

BAB IV

PENUTUP

1. Kesimpulan

- a. *Cyber Mall* merupakan salah satu bentuk *I-Business* dengan pola *Business to Customer (B2C)* dimana *Cyber Mall* merupakan kumpulan dari beberapa *online-store* yang berafiliasi menjadi sebuah sistem yang menyediakan berbagai komoditi, sehingga dapat menjadi *one-stop shopping* dimana pengguna layanan *Cyber Mall* dapat menemukan berbagai komoditi yang dibutuhkannya hanya dengan mengakses satu portal yaitu *web-page Cyber Mall*.

Hubungan hukum yang terjadi di antara penyedia layanan *Cyber Mall* dan *merchant* adalah berdasarkan perjanjian pemanfaatan fasilitas *Cyber Mall*, sedangkan hubungan hukum antara penyedia layanan *Cyber Mall* dengan konsumen dan *merchant* dengan konsumen tergantung dari bentuk *Cyber Mall* yang digunakan. Pada *Hyperlinked Cyber Mall* penyedia layanan *Cyber Mall* bertindak sebagai pedagang perantara yang menghubungkan *merchant* dengan konsumen, sedangkan hubungan hukum yang terjadi di antara *merchant* dengan konsumen adalah berdasarkan perjanjian jual-beli dimana *merchant* menjadi pihak penjual dan konsumen sebagai pembeli. Pada *Hidden Merchant URL Cyber Mall*, penyedia layanan *Cyber Mall* berperan sebagai pihak penjual dalam hubungannya dengan konsumen, walaupun pihak pemilik komoditas yang diperjualbelikan sebenarnya adalah *merchant*. Hal ini dikarenakan konsumen tidak memperoleh informasi yang menjelaskan bahwa penyedia layanan *Cyber Mall* bukanlah pemilik barang melainkan

merchant, sehingga pihak yang menjadi penjual disini adalah penyedia layanan *Cyber Mall*.

- b. Bentuk *Cyber Mall* yang lazim digunakan adalah bentuk *Cyber Mall* dimana penyedia layanan *Cyber Mall* merupakan perantara yang menghubungkan pengguna layanan *Cyber Mall* dengan *merchant* melalui sebuah *hyperlink* yang terdapat dalam katalog di dalam situs *Cyber Mall*, namun dalam hal pembayaran dan pengiriman barang menggunakan sistem terpadu yang diselenggarakan oleh penyedia layanan *Cyber Mall*. Pada bentuk *Cyber Mall* ini, pihak yang bertanggung gugat kepada konsumen apabila terjadi kerugian yang diderita oleh konsumen adalah penyedia layanan *Cyber Mall* dan *merchant*. Penyedia layanan *Cyber Mall* bertanggung gugat apabila kerugian tersebut disebabkan tidak berfungsi atau terjadi malfungsi pada fasilitas yang ada di dalam *Cyber Mall*. Merchant bertanggung gugat apabila kerugian yang diderita konsumen diakibatkan wanprestasi yang dilakukan oleh *merchant*.

Peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai penggunaan media Internet sebagai sarana bisnis di Indonesia masih memiliki banyak kelemahan, yang berdampak pada kurangnya perlindungan bagi pengguna layanan atau konsumen karena sepenuhnya bergantung pada kontrak baku dan ketentuan yang dibuat oleh penyedia layanan *Cyber Mall* atau *merchant*.

2. Saran

- a. Pemerintah seharusnya dapat memberikan perlindungan lebih terhadap hak-hak pengguna layanan dengan cara membuat pengaturan mengenai

standar kualitas dan pembatasan isi dari kontrak baku yang dibuat oleh penyedia layanan *Cyber Mall* dan *merchant* yang tidak diatur dalam Undang-undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

- b. Perlu adanya upaya dari Pemerintah untuk meningkatkan kualitas, kecepatan koneksi *Internet*, pengamanan informasi digital dan kenyamanan dalam melakukan transaksi bisnis melalui media *Internet* di Indonesia, yaitu dengan cara membuat peraturan mengenai standar kualitas, mutu dan pelayanan bagi ISP, penyedia layanan *Cyber Mall* dan *merchant*, sebagai langkah awal dalam menyongsong ekonomi global yang akan diterapkan di Indonesia.

