



LAPORAN PENELITIAN  
DIPA PNBP UNIVERSITAS AIRLANGGA  
TAHUN ANGGARAN 2006

**TELAAH SUBSTANSI KONTRAK JUAL BELI DALAM  
TRANSAKSI INTERNET COMMERCE SEBAGAI SARANA  
PERLINDUNGAN HUKUM KEPADA PEMBELI**

Peneliti:

**Intan Innayatun Soeparma, S.H., M.H.  
Jani Purnawanty, S.H., S.S., LL.M.**

**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

Dibiayai oleh DIPA Penerimaan Negara Bukan Pajak  
Universitas Airlangga Tahun 2006  
SK Rektor Universitas Airlangga Nomor 4017/J03/PP/2006  
Tanggal 2 Juni 2006  
Nomor Urut 23

**FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

**Nopember, 2006**

- CONTRACTS  
- ELECTRONIC COMMERCE



LAPORAN PENELITIAN  
DIPA PNPB UNIVERSITAS AIRLANGGA  
TAHUN ANGGARAN 2006

**TELAAH SUBSTANSI KONTRAK JUAL BELI DALAM  
TRANSAKSI INTERNET COMMERCE SEBAGAI SARANA  
PERLINDUNGAN HUKUM KEPADA PEMBELI**

Peneliti:

Intan Innayatun Soeparma, S.H., M.H.  
Jani Purnawanty, S.H., S.S., LL.M.

KKB  
KK-2

LP 67/08

Soe  
t

**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

Dibiayai oleh DIPA Penerimaan Negara Bukan Pajak  
Universitas Airlangga Tahun 2006

SK Rektor Universitas Airlangga Nomor 4017/J03/PP/2006  
Tanggal 2 Juni 2006  
Nomor Urut 23

**FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

Nopember, 2006





IR – PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA  
 DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL  
 UNIVERSITAS AIRLANGGA

LEMBAGA PENELITIAN DAN  
 PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Kampus C Unair, Jl. Mulyorejo Surabaya 60115 Telp. (031) 5995246, 5995248, 5995247 Fax. (031) 5962066  
 E-mail : infolemlit@unair.ac.id - http://lppm.unair.ac.id

IDENTITAS DAN PENGESAHAN  
 LAPORAN AKHIR HASIL PENELITIAN

Judul Penelitian	: TELAAH SUBSTANSI KONTRAK JUAL BELI DALAM TRANSAKSI INTERNET-COMMERCE SEBAGAI SARANA PERLINDUNGAN HUKUM KEPADA PEMBELI
a. Macam Penelitian	: <input type="checkbox"/> Fundamental <input type="checkbox"/> Terapan <input type="checkbox"/> Pengembangan
b. Katagori Penelitian	: <input type="checkbox"/> I <input type="checkbox"/> II <input type="checkbox"/> III
Kepala Proyek Penelitian	
a. Nama lengkap dan Gelar	: Intan Innayatun Soeparma, S.H., M.H.
b. Jenis Kelamin	: Perempuan
c. Pangkat/Golongan/NIP	: Penata Muda Tk. I/III-b
d. Jabatan Sekarang	: Asisten Ahli
e. Fakultas/Puslit/Jurusan	: Fakultas Hukum
f. Univ./Ins/Akademi	: Universitas Airlangga
g. Bidang ilmu yang diteliti	: Hukum Internet-Commerce
Jumlah Tim Peneliti	: 1 (satu) orang
Lokasi Penelitian	: Surabaya
Kerjasama dengan Instansi Lain	:
a. Nama Instansi	: _____
b. Alamat	: _____
Jangka waktu penelitian	: 5 (lima) bulan
Biaya yang diperlukan	: Rp. 6.000.000,-
Seminar Hasil Penelitian	
a. Dilaksanakan Tanggal	: ( ) Baik Sekali (✓) Baik
b. Hasil Penelitian	: ( ) Sedang ( ) Kurang

Surabaya, Oktober 2006

Mengetahui/Mengesahkan  
 a.n. Rektor  
 Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat  
 Universitas Airlangga,



Prof.Dr.H. Sarmanu, M.S.  
 NIP 130 701 125

## R I N G K A S A N

### TELAAH SUBSTANSI KONTRAK JUAL BELI DALAM TRANSAKSI INTERNET-COMMERCE SEBAGAI SARANA PERLINDUNGAN HUKUM KEPADA PEMBELI

(2006, 58 halaman)

Intan Innayatun Soeparna, Jani Purnawanty

Bagian Hukum Internasional - Fakultas Hukum - Universitas Airlangga  
Kampus B Jl. Dharmawangsa Dalam Selatan, Surabaya 60286  
Tel. 031-5025151, 5023252 Fax. 031-5020454

Dibiayai oleh DIPA PNBP Universitas Airlangga Tahun Anggaran 2006  
Nomor S.K. Rektor 4017/J03/PP/2006 Tanggal 2 Juni 2006

Penelitian ini ditujukan untuk mendapatkan gambaran riil atas perlindungan konsumen dalam Kontrak Jual Beli di Internet berangkat dari anggapan bahwa bertransaksi di Internet itu tidak aman dan pihak konsumen berada dalam posisi yang rentan. Disamping itu penelitian ini dimaksudkan pula untuk mengidentifikasi permasalahan dan titik-titik lemah apa saja yang terdapat dalam Kontrak Jual Beli yang berkaitan dengan kepentingan pemenuhan kebutuhan konsumen dan memberikan rekomendasi perbaikan substansi sebagai upaya memberikan perlindungan yang lebih memadai dan proporsional kepada konsumen sesuai norma hukum yang berlaku.

Dalam penelitian ini pendekatan masalah yang dipergunakan adalah pendekatan sosiologis yuridis. Pendekatan sosiologis dipergunakan untuk: (1) Melihat kecenderungan sikap dan perilaku masyarakat –dalam hal ini adalah vendor-berkenaan dengan obyek penelitian; (2) Melihat bagaimana peraturan perundang-undangan dimaksimalkan fungsinya sebagai *umbrella act* dan *governing law* pada transaksi I-Commerce; (3) Mengukur dan menetapkan apakah rekomendasi perbaikan substansi Kontrak Jual Beli di Internet *valid and enforceable*. Sedangkan yang dimaksud dengan pendekatan yuridis adalah melakukan analisa dan kajian normatif terhadap peraturan perundang-undangan yang relevan dengan topik penelitian guna menelusuri peraturan perundang-undangan apa sajakah yang mempunyai daya jangkau dan relevan terhadap permasalahan yang tengah diteliti.

Kontrak Jual Beli pada situs-situs Internet yang mencantumkan: alamat darat secara lengkap dan detail; memberikan deskripsi barang yang lengkap, jelas, dan benar; memberikan pelayanan purna jual; menyediakan beberapa pilihan jasa pengiriman barang dan asuransi; memberikan jaminan privasi data pembeli;

memberikan jaminan keaslian barang dengan mencantumkan pernyataan HKI; dan memberikan penjelasan tentang status hukum dan pembatasan tanggung gugat tentang link dengan situs lain merupakan situs yang secara proporsional mengakomodasi kepentingan pembeli sehingga cukup memberikan perlindungan hukum yang memadai kepada para pembelinya.

Perumusan klausula Kontrak Jual Beli pada transaksi I-Commerce yang memberikan perlindungan hukum kepada pembeli adalah dengan menggunakan bahasa yang jelas dan ringkas dengan menggunakan susunan kata yang sederhana sehingga mudah dimengerti oleh calon pembeli. Selain itu, klausula Kontrak Jual Beli seharusnya dikonstruksi sedemikian rupa sehingga tersusun dan terorganisir dengan rapi dan tertata sehingga mudah dibaca dan dipahami oleh pengaksesnya. Selanjutnya, klausula Kontrak Jual Beli dituliskan dengan pilihan font, ukuran font, dan format paragraf yang mudah dan nyaman dibaca –tidak terlalu kecil dan rapat– sehingga calon pembeli atau pembeli berkesempatan untuk menelaah dengan seksama substansi kontrak yang hendak dimasukinya. Pada akhirnya, keseluruhan Kontrak Jual Beli seharusnya ditempatkan pada bagian awal proses transaksi atau pada halaman yang mudah dilihat, dibaca, dan dipelajari oleh pengakses situs meskipun yang bersangkutan tidak melakukan transaksi.

Situs-situs I-Commerce di Indonesia yang menjadi obyek penelitian telah cukup lengkap mencantumkan klausula-klausula yang memberikan perlindungan kepada para pembelinya. Akan tetapi, manakala dibandingkan dengan kelengkapan klausula Kontrak Jual Beli yang disediakan oleh situs-situs I-Commerce luar negeri yang menjadi obyek penelitian, tampak perlindungan konsumen yang diberikan vendor di Indonesia kurang memadai, kurang lengkap, dan kurang terinci. Situs-situs yang memperjualbelikan komoditas dengan reputasi internasional telah dengan seksama mengakomodasi kepentingan para pembelinya, sedangkan situs-situs di Indonesia – meskipun sudah cukup memadai dalam memberikan perlindungan kepada para pembelinya– tetap perlu melengkapi substansi klausula-klausula dalam situsnya agar dapat lebih memberikan perlindungan kepada pembelinya. Oleh karenanya hendaknya situs-situs di Indonesia terus berupaya untuk menyempurnakan substansi Kontrak Jual Belinya dengan terus melakukan evaluasi dan perbaikan sehingga dapat memberikan perlindungan hukum yang lebih memadai kepada para pembelinya.

**A B S T R A C T**

**REVIEW ON SUBSTANCES OF INTERNET-COMMERCE SALE PURCHASE  
CONTRACT TO PROVIDE LEGAL PROTECTION TO THE PURCHASER**

(2006, 58 halaman)

**Intan Innayatun Soeparna, Jani Purnawanty**

Bagian Hukum Internasional - Fakultas Hukum - Universitas Airlangga  
Kampus B Jl. Dharmawangsa Dalam Selatan, Surabaya 60286  
Tel. 031-5025151, 5023252 Fax. 031-5020454

Dibiayai oleh DIPA PNBP Universitas Airlangga Tahun Anggaran 2006  
Nomor S.K. Rektor 4017/J03/PP/2006 Tanggal 2 Juni 2006

This research aims to earn facts on consumer protection on Internet-Commerce (I-Commerce) departing from the assumption that doing Internet transaction is unsafe and placing consumer in weak unfortunate position. Also, this research aims to identify the problems and loop holes existed in the I-Commerce Contract relating to the consumer needs as well as offer recommendations to provide better legal protection to consumers. Approach used in this research is sociological juridical. Sociological approach applies to scan the behavior of all parties involved in the I-Commerce, to maximize the function of law as an umbrella act and governing law to I-Commerce, as well as to measure and determine the validity and enforceability of such clauses. Juridical approach is to analyze which law applicable to such issue.

Clauses on I-Commerce contract have to include the postal address, provide the after sale service, provide alternative for transporting the goods and insurance, provide data security and data privacy, provide a certainty on genuine of the goods, as well as provide explanation on liability limitation. Such clauses regards sufficiently provide legal protection to consumer. Those clauses have to be printed in such a proper font and size, easy to read and notify, place in front of site, so that accessible even by non-buyer. Sites launched in Indonesia sufficiently provide protection to consumer, even site launched outside Indonesia provide higher level of protection.

**Key words:** Sale Purchase Contract, Internet-Commerce, consumer protection

## **KATA PENGANTAR**

Dengan selesainya Laporan Penelitian ini, hal pertama yang kami lakukan adalah mengucapkan puji syukur tiada batas kepada Allah Yang Maha Kuasa karena semata hanya karena perkenanNya lah penelitian ini akhirnya dapat dituntaskan. Selanjutnya, kepada semua pihak yang memungkinkan penelitian ini dilaksanakan, kami menyampaikan terima kasih. Manakala hasil penelitian ini terdapat banyak kelemahan, maka inilah hasil maksimal yang dapat kami berikan. Untuk itu, atas segala kekurangsempurnaan, ketidaktepatan, dan kelalaian dalam penulisan laporan ini kami mohonkan teguran, koreksi, dan saran konstruktif agar dapat dilakukan perbaikan dan penyempurnaan sehingga keberadaan laporan penelitian ini tidak sesat dan menyesatkan.

Akhirnya, dalam segala keterbatasan kami memberanikan diri untuk berharap semoga sedikit yang kami tulis ini berguna, bermanfaat, dan dapat memberikan setitik sumbangsih pada ranah akademis.

Surabaya, 20 Oktober 2006

Peneliti,

Intan Innayatun Soeparma

Jani Purnawanty

## DAFTAR ISI

### **BAB I       PENDAHULUAN**

1. Latar Belakang Permasalahan
2. Rumusan Masalah

### **BAB II       TINJUAN PUSTAKA**

1. Aspek Hukum pada Transaksi Internet-Commerce
2. Kontrak Online Berdasarkan UNCITRAL Model Law Tahun 2000
3. Aspek Hukum Perlindungan Konsumen pada Transaksi Internet-Commerce

### **BAB III       TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN**

### **BAB IV       METODE PENELITIAN**

### **BAB V       HASIL DAN PEMBAHASAN**

1. Format Kontrak Online
2. Substansi Kontrak pada Transaksi Internet-Commerce
3. Analisa Substansi Kontrak pada Transaksi Internet-Commerce Berdasarkan Kepentingan Pembeli

### **BAB VI       PENUTUP**

1. Kesimpulan
2. Saran

### **DAFTAR PUSTAKA**



## BAB I PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang Permasalahan

Dampak teknologi Internet [*interconnected-network*]<sup>1</sup> pada ranah bisnis, utamanya perdagangan, sangat luas dan signifikan. Asosiasi Penyedia Jaringan Internet Indonesia [APJII] mencatat bahwa pemakai Internet meningkat 100% tiap tahun mulai tahun 1998 s/d 2000, sementara jumlah pemakai Internet dari tahun 2001 s/d 2002 melonjak hingga 200% dari tahun sebelumnya<sup>2</sup>. Figur ini menunjukkan bahwa aktifitas bisnis pada media Internet di masa mendatang berprospek positif. Pemakai Internet pada tahun 1998 yang hanya 512.000 meningkat tajam menjadi 8.000.000 pemakai sampai akhir tahun 2002 sedangkan pada tahun 2005 tercatat 1.500.000 pelanggan Internet dan 16.000.000 pemakai Internet.<sup>3</sup> Lonjakan signifikan ini menandakan bahwa dari hari ke hari semakin banyak orang Indonesia yang mempergunakan fasilitas Internet dalam aktifitas sehari-hari. Pula, semakin canggihnya perkembangan teknologi dan relatif makin meningkatnya kesejahteraan masyarakat Indonesia di kota-kota besar menjadikan Internet relatif mudah dijangkau dan diakses.

<sup>1</sup> Internet singkatan dari 'interconnected-network' adalah jaringan yang menghubungkan komputer satu dengan yang lain di seluruh dunia. Untuk mendapatkan akses internet diperlukan perangkat komputer dengan modem, saluran telekomunikasi [baik dari fix-phone line, cellular, radio-wave, bahkan transmisi satelit], dan program software yang memungkinkan terjadi komunikasi dan link antar perangkat.

<sup>2</sup> Asosiasi Penyedia Jaringan Internet Indonesia, "Perkiraan Jumlah Pelanggan dan Pemakai Internet s/d Akhir 2002," **APJII**, <http://www.apjii.or.id> kunjungi pada 28 September 2006. Perkiraan resmi dari APJII terhadap jumlah pelanggan dan pemakai internet selama ini dan perkiraan sampai akhir tahun 2006 adalah sesuai dengan tabel berikut:

Tahun	Pelanggan	Pemakai
1998	134.000	512.000
1999	256.000	1.000.000
2000	400.000	1.900.000
2001	581.000	4.200.000
2002	667.002	4.500.000
2003	865.706	8.080.534
2004	1.087.428	11.226.143
2005*	1.500.000	16.000.000

<sup>3</sup> Ibid.



Fenomena peningkatan pemakai Internet juga makin dipertegas dengan tumbuh pesatnya volume perdagangan secara elektronik dari angka USD 1.400 menjadi USD 4.200 per tahun menurut catatan awal tahun 2000<sup>4</sup>. Hal ini semakin meyakinkan bahwa aktifitas bisnis Electronic-Commerce (selanjutnya disebut E-Commerce)<sup>5</sup> tidak saja sekedar marak, tetapi telah berada pada kondisi pasar yang dinamis dan prospektif.

Ironisnya, catatan menggembirakan mengenai prospek bisnis E-Commerce tidak dilmbangi dengan pengawalan yuridis yang memadai mengingat data tindak pidana melalui atau dengan memanfaatkan fasilitas Internet pun meningkat tak kalah tajam baik dari sisi kuantitas juga kualitas. Catatan tindak pidana berkenaan dengan Internet yang paling banyak terjadi adalah pembobolan kartu kredit dalam transaksi E-Commerce, situs-situs yang memuat pornografi atau prostitusi terselubung, disusul dengan sengketa nama domain, perusakan situs [*cracking*], pembongkaran password dalam suatu situs<sup>6</sup> untuk mengakses data rahasia [*hacking*]. Meskipun data tentang kasus *wanprestatie*<sup>7</sup> dalam E-Commerce tidak mencuat bahkan tidak banyak dipublikasikan, akan tetapi asumsi bahwa bertransaksi di Internet itu beresiko tinggi masih menjadi stigma bagi sebagian besar masyarakat di Indonesia. Jika pemahaman yang demikian terjadi pada awal tahun 1900-an, mungkin

<sup>4</sup> "Volume Perdagangan Elektronik Tumbuh Pesat," *Kompas*, 5 Juli 2000, <http://www.kompas.co.id> dikunjungi pada 24 Maret 2004.

<sup>5</sup> Berdasarkan Electronic-Commerce Expert Group [ECEG], Electronic-Commerce didefinisikan sebagai "a broad concepts that covers any commercial transaction that is affected via electronic means and would include such means as facsimile, telex, EDI, Internet, and the telephone." APEC, [www.apec-eceg.org](http://www.apec-eceg.org) dikunjungi pada 15 September 2006.

<sup>6</sup> Situs adalah alih bahasa dari kata dalam Bahasa Inggris "site" yang artinya *place where something is, happens, or is done*. Dalam perbincangan mengenai Internet, situs biasanya dimaksudkan sebagai tampilan berbasis www ['world wide web'] atau disingkat 'website' dimana pengakses dapat sekedar melihat isi tampilan atau berinteraksi atau bertransaksi pada situs yang memang khusus dirancang sebagai virtual-outlet.

<sup>7</sup> Perbuatan-perbuatan yang dikategorikan sebagai wanprestatie adalah (1) **non-performance**, yaitu tidak melaksanakan sama sekali hal-hal yang menjadi prestatie suatu pihak sehingga menimbulkan kerugian pada pihak lain dalam kontrak, seperti: berkewajiban menunaikan pembayaran, tetapi pembayaran tidak ditunalkan sama sekali; (2) **late performance**, yaitu melaksanakan prestatie tetapi tidak dilaksanakan tepat pada waktu yang diperjanjikan, seperti contoh: berkewajiban menunaikan pembayaran pada tanggal 10 Januari 2006, akan tetapi pembayaran baru dilaksanakan pada 17 Pebruari 2006; (3) **non-sufficient performance**, yaitu melaksanakan prestatie tetapi baik secara kualitas (yaitu material, warna, corak, ukuran, bentuk, aroma, yaitu rasa) atau kuantitas (jumlah) tidak sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan, seperti: kontrak jual beli selendang sutra motif polkadot warna gading ukuran 45cmx80cm tepian dibordir sebanyak 100 lembar. Akan tetapi yang dikirimkan adalah selendang polyester motif polkadot warna kuning ukuran 80cmx80cm tepian berenda hanya sejumlah 86 lembar. Perbuatan wanprestatie di atas dapat terjadi secara sendiri-sendiri atau dapat terjadi secara kombinasi.

anggapan tersebut mendekati kebenaran. Akan tetapi mengingat jumlah pemakai Internet berikut volume bisnis E-Commerce meningkat positif dari tahun ke tahun, seharusnya kekhawatiran dan keengganan untuk bertransaksi dengan media Internet semakin menipis.

Wanprestatie adalah resiko setiap transaksi, tanpa memandang apakah itu transaksi virtual ataukah transaksi riil. Hanya saja pemulihan hak pihak yang dirugikan pada transaksi riil lebih memungkinkan untuk dilakukan. Sedangkan jika pada transaksi virtual, problematika yang pelik meghadapang, seperti bagaimana jika ternyata gerai virtual dimana ia melakukan transaksi ternyata situs<sup>8</sup> fiktif yang mentah-mentah menipu para pengaksesnya; bagaimana cara pembeli mengklaim tuntutan ganti rugi atas keterlambatan pengiriman barang, sementara menghubungi vendor saja sudah suatu hal yang memberatkan. Hal-hal yang dipaparkan di atas merupakan cuplikan kecil dan masih bersifat asumsi umum atas resiko-resiko yang potensial dihadapi oleh para pembeli. Untuk itu perlu lebih digali hal-hal apa yang sesungguhnya krusial dihadapi oleh pembeli yang bertransaksi online serta melihat bagaimanakah realita perumusan substansi kontrak yang terdapat di situs-situs I-Commerce dewasa ini.

Sampai saat ini Indonesia belum juga mengundang UU khusus berkenaan dengan aktifitas bisnis berbasis Internet.<sup>9</sup> Sejauh ini aktifitas bisnis yang bersentuhan dengan Internet sekedar diatur dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia sepanjang relevan dan terkait<sup>10</sup> sehingga pengaturannya acapkali tidak memadai, tidak

<sup>8</sup> Situs adalah alih bahasa dari kata dalam Bahasa Inggris "site" yang artinya place where something is, happens, or is done. Dalam perbincangan mengenai Internet, situs biasanya dimaksudkan sebagai tampilan berbasis www ["world wide web"] atau disingkat 'website' dimana pengakses dapat sekedar melihat isi tampilan atau berinteraksi dan atau bertransaksi pada situs yang memang khusus dirancang sebagai virtual-outlet.

<sup>9</sup> Universitas Indonesia dan Universitas Padjajaran dalam rangka penyusunan UU tentang Internet sama-sama menggunakan istilah Telematika dalam RUU yang disusunnya. RUU Telematika telah dibuat pada akhir tahun 1999, tetapi hingga sekarang belum juga diundangkan. Sedangkan regulasi berkenaan dengan Infrastruktur Internet dan Telekomunikasi antara lain seperti KepMen No. 2 Th. 2005 tentang Penggunaan Pita Frekuensi 2400 - 2483.5 MHz, KepMen No. 33 Th. 2004 tentang Pengawasan Kompetisi yang Sehat dalam Penyelenggaraan Jaringan Tetap dan Penyelenggaraan Jasa Teleponi Dasar, Instruksi Presiden RI No.3 Th. 2003 tentang Kebijakan dan Strategi Nasional Pengembangan E-Government, atau KepMen No. 23 Th. 2002 tentang Penyelenggaraan Jasa Internet Teleponi Untuk Keperluan Publik. Asosiasi Penyedia Jaringan Internet Indonesia, "Regulasi," APJII, <http://www.apjii.or.id> kunjungi pada 20 September 2006.

<sup>10</sup> Peraturan perundang-undangan yang dipandang relevan dan terkait dengan permasalahan hukum di Internet misalnya tentang Perlindungan atas Privasi Data Pribadi adalah UU No. 7 Th. 1971 tentang Ketentuan Pokok Kearsipan, UU No. 23 Th. 1992 tentang Kesehatan, UU No. 8 Th. 1997 tentang Dokumen Perusahaan, UU No. 10 Th. 1998 tentang Perubahan UU No. 7 Th. 1992

komprehensif, dan masih bersifat sporadis. Meskipun pengaturan yang memanfaatkan Hukum Positif yang tersedia seperti ini tidak terlalu tepat menjawab permasalahan-permasalahan yuridis yang timbul, tetapi hal ini dipandang relatif memadai tinimbang terjadi kevakuman hukum.<sup>11</sup>

Masalah yang khusus berkenaan dengan Internet-Commerce (I-Commerce)<sup>12</sup> biasanya diatur pertama dan utamanya melalui Kontrak Jual Beli yang disediakan vendor<sup>13</sup> dalam situs<sup>14</sup> I-Commercenya. Kontrak Jual Beli di

tentang Perbankan (berkenaan dengan masalah rahasia bank), UU No. 39 Th. 1999 tentang Hak Asasi Manusia, UU No. 36 Th. 1999 tentang Telekomunikasi. Hadi Indrayanto, "Perlindungan Hukum atas Privasi Data Pribadi di Internet", Skripsi, Fakultas Hukum Universitas Airlangga, Surabaya, 2003, Hal. 39-46. Contoh lain adalah pengaturan tentang Cek Elektronik mengacu pada ketentuan pembayaran tentang cek menurut KUHD, UU No. 23 Th. 1999 tentang Bank Indonesia, dan UU No. 7 Th. 1992 tentang Perbankan sebagaimana telah diubah dengan UU No. 8 Th. 1998. Eko Wahyudi, "Perlindungan Hukum Penggunaan Cek Elektronik sebagai Alat Pembayaran dalam I-Commerce", Skripsi, Fakultas Hukum Universitas Airlangga, Surabaya, 2004, Hal. 45-48.

<sup>11</sup> Terdapat dua pendekatan yuridis dalam penanganan masalah Internet. Pertama, dengan menggunakan peraturan perundang-undangan yang sudah ada sesuai dengan relevansi dan kepentingannya --meskipun untuk itu sangat terasa ketidaktepatan penerapan mengingat paradigma Internet yang paperless dan intangible sangat berbeda dengan paradigma bangun peradaban manusia selama ini yang bersifat paper-based, fix, and tangible pattern. Kedua, idealnya diundangkan UU yang memang khusus mengakomodasi keunikan dan spesifikasi Internet, tetapi proses pembuatan dan pengundangan suatu produk yuridis memerlukan waktu lama, sehingga pada saat UU itu diundangkan, substansi pengaturannya mungkin sudah tidak relevan lagi dengan kondisi yang tengah terjadi mengingat perkembangan teknologi komputasi demikian pesat.

<sup>12</sup> Acapkali awam mempersamakan pengertian E-Commerce dan I-Commerce, padahal keduanya berbeda, meskipun masih mempunyai keterkaitan. E-Commerce secara mudah dipahami sebagai transaksi jual beli secara elektronik dengan memanfaatkan atau difasilitasi oleh peralatan elektronik. Lihat Footnote No. 5.

Komponen E-Commerce adalah (i) commerce/jual beli/perdagangan; (ii) electronic/tidak manual/dijalankan dengan menggunakan energi listrik; (iii) melibatkan tahapan data input, processing, dan output yang dijalankan dengan sistem komputerisasi. Sementara I-Commerce melibatkan komponen (i), (ii), dan (iii) sebagaimana terdapat pada transaksi E-Commercen ditambah dengan faktor (iv) interconnected communication and networking system yang memungkinkan para pihak dalam transaksi saling berhubungan dan berkomunikasi secara simultan dan timbal balik. Jika penggunaan istilah E-Commerce dimaksudkan untuk aktifitas transaksi online menggunakan perangkat komputer dengan menggunakan fasilitas komunikasi Internet, maka sesungguhnya hal di atas lebih tepat diistilahkan sebagai I-Commerce tinimbang E-Commerce. Jani Purnawanty, "Pemahaman Dasar Internet-Commerce", Bahan Kuliah m.k. Hukum E-Commerce, Fakultas Hukum Universitas Airlangga, Surabaya, Semester Genap Tahun Ajaran 2002-2003.

<sup>13</sup> Pihak penjual dalam transaksi I-Commerce lazim disebut "vendor" atau "merchant".

<sup>14</sup> Situs adalah alih bahasa dari kata dalam Bahasa Inggris "site" yang artinya place where something is, happens, or is done. Dalam perbincangan mengenai Internet, situs biasanya dimaksudkan sebagai tampilan berbasis www ["world wide web"] atau disingkat "website" dimana pengakses dapat sekedar melihat isi tampilan atau berinteraksi dan/atau bertransaksi pada situs yang memang khusus dirancang sebagai virtual-outlet.

Internet biasanya berbentuk kontrak baku. Kontrak baku secara mudah dapat diartikan sebagai kontrak dimana klausula-klausula yang tercantum di dalamnya telah ditetapkan dan ditentukan secara sepihak substansinya oleh vendor dan pembeli tidak mempunyai peluang untuk menegosiasi apalagi merubah isi kontrak tersebut. Posisi tidak berimbang jelas tampak pada skema seperti ini, posisi pembeli tersubordinasi sementara vendor menempati posisi superior pada transaksi I-Commerce. Hal ini yang menjadi alasan utama untuk meyakini bahwa transaksi online itu riskan bagi pembeli. Wajar apabila vendor dalam menetapkan substansi Kontrak Jual Beli melalui situsnya lebih mementingkan posisinya meskipun seharusnya substansi kontrak disusun secara proporsional dan memadal dalam mengakomodasi kepentingan para pihak.

Berangkat dari pemahaman bahwa pebisnis yang memilih menjalankan usahanya melalui media Internet berkepentingan untuk membangun rasa aman dan nyaman dalam bertransaksi bagi para konsumennya, maka apabila pebisnis gagal memberikan rasa aman dan nyaman, hal tersebut jelas akan berpengaruh negatif terhadap kelangsungan bisnisnya. Pebisnis akan berhadapan dengan resiko kehilangan konsumen karena tentu saja konsumen tidak akan berminat atau bertahan pada lahan transaksi yang beresiko bagi kepentingan dirinya. Kehilangan konsumen artinya kehilangan pasar yang pada gilirannya akan menghapuskan peluang usaha. Jika kekhawatiran dan keengganan yang kerap dirasakan oleh banyak calon pembeli tidak segera dicarikan solusinya maka mungkin saja terjadi stagnasi bahkan penyusutan volume transaksi. Oleh karenanya perlu untuk menuntaskan permasalahan dan tidak mendiampikannya sehingga terus menjadi kekuatiran yang tidak mendapatkan jawaban dan penyelesaian hukum yang tepat dan seksama.

Vendor adalah pihak yang dipandang paling berkepentingan untuk menyediakan pemenuhan kebutuhan pembeli akan rasa aman dan nyaman dalam bertransaksi. Sesuai dengan topik penelitian ini, yang akan menjadi perhatian utama adalah bagaimana vendor memenuhi kebutuhan para pembelinya akan rasa aman dan nyaman dalam berbelanja yang tercermin dalam kontrak yang wajib disepakati oleh kedua belah pihak sebagai bukti awal adanya perikatan diantara para pihak.

Untuk itu, lingkup penelitian ini adalah situs-situs I-Commerce yang memperjualbelikan komoditas yang kerap ditransaksikan di Internet. Situs

yang paling banyak diteliti adalah situs yang *dilaunching* di Indonesia dengan harapan penelitian ini dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang potret perlindungan hukum bagi pembeli yang bertransaksi di situs I-Commerce di Indonesia.

Selain situs I-Commerce di Indonesia, situs-situs I-Commerce dari beberapa negara, seperti Amerika Serikat, Jerman, dan Singapura, juga akan diteliti sebagai bahan perbandingan. Ketiga negara maju tersebut dirujuk sebagai perbandingan agar diketahui bagaimanakah kepentingan dan kebutuhan pembeli diakomodasi dalam substansi Kontrak Jual Belinya. Di negara maju yang terdepan di bidang teknologi, intensitas aktifitas Internet dan I-Commerce relatif tinggi, telah memiliki perangkat perundang-undangan khusus berkenaan dengan Internet, serta memiliki sejarah hukum yang relatif lebih mapan, diharapkan akan diketahui apakah terdapat langkah maju yang dapat diadaptasi dalam upaya perbaikan substansi kontrak di situs-situs I-Commerce di Indonesia.

## **2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan di atas, maka permasalahan yang diteliti adalah:

1. Apakah Kontrak Jual Beli pada situs-situs Internet telah secara proporsional mengakomodasi kepentingan pembeli sehingga memberikan perlindungan hukum yang memadai?;
2. Seperti apakah perumusan klausula Kontrak Jual Beli pada transaksi I-Commerce yang memberikan perlindungan hukum kepada pembeli?.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 1. Aspek Hukum Kontrak pada Transaksi Internet-Commerce

Ketika belum ada Hukum Positif yang secara khusus mengatur masalah I-Commerce atau, jika pun ada, pengaturannya bersifat spordis dan tidak dapat secara persis dan tepat menjawab permasalahan hukum yang timbul, maka yang menjadi garda terdepan dalam pengaturan transaksi jual beli melalui media Internet adalah kontrak yang menandai terjadinya hubungan hukum/perikatan antara para pihak.

Dalam kehidupan sehari-hari kata "perjanjian" atau "kontrak" sering dipergunakan. Jika mendengar kata "perjanjian" maka yang pertama terlintas dalam pikiran adalah suatu kewajiban yang harus dilaksanakan dan suatu hak yang harus dipenuhi. Pertama-tama harus dipahami terlebih dahulu bahwa sebenarnya ada perbedaan antara pengertian tentang "perikatan" dengan pengertian tentang "perjanjian" atau "kontrak". Perikatan adalah istilah untuk hubungan hukum antara para pihak, sedangkan perjanjian atau kontrak (istilah perjanjian untuk aktifitas bisnis) adalah istilah untuk peristiwa hukum yang melahirkan perikatan. Berdasarkan Buku III KUHPerduta<sup>15</sup> tentang Perikatan dikatakan bahwa sumber perikatan adalah undang-undang, perjanjian dan kebiasaan-kebiasaan yang berkembang.

Hukum Indonesia mengatur perjanjian secara umum dalam KUHPerduta pada Buku III Bab II tentang Perikatan-Perikatan yang Dilahirkan dari Kontrak atau Perjanjian. Sedangkan untuk perjanjian yang lebih khusus diatur dalam Bab V sampai dengan Bab XVIII. Hal yang perlu dicatat, keberadaan Buku III adalah bersifat terbuka, artinya dimungkinkan adanya jenis-jenis perikatan selain yang diatur dalam Buku III ini. Untuk jenis perikatan yang diatur dalam Buku III disebut Perikatan Nominat, sedangkan yang tidak diatur dalam Buku III disebut Perikatan Innominaat.

Pengertian perjanjian dapat diketahui dari Pasal 1313 KUHPerduta yang berbunyi sebagai berikut "suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih". Perjanjian yang dimaksud oleh Pasal 1313 KUHPerduta

<sup>15</sup> Kitab Undang-undang Hukum Perdata (Burgerlijk Wetboek) terjemahan R. Subekti dan R. Tjitrosudo, Cet. XXVIII, Pradnya Paramita, Jakarta, 1996, Hal. 1313.

tersebut adalah Perjanjian Obligatoir atau Perjanjian Timbal Balik di mana satu pihak harus melakukan kewajiban dan pihak lain memperoleh hak. Selain itu, pada praktiknya masyarakat akan menyatakan bahwa suatu perjanjian adalah harus tertulis (*writing*) dan bertanda tangan (*signed*) di atas materai (*duty stamp*) atau kertas segel harus asli. Perjanjian akan menimbulkan suatu perikatan yang dalam kehidupan sehari-hari sering diwujudkan dengan janji atau kesanggupan yang diucapkan atau ditulis. Hubungan hukum dalam perjanjian bukanlah hubungan hukum yang lahir dengan sendirinya tetapi hubungan itu tercipta karena adanya tindakan hukum yang dilakukan oleh pihak-pihak yang berkeinginan untuk menimbulkan hubungan hukum tersebut.

Dari pengertian perjanjian dan perikatan dapat ditarik kesimpulan bahwa perjanjian adalah peristiwa hukum sedangkan perikatan adalah hubungan hukumnya atau dapat dikatakan bahwa perikatan itu timbul salah satunya oleh sebab adanya perjanjian. Untuk itu, perjanjian berisi ketentuan-ketentuan yang menimbulkan hak dan kewajiban di antara para pihak, sehingga perjanjian yang sah berlaku sebagaimana layaknya undang-undang bagi para pihak yang membuatnya (Pasal 1320 KUHPerdata).<sup>16</sup> Azas umum yang berlaku dalam regim Hukum Kontrak adalah azas kebebasan berkontrak yang secara bebas dapat diartikan sebagai apa saja yang disepakati oleh para pihak menjadi hukum yang berlaku bagi keduanya.<sup>17</sup> Tentunya azas kebebasan berkontrak ini tidak bersifat absolut. Terdapat tiga hal yang membatasi kebebasan para pihak dalam merumuskan substansi kontrak yang dibuat, yaitu (i) ketertiban umum, (ii) perundang-undangan, serta (iii) tata susila, etika, dan moral.<sup>18</sup> Selanjutnya, perjanjian dapat ditemui dalam bentuk perjanjian tertulis atau pun perjanjian tidak tertulis yang mencakup janji-janji serta kesanggupan secara lisan, tergantung kepada obyek hukum yang diperjanjikan. Pada Pasal 1320 KUHPerdata ditentukan mengenai persyaratan sahnya suatu perjanjian atau kontrak, yaitu: (1) sepakat mereka yang mengikatkan dirinya; (2) kecakapan untuk membuat suatu perikatan; (3)

<sup>16</sup> Kitab Undang-undang Hukum Perdata (*Burgerlijk Wetboek*) terjemahan R. Subekti dan R. Tjitrohusodo, Cet. XXVIII, Pradnya Paramita, Jakarta, 1996, Hal. 1313.

<sup>17</sup> *Ibid.*

<sup>18</sup> *Ibid.*



suatu hal tertentu; (4) suatu sebab yang diperbolehkan.<sup>19</sup> Unsur-unsur syarat sah ini tidak berbeda dengan aturan pada Uniform Code of Commerce (UCC) yang dianut oleh Amerika mengenai persyaratan kontrak yaitu: (1) Mutual Assent; (2) Consideration; (3) Capacity; (4) Legality; (5) Form.<sup>20</sup> Berikut akan dikupas masing-masing syarat sah dalam perjanjian dikaitkan dengan aplikasinya di Internet.

### 1.1 Kesepakatan pada Transaksi Internet-Commerce

Sifat dan hakikat suatu perjanjian adalah merupakan langkah awal (starting point), langkah penentu (setting point), dan kerangka kerja (legal framework). Pada regim Hukum Kontrak yang berlaku di luar negeri umumnya dikatakan bahwa yang menjadi objek perikatan adalah segala sesuatu (produk atau pun jasa) yang disepakati oleh para pihak. Dengan kata lain, suatu kontrak terjadi karena ada penerimaan dari suatu penawaran, untuk itu syarat suatu kontrak adalah adanya offer dan acceptance. Offer atau penawaran merupakan suatu "invitation to enter into a binding agreement." Penawaran merupakan sebuah penawaran jika pihak lain memandangnya sebagai suatu penawaran. Suatu perbuatan seseorang beralasan bahwa perbuatan itu sendiri sebagai ajakan untuk masuk ke dalam suatu ikatan perjanjian dapat dianggap sebagai suatu penawaran.

Dalam transaksi di Internet, khususnya jenis Business to Consumer (B2C), yang melibatkan penawaran adalah merchant/vendor/penjual/produsen. Para vendor memanfaatkan situs untuk menawarkan komoditasnya. Para vendor menyediakan semacam store-front yang berisikan katalog komoditasnya sehingga pembeli dapat melakukan windows shopping. Keuntungan jika melakukan belanja di gerai online adalah dapat melihat dan berbelanja kapan saja dan di mana saja tanpa dibatasi oleh jam buka gerai tersebut. Dalam situs tersebut biasanya ditampilkan jenis komoditas yang ditawarkan, harga, spesifikasi, nilai rating atau poll otomatis yang menyajikan data frekuensi pembelian atau kepuasan pembeli sebelumnya atas komoditas dimaksud, dan menu produk lain yang berhubungan.

---

<sup>19</sup> Ibid.

<sup>20</sup> Commercial Law Directive of United States of America, [www.ucc.go.usa](http://www.ucc.go.usa) dikunjungi pada 10 Agustus 2006

Penawaran ini terbuka bagi semua orang. Semua orang yang tertarik dapat melakukan window-shopping di gerai online dan jika ada barang yang menarik perhatian maka transaksi dapat dilakukan seketika itu juga. Penawaran dan penerimaan saling terkait untuk menghasilkan suatu kesepakatan. Dalam menentukan suatu penawaran dan penerimaan dalam cybersystem digantungkan pada karakter dari cybersystem tersebut. Penerimaan dapat dinyatakan melalui website, electronic-mail (E-Mail, surat elektronik), atau juga melalui electronic-data-interchange (EDI).

Vendor biasanya bebas untuk menentukan cara penerimaan, misalnya ia menentukan bahwa dalam hal vendoran melalui website atas komediatsnya maka penawaran dapat ditujukan melalui E-Mail calon pembelinya. Jadi dalam hal ini penerimaan melalui E-Mail adalah cukup. Mengingat penawaran dikirimkan pada E-Mail tertentu maka sudah jelas hanya empunya E-Mail itulah yang dituju. Tetapi jika penawaran dilakukan melalui website atau news-group maka dapat dianggap penawaran tersebut ditujukan untuk khalayak ramai, sehingga setiap orang yang berminat dapat membuat kesepakatan dengan vendor yang menawarkan. Bentuk dari penerimaan dan penawaran ini adalah bahwa setiap offer bertujuan agar para pihak terikat pada kontrak, dengan syarat harus dikomunikasikan, dan yang ditawarkan adalah suatu hal yang pasti dan tertentu.<sup>21</sup> Sedangkan acceptance dikategorikan sebagai tindakan positif salah satu pihak untuk terikat pada kontrak yang ditawarkan pihak lain. Adanya penawaran dan diterimanya penawaran tersebut oleh pihak lain menimbulkan suatu kesepakatan, dimana kesepakatan menjadi titik awal lahirnya perjanjian bagi para pihak.<sup>22</sup>

Substansi yang diperbincangkan dan dikomunikasikan oleh para pihak dalam rangka mencapai kesepakatan diwujudkan dalam "terms of contract" dan cara para pihak melakukan negosiasi terms of contract sangat tergantung pada cara bertransaksi serta media transaksi yang dipergunakan. Jika para pihak dapat bertemu person to person, maka terbuka kesempatan untuk melakukan negosiasi dua arah untuk mencapai kesepakatan. Tetapi ada juga transaksi yang meskipun para pihak bertemu person to person tetapi terms of contract yang diajukan sudah dalam bentuk baku, contohnya klausula baku

<sup>21</sup> Ferrera et alii, *Cyber Law: Text and Cases*, West Thomson Learning, St. Paul, USA, 2001, Hal. 96.

<sup>22</sup> *Ibid.*

pada transaksi perbankan atau klausula baku yang telah dicetak pada bukti pembayaran.

Berbicara mengenai transaksi umumnya orang akan mengatakan bahwa hal tersebut adalah perjanjian jual beli antar para pihak yang bersepakat untuk hal itu. Secara hukum, sebenarnya istilah bertransaksi adalah keberadaan suatu perikatan atau hubungan hukum yang terjadi antar para pihak.<sup>23</sup> Jadi jika berbicara mengenai transaksi, sebenarnya adalah berbicara mengenai aspek materil dari hubungan hukum yang disepakati oleh para pihak sesuai dengan Pasal 1338 jo. 1320 KUHPerdata.<sup>24</sup> Oleh karena itu, eksistensi pengaturan hukum atas suatu perikatan –apa pun mediana, baik paper-based atau electronic-based-- sebenarnya tidak perlu diperdebatkan lagi.

Pada perkembangan saat ini, perlu diketahui bahwa transaksi secara elektronik dikenal sebagai "online contract" yang sebenarnya adalah perikatan atau hubungan hukum yang dilakukan secara elektronik dengan memadukan jaringan (networking) dari sistem Informasi berbasis komputer (computer based Information system) dengan sistem komunikasi yang berdasarkan atas jaringan dan jasa telekomunikasi (telecommunication-based), yang selanjutnya difasilitasi oleh keberadaan jaringan komputer global Internet (network of network).<sup>25</sup> Oleh karena itu syarat sahnya perjanjian juga akan tergantung pada esensi dari sistem elektronik itu sendiri. Sehingga, perikatan yang dilakukan di Internet dapat dikatakan sah bila dapat dijamin bahwa semua komponen dalam sistem elektronik itu dapat dipercaya dan berjalan sebagaimana mestinya. Agar memenuhi unsur keabsahan atas suatu transaksi atau perikatan, maka perikatan atau hubungan hukum antara para pihak dilakukan dengan saling bertukar informasi untuk melakukan suatu aktifitas bisnis. Oleh karenanya, aspek keamanan Informasi yang mencakup confidential, integrity, authority, authenticity, dan non-repudiation harus dapat dipastikan dan dijamin.

Pada transaksi yang adil dan sah, terms of contract harus telah dikomunikasikan dengan baik dan dimengerti dengan seksama oleh para

<sup>23</sup> Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2003, Hal. 216.

<sup>24</sup> *Ibid.*, Hal. 222.

<sup>25</sup> *Ibid.*, Hal. 223.

pihak. Selain itu terms of contract juga harus dipaparkan sedemikian rupa sehingga cukup dapat dipelajari, dimengerti, dan disepakati oleh para pihak. Selain itu, secara implisit maupun eksplisit tidak diperbolehkan adanya upaya untuk menjebak, mengelabui, menyesatkan, dan menipu dalam mengkomunikasikan terms of contract.<sup>26</sup> Ketidaksempurnaan dalam cara mencapai kata sepakat mengakibatkan kontrak menjadi cacat hukum.

Pada transaksi di Internet, terbentuknya kontrak hanya akan terjadi jika para pihak telah terlebih dahulu menyepakati terms of contract. Pihak yang memberikan penawaran adalah pihak vendor dan penawaran dikemas dalam terms of contract dan ditampilkan melalui website yang dirancang agar menarik untuk dikunjungi. Jika memang pembeli tertarik untuk membeli suatu komoditas maka ia hanya perlu mengklik komoditas yang sesuai dengan keinginannya. Biasanya setelah pesanan tersebut sampai di tempat vendor maka vendor akan mengirim E-Mail atau menghubungi melalui telepon untuk mengkonfirmasi pesanan tersebut kepada konsumen.

Pada transaksi yang berdasarkan hukum di Eropa, para vendor harus menyediakan sistem 3 klik, agar para pembeli dapat memastikan bahwa ia mau terikat pada transaksi yang diajukan oleh vendornya. Cara kerja system ini adalah: setelah calon pembeli melihat layar komputer adanya penawaran dari calon vendor (klik pertama) maka si calon pembeli memberikan penerimaan terhadap penawaran vendor (klik kedua), selanjutnya, masih disyaratkan adanya peneguhan dan persetujuan dari vendor ke pembeli perihal diterimanya penerimaan dari calon pembeli (klik ketiga).<sup>27</sup> Sistem tiga klik ini lebih aman dari pada sistem 2 klik yang berlaku sebelumnya.

## 1.2. Kecakapan Melakukan Transaksi Internet-Commerce

Pada dasarnya semua orang adalah cakap untuk membuat perikatan, kecuali jika oleh undang-undang dinyatakan tidak cakap.<sup>28</sup> Undang-undang mengatur yang tidak dikategorikan cakap adalah mereka yang belum dewasa atau belum genap berusia 21 tahun, orang yang di bawah pengampuan dan

<sup>26</sup> Ferrera et all, *Loc.Cit.*

<sup>27</sup> Edmon Makarim, *Op.Cit.*, Hal. 235.

<sup>28</sup> Ferrera et all, *Op.Cit.*, Hal. 102.



lain-lain.<sup>29</sup> Dalam transaksi di Internet sangat sulit menentukan bahwa seseorang yang melakukan transaksi dianggap telah dewasa atau tidak berada dibawah pengampuan, karena proses penawaran dan penerimaan tidak secara langsung dilakukan tetapi hanya melalui media virtual, dimana vendor dan pembeli tidak saling mengetahui sehingga sangat mudah terjadinya penipuan.

Bagaimana seorang calon pembeli memverifikasi bahwa vendor yang menawarkan produknya melalui Internet merupakan betul-betul pihak yang secara hukum sah dan cakap, berbentuk badan hukum, atau bukan sesuatu yang fiktif. Vendor yang berbentuk badan hukum biasanya mencantumkan alamat dengan jelas, dan menyediakan layanan di luar Internet untuk memudahkan calon pembeli untuk menghubunginya berkenaan dengan barang yang diperjual belikan. Hanya permasalahannya adalah sebaliknya jika calon pembeli atau orang yang melakukan transaksi adalah orang yang tidak memiliki kecakapan secara hukum. Pihak yang dirugikan dapat menuntut agar perjanjian dibatalkan apabila ternyata terbukti bahwa pihak yang melakukan transaksi adalah orang yang tidak cakap hukum.

### 1.3. Suatu Hal Tertentu dalam Transaksi Internet-Commerce

Hal tertentu menurut undang-undang adalah prestasi yang menjadi pokok perjanjian yang bersangkutan.<sup>30</sup> Barang yang dimaksudkan dalam perjanjian paling sedikit harus ditentukan jenisnya, undang-undang tidak mengharuskan barang tersebut sudah ada atau belum ditangan pembeli pada saat perjanjian dibuat dan jumlahnya juga tidak perlu disebutkan asal saja kemudian dapat dihitung atau ditetapkan.<sup>31</sup>

Ada komoditi tertentu yang belum dapat diperjualbelikan dalam transaksi di Internet, seperti memperjualbelikan hewan. Selain itu ada kendala dalam melakukan jual beli melalui Internet, misalnya jual beli tanah. Dalam hal jual beli tanah disyaratkan perjanjian jual beli harus dituangkan kedalam akta yaitu akta Pejabat Pembuat Akta Tanah. Akta otentik ini terdiri

<sup>29</sup> *Ibid.*, Hal. 103.

<sup>30</sup> Edmon Makarim, *Op. Cit.*, Hal. 236.

<sup>31</sup> *Ibid.*

dari dua bagian yaitu notaris atau PPAT yang harus menerangkan bahwa orang-orang tertentu yang berniat melakukan jual beli tanah benar-benar datang menghadap padanya dan kedua pejabat tersebut harus mencatat apa yang diutarakan masing-masing pihak. Kemudian para pihak dengan disaksikan oleh para saksi menandatangani akta tersebut. Pada klausula suatu hal tertentu setiap vendor seharusnya menjelaskan komoditi yang dijual melalui Internet dengan sangat detail. Penjelasan harus menyangkut bentuk, ukuran, kegunaan, dan cara menggunakannya. Hal ini sangat penting untuk menunjukkan bahwa barang yang diperjualbelikan merupakan sesuatu yang pasti.

#### **1.4. Suatu Sebab yang Diperbolehkan dalam Transaksi Internet-Commerce**

Sebab yang diperbolehkan adalah isi dari perjanjian dan bukan sebab para pihak mengadakan perjanjian.<sup>32</sup> Isi perjanjian tersebut haruslah sesuai dengan undang-undang dan tidak berlawanan dengan kesusilaan baik dan ketertiban umum.<sup>33</sup> Di Internet banyak sekali vendor yang menawarkan komoditi yang berkaitan dengan pornografi dan perjudian. Hal ini tentu apabila diperjualbelikan di wilayah hukum Indonesia serta merta melanggar undang-undang. Oleh karena itu, seharusnya Pemerintah menerapkan aturan yang ketat mengenai hal ini.

Pada masyarakat Internet ada teori yang melibatkan pemerintah, yaitu teori downloader dan uploader.<sup>34</sup> Setiap negara dapat melarang kegiatan download atau upload di media Internet yang bertentangan dengan hukum negara tersebut.<sup>35</sup> Dapat pula setiap negara melarang kegiatan vendor melakukan uploader di wilayahnya, apabila kegiatan tersebut bertentangan dengan hukumnya, contohnya, Indonesia melarang adanya kegiatan perjudian, baik itu melalui media Internet maupun secara langsung.

---

<sup>32</sup> Ibid., Hal. 237.

<sup>33</sup> Ibid.

<sup>34</sup> Ferrera et all, *Op.Cit.*, Hal. 910.

<sup>35</sup> Ibid.

**2. Kontrak Online Berdasarkan UNCITRAL Model Law 2000**

Kontrak online yang berkaitan dengan perdagangan pada dasarnya juga diatur secara internasional melalui aturan UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce. Dalam Guide to Enactment tahun 1996, dinyatakan bahwa:

The term "commercial" should be given a wide interpretation so as to cover matters arising from all relationship of a commercial nature whether contractual or not. Relationships of a commercial nature include, but are not limited to, the following transactions: any trade transaction for the supply or exchange of goods or services; distribution agreement; commercial representation or agency; factoring; leasing, construction of works; consulting, engineering; licensing; investment; financing; banking; insurance; exploitation agreement etc. ...

Beberapa prinsip utama dalam UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce adalah bahwa:

- a. Segala informasi elektronik dalam bentuk data elektronik dapat dikatakan memiliki akibat hukum, keabsahan, atau pun kekuatan hukum.<sup>36</sup>
- b. Dalam hukum mengharuskan adanya suatu informasi dalam bentuk tertulis maka suatu data elektronik dapat memenuhi syarat bentuk elektronik seperti disebutkan pada Pasal 6 UNCITRAL Model Law.<sup>37</sup>
- c. Dalam hal tanda tangan, maka suatu tanda tangan elektronik merupakan tanda tangan yang sah. Transaksi elektronik dapat dilakukan dengan tanda tangan digital atau tanda tangan elektronik. Tanda tangan digital adalah pendekatan yang dilakukan oleh teknologi encryption terhadap kebutuhan akan adanya suatu tanda tangan atau adanya penghubung antara suatu dokumen/data/message dengan orang yang membuat atau menyetujui dokumen tersebut. Sedangkan tanda tangan elektronik adalah suatu teknik penandatanganan yang menggunakan biometric atau pun berbagai cara lainnya, artinya tidak harus selalu menggunakan public key cryptography.<sup>38</sup>

<sup>36</sup> Adam, Nabil R. et al, *Electronic Commerce: Technical, Business, and Legal Issues*, Prentice-Hall, New Jersey, USA, 2003, Hal. 11.

<sup>37</sup> Mariam Darus Badruzaman, "E-Commerce Tinjauan dari Hukum Kontrak Indonesia", *Jurnal HUKUM Bisnis*, Vol. II, Jakarta, 2001, Hal. 33.

<sup>38</sup> Direktorat Jendral Perdagangan Dalam Negeri Departemen Perindustrian dan Perdagangan Jakarta dan Lembaga Kajian Teknologi Fakultas Hukum Universitas Indonesia, *Naskah*

- d. Dalam hal kekuatan pembuktian dari data bersangkutan, maka data message memiliki kekuatan pembuktian.<sup>39</sup>

Berkenaan dengan format dan keabsahan kontrak dalam Bab II Model Law tersebut dikatakan bahwa suatu penawaran dan penerimaan tawaran tersebut dapat dinyatakan dalam bentuk data message jika data tersebut digunakan.<sup>40</sup> Dalam hal pihak-pihak yang melakukan offer dan acceptance dikatakan sebagai originator yaitu sebagai pihak yang melakukan suatu pengiriman data dan pihak yang menerima data dikatakan sebagai addressee.<sup>41</sup>

### **3. Aspek Hukum Perlindungan Konsumen pada Transaksi Internet-Commerce**

Pada transaksi perdagangan atau jual beli antara konsumen dan produsen atau pelaku usaha terdapat satu aspek yang sangat penting demi menjaga kelangsungan hubungan tersebut. Aspek yang dimaksud adalah perlindungan konsumen, dimana vendor atau pelaku usaha wajib memberikan perlindungan yang maksimal untuk menjamin kepuasan konsumen yang terikat jual beli dengannya.

Berdasarkan Undang-Undang No. 8 Th. 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen), konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.<sup>42</sup> Maksud dari konsumen di sini adalah end-user atau konsumen akhir. Dalam hal perlindungan konsumen tersebut UU Perlindungan Konsumen menganut prinsip-prinsip<sup>43</sup> sebagai berikut:

---

**Akademik Rancangan Undang-Undang tentang Tanda Tangan Elektronik dan Transaksi Elektronik, Jakarta, 2001, Hal. 75.**

<sup>39</sup> Edmon Makarim, *Op.Cit.*, Hal. 227.

<sup>40</sup> *Ibid.*

<sup>41</sup> *Ibid.*

<sup>42</sup> Romli Atmasasmita, *Reformasi Hukum, Hak Asasi Manusia, dan Penegakan Hukum, Manda Maju*, Bandung, 2001, Hal. 39.

<sup>43</sup> Ahmad Ramli, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce" *Jurnal Hukum Bisnis*, Vol. 18, 2002, Hal. 23.



- 1) **Prinsip Manfaat**, maksudnya segala bentuk perlindungan konsumen harus memberi manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha;
- 2) **Prinsip Keadilan**, maksudnya partisipasi masyarakat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil;
- 3) **Prinsip Keseimbangan**, maksudnya memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan Pemerintah dalam arti materil mau pun spiritual;
- 4) **Prinsip Keamanan dan Keselamatan Konsumen**, maksudnya memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan atau jasa yang digunakan;
- 5) **Prinsip Kepastian Hukum**, maksudnya agar pelaku usaha dan konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, dalam hal ini negara turut menjamin adanya kepastian hukum tersebut.

Dalam melaksanakan aspek perlindungan konsumen baik pelaku usaha atau konsumen terikat dengan prinsip-prinsip tersebut di atas. Hal ini dapat diartikan sebagai salah satu tanggung jawab pelaku usaha terhadap kelangsungan hubungan dengan konsumen.

Apabila menelaah UU Perlindungan Konsumen, terdapat pengertian dasar yang berlaku umum. Menurut UU Perlindungan Konsumen, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.<sup>44</sup> Pihak yang berkewajiban melakukan perlindungan menurut UU Perlindungan Konsumen adalah pelaku usaha dan Pemerintah.<sup>45</sup> Dalam hal ini pelaku usaha adalah setiap perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Indonesia, baik sendiri

---

<sup>44</sup> Didik M. Arief Mansyur dan Elisatris Gultom, *Cyber Law: Aspek Hukum Teknologi Informasi*, Bina Cipta, Bandung, 2002, Hal. 149.

<sup>45</sup> *Ibid.*

maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.<sup>46</sup>

Faktor utama pentingnya aspek perlindungan konsumen dalam suatu transaksi perdagangan adalah karena konsumen biasanya berada dalam posisi sangat lemah dan tidak mempunyai daya tawar yang memadai apabila berhadapan dengan pelaku usaha. Selain itu konsumen memiliki tingkat pengetahuan yang kurang sehingga saluran pengaduan seringkali tidak dimanfaatkan oleh konsumen sehingga kasus-kasus di bidang konsumen menjadi jarang muncul di permukaan.

Perlindungan terhadap konsumen pada transaksi I-Commerce dilakukan terhadap resiko-resiko yang terjadi sebelum melakukan transaksi, pada saat melakukan transaksi, dan pada saat transaksi selesai dilaksanakan. Berikut dipaparkan masing-masing resiko, yaitu:

#### **(1) Potensi Resiko Saat Pra Transaksi pada Transaksi Internet-Commerce**

Sebelum seorang konsumen melakukan transaksi atau pada tahap pra transaksi, informasi produk yang diperjualbelikan sangat penting untuk diketahui oleh konsumen, karena melalui informasi ini konsumen dapat mengambil keputusan untuk melakukan transaksi atau tidak. Tingkat pengenalan konsumen pada produk yang akan dibeli bermacam ragamnya, bagi konsumen yang mengetahui produk maka informasi produk tidak begitu penting karena hanya akan dijadikan sebagai pelengkap saja, tetapi sebaliknya bagi konsumen yang tidak mengetahui produk yang hendak diperjualbelikan, maka pengenalan produk tersebut sangatlah penting, karena kesalahan dalam memilih produk dapat merugikan konsumen.

Dalam hal menawarkan produknya maka produsen atau vendor diwajibkan untuk:

- a. Memberikan informasi yang jelas dan lengkap mengenai produk yang ditawarkan sehingga konsumen tidak disesatkan terutama informasi yang sifatnya mendasar yang merupakan kualitas produk tersebut apakah asli atau imitasi, baru atau bekas, jenis produk dan lainnya;

---

<sup>46</sup> Ibid. Hal. 147.

- b. Informasi mengenai produk harus diberikan melalui bahasa yang mudah dimengerti dan tidak menimbulkan penafsiran secara berlainan;
- c. Memberikan jaminan bahwa produk yang ditawarkan aman atau nyaman untuk dikonsumsi atau dipergunakan;
- d. Memberikan jaminan bahwa produk yang diterima dengan apa yang ditawarkan oleh produsen atau vendor pada saat dipromosikan.<sup>47</sup>

Pada pra transaksi ini hak konsumen dalam mendapatkan informasi diakomodasi oleh UU Perlindungan Konsumen. Adapun hak-hak konsumen<sup>48</sup> adalah sebagai berikut:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang atau jasa serta mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan jasa;
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang atau jasa yang digunakan;
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti-rugi atau penggantian, apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sesuai dengan sebagaimana mestinya;
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Hak konsumen ini juga diikuti dengan kewajiban konsumen<sup>49</sup> yaitu:

1. Kewajiban untuk membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang atau jasa demi keamanan dan keselamatan;

---

<sup>47</sup> Ibid., Hal. 150.

<sup>48</sup> Ibid., Hal. 154.

<sup>49</sup> Edmon Makarim. *Op.Cit.*, Hal. 331.

2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang atau jasa;
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Hak dan kewajiban konsumen tersebut di atas mengakomodasi prinsip hukum "let's the buyer be aware", yang pada intinya bahwa jika konsumen menganggap bahwa informasi yang disampaikan belum cukup menjelaskan hakikat komoditas yang ditransaksikan maka konsumen wajib untuk mendapatkan informasi yang ingin ia dapatkan secara mandiri, sehingga pada saat transaksi dia benar-benar tahu apa dan bagaimana transaksi yang dia lakukan.<sup>50</sup>

Konsumen juga berhak mendapatkan informasi mengenai data atau identitas produsen atau vendor.<sup>51</sup> Produsen harus memberitahu identitasnya secara lengkap dan jelas meliputi alamat tempat berusaha, telepon, jenis usaha yang dikelola, apabila memiliki pabrik, perkebunan atau tempat pengolahan lainnya, maka perlu dicantumkan alamat pabrik, perkebunan, dst.<sup>52</sup> Apabila produsen merupakan kantor/perusahaan cabang harus diberitahukan alamat kantor/perusahaan induknya.<sup>53</sup> Produsen harus menunjukkan bahwa dia memiliki ijin yang dikeluarkan oleh pejabat yang berwenang untuk menyelenggarakan bisnisnya.<sup>54</sup>

## **(2) Resiko pada Saat Transaksi pada Transaksi Internet-Commerce**

Setelah melewati pra transaksi, konsumen mulai menyetujui syarat jual beli dan memulai transaksi. Adapun hal-hal yang penting dalam transaksi adalah:

### **a. Validitas Transaksi**

Dalam melakukan transaksi di Internet, perlu diketahui bahwa tidak semua konsumen memahami dengan baik. Terlebih lagi apabila transaksi

---

<sup>50</sup> Ibid.

<sup>51</sup> Ibid.

<sup>52</sup> Ibid.

<sup>53</sup> Ibid.

<sup>54</sup> Ibid.

tersebut menggunakan mekanisme pembayaran yang tidak umum atau menggunakan bahasa asing. Sehingga produsen atau vendor perlu mencantumkan dalam situsnya Informasi yang jelas dan lengkap mengenai mekanisme transaksi serta hal-hal lainnya berkenaan dengan transaksi, yaitu:

- a. Syarat-syarat yang harus dipenuhi konsumen dalam melakukan transaksi;
- b. Kesempatan bagi konsumen untuk mengkaji ulang transaksi yang akan dilakukan sebelum mengambil keputusan, hal ini dimaksudkan untuk menghindarkan adanya kesalahan yang dibuat oleh konsumen;
- c. Harga dari produk yang ditawarkan, apakah sudah termasuk pajak atau belum, termasuk ongkos kirim atau belum;
- d. Mata uang apa yang dipakai;
- e. Bagaimana mekanisme pengiriman barangnya (dikenal adanya berbagai macam sistem pengiriman barang);
- f. Produsen harus menyediakan suatu rekaman transaksi (record or transaction) yang setiap saat bisa diakses oleh konsumen yang di dalamnya memuat segala sesuatu berkenaan dengan transaksi yang sedang dilakukan. Hal ini penting untuk kepentingan pembuktian apabila dikemudian hari timbul sengketa;
- g. Informasi mengenai dapat atau tidaknya konsumen mengembalikan barang yang sudah dibeli, apabila diperkenankan, bagaimana mekanismenya;
- h. Apakah diberikan jaminan penggantian barang atau penggantian uang, apabila produk yang diterima tidak sesuai atau rusak;
- i. Mekanisme penyelesaian sengketa;
- j. Jangka waktu pengajuan klaim yang wajar (reasonable time).<sup>55</sup>

#### **b. Sistem dan Teknis Transaksi**

Pada saat konsumen melakukan transaksi, produsen atau vendor harus memberikan penjelasan yang detail mengenai sistem dan teknis transaksi.<sup>56</sup> Apabila transaksi menggunakan kartu kredit sebagai alat pembayaran, maka vendor harus memberi pilihan yang memadai mengenai

<sup>55</sup> Didik M. Arief Mansyur, *Op.Cit.*, Hal. 150.

<sup>56</sup> *Ibid.*

kartu kredit apa saja yang dapat digunakan.<sup>57</sup> Selain itu vendor juga perlu memberi keterangan mengenai sistem keamanan yang digunakan, agar konsumen merasa aman dalam melakukan pembayaran online.<sup>58</sup> Selain itu, vendor harus menyediakan mekanisme agar konsumen dapat mengkaji ulang transaksi yang akan dilakukan sebelum mengambil keputusan untuk menghindari kesalahan dalam bertransaksi.<sup>59</sup>

### c. Data Privacy

Pada transaksi melalui media Internet, biasanya vendor meminta data dari konsumen dengan tujuan untuk menghindari penipuan dan mempermudah pengiriman barang yang dipesan konsumen. Konsumen sebagai pihak yang membutuhkan produk seringkali sebelum mulai melakukan transaksi diharuskan untuk memberikan informasi yang lengkap mengenai identitas diri atau perusahaan (apabila konsumen adalah sebuah perusahaan). Hal yang wajar apabila produsen berkepentingan atas informasi tersebut karena melalui informasi inilah produsen dapat menilai kredibilitas konsumen, apakah konsumen adalah pembeli yang sungguh-sungguh atau tidak.

Vendor harus memberikan jaminan keamanan dan kerahasiaan agar identitas diri konsumen tidak disalahgunakan.<sup>60</sup> Vendor tidak berhak menggunakan data konsumen untuk pengiriman brosur perusahaan atau mengkomersialisasikan data pribadi konsumen.<sup>61</sup> Jaminan keamanan dan kerahasiaan identitas konsumen sangat mempengaruhi minat konsumen untuk melakukan transaksi, oleh karena itu, data privacy merupakan hal yang paling penting pada proses transaksi pada media Internet.<sup>62</sup>

### (3) Resiko pada Pasca Transaksi pada Transaksi Internet-Commerce

---

<sup>57</sup> Ibid.

<sup>58</sup> Ibid.

<sup>59</sup> Ibid.

<sup>60</sup> Ibid.

<sup>61</sup> Ibid.

<sup>62</sup> Ibid.

Sebelum membahas mengenai apa saja perlindungan bagi konsumen yang perlu diberikan pada saat pasca transaksi, perlu diketahui mengenai tanggung jawab pelaku usaha atau vendor yang pada intinya akan melahirkan perlindungan bagi konsumen.

Setiap produsen atau vendor memiliki tanggung jawab hukum atas produk yang dijual (*Product Liability*),<sup>63</sup> yaitu tanggung jawab perdata secara langsung (*Strict Liability*)<sup>64</sup> dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat menggunakan produk yang dihasilkannya. Ketentuan ini terdapat pada Pasal 19 UU Perlindungan Konsumen yang menyatakan pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas (a) kerusakan, (b) pencemaran atau, (c) kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang yang dihasilkan atau diperdagangkan. Selain *Strict Liability* yang merupakan pertanggungjawaban langsung maka terdapat *Tortius Liability*<sup>65</sup> dalam pertanggungjawaban produk yaitu tanggung jawab yang didasarkan pada perbuatan melawan hukum. Unsur-unsur *Tortius Liability* dalam pertanggungjawaban produk ini adalah (a) unsur perbuatan melawan hukum; (b) unsur kesalahan; (c) unsur kerugian; (d) unsur hubungan kausal antara perbuatan melawan hukum dengan kerugian yang timbul.<sup>66</sup> Dalam hal pembuktian, maka pembuktian unsur kesalahan bukan merupakan beban konsumen lagi, tetapi justru merupakan beban yang harus ditanggung oleh pihak pelaku usaha untuk membuktikan ia tidak bersalah.

Pada transaksi melalui media Internet mengharuskan jaringan tersebut mempunyai kemampuan untuk menjamin keamanan dan keandalan arus informasi. Para pihak yang terlibat dalam transaksi harus mempunyai kepercayaan yang tinggi terhadap infrastruktur jaringan yang digunakan. Tentu saja pihak pelaku usaha perlu menyediakan jaringan sistem yang cukup memadai untuk mengontrol keamanan transaksi.

Suatu transaksi bisnis memerlukan kepercayaan. Konsumen akan memilih melakukan transaksi dengan vendor yang mereka percaya karena

<sup>63</sup> D.L. Dann, "Strict Liability in the USA." Makalah pada Simposium Aviation Products and Grounding Liability Symposium. The Royal Aeronautical Society, London, 1972. Hal. 1-17.

<sup>64</sup> Ibid.

<sup>65</sup> Johannes Gunawan, *Products Liability In a Nutshell*, 3<sup>rd</sup> Ed., West, St. Paul, USA, 1988, Hal. 1-2.

<sup>66</sup> Ibid.

menyangkut uang yang mereka berikan. Transaksi bisnis yang tidak langsung ini selain harus berdasarkan kepercayaan juga bergantung dari komunikasi yang menjadikannya penting untuk diketahui konsumen bahwa pesan telah dikirim dan diterima oleh dan atau hanya kepada alamat yang benar, tanpa kesalahan. Bagi vendor, tindakan ini juga penting untuk menjaga isi pesan agar tetap rahasia, dan menghindari salingan dagangnya yang dapat saja mencampuri data tersebut.

Sementara itu, perlindungan terhadap keamanan sebuah sistem komputer mutlak harus dilakukan. Hal tersebut untuk menyikapi keinginan konsumen untuk bertransaksi secara aman. Pengamanan dalam transaksi meliputi sistem keamanan komunikasi, keamanan komputer, keamanan dari segi fisik, keamanan individu yang terlibat, keamanan secara administratif dan keamanan media yang digunakan. Keamanan yang diberikan bertujuan untuk mencegah ancaman yang mungkin timbul sebelum benar-benar terealisasi, meminimalisasikan kemungkinan terjadinya ancaman tersebut, dan mengurangi akibat yang akan timbul setelah ancaman tersebut terealisasi.

Unsur tanggung jawab pelaku usaha atau vendor ini yang melandasi perlindungan konsumen pada pasca transaksi. Setelah melakukan transaksi seperti yang disyaratkan vendor, konsumen berhak untuk mendapatkan barang yang dibeli seperti yang dipesan. Apabila produk yang dibeli tidak sesuai dengan yang dipesan atau produk tersebut cacat dan rusak, maka konsumen berhak mendapatkan penggantian sesuai dengan produk yang dipesan secara strict atau mutlak, atau konsumen tidak perlu membuktikan, cukup dengan mengembalikan produk yang rusak dan cacat tersebut.

Alasan-alasan mengapa prinsip tanggung jawab mutlak diterapkan adalah:<sup>67</sup>

1. Di antara korban atau konsumen di satu pihak dan produsen di pihak lain, beban kerugian seharusnya ditanggung oleh pihak yang memproduksi atau mengeluarkan barang atau produk tersebut;
2. Dengan mengedarkan atau menempatkan barang-barang di pasaran berarti produsen menjamin bahwa barang-barang tersebut aman dan

---

<sup>67</sup> D.L. Dann. *Op. Cit.*, Hal. 15.



pantas untuk dipergunakan, dan bilamana terbukti tidak demikian maka produsen harus bertanggung jawab;

3. Sebenarnya tanpa menerapkan prinsip tanggung jawab mutlak pun produsen yang melakukan kesalahan tersebut dapat dituntut melalui proses penuntutan umum;
4. Produsen langsung dianggap bersalah jika terjadi kasus product liability, sehingga didalamnya dianut prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan.

Pada tahap pasca transaksi ini juga dibahas mengenai wanprestatie dan bagaimana konsumen mendapatkan pelayanan mekanisme penyelesaian sengketa. Dalam Pasal 45 UU Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang ada di lingkungan peradilan umum. Dari pasal ini jelas disebutkan bahwa undang-undang melindungi kepentingan konsumen untuk mendapatkan advokasi dan penyelesaian sengketa yang berkaitan dengan perlindungan konsumen. Akan tetapi kompleksitas transaksi perdagangan dengan menggunakan media Internet tidak hanya masalah perlindungan konsumen, tetapi juga masalah wanprestatie, sementara lingkup perdagangan melalui media Internet sangat luas bahkan melewati batas negara. Apabila isi pasal tersebut yang dipergunakan peradilan yang mana yang akan berwenang untuk menyelesaikan sengketa.

Dalam kontrak-kontrak tertulis, penentuan yurisdiksi dan hukum mana yang akan dipilih apabila dikemudian hari timbul sengketa selalu disebutkan secara eksplisit. Hal ini menunjukkan bahwa para pihak selalu menginginkan adanya jaminan kepastian bahwa sengketa yang mungkin timbul di kemudian hari akan memperoleh kejelasan cara penyelesaiannya. Kondisi ini ditemukan pada perdagangan melalui media Internet, terlebih transaksi online ini sangat rentan terhadap timbulnya berbagai masalah, sehingga penentuan mekanisme penyelesaian sengketa merupakan hal yang mutlak.

Apabila merujuk UU Perlindungan Konsumen, mekanisme yang berlaku adalah konsumen dapat mengajukan pengaduan masalah pada pihak Lembaga Swadaya Masyarakat (YLKI), apabila konsumen dan pelaku usaha

sama-sama tunduk pada undang-undang perlindungan konsumen Indonesia. Bagaimana apabila pelaku usaha dan konsumen tunduk pada hukum yang berbeda? Beberapa ahli menyarankan agar penyelesaian sengketa yang berkaitan dengan perdagangan melalui media Internet baik itu berkenaan dengan perlindungan konsumen atau hal lain yang menimbulkan sengketa, maka metode penyelesaian sengketa alternatif dapat menjadi salah satu pilihan.

Dipilihnya mekanisme penyelesaian sengketa alternatif sebagai salah satu cara penyelesaian sengketa memang bukan tanpa sebab, banyak faktor yang mempengaruhi para pihak memilih mekanisme penyelesaian sengketa alternatif dalam bertransaksi melalui media Internet, yaitu:<sup>68</sup>

1. Transaksi yang dilakukan oleh para pihak melalui media Internet tujuannya tidak lain adalah untuk memperoleh keuntungan, sehingga dalam menentukan cara penyelesaian sengketa pun, faktor ekonomi, dalam hal ini murahnya biaya yang dikeluarkan menjadi bahan pertimbangan yang utama. Kenyataan membuktikan penyelesaian sengketa alternatif relatif lebih murah dibandingkan dengan penyelesaian sengketa melalui badan litigasi;
2. Dibandingkan dengan penyelesaian sengketa melalui jalur litigasi, penyelesaian sengketa alternatif relatif lebih cepat dan tidak bertele-tele. Dengan menggunakan mekanisme penyelesaian sengketa alternatif diharapkan lamanya waktu pemeriksaan sengketa dapat dikurangi karena prosedur pemeriksaan sengketa ditentukan sendiri oleh para pihak yang bersengketa dengan bantuan pihak ketiga;
3. Dalam dunia bisnis hubungan baik di antara para pihak merupakan hal yang paling utama sekaligus mendasar bagi perkembangan suatu hubungan kerjasama. Begitu pula dengan penyelesaian sengketa, sedapat mungkin diselesaikan melalui cara-cara yang dapat menjaga hubungan baik di antara para pihak;
4. Penyelesaian sengketa melalui mekanisme lembaga penyelesaian sengketa alternatif dilakukan oleh para ahli di bidangnya, sehingga hal ini akan berdampak pada kualitas putusan. Keahlian para pihak yang akan menyelesaikan sengketa sangat mempengaruhi kepercayaan masyarakat

---

<sup>68</sup> Edmon Makarim, *Op.Cit.*, Hal. 371.

terhadap penggunaan lembaga ini, terlebih Internet commerce tidak saja disebabkan beragamnya jenis produk yang ditransaksikan tetapi juga beragamnya latar belakang dari para pihak yang melakukan transaksi, seperti, domisili, bahasa, sistem hukum, tingkat pengetahuan, dan sebagainya;

5. Untuk memperoleh suatu proses penyelesaian sengketa yang menjunjung tinggi prinsip keadilan, maka dalam setiap bentuk penyelesaian sengketa baik melalui lembaga pengadilan maupun lembaga di luar pengadilan diperlukan adanya jaminan bahwa pihak ketiga akan memutuskan atau menengahi sengketa adalah mereka yang berkedudukan bebas dan tidak berpihak pada siapa pun. Apabila terhadap sengketa yang diajukan oleh para pihak ditemukan indikasi bahwa pihak ketiga tersebut menunjukkan keberpihakan pada salah satu pihak, maka kredibilitas lembaga tersebut akan dipertanyakan. Oleh karena itu, dengan memperhatikan pada praktek yang terjadi dalam dunia bisnis, maka lembaga penyelesaian sengketa alternatif relatif mampu memberikan jaminan ketidakberpihakan dibandingkan dengan lembaga peradilan.

Pentingnya telaah perlindungan konsumen hingga penyelesaian sengketa yang berkaitan dengan perlindungan konsumen itu sendiri, dikarenakan maraknya kasus-kasus yang berhubungan dengan transaksi di Internet, khususnya mengenai cacat produk, informasi dalam webvertising yang tidak jujur, atau keterlambatan pengiriman barang. Berbeda dengan konsumen di Indonesia yang jarang melakukan tindakan pengaduan terhadap ketidakadilan yang dialaminya, konsumen di negara maju lebih sadar akan haknya.

Negara-negara maju mengedepankan perlindungan konsumen pada transaksi melalui media Internet karena perdagangan melalui media Internet merupakan bagian dari gaya hidup masyarakat negara tersebut, sehingga aturan khusus mengenai perlindungan konsumen Internet commerce diberlakukan dengan ketat. Hal ini mengacu pada rekomendasi yang diberikan oleh Organisation for economic Co-operation and Development (OECD)<sup>69</sup>

---

<sup>69</sup> Didik M. Arief. *Op.Cit.*, Hal. 158.

mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi perdagangan melalui media Internet. OECD merekomendasikan sebagai berikut:<sup>70</sup>

- a. Adanya transparansi serta perlindungan yang efektif bagi konsumen, sama seperti dalam transaksi lainnya (transaksi konvensional);
- b. Adanya jaminan praktik bisnis, promosi dan pemasaran yang sehat;
- c. Tersedianya informasi yang akurat dan jelas baik mengenai barang atau jasa, mengenai transaksi, serta segala aktifitas berkenaan dengan transaksi I-Commerce.

#### **4. Kontrak Baku pada Transaksi Internet-Commerce**

Kontrak Jual Beli<sup>71</sup> sebagai sumber perikatan bagi para pihak yang bertransaksi melalui media Internet jelas berbeda dengan Kontrak Jual Beli yang disepakati oleh para pihak dalam transaksi konvensional yang memungkinkan para pihak bertemu dan bertatap muka. Meskipun pada transaksi konvensional dimungkinkan merumuskan kontrak baku, misalnya pada transaksi perbankan atau asuransi, akan tetapi bentuk kontrak baku pada transaksi jual beli online dipilih lebih karena sifat media transaksinya yang tidak memungkinkan para pihak bernegosiasi dan merumuskan substansi kontrak secara bersama-sama.

I-Commerce yang dikenal luas oleh masyarakat sebenarnya adalah bentuk I-Commerce yang dilakukan antara *'business to consumer'*<sup>72</sup>. Salah satu karakter yang menonjol dalam format transaksi ini adalah transaksi ritel yang bersifat *'satu transaksi selesai'*, artinya sistem yang disediakan oleh vendor hanya melayani *'satu kali transaksi dan selesai'*, bukan transaksi yang

<sup>70</sup> Ibid.

<sup>71</sup> Jual beli adalah transaksi komersial yang melahirkan kewajiban bagi vendor untuk menyerahkan obyek transaksi kepada pembeli serta berhak menerima sejumlah uang tertentu sebagaimana telah diperjanjikan sebagai pembayarannya. Sedangkan dalam transaksi ini pembeli wajib menunaikan pembayaran sejumlah uang tertentu sebagaimana telah diperjanjikan sebagai harga dari obyek transaksi yang diperjualbelikan dan berhak menerima dan memiliki obyek transaksi tersebut. Sedangkan menurut Pasal 1457 BW, jual beli adalah suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. sumber

<sup>72</sup> Berdasarkan para pihak dalam transaksi, dalam I-Commerce dikenal I-Commerce dalam format (i) *'business to business'* contoh transaksi perbankan yang dilakukan oleh institusi perbankan, online airline ticket reservation, sistem pengelolaan kepelabuhanan, dll, (ii) *'business to consumer'* contoh toko buku virtual amazon.com atau gramedia.com yang diakses oleh end-user buyer atau semua situs yang melakukan aktifitas bisnis melalui media Internet, dan (iii) *'consumer to government'* contoh membayar pajak secara online.

dilakukan secara berulang-ulang atau berkesinambungan. Mengingat pola transaksi yang demikian, maka tidak mungkin vendor buku di gamedia.com harus membuat Kontrak Jual Beli baru dan khusus mengakomodasi kepentingan dan keinginan setiap pembelinya. Sistem vendor di Internet lebih sebagai sistem yang siap pakai sehingga pembeli yang berminat untuk bertransaksi diberi kemudahan dengan kesederhanaan dan kepraktisan cara bertransaksi. Tentu dapat dibayangkan betapa mustahil jika dalam bertransaksi online untuk komoditas ritel, calon pembeli harus terlebih dulu melakukan negosiasi guna menyepakati substansi kontrak melalui e-mail atau chatting terlebih dahulu dengan vendornya.

Pada perdagangan melalui media Internet, Klausula Baku merupakan hal yang sering ditemukan, karena karakter media Internet tidak memungkinkan untuk menegosiasikan kontrak secara terbuka, terutama transaksi yang dilakukan di website. Pada beberapa web site, Klausula Baku tampil terlebih dahulu sebelum konsumen melakukan transaksi. Hal ini disebabkan karena vendor ingin konsumen lebih mengetahui persyaratan apa saja yang diajukan oleh vendor sebelum konsumen melakukan transaksi.

Biasanya gerai virtual hanya menjual satu jenis komoditas saja, atau beberapa komoditas dalam jenis yang tidak jauh berbeda. Dalam kondisi yang demikian, vendor cukup menyediakan satu format kontrak yang dapat dipergunakan dalam transaksi beberapa jenis barang<sup>73</sup>. Meski dapat dilakukan satu transaksi untuk beberapa jenis komoditas, tetapi tentunya vendor telah mengetahui bahwa beberapa jenis komoditas itu berada pada kategori yang sama dan masing-masing komoditas tidak memerlukan perlakuan khusus sehingga untuk itu cukup disediakan satu format kontrak yang sama untuk semua jenis transaksi komoditas yang disediakan. Dalam situasi yang demikian, tentunya semakin kecil peluang pembeli untuk dapat menegosiasikan substansi Kontrak Jual Beli yang telah disediakan oleh vendor. Pilihan yang diberikan oleh vendor adalah *'take it or leave it'*. Sebagaimana dipahami secara luas oleh masyarakat, kontrak baku yang hanya disusun oleh satu pihak mempunyai kecenderungan yang kuat untuk berat sebelah atau pincang. Dapat dengan sangat mudah ditebak pihak pembuat kontrak akan lebih memperhatikan kepentingan dirinya, meskipun seharusnya suatu kontrak disusun dengan secara berimbang mengakomodasi kepentingan para pihak

---

<sup>73</sup>Cermati situs belanja yang menggunakan sistem *'shopping-cart'*.

dalam kontrak. Kondisi seperti ini yang umumnya terjadi dalam Kontrak Jual Beli di media Internet.

Pada UU Perlindungan Konsumen terdapat aturan mengenai Klausula Baku. Berdasarkan Pasal 18 UU Perlindungan Konsumen, Klausula Baku diatur sebagai berikut:

1. Pelaku usaha dalam menawarkan barang atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan, dilarang membuat atau mencantumkan Klausula Baku pada setiap dokumen atau perjanjian apabila:
  - a. Menyatakan pengalihan tanggung jawab 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 diberi 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 objek jual beli jasa;
  - g. Menyatakan tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, lanjutan dan atau perubahan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang dibelinya;
  - 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;
2. Pelaku usaha dilarang mencantumkan Klausula Baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat terbaca jelas;
3. Setiap Klausula Baku yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian yang memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksudkan pada butir a dan b dinyatakan batal demi hukum;

4. Pelaku usaha wajib menyesuaikan Klausula Baku yang bertentangan dengan UU Perlindungan Konsumen;

Tidak dapat dipungkiri bahwa meskipun di Indonesia transaksi I-Commerce relatif tidak besar volumenya, akan tetapi secara riil aktifitas transaksi tersebut telah banyak dilakukan di Indonesia. Prospek bisnis I-Commerce di masa mendatang cukup baik seiring dengan makin meningkatnya kesejahteraan dan kemampuan finansial penduduk Indonesia ditambah dengan makin canggihnya temuan dan pemanfaatan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karenanya adalah kepentingan pebisnis atau pemerintah untuk turut mendukung berkembangnya lahan bisnis tersebut.

Dukungan signifikan yang harus segera diwujudkan adalah menciptakan iklim yang membuat masyarakat menjadi yakin, aman, dan nyaman [confidence and convenience] dalam bertransaksi. Cara strategis mewujudkan dukungan tersebut adalah meniadakan atau setidaknya meminimalisasi kendala dalam bertransaksi dan memberikan perlindungan yang proporsional dan memadai, utamanya kepada pembeli. Aturan mengenai Klausula Baku ini sebaiknya juga diterapkan pada mekanisme vendoran melalui media Internet, tujuannya adalah untuk melindungi kepentingan konsumen itu sendiri.

### **BAB III**

## **TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN**

#### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Mendapatkan gambaran riil atas perlindungan konsumen dalam Kontrak Jual Beli di Internet berangkat dari anggapan bahwa bertransaksi di Internet itu tidak aman dan pihak konsumen berada dalam posisi yang rentan.
- b. Mengidentifikasi permasalahan dan titik-titik lemah apa saja yang terdapat dalam Kontrak Jual Beli yang berkaitan dengan kepentingan pemenuhan kebutuhan konsumen.
- c. Memberikan rekomendasi perbaikan substansi sebagai upaya memberikan perlindungan yang lebih memadai dan proporsional kepada konsumen sesuai norma hukum yang berlaku.

#### **2. Manfaat Penelitian**

- a. Menyampaikan Informasi kepada masyarakat resiko apa saja yang akan dihadapi jika melakukan transaksi I-Commerce.
- b. Memberi rekomendasi langkah-langkah antisipatif dan preventif kepada konsumen manakala melakukan transaksi I-Commerce.
- c. Jika benar ditemukan terdapat situs-situs di Indonesia yang memberikan perlindungan hukum yang kurang kepada para konsumennya, diupayakan para vendor menjadi lebih memperhatikan substansi Kontrak Jual Belinya.
- d. Melengkapi bahan ajar dan bahan bacaan untuk m.k. Hukum I-Commerce di Fakultas Hukum Universitas Airlangga pada khususnya.



## BAB IV METODE PENELITIAN

### 1. Pendekatan Masalah

Dalam penelitian ini pendekatan masalah yang dipergunakan adalah pendekatan sosiologis yuridis. Pendekatan sosiologis dipergunakan untuk: (1) Melihat kecenderungan sikap dan perilaku masyarakat –dalam hal ini adalah vendor-- berkenaan dengan obyek penelitian; (2) Melihat bagaimana peraturan perundang-undangan dimaksimalkan fungsinya sebagai *umbrella act* dan *governing law* pada transaksi I-Commerce; (3) Mengukur dan menetapkan apakah rekomendasi perbaikan substansi Kontrak Jual Beli di Internet *valid and enforceable*. Sedangkan yang dimaksud dengan pendekatan yuridis adalah melakukan analisa dan kajian normatif terhadap peraturan perundang-undangan yang relevan dengan topik penelitian guna menelusuri peraturan perundang-undangan apa sajakah yang mempunyai daya jangkau dan relevan terhadap permasalahan yang tengah diteliti.

### 2. Sumber Data

Data yang dipergunakan sebagai acuan dalam penelitian ini adalah:

(1) **Data Primer** berupa data lapangan. Penggalan data lapangan dimaksudkan untuk mendapatkan format dan substansi riil Kontrak Jual Beli di Internet. Data didapatkan melalui aktifitas browsing dan surfing di Internet; melakukan transaksi jual-beli untuk mendapatkan pengalaman dan data aktual tentang transaksi I-Commerce. Apabila dimungkinkan, akan dilakukan korespondensi dengan para vendor untuk menggali data kualitatif tentang alasan dan latar belakang penyusunan substansi Kontrak Jual Beli sebagaimana dicantumkan dalam situs I-Commercenya.

(2) **Data Sekunder** yang berupa peraturan perundang-undangan, baik Hukum Positif Indonesia maupun Regim Hukum Internasional, yang terkait dengan materi penelitian. Data sekunder ini utamanya dipergunakan sebagai alat analisa bahan penelitian dan alat ukur apakah substansi Kontrak Jual Beli di Internet telah sesuai dengan ketentuan yang dirumuskan.

(3) **Data Tertier** yang berupa literature, buku, jurnal, terbitan, karya ilmiah dll yang relevan dengan materi penelitian. Data tertier ini dipergunakan untuk melengkapi dan menunjang data primer dan sekunder sehingga penemuan jawaban atas permasalahan penelitian ini dapat disajikan secara benar, tepat, akurat, dan komprehensif. Data tertier juga dipergunakan selama proses penelitian berlangsung guna meningkatkan pemahaman akan permasalahan yang tengah diteliti, juga membantu dalam menganalisa dan menginterpretasi data.

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Sebelum melakukan pengumpulan data, terlebih dahulu dilakukan pencarian dan penelusuran seluruh data yang terkait dengan topik penelitian. Setelah ditemukan data yang relevan, dilakukan inventarisasi dan

pengumpulan data sesuai dengan topik dan sub-sub topik yang hendak diulas dalam penelitian. Masing-masing kelompok data selanjutnya dipelajari dan analisa dianalisa sehingga diperoleh gambaran yang sesuai dengan tujuan penelitian. Untuk selanjutnya, data diolah secara analitis deskriptif.

### **3. Ranah Penelitian**

Ranah penelitian ini adalah tataran empiris yang mempertanyakan telah 'memadai dan proporsional' atau tidakkah perlindungan hukum bagi pembeli dalam transaksi I-Commerce. Untuk itu penggalian bahan penelitian diarahkan pada perolehan format dan substansi riil Kontrak Jual Beli yang ditampilkan dalam situs-situs I-Commerce untuk ditelaah apakah substansi dan formulasi redaksional di dalamnya mencerminkan perlindungan kepentingan dan kebutuhan pembeli secara memadai dan proporsional. Penelitian ini tidak didasarkan pada metode penghitungan, tetapi pengolahan datanya akan dilakukan secara deskriptif analitis berdasarkan metode analisa kualitatif. Sedangkan hasil penelitian akan disajikan secara deskriptif Informatif.

### **4. Analisa Data**

Keseluruhan data yang telah dikelompokkan masing-masing menurut topik dan sub-sub topik bahasan dalam penelitian ini selanjutnya ditelaah secara analitis guna mendapatkan jawaban berupa paparan yang deskriptif. Analisa data ditujukan untuk menelaah dan menemukan formulasi substansi Kontrak Jual Beli yang memberikan perlindungan hukum memadai bagi kepentingan konsumen yang bertransaksi di Internet. Pada akhirnya, analisa bahan hukum diakhiri dengan suatu kesimpulan atas paparan-paparan hasil analisa data, sekaligus diberikan pula saran-saran yang perlu dan relevan.

## **BAB V**

## BAB V

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### **1. Format Online Contract**

##### **1.1. Kontrak yang Dinegosiasikan Melalui E-Mail**

Jika kontrak dinegosiasikan dan dibentuk melalui E-Mail, terdapat kemungkinan untuk menegosiasikan substansi sehingga transaksi menjadi dua arah. Kontrak yang dinegosiasikan melalui E-Mail juga mensyaratkan adanya kaldah keamanan informasi dan dipenuhinya unsur-unsur syarat sahnya kontrak. Untuk teknologi pengamanannya dapat dipergunakan teknologi Digital Signature. Digital Signature merupakan salah satu metoda kriptografi untuk mengamankan kontrak dari pihak lain yang tidak berwenang sehingga dengan dipergunakannya teknologi keamanan informasi ini keabsahan kontrak dan keamanan informasi relatif dapat dipenuhi.

##### **1.2. Kontrak Via Web Sites dan Online Services Lainnya**

Terms of contract pada transaksi yang dipaparkan di suatu situs biasanya menggunakan format kontrak baku. Biasanya pembeli melengkapi order form dan mengirimkannya kembali ke vendor. Kontrak dinyatakan terbentuk dan mengikat apabila vendor telah menerima pesanan yang dikirim oleh pembeli. Vendor menunjukkan bahwa ia telah terikat kontrak dengan pembeli dengan mengirimkan pemberitahuan yang berisi review pesanan dari pembeli, menagih pembeli, atau langsung mengirimkan barang yang dipesan pembeli. Vendor akan menerapkan terms of contract dengan menampilkan persyaratan kontrak secara online.

Persyaratan kontrak tersebut menyatakan bahwa pembeli dianggap menerima persyaratan yang ada dalam kontrak apabila pembeli meneruskan menggunakan atau mengakses situs vendor tersebut. Sebagai contoh dalam situs [www.e-toys.com](http://www.e-toys.com) vendor menampilkan beberapa kebijakan mengenai pengiriman (shipment policy), pajak (taxes policy), pembayaran (payment policy), dan kebijakan pengembalian barang (return policy). Kebijakan-kebijakan ini masuk dalam kategori terms and conditions yang disediakan oleh [www.e-toys.com](http://www.e-toys.com) yang sudah baku dan tidak bisa dinegosiasikan oleh pembeli. Pembeli tidak bisa menolak ketentuan mengenai berapa pajak yang

harus dibayar apabila dia membeli barang yang dijual [www.e-toy.com](http://www.e-toy.com) atau pembeli tidak dapat menegosiasikan ketentuan mengenai jasa kurir yang telah ditunjuk [www.e-toys.com](http://www.e-toys.com) untuk mengirim barang pada alamat pembeli. Setiap pembeli yang mengakses situs [www.e-toys.com](http://www.e-toys.com) sampai pada halaman dimana vendor menampilkan review pesanan pembeli, dianggap telah setuju dengan ketentuan yang tertera pada situs tersebut.

### **1.3. Kontrak untuk Downloading Digital Content**

Kontrak yang dibentuk untuk digital content, seperti software anti virus atau software sebuah program komputer, biasanya dibentuk langsung bersamaan dengan licence terms atau licence agreement yang tampil setelah pembeli mengklik pesannya. Licence terms tersebut berbentuk pernyataan yang mau tidak mau harus disetujui oleh pembeli apabila pembeli menghendaki meneruskan transaksi dengan vendor. Dengan kata lain pembeli harus menerima isi dari licence terms sebelum mendownload digital content yang dipesan. Setelah transaksi selesai, maka isi dari licence terms tersebut adalah mengikat. Apabila pembeli telah menggunakan produk tersebut, maka ketentuan apapun yang tertera dalam licence term memiliki kekuatan hukum bagi pembeli.

### **1.4. Kontrak melalui Electronic Data Interchange (EDI)**

Pada Electronic Data Interchange (EDI) komputer mengubah dokumen yang telah diformat atau dibentuk seperti order pembelian secara elektronik tanpa intervensi manusia. Klausula mengenai garansi, limitation of liability, atau penyelesaian sengketa telah diatur pada persetujuan dalam bentuk EDI. Pada transaksi melalui EDI format transaksi sudah berbentuk fixed-text. Terms of contract pada transaksi EDI biasanya dilakukan melalui komunikasi secara off-line mengingat EDI adalah bentuk transaksi antara Business to Business. EDI merupakan implementasi dan operasional dari suatu system yang diformat dan dinegosiasikan oleh para pelakunya secara off-line.

### **1.5. Shrink-Wrap Licence**

Pada transaksi melalui media Internet, komunitas Internet mengenal istilah Shrink Wrap Licence. Istilah ini dipergunakan dalam mengkomunikasikan terms of contract pada pembelian komoditas berbentuk digital content di Internet, biasanya merupakan produk berbentuk software yang difiksasi pada format yang tangible. Terms of contract pada produk

yang menggunakan Shrink-Wrap Licence biasanya tercetak pada kemasan luar. Dengan membuka kemasan tersebut, pihak yang membuka dianggap telah sepakat dan terikat terms of contract yang tertera pada kemasan produk. Kesepakatan akan isi terms of contract tidak diwujudkan dengan cara menandatangani suatu dokumen, tetapi dengan simbolisasi membuka kemasan, maka hanya dengan membuka kemasan, setiap orang yang membukanya dianggap sepakat dan terikat dengan isi terms of contract tersebut.

Jika terms of contract baru dipaparkan kepada pembeli pada saat pembeli telah menerima komoditi, mengingat terms of contract tersebut dicetak pada kemasan luar produk, apakah terms of contract tersebut memiliki kekuatan hukum mengikat, karena pada intinya terms of contract tersebut tidak dapat dinegosiasikan. Terms of contract ini mau tidak mau harus diterima oleh di pembeli. Apabila pembeli tidak menyetujui isi terms of contract tersebut, pembeli tidak dapat dengan mudah mengembalikan produk tersebut, terlebih lagi produk tersebut telah dibuka.

Sebaiknya apabila produk tersebut dipasarkan melalui media Internet, seharusnya vendor telah memaparkan isi terms of contract tersebut pada tampilan situs sehingga pembeli yang hendak membeli produk tersebut telah mengetahui dan mempelajari isi terms of contract produk tersebut sebelum dia memutuskan untuk membelinya. Terms of contract pada kemasan luar isinya harus sama dengan apa yang telah ditampilkakan pada situs vendor dan sifatnya hanya penegasan.

Calon pembeli harus memiliki kesempatan untuk secara seksama mempelajari dan memahami substansi terms of contract sebelum transaksi terjadi. Pertama-tama, vendor harus menyebutkan langkah-langkah apa saja yang wajib dilakukan oleh calon pembeli untuk menegaskan kehendak pembeli untuk terus bertransaksi. Kedua, vendor harus memberikan keleluasaan bagi calon pembeli untuk melakukan pilihan, "meneruskan atau menghentikan" transaksi setelah calon pembeli mempelajari substansi dari terms of contract tersebut. Hal ini dimaksudkan agar kepentingan calon pembeli akan komoditi yang diperjualbelikan dapat terpenuhi, selain itu juga mencegah timbulnya gugatan oleh pembeli yang timbul karena ketidakpuasan pembeli akan produk tersebut. Hal yang terakhir dan paling penting adalah

mencegah timbulnya penyalahgunaan atau penipuan yang biasa dilakukan oleh vendor fiktif yang ada di Internet. Terms of contract yang dipaparkan baik di situs vendor atau juga ditegaskan kembali pada kemasan luar komoditi tersebut adalah salah satu usaha untuk melindungi kepentingan dan kepuasan konsumen. Hal ini merupakan hal yang penting pada transaksi di Internet.

### **1.5. Web Wrap Licence**

Web Wrap Licence merupakan konsep shrink-wrap pada transaksi dan distribusi Internet-online. Web Wrap Licence ini ada pada komoditi yang berbentuk digital content yang ditransmisikan atau dikirim secara online oleh vendor atau vendor pada pembeli. Biasanya vendor memaparkan terms of contract bersama-sama dengan komoditi digital pada kondisi siap didownload. Vendor menganggap bahwa terms of contract diterima dan mengikat semata karena pembeli telah melakukan download.

Web Wrap Licence akan memiliki kekuatan hukum yang mengikat apabila terms of contract ditampilkan sedemikian rupa sehingga terstruktur dan mudah dipelajari serta dipahami. Vendor juga harus menyebutkan langkah-langkah apa 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 agar calon pembeli dapat kembali atau membatalkan transaksi, dengan menampilkan icon "next", "cancel" atau "back" pada setiap halamannya. Untuk melanjutkan pada halaman berikutnya setiap calon pembeli dianggap menyetujui halaman sebelumnya. Dengan ketentuan calon pembeli telah membaca dan mempelajari isi dari halaman sebelumnya tersebut secara seksama. Hal yang paling penting adalah bahwa vendor harus memberikan keleluasaan bagi calon pembeli untuk melakukan pilihan: "meneruskan atau menghentikan" transaksi setelah mempelajari substansi terms of contract tersebut.

Pada transaksi di Internet yang menggunakan Web Wrap Licence, biasanya vendor menampilkan terms of contract sebagai klausula baku yang mengikat setiap calon pembeli yang akan mendownload produk yang ditawarkan. Isi dari terms of contract pada Web Wrap Licence, biasanya berupa "entire agreement", "software agreement", "online service and

information providers”, “governing law” dan “warranty and liability disclaimer”. Isi dari terms of contract ini memang sudah baku dan tidak bisa dinegosiasikan oleh calon pembeli sehingga terkesan merugikan pembeli apabila terdapat satu atau lebih klausula yang dapat mengganggu kelangsungan penggunaan produk tersebut oleh si calon pembeli.

## 2. Substansi Kontrak pada Transaksi Internet-Commerce

Situs-situs yang diteliti adalah situs yang menyatakan tunduk pada Hukum Amerika Serikat dan menunjuk domisilinya di Amerika Serikat yaitu [www.amazon.com](http://www.amazon.com), [www.walmart.com](http://www.walmart.com), dan [www.esprit.com](http://www.esprit.com); situs yang menyatakan tunduk pada Hukum Jerman dan menunjuk domisilinya di Jerman yaitu [www.myparadise.de](http://www.myparadise.de); dan situs yang menunjuk domisilinya di Indonesia, yaitu: Fast and Cheap, Glodok shop, dan Gunung Agung. Klausula-klausula yang dicantumkan dalam Kontrak Jual Beli masing-masing situs adalah sebagai berikut:

### 2.1. Situs-situs yang menunjuk domisilinya di Amerika Serikat:

<a href="http://www.amazon.com">www.amazon.com</a> <sup>74</sup>	<a href="http://www.walmart.com">www.walmart.com</a> <sup>75</sup>	<a href="http://www.esprit.com">www.esprit.com</a> <sup>76</sup>
--	--	--

<sup>74</sup> Tentang pilihan hukum tercantum dalam Condition of Use tentang Applicable Law: by visiting Amazon.com, you agree that the laws of the state of Washington (garis bawah dari saya), 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. Tentang pilihan forum tercantum dalam Condition of Use tentang 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 (garis bawah dari saya). Tentang domisili tercantum dalam Condition of Use tentang Contact Us yang menyebutkan: Amazon.com, Inc. P.O. Box 81226, Seattle, WA 98108-1226 atau Amazon.com Legal Department, 1200 12th Avenue South, Suite 1200, Seattle, WA, 98144-2734, USA.

<sup>75</sup> Tentang pilihan hukum dan pilihan forum tercantum dalam Terms and Conditions tentang General: This Agreement shall be governed by and construed under California law without regard to conflicts of law provisions. Any action or proceeding arising out of or related to this Agreement or your use of this Site must be brought in the state or federal courts of California and you consent to the exclusive personal jurisdiction of such courts. Sedangkan tentang domisili tercantum dalam Terms and Conditions tentang Email with questions or comments about our Web site, 24 hours a day, 7 days a week; Mail: Mail comments or questions about our Web site to: Customer Service at Walmart.com, 7000 Marina Blvd, Brisbane, CA 94005; Phone: Call Web site Customer Service at 1-800-966-6546 from 6 a.m. to 1 a.m. (CT), 7 days a week.

<sup>76</sup> Tentang pilihan hukum tercantum dalam Terms of Use tentang General: The laws of England will govern (garis bawah dari saya) these disclaimers, terms, and conditions, without giving effect to any principles of conflicts of laws. Sedangkan tentang domisili tercantum dalam Terms of Use tentang To Contact Us: Esprit International, 1370 Broadway 16th Floor, New

Conditions of Use	Terms and Conditions	Terms of Use
1) Privacy	1) Introduction	1) Trademarks
2) Electronic Communications	2) Use of this Site	2) Copyright
3) Copyright	3) Site Security	3) Use of Site
4) Trademarks	4) Order Acceptance	4) Uploads
5) Patents	5) Pricing Information	5) Copyright Complaints
6) License and Site Access	6) Quantity Limits & Dealer Sales	6) Links to Third Party Sites
7) Your Account	7) Copyrights and Trademarks	7) Links to Us
8) Reviews, Comments, Communications, and Other Content	8) User Reviews, Feedback, Submissions	8) Information on Esprit Holdings Limited
9) Copyright Complaints	9) Video and Computer Game Ratings	9) Disclaime
10) Risk of Loss	10) Colors	10) Privacy
11) Product Descriptions	11) Indemnification	11) General
12) Pricing	12) Termination	12) To contact us
13) Other Businesses	13) Disclaimer	
14) Disclaimer of Warranties and Limitation of Liability	14) Limitation of Liability	
15) Applicable Law	15) BabyConnection.com	
16) Disputes	16) General	
17) Site Policies, Modification, and Severability	17) DMCA Notice	
18) Our Address		
19) Notice And Procedure for Making Claims of Copyright		
20) Infringement		

## 2.2. Situs yang menunjuk domisilinya di Jerman:

[www.myparadise.de](http://www.myparadise.de)<sup>77</sup>

York, NV 10018, USA, t +1-212-401-1120, f +1-212-401-1123, [www.esprit.com](http://www.esprit.com). Dicantumkan pula Kantor Pusat untuk wilayah Eropa: European Headquarters, Esprit Europe GmbH, Esprit-Allee, 40842 Ratingen, Germany Kantor Pusat untuk wilayah Asia Asian Headquarters, Esprit Asia (Distribution) Ltd., 43/f Enterprise Square Three, 39 Wang Chiu Road, Kowloon Bay, Kowloon, Hong Kong.

<sup>77</sup> Tentang domisilil ercantum dalam *Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)* tentang *Kontaktadresse*: Wir freuen uns über Ihre Fragen, Anmerkungen und Hinweise unter folgender Briefadresse: myParadise.de, c/o Lifestyle Online GmbH, Flemingstr. 71, 81925 München, Tel.: 089 / 452 270 01 Fax: 089 / 452 270 05, E-Mail: [info@myParadise.de](mailto:info@myParadise.de). Vertreten wird die Lifestyle Online GmbH durch Dr. Hendrik Gottschlich. Handelsregister: Traunstein HRB 15564. Sedangkan pilihan hukum secara implisit menunjuk Hukum Jerman karena aturan hukum yang dirujuk untuk menangani masalah penyalahgunaan HKI, kontrak, dan keberatan berkenaan dengan transaksi adalah KUHD Jerman AGBS, Imperium SAG Pasal 312 BG dan pilihan forumnya adalah Pengadilan Tinggi di Munchen.



**Allgemeine Geshaftbedingungen (AGB)  
 myParadise c/o Lifestyle Online GmbH**

1. Geltungsbereich
3. Vertragsabschluß und Rücktritt
4. Lieferung
5. Fälligkeit und Zahlung
6. Aufrechnung und Zurückbehaltung
7. Verpackung, Versand, Mindestbestellwert
8. Eigentumsvorbehalt
9. Rückgaberecht
10. Gewährleistung und Haftung
11. Datenschutz
12. Anwendbares Recht und Gerichtsstand

**2.3. Situs-situs yang menunjuk domisilinya di Indonesia:**

<a href="http://www.glodokshop.com">www.glodokshop.com</a> <sup>78</sup>	<a href="http://www.bhinneka.com">www.bhinneka.com</a> <sup>79</sup>	<a href="http://www.fastncheap.com">www.fastncheap.com</a> <sup>80</sup>
<b>Perjanjian Transaksi</b>	<b>Syarat dan Kondisi</b>	<b>User Agreement</b>
1) Transaksi Pemesanan 2) Pembayaran	1. Ketentuan Harga 2. Biaya Pengiriman	1. Ketentuan Umum 2. Pihak yang

<sup>78</sup> Tentang pilihan hukum dan pilihan forum tidak terdapat (garis bawah dari saya) dalam klausula Perjanjian Transaksi ini. Tentang domisili ditentukan dengan mencantumkan dalam Kontak Kami: [www.glodokshop.com](http://www.glodokshop.com) P.T. Niaga Internusa Jam Buka: Senin-Jum'at 09.00-17.00WIB Sabtu 09.00-13.30 WIB Kantor Operasional: Jl. Patra Raya No 26, Jakarta Barat, Indonesia Telepon: (021) 5696-2188, 567-4381, 5697-1330/31/35 Fax: Ext 900 HP (No SMS): 0815-804-3009, 0815-997-9897.

<sup>79</sup> Tentang pilihan hukum dan pilihan forum tidak terdapat (garis bawah dari saya) dalam klausula Syarat dan Kondisi ini. Tentang domisili ditentukan dengan mencantumkan dalam Kontak Kami: Bhinneka Mentari Dimensi, P.T. Email: [care@bhinneka.com](mailto:care@bhinneka.com) Jl. Gunung Sahari Raya 73C #5-6 Telp (62-21) 4229555 - 4261617 Fax(62-21) 4257787 Bhinneka.Com@mangga dua Telp:(021) 6230-1383 Fax: (021) 612-6686 - Mangga Dua Mall Lt 3 / 2, Open Everyday 10.00-19.00.

<sup>80</sup> Tentang pilihan hukum dan pilihan forum tidak terdapat (garis bawah dari saya) dalam klausula Syarat dan Kondisi ini. Tentang domisili ditentukan dengan mencantumkan dalam Kontak Kami: Untuk informasi lebih lengkap, hubungi customer service kami di: 62-31-5013063, 62-31-5013076 email: [cs@fastncheap.com](mailto:cs@fastncheap.com) fax : 62-31- 5028737.

3) Cash On Delivery (COD)	Barang	Melakukan Kontrak
4) Telah Membayar Lunas	3. Pengiriman Barang dan Asuransi	3. Deskripsi Produk
5) Menggunakan Kartu Kredit	4. Pengiriman Barang oleh Ekspedisi yang Ditunjuk Pembeli	4. Cara Pembayaran
6) Transfer Bank	5. Ketersediaan Barang	5. Asupan Barang
7) Pembatalan Transaksi	6. Konfirmasi Pemesanan	6. Pengiriman Barang
8) Pengiriman Barang	7. Pengenaan PPh dan PPh	7. Komunikasi antara Vendor dan Pembeli
9) Tanggal Pengiriman	8. Garansi	8. Garansi dan Ganti Rugi
10) Batasan Pengiriman	9. Pengembalian Barang	9. Pajak dan Biaya Lain-lain
11) Garansi Barang	10. Jaminan Akurasi Data	10. Resiko Kehilangan
12) Kontak Kami	11. Cara Pembayaran	11. Pengembalian Barang
	12. Kontak Kami	12. Ketentuan Lain-lain

### **3. Analisa Substansi Kontrak pada Transaksi Internet-Commerce Berdasarkan Kepentingan Pembeli**

Berdasarkan paparan klausula-klausula beberapa Kontrak Jual Beli pada situs-situs yang diteliti terdapat materi pengaturan yang dimiliki oleh keseluruhan situs-situs di atas, yaitu:

1) **Peringatan kepada calon pembeli.** Hampir pada setiap Kontrak Jual Beli diawali dengan pernyataan bahwa dengan melakukan transaksi melalui situs maka pembeli dianggap telah memahami, menyetujui, dan terikat pada isi kontrak yang dipaparkan dalam situs:

"Please note that your use of the Walmart.com site (the "Site") constitutes your unconditional agreement to follow and be bound by these Terms of Use." (situs Walmart)

"If you visit or shop at Amazon.com, you accept these conditions." (situs Amazon)

"Perjanjian ini secara otomatis akan mengikat saat bertransaksi. Dengan mengirimkan order pembelian Anda dianggap telah membaca, mengerti, dan menyetujui akan Isi Perjanjian Transaksi ini. Harga, Spesifikasi, dan keterangan mengenai produk ditampilkan di website GlodokShop dan pemesanan dianggap telah terlebih dahulu mempelajarinya." (situs Glodok)

"Customer berhak dan wajib membaca peraturan-peraturan di atas. Fast&Cheap tidak bertanggung jawab atas peraturan-peraturan di atas yang tidak dibaca oleh customer." (situs Fast and Cheap)

Dalam Hukum Kontrak dikenal adagium "let's the buyer be aware" yaitu pembeli pun sebelum melakukan transaksi diwajibkan untuk secara seksama mengetahui apa dan bagaimana transaksi yang ia lakukan, pembeli tidak dapat mendalilkan bahwa dirinya "tidak tahu" dalam melakukan transaksi. Manakala timbul kerugian pada pihak pembeli, maka kerugian tersebut tidak dapat serta merta didalilkan disebabkan karena vendor berlaku curang terhadap pembeli, akan tetapi pembeli yang tidak menerapkan prinsip "let's the buyer be aware" pun berkontribusi terhadap timbulnya kerugian tersebut. Ketentuan di atas mencerminkan prinsip "let's the buyer be aware" yang umum diberlakukan pada setiap kontrak dan berlaku dalam Hukum Kontrak. Tanggung jawab untuk mengamankan transaksi tidak hanya dibebankan kepada vendor, akan tetapi konsumen pun berkewajiban untuk melindungi dirinya sendiri dalam melakukan setiap transaksi dengan cara benar-benar waspada dan teliti dalam mengenali produk yang hendak dibelinya dan memahami dengan seksama setiap kontrak dimana ia terlibat.

Untuk itu tepat kiranya jika dalam kontrak vendor mempersyaratkan pembeli untuk terlebih dahulu memahami dengan seksama isi kontrak sebelum melakukan transaksi. Pencantuman klausula seperti ini melindungi kepentingan pembeli secara wajar dan berimbang.

2) **Perubahan.** Atas Kontrak Jual Beli yang dicantumkan pada situs, Vendor berhak untuk melakukan perubahan sewaktu-waktu dan tanpa pemberitahuan terlebih dahulu:

"Walmart.com reserves the right to update or modify these Terms of Use at any time without prior notice to you." (situs Walmart)

"We reserve the right to make changes to our website and these disclaimers, Terms of Use, terms and conditions at any time by posting on this website, without any other notice." (situs Esprit)

"We reserve the right to make changes to our site, policies, and these Conditions of Use at any time." (situs Amazon)

Ketentuan di atas merupakan karakter khas suatu Kontrak Baku. Vendor tidak membuka peluang sama sekali untuk menegosiasi kontrak yang untuk itu pembeli tidak memiliki pilihan lain selain "take it or leave it". Meskipun pernyataan di atas wajar dan umum dicantumkan mengingat kenyataannya Vendor dan pembeli pun tidak dapat bertemu sehingga tidak

mungkin menegosiasikan isi kontrak, vendor pun merumuskan isi klausula tentang fasilitas-fasilitas transaksi apa saja yang mampu ia sediakan dan berikan kepada pembeli. Oleh karenanya, dengan menyantumkan pernyataan di atas, vendor hendak menyampaikan pesan kepada pembeli bahwa manakala pembeli bertransaksi di situs milik vendor, maka pembeli harus mengetahui dan menyetujui bahwa hanya sebatas seperti apa yang dituangkan vendor dalam kontrak itulah yang mampu vendor berikan kepada pembeli. Untuk itu, manakalah pembeli akan mengajukan gugatan maka gugatan tersebut hanya sebatas pada tidaksesuaian antara prestatie yang dijanjikan vendor kepada pembeli sebagaimana tercantum dalam kontrak.

Pencantuman klausula bahwa vendor berhak mengadakan perubahan (secara sepihak) sewaktu-waktu tanpa pemberitahuan terlebih dahulu kepada pembeli tampaknya tidak terlalu berpihak kepada pembeli akan tetapi merupakan suatu kewajaran dalam praktik. Apabila setiap kali vendor hendak meng-up-date situsnya harus terlebih dahulu meminta persetujuan kepada para pembelinya, secara logika dan praktis hal ini tidak mungkin dilaksanakan. Akan tetapi, tetapi akan lebih baik manakala setelah melakukan perubahan vendor mengumumkan pada situsnya dengan menggunakan icon-icon yang informatif seperti "now we serve better" atau "updated version". Manakala perubahan yang dilakukan merupakan penyempurnaan yang memberikan lebih banyak kemudahan dan keuntungan kepada para pembelinya, maka pemberitahuan tersebut tentu menjadi media promosi yang tepat guna menimbulkan efek psikologis positif kepada para pembelinya.

**3) Identitas vendor.** Hampir pada semua situs di atas menyatakan identitas vendor dengan mencantumkan nama perusahaan, alamat darat (postal address), alamat e-mail, telpon, faksimili. Bahkan, situs myparadise.de menunjuk nama sebagai perwakilan dari pihak vendar dalam kontrak:

"Email with questions or comments about our Web site, 24 hours a day, 7 days a week; Mail comments or questions about our Web site to: Customer Service at Walmart.com, 7000 Marina Blvd, Brisbane, CA 94005; Phone: Call Web site Customer Service at 1-800-966-6546 from 6 a.m. to 1 a.m. (CT), 7 days a week. Wal-Mart.com's Designated Agent for notice of claims of copyright infringement can be reached as follows: By mail: Debbie Hughes, Wal-Mart Stores, Inc. 702 S.W. 8th Street Bentonville, Arkansas 72716-0520 By e-mail: [dmca@walmart.com](mailto:dmca@walmart.com)"

"Vertragspartner: Ihr Vertragspartner ist die myParadise.de c/o Lifestyle Online GmbH, Flemingstr. 71, 81925 München Fax: +49 (0) 89 - 452 270 05, E-Mail: [info@myParadise.de](mailto:info@myParadise.de). Vertreten durch Dr. Hendrik Gottschlich. An diese Adresse sind auch Beanstandungen zu richten." (situs MyParadise)

"Our Address: Amazon.com, Inc., P.O. Box 81226, Seattle, WA 98108-1226, <http://www.amazon.com>. 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](mailto:copyright@amazon.com). Courier address: Copyright Agent, Amazon.com Legal Department, 1200 12th Avenue South, Suite 1200, Seattle, WA 98144-2734, USA."

"To contact us: Esprit International, 1370 Broadway 16th Floor, New York, NY 10018, USA, t +1-212-401-1120, f +1-212-401-1123, [www.esprit.com](http://www.esprit.com)."

"Telp: 021-4261617, 4229555, email: [care@bhinneka.com](mailto:care@bhinneka.com), SMS: 0812 123 8000, Fax: 021-4257787, untuk daftar personel yang bisa dihubungi silahkan [klik disini](#)."

"[www.glodokshop.com](http://www.glodokshop.com), P.T. Niaga Internusa, Jam Buka: Senin-Jum'at 09.00-17.00WIB Sabtu 09.00-13.30 WIB, Kantor Operasional: Jl. Patra Raya No 26, Jakarta Barat, Indonesia, Telepon: (021) 5696-2188, 567-4381, 5697-1330/31/35, Fax: Ext 900 HP (No SMS): 0815-804-3009, 0815-997-9897."

"Untuk informasi lebih lengkap, hubungi customer service kami di: 62-31-5013063, 62-31-5013076 email: [cs@fastncheap.com](mailto:cs@fastncheap.com) fax : 62-31-5028737."

Pencantuman personal kontak, postal address, nomor telepon, nomor faksimili secara lengkap dalam suatu situs memberikan perlindungan terhadap kepentingan pembeli manakala pembeli ingin menghubungi vendor berkenaan dengan transaksi. Baik pada situs perusahaan pure-virtual seperti [www.amazon.com](http://www.amazon.com), [www.glodokshop.com](http://www.glodokshop.com), [www.bhinneka.com](http://www.bhinneka.com) atau partly-virtual seperti [www.fastncheap.com](http://www.fastncheap.com), [www.esprit.com](http://www.esprit.com) pencantuman "alamat darat" secara jelas dan lengkap akan lebih memberikan keyakinan kepada pembeli bahwa situs di mana ia melakukan transaksi bukan situs fiktif. Pencantuman "alamat darat" ini juga dapat dipergunakan sebagai informasi kedudukan hukum sehingga manakala timbul sengketa atas transaksi, pembeli dapat lebih mudah mengidentifikasi kedudukan hukum pihak vendor.

3) Penentuan siapa saja yang diperbolehkan bertransaksi. Mengingat dalam Hukum Kontrak yang berlaku di Indonesia juga mempersyaratkan

kecakapan dalam melakukan transaksi, maka dalam situs juga dicantumkan pihak mana saja yang diperbolehkan bertransaksi di dalamnya:

**"Your Account ...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. ..."**

**"Use of this Site: By accepting these Terms of Use through your use of the Site, you certify that you are 18 years of age or older.**

If you are under the age of 18 but at least 13 years of age you may use this Site only under the supervision of a parent or legal guardian who agrees to be bound by these Terms of Use.

Walmart.com does not intentionally collect personal information about children under the age of 13. Children under the age of 13 may not use this Site and parents or legal guardians may not agree to these Terms of Use on their behalf.

If you are a parent or legal guardian agreeing to these Terms of Use for the benefit of a child between the ages of 13 and 18, be advised that you are fully responsible for his or her use of this Site, including all financial charges and legal liability that he or she may incur.

If you do not agree to (or cannot comply with) any of these terms and conditions, do not use this Site." (situs Walmart)

Pencantuman persyaratan usia tertentu memberikan kepastian hukum bagi pembeli karena ia tidak harus menanggung resiko bahwa transaksi yang dilaksanakannya ditolak atau dibatalkan oleh vendor mengingat transaksi yang dilakukan oleh subyek hukum yang tidak cakap berpotensi untuk dapat dibatalkan (voidable). Di sisi lain, pencantuman syarat usia tersebut juga menguntungkan vendor sebagai langkah antisipatif atas kemungkinan timbulnya gugatan dari pihak pembeli.

Situs-situs yang tidak mencantumkan persyaratan usia mungkin berasumsi bahwa komoditas yang ia perjualbelikan berikut tata cara bertransaksi yang dipaparkan dalam situs hanya dapat dipahami dan dijalankan oleh orang dewasa. Akan tetapi tetap saja situs yang tidak mencantumkan persyaratan usia tertentu menanggung resiko hukum dapat dibatalkannya kontrak dengan pembeli yang tidak memenuhi persyaratan kecakapan.

**4) Hak Kekayaan Intelektual.** Aspek HKI sangat erat kaitannya dengan aktifitas I-Commerce. Kaitan paling minimal antara HKI dengan I-Commerce adalah bahwa tampilan situs sebagai gerai online dilindungi oleh regim Hak Cipta, nama domain yang dipergunakan sebagai alamat pada situs-situs I-Commerce adalah merek dagang atau merek jasa pihak vendor yang diatur oleh regim Hukum Merek, operasionalisasi situs jelas memerlukan piranti lunak komputer yang perlindungan hukumnya jika di Indonesia masih diatur oleh regim Hak Cipta dan sudah dilindungi dalam regim Paten jika di Amerika Serikat.

"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 ... and protected by United States and international copyright laws.

... are trademarks, registered trademarks or trade dress of Amazon.com, Inc....

... Portions of this Site operate under license of U.S. Patent Nos. 5,708,780, 5,715,314, 5,909,492, 6,205,437...

... 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. ..."

"Unless otherwise noted, all Contents are copyrights, trademarks, trade dress and/or other intellectual property owned, controlled or licensed by WALMART.COM, one of its affiliates or by third parties who have licensed their materials to WALMART.COM and are protected by U.S. and international copyright laws. ...

The WAL-MART names and logos and all related product and service names, design marks and slogans are the trademarks or service marks of Wal-Mart Stores, Inc. ...

References on this Site to any names, marks, products or services of third parties or hypertext links to third party sites or information are provided solely as a convenience to you and do not in any way constitute or imply WALMART.COM ... If you decide to link to any such third party web sites, you do so entirely at your own risk."

"Trademarks: "ESPRIT" and other marks, logos and service names are trademarks of Esprit International.

Copyright: All content included on this website... is the property of Esprit International ... The compilation of all content on this website is the

exclusive property of Esprit International. All software used on this website is the property of Esprit International or its software suppliers. All the content, compilation and software are protected by English and international copyright laws.

Any other use, including the reproduction, modification, distribution, transmission, republication, display, or performance of the content on this website may be permissible provided prior written consent of Esprit International is obtained through written request made to Esprit International."

Dari tujuh situs yang diteliti, hanya 3 situs yang mencantumkan secara rinci dan cermat klausula tentang HKI. Klausula tentang HKI yang dicantumkan pada situs-situs di atas pada pokoknya mengumumkan kepada khalayak bahwa hal-hal yang berkaitan dengan Hak Cipta, Merek, dan Paten pada komoditas yang diperjualbelikan melalui situs, tampilan situs, kinerja situs, atau kompilasi piranti lunak adalah milik vendor yang dilindungi oleh regim hukum masing-masing negara dan regim Hukum Internasional.

Sangat dapat dipahami mengapa hanya situs [www.amazon.com](http://www.amazon.com), [www.walmart.com](http://www.walmart.com), dan [www.esprit.com](http://www.esprit.com) saja yang mencantumkan klausula tentang HKI. Ketiga situs tersebut sangat terkenal pada tataran Internasional sehingga pencantuman klausula tentang HKI difungsikan sebagai peringatan kepada khalayak bahwa hal-hal yang berkaitan dengan amazon, walmart, dan esprit telah sah dimiliki oleh masing-masing vendor dan dilindungi hukum. Untuk itu, upaya-upaya curang, itikad tidak baik, tindakan merugikan yang ditujukan kepada vendor berkenaan dengan HKI akan ditindak secara hukum. Apabila terdapat pihak ke-3 yang berkeinginan untuk memanfaatkan seluruh atau sebagian dari situs-situs di atas untuk kepentingan pribadi atau komersial, ketiga situs di atas akan memberikan peluang dan kesempatan asalkan aktifitas tersebut dilakukan dengan ijin dari masing-masing vendor.

Pencantuman klausula HKI di atas menguntungkan pembeli karena de jure komoditas yang dibeli melalui situs di atas secara hukum telah dijamin orisinalitasnya, bukan barang palsu atau tiruan dan barang bajakan.

**5) Deskripsi Barang.** Klausula tentang deskripsi barang pada kesemua situs ditampilkan dengan sangat detail dan lengkap berkenaan dengan jenis, ukuran, bentuk, warna, bahan pembuat, fungsi, atau komponen-komponen yang terdapat pada barang. Akan tetapi meskipun para vendor telah berupaya maksimal untuk menampilkan deskripsi produk dengan sangat



detail, vendor pada akhirnya menyatakan tidak dapat menjamin akurasi deskripsi produk yang telah dipaparkan pada situs. Situs [www.esprit.com](http://www.esprit.com) bahkan menjamin akurasi deskripsi dan rupa –terutama warna-- produk yang ditawarkan melalui situs asalkan pembeli menggunakan jenis komputer dan teknologi khusus yang tertentu untuk mengakses situsya.

Klausula deskripsi barang yang dipaparkan dengan detail dan lengkap ini menguntungkan pembeli karena dengan informasi yang dipaparkan pembeli dapat mengenali dengan lebih baik barang yang akan ia beli. Akan tetapi pernyataan bahwa vendor tidak menjamin bahwa deskripsinya akurat merupakan klausula yang merugikan pembeli karena vendor melepaskan tanggung jawab dan tanggung gugat terhadap kemungkinan terjadinya misrepresentasi atau pengelabuan atas deskripsi barang. Manakala hal tersebut yang terjadi maka jelas telah terjadi pelanggaran hukum.

**6) Pembayaran.** Kesemua situs menampilkan klausula tentang pembayaran dengan sangat rinci dan memberikan berbagai alternatif cara pembayaran, tidak terbatas hanya dengan kartu kredit saja. Bahkan terdapat situs yang menawarkan fasilitas pembayaran secara kredit (pinjaman dengan pengembalian secara mengangsur) secara online. Hampir kesemua situs menyatakan akan memberikan konfirmasi pembayaran kepada pembeli yang telah menunaikan pembayaran dengan tata cara yang dipilih sendiri.

Pemaparan tata cara pembayaran yang detail dengan memberikan beberapa alternatif cara pembayaran berikut kesanggupan para vendor untuk memberikan konfirmasi pembayaran merupakan ketentuan yang menguntungkan pembeli. Terutama ketentuan tentang kesanggupan untuk memberikan konfirmasi, hal ini menguntungkan pembeli karena ia akan terhindar dari resiko pengingkaran penerimaan pembayaran oleh vendor dan vendor tidak dapat mengelak untuk tidak menunaikan kewajibannya mengirimkan barang yang dipesan oleh pembeli karena senyatanya ia telah menerima pembayaran.

**7) Pengiriman.** Klausula tentang pengiriman barang pada ketujuh situs yang diteliti relatif dipaparkan dengan detail berkenaan dengan bagaimana barang akan dipak dalam pengiriman, berapa lama waktu yang diperlukan untuk pengiriman, berapa biaya yang diperlukan untuk pengiriman yang

dilakukan oleh kurir yang ditunjuk oleh vendor, vendor juga membuka peluang bagi pembeli untuk memilih kurirnya sendiri. Pencantuman klausula yang demikian menguntungkan pembeli karena pembeli dapat melakukan estimasi berapa lama dan berapa biaya yang harus ia keluarkan untuk pengiriman barang dimaksud. Berkenaan dengan pengiriman barang, vendor rata-rata mencantumkan jaminan bahwa barang yang dipesan akan tiba dalam keadaan baik manakala dikirim melalui kurir yang ditunjuk oleh vendor.

“Barang akan kami kirimkan segera setelah kami menerima pembayaran. Lama waktu perjalanan pengiriman tergantung pada daerah tujuan. Untuk pengiriman yang memakai jasa kurir, kami bekerja sama dengan TIKI. Semua barang yang dibeli dan dikirim melalui TIKI akan kami asuransikan untuk mencegah kehilangan atau kerusakan selama dalam perjalanan.” (situs Fast and Cheap)

“Bila Anda menginginkan pengiriman jasa ekspedisi yang Anda inginkan, silahkan beritahu pada kami. Dengan senang hati akan kami kirimkan ke perwakilan ekspedisi tersebut yang ada di Jakarta tanpa biaya tambahan. Namun jaminan pengiriman sampai ke tempat tujuan sepenuhnya berada di pihak pembeli.” (situs Bhinneka)

“Semua kerusakan yang diakibatkan kelalalan selama pengiriman barang adalah menjadi tanggung jawab GlodokShop, dan akan mendapatkan asuransi penggantian barang baru. Kerusakan selama pengiriman menggunakan Jasa Pengiriman diluar yang ditunjuk oleh GlodokShop menjadi tanggung jawab pemesan.” (situs Glodok)

Klausula yang demikian tampaknya merugikan pembeli karena tidak memberikan pilihan kepada pembeli untuk menunjuk kurir lain selain yang ditentukan oleh vendor. Akan tetapi, ketentuan di atas tampaknya wajar mengingat vendor tidak akan bertanggung jawab atas kerusakan barang yang timbul pada masa pengiriman manakala kurir yang ditunjuk bukan rekanan vendor, karena jika kerusakan itu terjadi maka dalam hal ini yang dapat harus bertanggung jawab adalah kurir itu sendiri, bukan lagi vendor. Hal ini terjadi karena pembeli mengadakan perjanjian lagi tersendiri dengan kurir untuk mengirimkan barang di luar dari perjanjian jual beli antara vendor dan pembeli. Sedangkan jika pembeli memilih menggunakan jasa pengiriman barang melalui kurir yang ditunjuk oleh vendor, maka masalah pengiriman barang menjadi bagian dari kontrak jual beli antara vendor dan pembeli.

8) **Kebijakan Pengembalian Barang.** Pada situs-situs yang tunduk pada Hukum Amerika Serikat terdapat klausula yang mengatur tentang "Refundable Policy". Ketentuan ini tidak semata-mata kebijakan vendor dalam rangka memberikan pelayanan terbaik kepada pembelinya, akan tetapi hal ini telah menjadi keharusan yang diterapkan dalam transaksi jual beli di mana pun transaksi dilakukan. Refundable Policy merupakan salah satu substansi pengaturan dalam UU Perlindungan Konsumen di Amerika Serikat. Sedangkan di Indonesia, kebijakan pengembalian barang bukan merupakan kebijakan yang wajib diberlakukan pada setiap transaksi, penerapannya semata-mata tergantung pada aturan sepihak para penjual atau vendor.

"Semua produk yang sudah dibeli tidak dapat ditukar atau pun dikembalikan, customer sebaiknya membaca spesifikasi dengan benar/teliti kondisi barang sebelum transaksi.

Fast&Cheap tidak memberikan garansi untuk produk-produk yang habis terpakai, seperti cartridge, toner, ribbon.

Fast&Cheap tidak bertanggungjawab dengan masalah software/driver yang bermasalah di PC milik customer.

Fast&Cheap tidak bertanggungjawab terhadap produk dengan stiker segel yang telah rusak baik sengaja/tidak sengaja.

Garansi tidak berlaku pada :

- Accessories seperti baterai, kabel, charger/adapter, car-kit, carrying bag, cartridge, craddle, handsfree, antena, stylus, dan accessories kosmetik lainnya.

- Produk yang rusak karena kesalahan pemakaian dengan cara yang tidak sesuai dengan buku petunjuk.

- Produk yang rusak pada bagian permukaan dan bagian luar lainnya, seperti tergores, memudar, retak, atau patah karena penggunaan sehari-hari.

- Produk yang telah dibuka segelnya dan/atau dicoba diperbaiki, atau dimodifikasi oleh pemilik/pihak ketiga yang bukan atau tanpa sepengetahuan Service Center Fast&Cheap.

- Produk yang rusak karena instalasi software yang tidak benar atau serangan virus.

- Produk yang rusak karena bencana alam (petir, banjir, dan lain-lain) atau karena kelalaian penggunaan (jatuh, terkena cairan dan lain-lain) atau akibat huru-hara.

- LCD, Display, atau tabung monitor yang rusak karena pecah."

1. Pengajuan komplain kerusakan dilakukan langsung saat produk diterima atau maksimal 1 hari sejak produk diterima.
2. Kerusakan yang tidak diakibatkan kesalahan selama masa pengiriman dari barang yang telah dibeli mengacu pada garansi resmi yang ada pada barang tersebut.
3. Produk yang dinyatakan tidak bergaransi tidak mendapatkan jaminan bebas biaya perbaikan dan penggantian suku cadang.

4. Kerusakan segel akan mengakibatkan semua bentuk garansi tidak berlaku.
5. Kelalaian pengajuan klaim garansi sehingga melebihi tanggal yang diatur bukan tanggung jawab GlodokShop.
6. Wanprestasi atau kerugian lain yang diakibatkan oleh pihak penerbit garansi bukan tanggung jawab GlodokShop.

"Setiap produk yang dibeli dari P.T.Bhinneka mendapatkan garansi penuh dari kami yang jangka waktunya berbeda tergantung produknya. Umumnya semua barang bergaransi minimal 12 bulan baik part maupun jasanya. Silahkan browse jaminan garansi untuk informasi selengkapnya."

Meskipun situs-situs di Indonesia telah mencantumkan kebijakan pengembalian barang, akan tetapi substansinya masih belum berpihak kepada kepentingan konsumen, mengingat vendor menetapkan persyaratan-persyaratan pengembalian barang secara rigid sehingga pada praktiknya sebenarnya barang yang sudah dibeli oleh pembeli tidak dapat dikembalikan.

**9) Privasi Data.** Data yang diberikan calon pembeli berkenaan dengan transaksi yang dilaksanakan memiliki nilai komersial dan berkaitan dengan keamanan keuangan di calon pembeli. Nilai komersial dari data pembeli adalah (i) dapat dipergunakannya data tersebut sebagai data konsumen (captured market) sehingga setidaknya dapat dipergunakan sebagai sasaran pariwisata; (ii) vendor atau produsen dapat membaca kecenderungan pasar dan daya beli pasar dengan menganalisa pola konsumsi pembeli di situsnya; (iii) data tentang pembayaran transaksi (nomor kartu kredit, nomor account bank) merupakan data penting yang harus dijaga kerahasiaannya demi keamanan pemilikannya.

Untuk itu, situs-situs selain yang diluncurkan di Indonesia telah mencantumkan ketentuan tentang privasi data:

Privacy: You consent to us using and processing any personal data supplied or collected in connection with your use of this website for the purposes, ways and means as stated in the Statement of Privacy Policy of this website." (situs Esprit)

"Site Security: Users are prohibited from violating or attempting to violate the security of the Site, including, without limitation, (a) accessing data not intended for such user or logging onto a server or an account which the user is not authorized to access; (b) attempting to probe, scan or test the vulnerability of a system or network or to breach security or authentication measures without proper

authorization; (c) attempting to interfere with service to any user, host or network, including, without limitation, via means of submitting a virus to the Site, overloading, "flooding," "spamming," "mailbombing" or "crashing;" (d) sending unsolicited email, including promotions and/or advertising of products or services; or (e) forging any TCP/IP packet header or any part of the header information in any email or newsgroup posting.

Violations of system or network security may result in civil or criminal liability. WALMART.COM will investigate occurrences that may involve such violations and may involve, and cooperate with, law enforcement authorities in prosecuting users who are involved in such violations.

You agree not to use any device, software or routine to interfere or attempt to interfere with the proper working of this Site or any activity being conducted on this Site.

You agree, further, not to use or attempt to use any engine, software, tool, agent or other device or mechanism (including without limitation browsers, spiders, robots, avatars or intelligent agents) to navigate or search this Site other than the search engine and search agents available from WALMART.COM on this Site and other than generally available third party web browsers (e.g., Netscape Navigator, Microsoft Explorer)."

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

Situs yang tidak mencantumkan ketentuan tentang data privasi data tampaknya akan merugikan pembeli karena pembeli jelas memerlukan jaminan keamanan informasi, terlebih yang berkenaan dengan data finansialnya. Manakala jaminan keamanan tersebut tidak diberikan kepada pembeli, maka vendor memang tidak memberikan perlindungan kepada kepentingan pembeli.

**10) Pilihan Hukum dan Pilihan Forum.** Situs-situs dengan daya jangkau mendunia dan sudah sangat terkenal atau memperjualbelikan komoditas dengan merek terkenal selalu mencantumkan klausula pilihan hukum dan pilihan forum dalam kontrak jual beli di situsnya. Hal ini jelas melindungi kepentingan pembeli dan memberikan kepastian hukum karena jika kelak terjadi sengketa atas transaksi atau kontrak I-Commerce, pembeli mengetahui kemana harus mengajukan gugatan dan dasar gugatan apa yang

dapat dipergunakan. Sedangkan situs-situs di Indonesia tidak mencantumkan klausula pilihan hukum dan pilihan forum. Hal ini mungkin disebabkan karena situs tersebut tidak ditujukan kepada pembeli di luar wilayah Indonesia. Hal ini dilihat dari kemampuan pengiriman barang yang dapat dijangkau oleh vendor dan kurir yang ditunjuknya, jangka waktu pengiriman barangnya, jangka waktu untuk mengajukan komplain, harga yang ditetapkan kesemuanya dalam mata uang IDR, bahasa yang dipergunakan dalam situs seluruhnya Bahasa Indonesia. Secara implisit dapat disimpulkan bahwa wilayah bisnis situs-situs ini adalah Indonesia yang untuk itu pilihan hukum yang tersedia adalah Hukum Indonesia. Situs-situs yang tidak mencantumkan pengaturan tentang pilihan hukum dan pilihan forum mengabaikan kepentingan pembeli untuk mendapatkan perlindungan hukum karena manakala timbul gugatan terhadap vendor, pembeli akan kesulitan untuk menentukan kemana proses hukum ini akan diajukan.

**11) Link dengan Situs-situs Lain.** Klausula yang memberikan kemungkinan suatu situs untuk di-link dengan situs lain keberadaannya tergantung pada ketenaran masing-masing situs. Vendor [www.amazon.com](http://www.amazon.com), [www.walmart.com](http://www.walmart.com), dan [www.esprit.com](http://www.esprit.com) menyadari bahwa akan banyak pihak ke-3 yang tertarik untuk menghubungkan situs-situsnya dengan situs-situs di atas. Oleh karenanya, perlu diatur tentang ijin dan tanggung gugat yang timbul atas aktifitas "link" tersebut. Klausula ini melindungi pembeli karena pembeli dapat mengetahui akibat hukum jika bertransaksi tidak secara langsung pada situs-situs di atas.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### 1. Kesimpulan

1.1. Kontrak Jual Beli pada situs-situs Internet yang mencantumkan: alamat darat secara lengkap dan detail; memberikan deskripsi barang yang lengkap, jelas, dan benar; memberikan pelayanan purna jual; menyediakan beberapa pilihan jasa pengiriman barang dan asuransi; memberikan jaminan privasi data pembeli; memberikan jaminan keaslian barang dengan mencantumkan pernyataan HKI; dan memberikan penjelasan tentang status hukum dan pembatasan tanggung gugat tentang link dengan situs lain merupakan situs yang secara proporsional mengakomodasi kepentingan pembeli sehingga cukup memberikan perlindungan hukum yang memadai kepada para pembelinya.

1.2. Perumusan klausula Kontrak Jual Beli pada transaksi I-Commerce yang memberikan perlindungan hukum kepada pembeli adalah dengan menggunakan bahasa yang jelas dan ringkas dengan menggunakan susunan kata yang sederhana sehingga mudah dimengerti oleh calon pembeli. Selain itu, klausula Kontrak Jual Beli seharusnya dikonstruksi sedemikian rupa sehingga tersusun dan terorganisir dengan rapi dan tertata sehingga mudah dibaca dan dipahami oleh pengaksesnya. Selanjutnya, klausula Kontrak Jual Beli dituliskan dengan pilihan font, ukuran font, dan format paragraf yang mudah dan nyaman dibaca –tidak terlalu kecil dan rapat—sehingga calon pembeli atau pembeli berkesempatan untuk menelaah dengan seksama substansi kontrak yang hendak dimasukinya. Pada akhirnya, keseluruhan Kontrak Jual Beli seharusnya ditempatkan pada bagian awal proses transaksi atau pada halaman yang mudah dilihat, dibaca, dan dipelajari oleh pengakses situs meskipun yang bersangkutan tidak melakukan transaksi.

### 2. Saran

Situs-situs I-Commerce di Indonesia yang menjadi obyek penelitian telah cukup lengkap mencantumkan klausula-klausula yang memberikan perlindungan kepada para pembelinya. Akan tetapi, manakala dibandingkan dengan kelengkapan klausula Kontrak Jual Beli yang

disediakan oleh situs-situs I-Commerce luar negeri yang menjadi obyek penelitian, tampak perlindungan konsumen yang diberikan vendor di Indonesia kurang memadai, kurang lengkap, dan kurang terinci. Oleh karenanya hendaknya situs-situs di Indonesia terus berupaya untuk menyempurnakan substansi Kontrak Jual Belinya dengan terus melakukan evaluasi dan perbaikan sehingga dapat memberikan perlindungan hukum yang lebih memadai kepada para pembelinya.



## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU:

- Hugenholtz, P. Bernt, **Copyright and Electronic Commerce: Legal Aspects of Electronic Copyright Management**, Kluwer Law International, Boston, USA, 2000.
- Lessig, Lawrence, **Code and Other Laws of Cyberspace**, Basic Books, New York, USA, 1999.
- Makarim, Edmon, **Kompilasi Hukum Telematika**, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2003
- Perdue, Elizabeth S., **Creating Contracts Online**, as published in *Online Law: The SPA's Legal Guide to Doing Business on the Internet*, Addison Wesley Developers, Massachusetts, USA, 2001.
- Purbo, Onno W. dan Wahyudi, Aang Arif, **Mengenal I-Commerce, Cet. I.**, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2001.
- Pusat Studi Cyberlaw FH UNPAD, **Cyberlaw: Suatu Pengantar**, ELIPS II, Bandung, 2001.
- Sanusi, M. Arsyad, **I-Commerce: Hukum dan Solusinya, Cet. I.**, Mizan Grafika Sarana, Bandung, 2001.
- Smedinghoff, Thomas J., **Online Law: The SPA's Legal Guide to Doing Business on the Internet**, Addison Wesley Developers, Massachusetts, USA, 2001.
- Subekti, **Aneka Perjanjian**, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1995.
- Subekti, **Pokok-pokok Hukum Perdata**, Intermedia, Jakarta, 1980.
- Trompenaars, Bernardine W.M., **Legal Support for Online Contracts as published in Copyright and Electronic Commerce: Legal Aspects of Electronic Copyright Management**, Kluwer Law International, Boston, USA, 2000.
- Wright, Benjamin & Winn, Jane K., **The Law of Electronic Commerce, 3<sup>rd</sup> ed.**, Aspen, New York, USA, 2001.

### JURNAL:

- Mariam Darus Badruzaman, **I-Commerce Tinjauan dari Hukum Kontrak Indonesia**, *Jurnal Hukum Bisnis*, Vol. XII, No. 33, Jakarta, 2001.

**MAKALAH dan ARTIKEL:**

Nasution, A.Z., **I-Commerce dan Perlindungan Konsumen**, makalah pada Seminar Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam Praktik I-Commerce: Hambatan dalam Berbisnis, Jakarta, 2001.

Setiawan, **I-Commerce: Tinjauan dari Segi Hukum Kontrak**, makalah pada Seminar Legal Aspect of I-Commerce, Jakarta, 2000.

Syamsuddin, Didi Irawadi, **Konsumen, I-Commerce, dan Perlindungan Hukum**, Suara Pembaruan, Jakarta, 10 Juli 2000.

**PERUNDANG-UNDANGAN:**

Burgerlijk Wetboek [Kitab Undang-undang Hukum Perdata]

UNCITRAL MODEL LAW ON ELECTRONIC COMMERCE of 1996 with additional Article 5 bis as adopted in 1998, UNITED NATIONS.

UNIFORM ELECTRONIC TRANSACTIONS ACT of 1999 drafted by THE NATIONAL CONFERENCE OF COMMISSIONERS ON UNIFORM STATE LAWS and by it approved and recommended for enactment in all the states at its ANNUAL CONVERENCE MEETING IN ITS 108 YEAR in Denver, Colorado, July 23-30, 1999.

**KAMUS:**

Manser, Martin H., **Oxford Lerner's Pocket Dictionary**, New Ed., New York, USA, 1998.

**SITUS:**

<http://www.bozz.com/kamusminiInternet.html>

<http://www.un.or.at/uncitral/english/texts/electcom/ml-ec.html>





