak adanya jaminan bahwa data yang telah dikirim oleh pembeli tidak akan diketahui oleh pihak lain yang tidak berkepentingan.
9. Tidak adanya pilihan untuk upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen apabila terdapat permasalahan yang terjadi dalam transaksi jual beli tersebut.
10. Tidak ada klausula yang menyatakan bahwa pembeli yang dibawah umur harus sepengetahuan orang tua atau walinya.

4. Klausula Eksonerasi Di Tinjau Dari Unsur Penyalahgunaan Keadaan

Klausula eksonerasi merupakan terjemahan dari istilah *exoneratie clause* yang dipakai dalam bahasa Belanda, namun dalam BW sendiri istilah *exoneratie clause* tidak digunakan tetapi digunakan istilah yang lebih luas yaitu ketentuan yang *onredelijk bezwarend*.²⁶ Istilah ketentuan yang *onredelijk bezwarend* mencakup klausula atau ketentuan yang secara tidak wajar sangat memberatkan bagi pihak lainnya sehingga klausula eksonerasi termasuk didalamnya.

Rijken mengatakan bahwa klausula eksonerasi adalah klausul yang dicantumkan di dalam suatu perjanjian dengan mana satu pihak menghindarkan diri untuk memenuhi kewajibannya dengan membayar ganti rugi seluruhnya atau

²⁶ Sutan Remy S, *Kebebasan Berkontrak dan Perlindungan yang Seimbang Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Kredit Bank di Indonesia*, Institut Bankir Indonesia, Jakarta, 1993, h. 71 (selanjutnya disebut Sutan Remy S II)

terbatas, yang terjadi karena ingkar janji atau perbuatan melanggar hukum.²⁷ Sedangkan Mariam Darus Badruzaman secara implisit mendefinisikan klausula baku adalah klausula yang meniadakan atau membatasi kewajiban salah satu pihak kreditur untuk membayar ganti rugi kepada debitur.²⁸

Berdasarkan ketentuan pasal 1321 BW terdapat tiga macam cacat kehendak yang dapat dijadikan dasar dalam pengajuan gugat pembatalan dalam suatu perjanjian, yaitu kesesatan (*dwaling*), penipuan (*bedrog*), dan paksaan (*dwang*). Di samping ketiga cacat kehendak tersebut terdapat cacat kehendak yang baru yaitu penyalahgunaan keadaan (*misbruik van omstandigheden*), dan timbulnya karena kebutuhan hukum didalam masyarakat telah demikian mendesak.²⁹ Sesuai dengan hukum, kebutuhan konstruksi penyalahgunaan keadaan merupakan atau dianggap sebagai faktor yang membatasi atau yang mengganggu adanya kehendak yang bebas untuk menentukan persetujuan antara kedua belah pihak. Penyalahgunaan keadaan dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu penyalahgunaan keadaan karena keunggulan ekonomi (*economish overwicht*) dan penyalahgunaan keadaan karena keunggulan psikologi (*geestelijke overwicht*).³⁰

Nieuwenhuis menyatakan terjadinya penyalahgunaan keadaan dalam suatu perjanjian harus ada syarat-syaratnya. Syarat-syarat untuk terjadinya penyalahgunaan keadaan, antara lain:

²⁷ Mariam Darus B, *Aneka Hukum Bisnis*, Alumni, Bandung, 1994, h. 47 (selanjutnya disebut Mariam Darus B II)

²⁸ Mariam Darus B II, *op.cit.*, h. 50

²⁹ Y Sogar Simamora II, *op.cit.*, h. 56

³⁰ Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali pers, Jakarta, 2000, h.120.

- a. Keadaan-keadaan yang istimewa (*bijzondere omstandigheden*), misalnya keadaan darurat, ketergantungan, ceroboh, jiwa yang kurang waras dan tidak berpengalaman;
- b. Suatu hal yang nyata (*kenbaarheid*) dalam kaitannya ini disyaratkan bahwa kedua belah pihak mengetahui bahwa pihak yang lain karena keadaan istimewa tergerak hatinya untuk menutup perjanjian;
- c. Penyalahgunaan kedua belah pihak harus melaksanakan perjanjian itu walaupun dia mengetahui atau seharusnya mengerti bahwa dia seharusnya tidak melakukannya;
- d. Hubungan kausal (*causal verband*), dalam kaitannya ini penting bahwa tanpa menyalahgunakan keadaan itu maka perjanjian itu tidak akan ditutup.³¹

Penggunaan kontrak baku dalam transaksi *e-commerce* antara konsumen dengan produsen ini kadang atau bahkan sering menimbulkan penyalahgunaan keadaan, hal ini dikarenakan syarat dan isi perjanjian *e-commerce* ini telah di buat secara sepihak oleh penjual, sedangkan pihak konsumen hanya menyetujui syarat dan isi perjanjian tersebut. Dalam kontrak baku *e-commerce* ini biasanya memuat klausula eksonerasi yang selalu memberatkan salah satu pihak. Dalam hal ini adalah pihak konsumen yang selalu menerima segala syarat yang ditentukan dalam perjanjian itu dan bahkan mereka sering kali tidak membacanya dengan cermat, karena konsumen tidak mengerti apa isi dan syarat dari perjanjian yang disepakatinya.

Penggunaan klausula eksonerasi ini dalam perjanjian *e-commerce* antara penjual dengan konsumen menimbulkan penyalahgunaan keadaan, karena terbentuknya kesepakatan oleh pihak konsumen didasarkan pada keadaan-keadaan istimewa yaitu kurangnya pengetahuan dan pemahaman terhadap konsekuensi hukum pencantuman klausula eksonerasi dalam kontrak. Selain itu, pemberian

³¹ H P Panggabean, *Penyalahgunaan Keadaan (Misbruik van Omstandigheden) Sebagai Alasan Baru Pembatalan Perjanjian*, Liberty, Yogyakarta, 2001, h. 40-41.

informasi yang tidak lengkap dan informasi yang menyesatkan juga menyebabkan terjadinya unsur penyalahgunaan kehendak dalam terbentuknya kesepakatan. Sehingga pihak penjual mengalihkan kewajiban yang harus ditanggungnya kepada konsumen. Transaksi *e-commerce* yang mengandung penyalahgunaan keadaan didalamnya mempunyai kedudukan hukum dapat dibatalkan (*vernietgebaar*) karena tidak terpenuhinya syarat subyektif, dalam hal ini kehendak yang bebas ketika memberikan kesepakatan.³² Walaupun perjanjian itu dapat dibatalkan, tetapi perjanjian itu masih mengikat para pihak sebelum ada putusan pembatalan perjanjian dari hakim.

Di dalam pengajuan gugat pembatalan atas dasar penyalahgunaan keadaan, penggugat harus mendalilkan bahwa perjanjian itu sebenarnya tidak ia dikehendaki atau bahwa ia tidak menghendaki perjanjian dengan syarat-syarat seperti yang telah ditentukan dalam perjanjian itu.³³ Penggugat dalam mengajukan gugatan harus bisa membuktikan bahwa pihak lain telah menyalahgunakan kesempatan dan penggugat mengalami kerugian. Kedua syarat ini harus dipenuhi karena mempunyai hubungan kausal dan bersifat kumulatif. Dengan demikian meskipun terbukti satu pihak melakukan penyalahgunaan keadaan, tetapi penggugat tidak nyata-nyata dirugikan akibat penyalahgunaan keadaan, maka gugatan tersebut tidak akan berhasil.³⁴

³²Y Sogar Simamora, *op.cit.*, h. 58.

³³ *Ibid.*

³⁴ *Ibid.*

BAB III
PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM
TRANSAKSI *E-COMMERCE*

**1. Ketidakseimbangan Posisi Tawar Antara Produsen dan Konsumen
Dalam Hubungan Hukum Business to Consumer (B2C)**

Mengingat Indonesia belum memiliki Undang-undang tentang *e-commerce* dan UUPK tidak didasarkan pada telah adanya Undang-undang tentang *e-commerce* atau Undang-undang tentang internet yang berlaku di Indonesia. Maka UUPK belum sampai menyinggung pengaturan mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* melalui internet. Karena belum ada Undang-Undang yang mengatur tentang *e-commerce* maupun internet, maka perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* didasarkan pada UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Pada prinsipnya, *e-commerce* dapat dipahami sebagai transaksi perdagangan baik barang maupun jasa melalui media elektronik (*internet*). Dalam melakukan operasionalnya model transaksi *e-commerce* meliputi transaksi *Business to Business* (B2B) atau *Business to Consumer* (B2C). Dalam hal ini saya akan membahas mengenai *Business to Consumer* (selanjutnya disebut B2C). B2C adalah transaksi antara perusahaan dengan konsumen, contohnya amazon.com dengan pihak pembeli yang di landasi dengan suatu kontrak konsumen (*consumer contract*).

Pada B2C transaksi disebarakan secara umum dan konsumen yang berinisiatif melakukan transaksi. Produsen harus siap menerima respon dari penawaran yang di ajukan oleh konsumen. B2C ini biasanya menggunakan sistem *web* karena sistem ini yang sudah banyak digunakan masyarakat sebagai konsumen. Mekanisme untuk mendekati konsumen pada saat ini menggunakan bermacam-macam pendekatan seperti misalnya dengan menggunakan "*electronic shopping mall*" atau menggunakan konsep "*portal*".³⁵ Dalam transaksi ini, yang melakukan penawaran adalah *merchant* atau penjual. Para penjual memanfaatkan *website* untuk menjajakan produk dan jasa. Para penjual produk dan jasa membuat sebuah *storefront* yang menyediakan katalog produk dan jasa yang diberikannya. Calon pembeli dapat melihat-lihat produk dan jasa yang tersedia seperti berjalan-jalan didepan toko-toko dan melihat barang-barang didalam etalase. Bedanya calon pembeli dapat melakukan *shopping*, kapan saja dan darimana saja dia berada tanpa dibatasi oleh waktu dan tempat. Setelah pembeli cocok pada suatu barang, ia dapat melakukan suatu penerimaan.

Dalam transaksi model B2C ini pada umumnya konsumen tidak memiliki posisi tawar yang seimbang dengan produsen sehingga dapat menimbulkan beberapa persoalan yang menyebabkan para konsumen harus hati-hati dalam melakukan transaksi melalui media internet. Persoalan tersebut antara lain menyangkut mengenai masalah mekanisme pembayaran (*payment mechanism*), dan jaminan keamanan waktu bertransaksi (*security risk*). Pada umumnya mekanisme dalam pembayaran dalam *e-commerce* menggunakan *credit card*.

³⁵ Budi Rahardjo, *Mengimplementasikan Electronic Commerce di Indonesia*, PPAU Mikroelektronika, ITB, 1999, h. 5.

Karena sifat dari internet itu sendiri, sehingga ada masalah apabila kita mengirimkan data *credit card* itu melalui server yang kurang terjamin keamanannya. Oleh karena itu perlu adanya keamanan dalam melakukan transaksi melalui media internet.

Dalam transaksi model B2C ini terdapat ketidak seimbangan posisi tawar antara produsen dengan konsumen, sehingga konsumen harus mengikuti syarat-syarat kontrak yang diajukan secara sepihak oleh produsen. Untuk dapat mengetahui adanya ketidakseimbangan posisi tawar antara produsen dengan konsumen dalam transaksi B2C ini bisa dilihat dari bagaimana aktifitas atau tahapan dalam melakukan jual beli dalam *e-commerce*. Untuk melakukan transaksi model B2C ini ada tiga tahapan yaitu pra transaksi, transaksi dan pasca transaksi. Untuk itu akan dibahas tahapan-tahapan tersebut biar lebih jelas.

a) Tahapan Pra Transaksi

Pada tahapan ini konsumen masih mencari informasi tentang produk jasa yang akan digunakan, informasi itu bisa berupa apa saja yang berkaitan dengan produk jasa yang digunakan, seperti jenis, warna, ukuran, berat, bahan pembuatan, kemampuan operasionalnya, cara mempergunakan, kelayakan konsumsi, fungsi, harga netto, cara pengiriman dan lain-lain. Dalam menjelaskan hakikat komoditi yang dijual di internet, produsen seringkali memberikan informasi tidak lengkap yang menimbulkan salah persepsi, informasi yang mengelabui, informasi yang menyesatkan dan informasi yang menipu.

Pada tahap ini dikenal adanya prinsip hukum *lets buyer beware*.³⁶ Prinsip hukum *lets buyer beware* adalah jika konsumen menganggap bahwa informasi yang disajikan belum cukup menjelaskan hakikat komoditi yang ditransaksikan, maka konsumen wajib untuk mendapatkan informasi yang ia ketahui secara mandiri sehingga pada saat transaksi ia benar-benar tahu apa dan bagaimana transaksi yang ia lakukan.³⁷

Pada tahap ini, konsumen diberikan kontrak yang pada umumnya memuat klausula baku. Klausula baku dapat diterapkan sepanjang hak-hak konsumen diakomodasi secara adil dan proposional didalamnya sehingga konsumen tidak dirugikan. Putusan pilihan konsumen yang benar mengenai barang atau jasa yang ia butuhkan (*informed choice*), sangat tergantung pada kebenaran dan bertanggung jawabnya informasi yang disediakan oleh konsumen. Konsumen diberi kebebasan dan keleluasaan dalam mengambil keputusan dalam bertransaksi.

b) Tahapan Transaksi

Pada tahap ini, produsen harus mencantumkan syarat-syarat apa saja yang harus dipenuhi oleh konsumen dalam melakukan transaksi jual beli melalui *e-commerce*. Dengan mencantumkan syarat-syarat tersebut diharapkan konsumen membaca mengetahui apa saja yang harus dipenuhi dalam melakukan transaksi jual beli. Selain itu, konsumen diberikan kesempatan untuk mengkaji ulang transaksi yang akan dilakukan sebelum mengambil keputusan. Hal ini dilakukan untuk menghindari kesalahan

³⁶ Jani Purnawanty, *loc. cit.*

³⁷ *Ibid.*

dalam jual beli melalui media internet. Dalam hal keamanan data privacy vendor harus menjamin keamanan dan kerahasiaan dari identitas diri konsumen agar tidak disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

Dalam melaksanakan transaksi jual beli, pelaku usaha harus menentukan mata uang yang akan dipakai dalam transaksi. Kemudian dijelaskan apakah harga yang dibayar sudah termasuk pajak dan asuransi. Setelah harga disepakati dan uang dikirim pada penjual, maka barang di kirim kepada konsumen. Apabila barang yang di kirim tersebut tidak sesuai dengan yang dipesan atau rusak, barang tersebut dapat dikembalikan kepada penjual. Dalam hal kegagalan transaksi jual beli produsen harus menyediakan suatu rekaman transaksi yang dapat diakses oleh konsumen, yang memuat segala sesuatu berkenaan dengan transaksi agar tidak ada penyalahgunaan.³⁸

c) Tahapan Pasca Transaksi

Pada tahap pasca transaksi ini konsumen dapat melihat hasil dari perjanjian yang dibuatnya dengan produsen dalam penyelenggaraan *e-commerce*. Apabila semua berjalan lancar sesuai yang diharapkan, maka barang yang dipesan oleh konsumen akan sampai pada konsumen sesuai dengan yang telah disepakati. Apabila barang yang di pesan konsumen tidak sampai ke tangan konsumen, maka produsen telah melakukan wanprestasi. Berdasarkan pasal 45 UUPK menyatakan bahwa setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga

³⁸ *Ibid.*

yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum. Dan pada pasal 26 ayat (1) RUU Pemanfaatan Teknologi Informasi menyatakan Masyarakat dapat melakukan gugatan secara perwakilan terhadap pihak yang melakukan penyalahgunaan di bidang teknologi informasi yang akibatnya dapat merugikan masyarakat. Berdasarkan kedua pasal tersebut, maka konsumen dapat mengajukan gugatan ganti rugi kepada produsen.

Tahap-tahap yang telah dijabarkan diatas tersebut menggambarkan cara bertransaksi dengan menggunakan model B2C. Dalam tahap-tahap tersebut dapat dilihat bahwa konsumen tidak mempunyai pilihan terhadap klausula-klausula yang ditentukan di dalam kontrak elektronik melalui *e-commerce (take it or leave it)*. Selain itu tahap pra transaksi menyatakan bahwa produsen sering kali memberikan informasi tidak lengkap yang menimbulkan persepsi salah, informasi yang mengelabui, informasi yang menyesatkan dan informasi yang menipu. Berdasarkan pasal 4 huruf (c) UUPK menyatakan bahwa konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa. Dan pasal 7 huruf (b) UUPK menyatakan bahwa kewajiban pelaku usaha adalah memberikan informasi yang jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan. Dengan adanya kedua pasal tersebut antara produsen dengan konsumen mempunyai kewajiban atau kedudukan yang porposional.

Pencantuman klausula baku dapat menimbulkan ketidakseimbangan posisi tawar ini dikarenakan kontrak tersebut dibuat secara sepihak oleh produsen. Klausula ini membuat posisi produsen menjadi lebih dominan. Dengan adanya klausula ini, kewajiban yang seharusnya dipikul oleh produsen dilimpahkan kepada konsumen sehingga mengurangi hak-hak dari pihak konsumen sebagai pembeli. Sejalan dengan asas kebebasan berkontrak, pada dasarnya perjanjian baku mengikat para pihak yang menandatangani sejak adanya sepakat. Oleh karena itu, dalam pembuatan kontrak dalam transaksi B2C, pencantuman klausula baku dalam *electronic contract* harus dibuat secara proporsional dengan tetap mengacu pada pasal 18 UUPK. Dengan adanya ketentuan dalam pasal 18 UUPK, konsumen akan lebih mendapatkan perlindungan hukum dari kontrak standart yang dibuat secara sepihak oleh produsen.

2. Keterbukaan dan Keamanan Informasi Pada Transaksi *E-commerce*

2.1. Keterbukaan Informasi

Dengan adanya internet hubungan komunikasi menjadi lancar. Penyebaran informasi juga semakin cepat hingga meliputi berbagai wilayah secara global. Yang paling menonjol adalah perkembangan aplikasi internet di dunia bisnis yaitu *e-commerce*. Walaupun pada kenyataannya belum banyak digunakan oleh konsumen di Indonesia, namun praktek bisnis lewat media elektronik ini sekarang sudah dikenal di kalangan pelaku bisnis.

Dengan adanya internet, kita bisa melakukan jual beli dengan hanya duduk di depan komputer saja. Melalui internet, konsumen dapat memperoleh

aneka informasi barang dan jasa dari berbagai toko dalam berbagai variasi merek lengkap dengan spesifikasi harga, cara pembayaran, cara pengiriman, bahkan beberapa toko juga memberikan fasilitas pelayanan *track and trace* yang memungkinkan konsumen untuk melacak tahap pengiriman barang yang dipesannya. Kondisi tersebut memberi banyak manfaat bagi konsumen karena kebutuhan akan barang dan jasa yang diinginkan dapat terpenuhi. Selain itu, terbuka kesempatan untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang dan jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan finansial konsumen dalam waktu yang relatif efisien.

Namun, *e-commerce* juga memiliki kelemahan. Dengan metode transaksi elektronik yang tidak mempertemukan antara pelaku usaha dan konsumen secara langsung dan tidak melihat secara langsung barang yang diinginkan bisa menimbulkan permasalahan yang merugikan konsumen. Oleh karena itu, pelaku usaha harus memberikan keterbukaan informasi mengenai barang tersebut kepada konsumen. Keterbukaan informasi dalam transaksi *e-commerce* harus pula diikuti dengan penggunaan prinsip tanda kepercayaan (*trustmark principle*).

Keterbukaan informasi yang diberikan pelaku usaha kepada konsumen dalam transaksi *e-commerce* menyangkut hal-hal dibawah ini, antara lain:

1. Identitas Pelaku Usaha.

Hal ini berkaitan dengan nama dan alamat perusahaan yang melakukan transaksi *e-commerce*. Selain itu kewajiban dari pelaku usaha dalam transaksi juga harus disebutkan.

2. Produk dan Jasa.

Produk dan jasa yang di tawarkan dalam internet ini harus jelas kualitas. Kemudian ketersediaan dari produk dan jasa ada berapa. Selain itu berapakah harga dari produk tersebut. Dan adakah jaminan dari produk.

3. Prosedur pemesanan.

Pemesanan dalam proses jual beli ini harus diterangkan sejelas mungkin agar konsumen mengetahui tahap-tahapannya. Hal ini diperlukan agar konsumen mengetahui kondisi kontrak, pembatasan dari kontrak, kondisi penyerahan barang, perlindungan terhadap pesanan dan tatacara pembayarannya.

4. Pembayaran.

Pembayaran dilakukan dengan menggunakan mata uang dari negara mana. Dan pembayaran dalam jual beli ini dilakukan melalui kredit card atau transfer uang melalui bank.

5. Cara Pengiriman.

Dalam hal pengiriman ini dilakukan melalui apa, misalnya pengirimannya lewat kapal, lewat pos, lewat agen (Tiki) atau yang lainnya. Konsumen juga harus tahu lamanya pengiriman barang tersebut. Selain itu biaya pengiriman barang besarnya berapa dan siapa yang menanggung.

6. Garansi.

Berapa lama garansi yang diberikan pada barang tersebut. Syarat apa saja yang harus dipenuhi agar barang yang dibeli mendapatkan garansi.

7. Syarat dan Kondisi.

Syarat dan kondisi ini berkaitan dengan harga dan ketersediaan barang (stok) yang tercantum di *website*. Harga dan ketersediaan barang bisa berubah sewaktu-waktu tanpa pemberitahuan terlebih dahulu. Karena perputaran produk yang cepat dipasaran, harga barang yg dipesan dapat berubah. Pelaku usaha harus memberikan informasi terhadap setiap perubahan harga dan ketersediaan barang kepada pelanggan seakurat mungkin.

Berdasarkan uraian diatas maka konsumen dapat mengetahui bagaimana cara melakukan transaksi *e-commerce*. Berdasarkan pasal 3 huruf (d) UUPK menyatakan bahwa Perlindungan konsumen bertujuan menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi. Berdasarkan pasal 4 huruf (c) UUPK menyatakan hak konsumen adalah hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Sedangkan dalam pasal 22 ayat (1) RUU Pemanfaatan Teknologi Informasi menyatakan bahwa setiap orang berhak untuk mendapatkan informasi yang benar melalui media elektronik.

Dengan adanya ketentuan pasal tersebut sebagai salah satu bentuk perlindungan konsumen adalah memberikan keterbukaan informasi maka pelaku usaha dalam *e-commerce* wajib memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur atas barang yang dijualnya di internet. Keterbukaan informasi ini merupakan salah satu hak dari konsumen. Keterbukaan informasi yang dilakukan pelaku usaha

pada transaksi *e-commerce* sangat dibutuhkan untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Dengan adanya kepercayaan dari konsumen dan keterbukaan informasi, transaksi *e-commerce* dapat berjalan dengan lancar dan kepastian hukumnya terjamin sehingga tidak terjadi penyalahgunaan keadaan.

2.2. Keamanan Informasi

Konsumen tidak hanya wajib mendapat keterbukaan informasi dari transaksi *e-commerce*, tetapi juga harus mendapatkan keamanan informasi atau data pada saat transaksi berlangsung. Tingginya risiko dalam transaksi melalui internet menyebabkan banyak konsumen ragu untuk melakukan transaksi ini. Oleh karena itu, untuk menarik minat konsumen agar melakukan transaksi melalui *e-commerce* produsen harus memberikan sistem pengamanan dalam transaksi ini. Sasaran dari pengamanan informasi antara lain:³⁹

- a. Ancaman terhadap fisik, misalnya: hilang, rusak, duplikasi tanpa hak dan distribusi tanpa hak dari data atau informasi yang ada.
- b. Ancaman terhadap substansi, misalnya: penghapusan data, perusakan data, dan perubahan data.
- c. Ancaman dari faktor manusia, misalnya: informasi tersebut diakses oleh pihak yang tidak berhak, tidak berwenang dan tidak berkepentingan. Selain itu informasi tersebut dikomunikasikan dan dipergunakan secara tidak sah dan melawan hukum.

³⁹ Jani Purnawanty, *Keamanan Informasi Pada Transaksi Internet Commerce*, Kuliah Hukum Perdagangan Melalui Media Internet, Fakultas Hukum Unair, tgl 27 april 2007.(selanjutnya disebut Jani Purnawanty II).

Pengamanan informasi ini sangat dibutuhkan oleh konsumen agar transaksi melalui internet dapat berjalan lancar. Pengamanan informasi ini diperlukan agar tidak terjadi *error in persona* maupun *error in substantia*. Agar tidak terjadi *error in persona* maka transaksi melalui internet harus dilakukan dengan pihak yang benar-benar yang dituju dan dikehendaki. Sedangkan agar tidak terjadi *error in substantia* maka data yang dikomunikasikan adalah benar data yang dikehendaki para pihak, dengan kata lain data yang dikirim harus sama dengan data yang diterima. Tujuan pengamanan di internet meliputi beberapa aspek, antara lain:

- a. *Confidentiality.*
Berkaitan dengan kerahasiaan dari data dan atau informasi, dan perlindungan bagi informasi tersebut terhadap pihak yang tidak berwenang.
- b. *Integrity.*
Berkaitan dengan perlindungan data terhadap usaha memodifikasi data itu oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab, baik selama data itu disimpan atau selama data itu dikirimkan kepada pihak lain.
- c. *Authorization.*
Berkaitan dengan pengawasan terhadap akses kepada informasi tertentu.
- d. *Availability.*
Informasi yang disimpan atau ditransmisikan melalui jaringan komunikasi harus dapat tersedia sewaktu-waktu apabila diperlukan.
- e. *Authenticity.*
Berkaitan dengan kemampuan seseorang, organisasi atau komputer untuk membuktikan identitas dari pemilik yang sesungguhnya dari informasi tersebut.
- f. *Non-Repudiation of Origion..*
Berkaitan dengan suatu pihak yang terlibat dalam suatu transaksi komunikasi yang dibelakang hari pihak tersebut menyanggah bahwa transaksi tersebut benar telah terjadi. Dan sistem ini harus dapat membuktikan hal tersebut.
- g. *Audiatibility.*
Data tersebut harus dicatat sedemikian rupa bahwa terhadap data itu semua syarat *confidentiality* dan *integrity* yang diperlukan telah terpenuhi yaitu

bahwa pengiriman data tersebut telah di *enkripsi* oleh pengirimnya dan telah di *dekripsi* oleh penerimanya sebagaimana mestinya.⁴⁰

Pengamanan informasi dalam transaksi melalui internet ini dapat menggunakan teknologi yang ada antara lain *kriptografi* (penyandian), *enkripsi*, *deskripsi* dan kunci publik-kunci privat. Kriptografi adalah teknik yang digunakan untuk mengubah data ke dalam bentuk kode-kode tertentu dengan tujuan informasi yang disimpan melalui suatu jaringan yang tidak bisa dibaca oleh siapa pun. *Enkripsi* adalah metode yang dipergunakan untuk menyembunyikan atau menyamarkan teks biasa sedangkan *deskripsi* adalah mengubah teks terenkripsi menjadi teks biasa.⁴¹ Pengamanan informasi selanjutnya adalah tanda tangan digital. Berdasarkan pasal 1 angka (5) RUU Pemanfaatan Teknologi Informasi menyatakan bahwa Tanda tangan digital adalah tanda jati diri yang berfungsi sebagai pengesahan oleh pengguna melalui metode elektronik atau prosedur yang telah ditentukan. Pada saat perubahan data akan diikuti dengan perubahan tanda tangan digital.

Selain menggunakan teknologi dalam pengamanan informasi pada transaksi internet, pedagang *on-line* menggunakan metode dalam pengamanan transaksi *e-commerce*. Metodenya antara lain:⁴²

- a. Metode *Secure Sockets Layer* (SSL)
SSL melindungi informasi pribadi dalam kontrak antara pedagang dengan konsumen. Keamanan data yang dikirim melalui jaringan juga terjamin. Konsumen dalam melakukan transaksi harus memastikan bahwa data-data tersebut sudah dalam bentuk terenkripsi dengan baik.
- b. Metode *Secure Electronic transaction* (SET).
SET menggunakan sertifikat *digital* untuk membuktikan bahwa konsumen dan pedagang memiliki hak untuk menggunakan dan menerima kartu. SET

⁴⁰ Sutan Remy S, *op.cit*, h.313-316.

⁴¹ Edmon Makarim, *op.cit.*, h. 265

⁴² *Ibid*, h. 263

ini berfungsi bagi *merchant* untuk memeriksa tanda tangan konsumen pada kartu. SET menggunakan kunci pengaman yakni memiliki kata-kata sandi yang melindungi konsumen.

Pengamanan informasi pada transaksi *e-commerce* sangat dibutuhkan untuk menjamin validitas kontrak elektronik melalui *e-commerce* dan menimbulkan rasa kepercayaan (*trust*) bagi konsumen. Dengan adanya keamanan informasi, konsumen tidak khawatir lagi dalam melakukan transaksi melalui internet dan kepastian hukum dapat tercapai.

3. Klausula Eksonerasi di Tinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Klausula eksonerasi adalah klausula yang dicantumkan dalam suatu perjanjian, dengan mana satu pihak menghindarkan diri untuk memenuhi kewajibannya membayar ganti rugi seluruhnya atau terbatas, yang terjadi karena ingkar janji atau perbuatan melanggar hukum.⁴³ Klausula eksonerasi yang biasanya dimuat dalam perjanjian sebagai klausula tambahan atas unsur esensial dari suatu perjanjian, pada umumnya ditemukan dalam kontrak baku.

Klausula eksonerasi merupakan klausula yang sangat merugikan konsumen yang umumnya memiliki posisi tawar yang lemah jika dibandingkan dengan produsen. Apabila dalam suatu perjanjian kedudukan para pihak tidak seimbang, maka pihak yang lemah biasanya tidak berada dalam keadaan yang betul-betul bebas untuk menentukan apa yang diinginkan dalam perjanjian (*take it or leave it*). Pihak yang kuat seringkali menggunakan kesempatan ini untuk

⁴³ Mariam Darus B II, *op.cit.*, h. 47

menentukan secara sepihak klausula-klausula dalam perjanjian baku. Penerapan klausula-klausula tertentu yang dilakukan oleh pihak yang memiliki kedudukan lebih kuat mengakibatkan kerugian pihak lemah yang cenderung mengarah pada terjadinya penyalahgunaan keadaan.⁴⁴

Berdasarkan Pasal 18 ayat (1) UUPK yang termasuk dalam kategori klausula eksonerasi adalah klausula-klausula yang menyatakan:

- a. Menyatakan pengalihan tanggungjawab pelaku usaha;
- b. Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen;
- c. Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen;
- d. Menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung, maupun tidak langsung untuk melakukan segala tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran;
- e. Mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen;
- f. Memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi obyek jual beli jasa;
- g. Menyatakan tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, lanjutan dan/atau pengubahan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang dibelinya;

⁴⁴ Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *op.cit.*, h.115

- h. Menyatakan bahwa konsumen memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai, atau hak jaminan terhadap barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran.

Menurut Mariam Darus Badruzaman, perjanjian baku dengan klausula eksonerasi yang meniadakan atau membatasi kewajiban salah satu pihak untuk membayar ganti kerugian kepada debitur, memiliki ciri-ciri sebagai berikut:⁴⁵

- a. Isinya ditetapkan secara sepihak oleh kreditur yang posisinya relatif lebih kuat daripada debitur;
- b. Debitur sama sekali tidak ikut menentukan isi perjanjian itu;
- c. Terdorong oleh kebutuhannya, debitur terpaksa menerima perjanjian tersebut;
- d. Bentuknya tertulis;
- e. Dipersiapkan terlebih dahulu secara masal atau individual.

Meskipun pada prinsipnya berdasarkan asas kebebasan berkontrak kedudukan perjanjian baku adalah sah, namun di dalam kontrak konsumen pencantuman klausula baku khususnya klausula eksonerasi harus memenuhi beberapa syarat, yaitu :⁴⁶

- a. Menonjol dan jelas;
Agar suatu penulisan klausula dapat digolongkan menonjol, maka penulisannya dilakukan sedemikian rupa sehingga orang yang berkepentingan akan memperhatikannya.
- b. Disampaikan tepat waktu;
Dalam penyampaian tanggung gugat harus dilakukan tepat waktu agar efektif.
- c. Pemenuhan tujuan-tujuan penting;
Pembatasan tanggung gugat tidak dapat dilakukan jika pembatasan tersebut tidak memenuhi tujuan penting.
- d. Adil.
Jika pengadilan menemukan klausula kontrak yang tidak adil maka pengadilan dapat menolak atau melaksanakannya tanpa klausula yang tidak adil.

⁴⁵ Mariam Darus B II, *op.cit.*, h. 50.

⁴⁶ Jerry Phillips J, *Products Liability*, St. Paul Minnesota: West Publishing Company, 1993, h. 130-135.

Dari apa yang dikemukakan diatas tampak bahwa banyak sekali klausula-klausula dalam transaksi *e-commerce* yang isinya memberatkan konsumen dan ini menunjukkan bahwa Vendor selaku pelaku usaha dalam *internet* berada dalam posisi tawar yang kuat. Keberadaan Perjanjian dalam *e-commerce* sebagai perjanjian baku memang tidak terlepas dari adanya asas kebebasan berkontrak dan kesepakatan dari konsumen merupakan wujud dari kesepakatan sehingga juga tidak terlepas dari asas *pacta sunt servanda* sebagaimana tercermin dalam pasal 1338 BW. Yang menjadi permasalahan justru keberadaan klausula yang memberatkan bagi konsumen yang biasa disebut klausula eksonerasi.

Berdasarkan pasal 1320 BW klausula eksonerasi termasuk dalam syarat sahnya perjanjian yaitu *causa* yang diperbolehkan. Dalam pencantuman *causa* yang dilarang diatur dalam pasal 1337 BW, yang menyatakan bahwa “suatu sebab adalah dilarang, apabila dilarang oleh undang-undang, atau apabila berlawanan dengan kesusilaan baik atau ketertiban umum”. Pencantuman klausula eksonerasi dalam perjanjian merupakan suatu *causa* yang dilarang oleh Undang-undang khususnya pasal 18 ayat 1 UUPK. *Causa* yang diperbolehkan merupakan syarat obyektif dari suatu perjanjian. Jika syarat obyektif dari perjanjian tidak dipenuhi akibat hukumnya adalah batal demi hukum. Hal ini sama dengan ketentuan pasal 18 ayat (3) UUPK menegaskan bahwa setiap klausula baku yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian yang mencantumkan ketentuan sebagaimana dimaksud ayat (1) di atas dinyatakan batal demi hukum. Jadi pencantuman klausula eksonerasi dalam sebuah perjanjian tidak memenuhi salah

satu syarat sahnya perjanjian yaitu *causa* yang diperbolehkan, sehingga perjanjian tersebut memiliki akibat hukum batal demi hukum.



BAB IV

PENUTUP

1. Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah diuraikan dalam bab-bab sebelumnya, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Transaksi jual beli barang dalam *e-commerce* merupakan hal yang baru khususnya di Indonesia. Dan untuk mengetahui keabsahaan kontrak melalui *e-commerce* selain hukum perjanjian di Indonesia juga dikaitkan dengan hukum perjanjian dari negara lain. Berdasarkan pasal 11 ayat (1) *Uncitral Model Law on Electronic Commerce*, pasal 8 ayat 1 Konvensi PBB dan pasal 1320 BW sama-sama menyatakan bahwa kontrak yang dibuat secara elektronik adalah sah. Keabsahan kontrak tidak menjadi titik berat melainkan semata-mata hanya pengakuan bahwa para pihak diberi kebebasan dalam memilih dalam cara bagaimana mereka membentuk kesepakatannya.
- b. Perjanjian dalam transaksi jual beli barang dalam *e-commerce* termasuk dalam dalam sebuah perjanjian baku, dimana pihak penjual telah menyiapkan format dari perjanjian yang harus disetujui pihak konsumen atau pembeli. Perjanjian baku yang memuat klausula baku diperbolehkan asalkan klausula-klausula yang ada didalamnya tidak bertentangan dengan pasal 18 UUPK. Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen mengatur tentang pencantuman klausula baku dan berdasarkan pasal 18

ayat (3) UUPK, klausula baku yang melanggar ketentuan pasal 18 ayat (1) dan (2) UUPK adalah batal demi hukum.

2. Saran

Dari rumusan masalah yang dipaparkan, dapat dirumuskan saran yang nantinya dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan, yaitu :

- a. Mengingat transaksi jual beli barang melalui *e-commerce* merupakan hal yang baru, seharusnya pemerintah segera membentuk sebuah peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai hal tersebut untuk lebih menjamin kepastian hukum sehingga dapat memberikan perlindungan hukum yang maksimal bagi konsumen dan menjamin integritas kontrak elektronik melalui *e-commerce*.
- b. Kontrak elektronik melalui *e-commerce* merupakan perjanjian yang sarat dengan klausula baku. Namun, di dalam konteks hubungan hukum antara pihak penjual dengan konsumen (*consumer contract*), hal ini menunjukkan ketidakseimbangan posisi tawar antara penjual dengan konsumen. Pihak penjual harus berhati-hati di dalam merumuskan klausula-klausula di dalam kontrak dengan tetap mencermati ketentuan pasal 18 UUPK.

DAFTAR BACAAN

BUKU

- Sitompul Asril, *Hukum Internet*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001.
- Daeng, Naja. H R, *Contract Drafting*, edisi revisi cetakan kedua, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006.
- Fuady, Munir, *Hukum Kontrak*, Buku Kedua, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003.
- Sjahdeini, Sutan R, *Kebebasan Berkontrak dan Perlindungan yang Seimbang Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Kredit Bank di Indonesia*, Institut Bankir Indonesia, Jakarta, 1993
- , *Kompilasi Hukum Kontrak*, Bagian Keempat, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001
- Badrulzaman, Mariam D, *Aneka Hukum Bisnis*, Alumni, Bandung, 1994
- , *Kompilasi Hukum Kontrak*, Bagian Keempat, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001
- Nieuwenhuis, J.H., *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*, terjemahan dari *Hoofstukken Verbintenissenrecht*, alih bahasa Djasadin Saragih, Fakultas Hukum Universitas Airlangga, Surabaya
- Makarim, Edmon, *Pengantar Hukum Telematika*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2005
- Mulyadi, Kartini dan Gunawan Widjaja, *Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2006
- Soenandar, Taryana, *Kompilasi Hukum Perikatan*, Bagian Kedua, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001
- Miru, Ahmad dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali pers, Jakarta, 2000,
- Panggabean, Henry P, *Penyalahgunaan Keadaan (Misbruik van Omstandigheden) Sebagai Alasan Baru Pembatalan Perjanjian*, Liberty, Yogyakarta, 2001

Rahardjo, Budi, *Mengimplementasikan Electronic Commerce di Indonesia*, PPAU Mikroelektronika, ITB, 1999, h. 5.

Phillips Jerry J, *Products Liability*, St. Paul Minnessota: West Publishing Company, 1993

PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Burgerlijk Wetboek (BW)

Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821

Rancangan Undang-Undang Republik Indonesia Tentang Pemanfaatan Teknologi Informasi

Uncitral Model Law on Electronic Commerce, 1996

United Nations Convention On the Use of Electronic Communications in International Cotracts 2005

ARTIKEL

Simamora, Yohanes Sogar, "Penyalahgunaan Keadaan Sebagai bentuk Pelanggaran Terhadap Asas Kebebasan Berkontrak", *Yuridika*, No. 4. Tahun VII, Juli-Agustus 1993

Zamzari Feny, *Perjanjian Lisensi software Clickwrap*, skripsi, Fakultas Hukum Airlangga 2007

SEMINAR

Simamora, Yohanes Sogar, "*Konvensi PBB Tentang Penggunaan Komunikasi Elektronik Dalam Kontrak Internasional*", disampaikan pada lokakarya Perancangan Kontrak Berdasarkan *the United Nations Convention on Use of Electronic Communications in International Commercial Contract*, Ruang 303 Fakultas Hukum Unair Surabaya, Jawa Timur, Kamis, 8 November 2007

PERKULIAHAN

Purnawanty, Jani, *Internet Contract*, Kuliah Hukum Perdagangan Melalui Media Internet, Fakultas Hukum Unair, tgl 18 april 2007.

-----, *Keamanan Informasi Pada Transaksi Internet Commerce*, Kuliah Hukum Perdagangan Melalui Media Internet, Fakultas Hukum Unair, tgl 25 april 2007

INTERNET WEBSITE

<http://www.hukumonline.com>, *Sumber Hukum E-commerce*, diakses pada tanggal 26 juni 2007.



AMAZON.COM

Conditions of Use

Welcome to Amazon.com. Amazon.com and its affiliates provide their services to you subject to the following conditions. **If you visit or shop at Amazon.com, you accept these conditions.** Please read them carefully. In addition, when you use any current or future Amazon.com service (e.g., Your Profile, Gift Certificates, Auctions, and Your Media Library) or visit or purchase from any business affiliated with Amazon.com, whether or not included in the Amazon.com Web site, you also will be subject to the guidelines and conditions applicable to such service or business. If these conditions are inconsistent with such guidelines and conditions, such guidelines and conditions will control.

PRIVACY

Please review our Privacy Notice, which also governs your visit to Amazon.com, to understand our practices.

ELECTRONIC COMMUNICATIONS

When you visit Amazon.com or send e-mails to us, you are communicating with us electronically. You consent to receive communications from us electronically. We will communicate with you by e-mail or by posting notices on this site. You agree that all agreements, notices, disclosures and other communications that we provide to you electronically satisfy any legal requirement that such communications be in writing.

COPYRIGHT

All content included on this site, such as text, graphics, logos, button icons, images, audio clips, digital downloads, data compilations, and software, is the property of Amazon.com or its content suppliers and protected by United States and international copyright laws. The compilation of all content on this site is the exclusive property of Amazon.com and protected by U.S. and international copyright laws. All software used on this site is the property of Amazon.com or its software suppliers and protected by United States and international copyright laws.

TRADEMARKS

AMAZON, AMAZON.COM, AMAZON.COM & Design, AMAZON.COM ANYWHERE, AMAZON.COM AUCTIONS, AMAZON.COM BOOKS, AMAZON.COM OUTLET, AMAZON.CA, AMAZON.CO.JP, AMAZON.CO.UK, AMAZON.DE, AMAZON.FR, JOYO, AMAZON CONNECT, AMAZON HONOR SYSTEM, AMAZON PRIME, AND YOU'RE DOING, ASSOCIATES CENTRAL, A2Z, BETTER TOGETHER, BIBLEFINDER, BOTTOM OF THE PAGE, DELIGHT-O-METER, DROP SHIP CENTRAL, EAMAZON, EARTH'S BIGGEST BOOKSTORE, EARTH'S BIGGEST SELECTION, GOLD BOX, HOLIDAY, IMPROVE YOUR HOLIDAY, LISTMANIA, LOOK INSIDE and design, NEW FOR YOU, 1-CLICK, PAYPAGE, PHEROMONE TRAIL, PINZON, PLANETALL, PURCHASE CIRCLES, SEARCH INSIDE!, SEARCH INSIDE THE BOOK, SELLER CENTRAL, SO YOU'D LIKE TO, STRATHWOOD, WRAP YOUR HOLIDAYS IN A SMILE, UNPAY, VENDOR CENTRAL, zSHOPS, and other Amazon.com graphics, logos, page headers, button icons, scripts, and service names

are trademarks, registered trademarks or trade dress of Amazon.com, Inc. or its affiliates in the U.S. and/or other countries. Amazon.com's trademarks and trade dress may not be used in connection with any product or service that is not Amazon.com's, in any manner that is likely to cause confusion among customers, or in any manner that disparages or discredits Amazon.com. All other trademarks not owned by Amazon.com or its affiliates that appear on this site are the property of their respective owners, who may or may not be affiliated with, connected to, or sponsored by Amazon.com or its affiliates.

PATENTS

One or more patents apply to this Site and to the features and services accessible via the Site, including without limitation: U.S. Patent Nos. 5,715,399; 5,960,411; 6,006,225; 6,029,141; 6,064,980; 6,144,958; 6,169,986; 6,185,558; 6,266,649; 6,317,722; 6,360,254; 6,366,910; 6,401,084; 6,466,918; 6,489,968; 6,606,619; 6,853,982; 6,853,993; 6,912,505; 6,917,922 and all corresponding foreign counterparts. Portions of this Site operate under license of U.S. Patent Nos. 5,708,780, 5,715,314, 5,909,492, 6,205,437 and 6,195,649. Portions of this site operate under license of United States Patent Nos. 5,717,860; 5,712,979; 5,819,285; and 5,812,769.

LICENSE AND SITE ACCESS

Amazon.com grants you a limited license to access and make personal use of this site and not to download (other than page caching) or modify it, or any portion of it, except with express written consent of Amazon.com. This license does not include any resale or commercial use of this site or its contents; any collection and use of any product listings, descriptions, or prices; any derivative use of this site or its contents; any downloading or copying of account information for the benefit of another merchant; or any use of data mining, robots, or similar data gathering and extraction tools. This site or any portion of this site may not be reproduced, duplicated, copied, sold, resold, visited, or otherwise exploited for any commercial purpose without express written consent of Amazon.com. You may not frame or utilize framing techniques to enclose any trademark, logo, or other proprietary information (including images, text, page layout, or form) of Amazon.com and our affiliates without express written consent. You may not use any meta tags or any other "hidden text" utilizing Amazon.com's name or trademarks without the express written consent of Amazon.com. Any unauthorized use terminates the permission or license granted by Amazon.com. You are granted a limited, revocable, and nonexclusive right to create a hyperlink to the home page of Amazon.com so long as the link does not portray Amazon.com, its affiliates, or their products or services in a false, misleading, derogatory, or otherwise offensive matter. You may not use any Amazon.com logo or other proprietary graphic or trademark as part of the link without express written permission.

YOUR ACCOUNT

If you use this site, you are responsible for maintaining the confidentiality of your account and password and for restricting access to your computer, and you agree to accept responsibility for all activities that occur under your account or password. Amazon.com does sell products for children, but it sells them to adults, who can purchase with a credit card. If you are under 18, you may use Amazon.com only with

involvement of a parent or guardian. Amazon.com and its affiliates reserve the right to refuse service, terminate accounts, remove or edit content, or cancel orders in their sole discretion.

REVIEWS, COMMENTS, COMMUNICATIONS, AND OTHER CONTENT

Visitors may post reviews, comments, and other content; send e-cards and other communications; and submit suggestions, ideas, comments, questions, or other information, so long as the content is not illegal, obscene, threatening, defamatory, invasive of privacy, infringing of intellectual property rights, or otherwise injurious to third parties or objectionable and does not consist of or contain software viruses, political campaigning, commercial solicitation, chain letters, mass mailings, or any form of "spam." You may not use a false e-mail address, impersonate any person or entity, or otherwise mislead as to the origin of a card or other content. Amazon.com reserves the right (but not the obligation) to remove or edit such content, but does not regularly review posted content.

If you do post content or submit material, and unless we indicate otherwise, you grant Amazon.com and its affiliates a nonexclusive, royalty-free, perpetual, irrevocable, and fully sublicensable right to use, reproduce, modify, adapt, publish, translate, create derivative works from, distribute, and display such content throughout the world in any media. You grant Amazon.com and its affiliates and sublicensees the right to use the name that you submit in connection with such content, if they choose. You represent and warrant that you own or otherwise control all of the rights to the content that you post; that the content is accurate; that use of the content you supply does not violate this policy and will not cause injury to any person or entity; and that you will indemnify Amazon.com or its affiliates for all claims resulting from content you supply. Amazon.com has the right but not the obligation to monitor and edit or remove any activity or content. Amazon.com takes no responsibility and assumes no liability for any content posted by you or any third party.

COPYRIGHT COMPLAINTS

Amazon.com and its affiliates respect the intellectual property of others. If you believe that your work has been copied in a way that constitutes copyright infringement, please follow our [Notice and Procedure for Making Claims of Copyright Infringement](#).

RISK OF LOSS

All items purchased from Amazon.com are made pursuant to a shipment contract. This means that the risk of loss and title for such items pass to you upon our delivery to the carrier.

PRODUCT DESCRIPTIONS

Amazon.com and its affiliates attempt to be as accurate as possible. However, Amazon.com does not warrant that product descriptions or other content of this site is accurate, complete, reliable, current, or error-free. If a product offered by

Amazon.com itself is not as described, your sole remedy is to return it in unused condition.

PRICING

Except where noted otherwise, the List Price displayed for products on our website represents the full retail price listed on the product itself, suggested by the manufacturer or supplier, or estimated in accordance with standard industry practice; or the estimated retail value for a comparably featured item offered elsewhere. The List Price is a comparative price estimate and may or may not represent the prevailing price in every area on any particular day. For certain items that are offered as a set, the List Price may represent "open-stock" prices, which means the aggregate of the manufacturer's estimated or suggested retail price for each of the items included in the set. Where an item is offered for sale by one of our merchants, the List Price may be provided by the merchant.

With respect to items sold by Amazon.com, we cannot confirm the price of an item until you order; however, we do NOT charge your credit card until after your order has entered the shipping process. Despite our best efforts, a small number of the items in our catalog may be mispriced. If an item's correct price is higher than our stated price, we will, at our discretion, either contact you for instructions before shipping or cancel your order and notify you of such cancellation.

Please note that this policy applies only to products sold and shipped by Amazon.com. Your purchases from third-party sellers using Amazon.com Payments are charged at the time you place your order, and third-party sellers may follow different policies in the event of a mispriced item.

OTHER BUSINESSES

Parties other than Amazon.com and its subsidiaries operate stores, provide services, or sell product lines on this site. For example, Ofoto.com offers Photo Services in our Camera and Photo store, and other businesses and individuals offer products in zShops and Auctions. In addition, we provide links to the sites of affiliated companies and certain other businesses. We are not responsible for examining or evaluating, and we do not warrant the offerings of, any of these businesses or individuals or the content of their Web sites. Amazon.com does not assume any responsibility or liability for the actions, product, and content of all these and any other third parties. You should carefully review their privacy statements and other conditions of use.

DISCLAIMER OF WARRANTIES AND LIMITATION OF LIABILITY

THIS SITE IS PROVIDED BY AMAZON.COM ON AN "AS IS" AND "AS AVAILABLE" BASIS. AMAZON.COM MAKES NO REPRESENTATIONS OR WARRANTIES OF ANY KIND, EXPRESS OR IMPLIED, AS TO THE OPERATION OF THIS SITE OR THE INFORMATION, CONTENT, MATERIALS, OR PRODUCTS INCLUDED ON THIS SITE. YOU EXPRESSLY AGREE THAT YOUR USE OF THIS SITE IS AT YOUR SOLE RISK.

TO THE FULL EXTENT PERMISSIBLE BY APPLICABLE LAW, AMAZON.COM DISCLAIMS ALL WARRANTIES, EXPRESS OR IMPLIED, INCLUDING, BUT NOT LIMITED TO, IMPLIED WARRANTIES OF MERCHANTABILITY AND FITNESS FOR A PARTICULAR

PURPOSE. AMAZON.COM DOES NOT WARRANT THAT THIS SITE, ITS SERVERS, OR E-MAIL SENT FROM AMAZON.COM ARE FREE OF VIRUSES OR OTHER HARMFUL COMPONENTS. AMAZON.COM WILL NOT BE LIABLE FOR ANY DAMAGES OF ANY KIND ARISING FROM THE USE OF THIS SITE, INCLUDING, BUT NOT LIMITED TO DIRECT, INDIRECT, INCIDENTAL, PUNITIVE, AND CONSEQUENTIAL DAMAGES.

CERTAIN STATE LAWS DO NOT ALLOW LIMITATIONS ON IMPLIED WARRANTIES OR THE EXCLUSION OR LIMITATION OF CERTAIN DAMAGES. IF THESE LAWS APPLY TO YOU, SOME OR ALL OF THE ABOVE DISCLAIMERS, EXCLUSIONS, OR LIMITATIONS MAY NOT APPLY TO YOU, AND YOU MIGHT HAVE ADDITIONAL RIGHTS.

APPLICABLE LAW

By visiting Amazon.com, you agree that the laws of the state of Washington, without regard to principles of conflict of laws, will govern these Conditions of Use and any dispute of any sort that might arise between you and Amazon.com or its affiliates.

DISPUTES

Any dispute relating in any way to your visit to Amazon.com or to products you purchase through Amazon.com shall be submitted to confidential arbitration in Seattle, Washington, except that, to the extent you have in any manner violated or threatened to violate Amazon.com's intellectual property rights, Amazon.com may seek injunctive or other appropriate relief in any state or federal court in the state of Washington, and you consent to exclusive jurisdiction and venue in such courts. Arbitration under this agreement shall be conducted under the rules then prevailing of the American Arbitration Association. The arbitrator's award shall be binding and may be entered as a judgment in any court of competent jurisdiction. To the fullest extent permitted by applicable law, no arbitration under this Agreement shall be joined to an arbitration involving any other party subject to this Agreement, whether through class arbitration proceedings or otherwise.

SITE POLICIES, MODIFICATION, AND SEVERABILITY

Please review our other policies, such as our [pricing policy](#), posted on this site. These policies also govern your visit to Amazon.com. We reserve the right to make changes to our site, policies, and these Conditions of Use at any time. If any of these conditions shall be deemed invalid, void, or for any reason unenforceable, that condition shall be deemed severable and shall not affect the validity and enforceability of any remaining condition.

OUR ADDRESS

Amazon.com, Inc.
P.O. Box 81226
Seattle, WA 98108-1226
<http://www.amazon.com>

Notice and Procedure for Making Claims of Copyright Infringement

If you believe that your work has been copied in a way that constitutes copyright infringement, please provide Amazon.com's copyright agent the written information

specified below. Please note that this procedure is exclusively for notifying Amazon.com and its affiliates that your copyrighted material has been infringed.

- An electronic or physical signature of the person authorized to act on behalf of the owner of the copyright interest;
- A description of the copyrighted work that you claim has been infringed upon;
- A description of where the material that you claim is infringing is located on the site, including the auction ID number, if applicable;
- Your address, telephone number, and e-mail address;
- A statement by you that you have a good-faith belief that the disputed use is not authorized by the copyright owner, its agent, or the law;
- A statement by you, made under penalty of perjury, that the above information in your notice is accurate and that you are the copyright owner or authorized to act on the copyright owner's behalf.

Amazon.com's Copyright Agent for notice of claims of copyright infringement on its site can be reached as follows:

Copyright Agent
Amazon.com Legal Department
P.O. Box 81226
Seattle, WA 98108
phone: (206) 266-4064
fax: (206) 266-7010
e-mail: copyright@amazon.com
Courier address:
Copyright Agent
Amazon.com Legal Department
1200 12th Avenue South, Suite 1200
Seattle, WA 98144-2734
USA

Tax: