

SKRIPSI

FALIS HADIANZAH

**PERLINDUNGAN KONSUMEN
DALAM TRANSAKSI ON LINE**



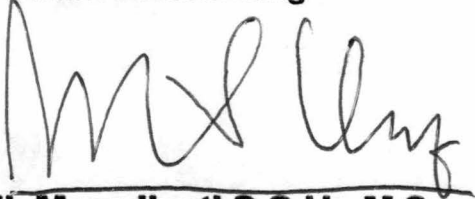
**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2002**

PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI ON LINE

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN MEMENUHI
SYARAT UNTUK MEMPEROLEH GELAR SARJANA
HUKUM**

Dosen Pembimbing



H. Moerdiyati S.S.H., M.S.
NIP : 130287031

Penyusun



Falis Hadianzah
NIM : 039914897

**FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA 2002**

**Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di hadapan
Panitia Penguji
Pada tanggal 23 Desember 2002**

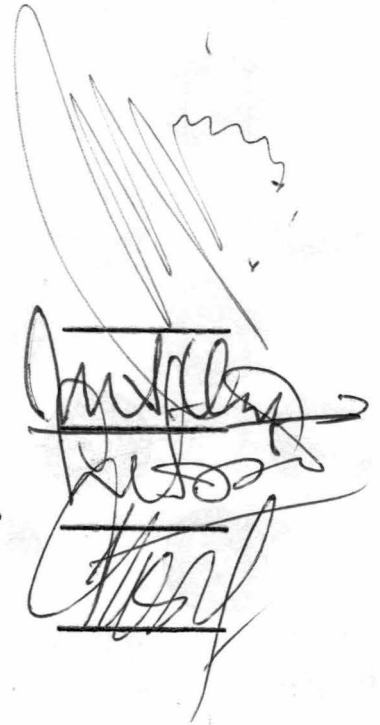
Panitia Penguji Skripsi:

Ketua : Agus Yudha H. S.H., M.H.

Anggota : 1. Hj Moerdiyati S. S.H., M.S.

2. Lisman Iskandar S.H., M.S.

3. Tri Sadini S.H.

The image shows three handwritten signatures, each written over a horizontal line. The signatures are in black ink and appear to be cursive or semi-cursive. The first signature is at the top, the second in the middle, and the third at the bottom. They are positioned to the right of the printed names of the committee members.

*Jadilah bijak, biarkan akal budi,
bukan dorongan hati menjadi penuntunmu.*
(Kahlil Gibran)

*Dengan segala rasa hormat dan cinta, untuk Ibunda, Ayahanda ,
keluarga tercinta, dee-dy dan monique,
saya persembahkan skripsi ini.....*

Kata Pengantar

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas karunia dan rahmatNya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dalam waktu yang relatif singkat. Penyusunan skripsi ini merupakan tugas akhir bagi penulis yang dilakukan dalam rangka memenuhi sebagian syarat untuk mencapai gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Airlangga.

Dengan keterbatasan yang ada pada penulis, penyusunan skripsi yang berjudul " Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi On Line " ini telah penulis usahakan dengan sebaik-baiknya. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memberikan gambaran dan penjelasan mengenai hukum perlindungan konsumen yang berkaitan dengan transaksi secara on line.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu penulis dengan senang hati bersedia menerima saran-saran dan kritik yang membangun dari pembaca.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak memperoleh dukungan baik moril maupun materiil. Untuk itu selayaknya penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Hj. Moerdiyati Soebagyo S.H., M.S., selaku dosen pembimbing dan penguji atas kesabarannya memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tepat pada waktunya. Serta Bapak Agus Yudha Hernoko S.H., M.H., Bapak Lisman Iskandar S.H., M.S., dan Ibu Tri Sadini S.H. selaku penguji yang telah membantu memperbaiki skripsi ini.

Terima kasih yang tak terkira kepada keluarga tercinta, Ibunda Ratna Andayani, Ayahanda Hadi Suharyono dan kakak saya Didik Hermawan S.Sos. sekeluarga atas dukungan moril dan materiil yang tak terkira. Dan juga terima kasih untuk:

- ☞ Keluarga besar Eyang Masidi (alm) atas segala motivasi yang mendorong saya menjadi sekarang ini, serta Emak tercinta, inilah saya.
- ☞ Diana Yuliawati, yang telah merubah segalanya menjadi lebih baik, maafkan saya.
- ☞ Marrissa Dyah Monica "U.S.A girl" beserta keluarga yang telah memungkinkan segala sesuatunya berjalan dengan baik. Terima kasih tak terkira hanya yang bisa saya berikan.
- ☞ Yang tak terhitung kepada "the best bro" Mahendra serta NSR dan printernya. We're the best dude.....
- ☞ Segenap bantuan dari orang-orang tercinta , Jo, Bocah, Gre, Wenny, Aida "meme", Bimo, Barbara, Retni, Hendrik, Gagah, Eko 00, Ciblek, Yudho, Abah, Gede, Guteh, Pupit Ubaya, Johan dan semuanya yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
- ☞ Dhanny FK, Deasy Ubaya, Rani Unpad, Wedha FK, Astril FH ext 01, Reta 00, Rully 98 dan semuanya yang telah membantu dan menjadikan saya seperti ini.
- ☞ Pulau Bali, Lombok, Gili Trawangan, Bromo, Yogyakarta atas keindahannya yang menemani waktu libur saya.
- ☞ "Supernova" dan "Sang Nabi" yang memberikan renungan serta inspirasinya.
- ☞ Seluruh teman dan sahabat seperjuangan saya, yang tak mungkin terlupakan. Terima kasih untuk kalian semua.
- ☞ Yang tak terlupakan seluruh almamater saya, TK Khadijah '86, SDN Ketintang 1 '87, SMPN 12 '93, SMUN 1 Surabaya '96 serta Fakultas Hukum Unair '99, sekali lagi terima kasih dari lubuk hati terdalam saya. Tanpa kalian aku takkan ada.....

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Persetujuan	ii
Lembar Pengesahan	iii
Motto	iv
Lembar Persembahan	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1 Latar Belakang dan Rumusan Masalah	1
2 Penjelasan Judul	6
3 Alasan Pemilihan Judul	8
4 Tujuan Penulisan	8
5 Metodologi Penulisan	9
6 Pertanggungjawaban Sistematika	11
BAB 2 HAK DAN KEWAJIBAN KONSUMEN DALAM UU NO 8 TAHUN 1999	13
1 Hak Konsumen Yang Diatur Dalam KUH Perdata	13
2 Hak Konsumen Dalam UU no 8 Tahun 1999	16
3 Kewajiban Konsumen Dalam KUH Perdata	23
4 Kewajiban Konsumen Dalam UU no 8 Tahun 1999	24
5 Upaya Preventif Konsumen	28
BAB 3 TANGGUNG GUGAT PELAKU USAHA DALAM TRANSAKSI ON LINE	31
1 Hak Dan Kewajiban Pelaku Usaha	31
1.1 Hak Pelaku Usaha Dalam UU no 8 Tahun 1999	32
1.2 Kewajiban Pelaku Usaha Dalam UU no 8 Tahun 1999	38

2	Perjanjian Baku Dalam Transaksi On Line	43
3	Tanggung Gugat Pelaku Usaha	47
BAB 4	PENYELESAIAN SENGKETA TRANSAKSI ON LINE	51
1	Pembuktian Data Transaksi Elektronik	51
2	Penyelesaian Sengketa Transaksi On Line	54
BAB 5	PENUTUP	60
1	Simpulan	60
2	Saran	61

DAFTAR BACAAN	63
----------------------	----

LAMPIRAN

1	Privacy Policy
2	Terms And Conditions
3	Watch Warranty
4	Order And Billing Information
5	Shipment Details

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang dan Rumusan Masalah

Semakin maraknya perdagangan global saat ini menuntut berkembangnya pula berbagai hubungan – hubungan bisnis. Dan seiring perkembangan tersebut perdagangan yang terjadi tidak hanya sebatas pada media yang konvensional saja, dimana antara konsumen dan pelaku usaha harus berhadapan satu sama lain. Teknologi yang berkembang memungkinkan untuk mengesampingkan tata cara tersebut, dimana dalam pengimplementasiannya, perdagangan yang dilakukan dengan memanfaatkan kemutakhiran teknologi informasi ini , yang selanjutnya disebut sebagai transaksi on line semakin meningkat hari demi hari.

Transaksi secara on line ini, sebagai sarana berbisnis yang menggunakan jaringan komputer sebenarnya sudah dikenal sejak dua puluh tahun yang lalu, yaitu sejak tahun 70-an dan awal tahu 80-an. Pada masa awal keberadaan e-commerce, hanya dilakukan antara perusahaan berupa transaksi jual beli yang difasilitasi oleh *electronic data interchange*. Dalam transaksi jual beli secara elektronik ini banyak aspek hukum yang bersentuhan baik secara langsung maupun tidak langsung.¹

¹ Redynal Saat, *Electric Commerce. Peluang dan Kendala* www.cyberlaw.lkht.org, Agustus 2002, h 1.

Transaksi yang terjadi secara on line ini merupakan suatu perpaduan yang harmonis antara sistem jaringan dan sistem informasi yang berbasis komputer dengan sistem komunikasi yang berdasarkan atas jaringan dan jasa telekomunikasi, yang selanjutnya difasilitasi oleh keberadaan jaringan komputer global.

Dengan semakin berkembangnya zaman, pertumbuhan e-commerce akan semakin meningkat seiring dengan meningkatnya jaringan global internet. Dan perdagangan melalui internet ini menjadi suatu kehidupan sehari-hari bagi masyarakat modern, dalam segala hal, termasuk menjual ataupun membeli sesuatu baik itu barang maupun jasa. Dengan demikian produk yang sedemikian banyak ragamnya dan dengan dukungan dari kemajuan teknologi telekomunikasi dan informasi, sehingga terjadi perluasan ruang gerak arus transaksi barang ataupun jasa melintasi batas-batas wilayah dari suatu negara. Konsumen dihadapkan pada berbagai jenis barang ataupun jasa yang ditawarkan secara variatif, baik itu yang berasal dari produk domestik maupun yang berasal dari luar negeri.

Bagi pelaku usaha, sebagai upaya pelebaran pangsa pasarnya akan memanfaatkan secara optimal jaringan internet tersebut sebagai strategi baru yang sangat global. Dimana dampak dari perdagangan melalui internet ini akan tersingkir jejak kertas sebagai bagian yang tak terpisahkan dari transaksi tradisional. Sedangkan bagi konsumen sangat dibutuhkan kejelasan mengenai barang ataupun jasa yang

dikehendaknya, dimana konsumen membutuhkan informasi mengenai apa dan bagaimana suatu barang ataupun jasa tersebut harus digunakan, dimanfaatkan ataupun dipakai.

Disini ada dua kepentingan yang berbeda yang saling dihadapkan, yaitu pelaku usaha atas obyek yang diperdagangkannya serta kepentingan dari pihak konsumen atas barang yang dikehendaknya serta kemudahan yang ingin didapatkannya. Konsumen dalam kenyataan yang ada, walaupun dalam perdagangan yang konvensional saja sudah cukup sulit dalam menghadapi keberadaannya, maka disini konsumen berada dalam tingkat yang terendah dalam menghadapi pelaku usaha, sehingga konsumen sulit untuk mengambil alternatif lain. Konsumen tidak hanya dihadapkan pada keadaan untuk memilih yang terbaik untuk dirinya tersebut, tetapi juga pada keadaan dimana konsumen tidak dapat melakukan pilihan karena penguasaan secara monopoli oleh satu ataupun beberapa pelaku usaha atas kebutuhan utama.²

Beberapa masalah bermunculan dengan adanya inovasi baru dalam bertransaksi ini. Konsumen membutuhkan kejelian ekstra dan kehati-hatian, karena tidak jarang pelaku usaha dengan segala itikadnya berupaya untuk mengelabui konsumen. Misalnya saja pada saat pengajuan klausula. Pelaku usaha menawarkan hal-hal yang menarik. Namun dengan terbentuknya kesepakatan, tidak menutup kemungkinan bagi pelaku usaha untuk mengubahnya. Sedangkan pelaku usaha selalu

² Ahmad Yani dan Gunawan Widjaja, Hukum Perlindungan Konsumen, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2000, h 3.

saja berkelit di balik *Standart Contract* atau perjanjian baku yang telah disepakati oleh kedua belah pihak. Padahal dengan kecanggihan teknologi, tidak menutup kemungkinan bagi pelaku usaha untuk mengubah isi dari perjanjian baku yang telah dibuatnya tersebut. Memang banyak keuntungan yang bisa diperoleh dari cara ini, baik itu pada konsumen ataupun pada diri produsen. Konsumen yang menjadi objek dari proses ini harusnya memperoleh perlindungan secara utuh. Jadi di dalam hal ini konsumen harus cermat didalam memilih *website* yang menjadi tempat untuk melakukan transaksi. Kekhawatiran sulitnya dilakukan penuntutan atas kasus E-Commerce, juga menjadi sebab mengapa terkesan konsumen tidak mendapatkan perlindungan dari sebuah transaksi E-Commerce. Namun kita tidak bisa memastikan bahwa penuntutan atas kasus E-Commerce tidak mungkin untuk dilakukan.

Dari sisi hukum sendiri, meskipun tidak menjangkau sampai pada hal yang mendetail seperti ini, perlindungan dari aturan hukum yang ada masih belum sepenuhnya dipahami oleh masyarakat . Keberadaan dari UU no 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen kurang dimengerti oleh masyarakat, sehingga masyarakat yang berkedudukan sebagai konsumen tidak tahu akan hak-hak yang dimilikinya.

Selanjutnya yang menjadi masalah dalam transaksi secara on line ini adalah mengenai pembuktian. Pembuktian terhadap konsumen ini penting sekali dalam rangka perlindungan, dan hal ini dikarenakan:

- Tidak ada jaminan keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa. Konsumen tidak dapat secara langsung mengidentifikasi, melihat ataupun menyentuh barang yang akan dipesan lewat internet sebagaimana yang biasa terjadi dalam transaksi secara tradisional di pasar.
- Tidak ada kepastian apakah konsumen telah memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam bertransaksi, sebab informasi yang tersedia dibuat secara sepihak oleh pelaku usaha tanpa ada kemungkinan bagi konsumen untuk melakukan verifikasi.
- Tidak terlindunginya hak-hak konsumen untuk mengeluh , mengadu ataupun memperoleh kompensasi. Karena transaksi yang dilakukan secara on line ini membuka peluang atau kemungkinan tidak teridentifikasinya si pelaku usaha atau penjual barang atau jasa.

Bisa saja pelaku usaha mencantumkan alamat yang tidak jelas atau sekadar alamat di *electronic mail (e-mail)* atau surat elektronik yang tidak terjangkau dalam dunia nyata. Akibatnya bila ada keluhan, maka konsumen akan kesulitan dalam menyampaikan keluhannya itu.
- Dalam transaksi pembayaran lewat e-commerce, biasanya konsumen harus terlebih dahulu membayar dengan harga penuh, barulah pesannya diproses oleh si pelaku usaha atau penjual barang atau jasa tersebut.

- Transaksi lewat e-commerce selain dilakukan dalam satu wilayah (domestik), juga sangat dimungkinkan antara negara yang satu dengan negara yang lain.

Tentunya bagi konsumen hal ini jelas membingungkan. Karena bila terjadi sengketa tidak secara jelas hukum mana yang diberlakukan.³

Selanjutnya yang menjadi permasalahan utama yang akan dibahas dalam penulisan ini adalah mengenai:

1. Apakah hak dan kewajiban konsumen yang terdapat dalam UU no 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mencakup transaksi yang dilakukan secara on line?
2. Bagaimanakah tanggung gugat pelaku usaha dalam transaksi yang dilakukan secara on line?
3. Bagaimana penyelesaian sengketa yang terjadi dalam transaksi yang dilakukan secara on line?

2. Penjelasan Judul

Untuk mempermudah pemahaman skripsi ini dan mencegah meluasnya ruang lingkup pembahasan, maka diperlukan adanya penjelasan terhadap judul skripsi ini. Yaitu, " Perlindungan Konsumen dalam Transaksi On Line"

³ . Didi Irawadi Syamsudin, E-Commerce dan Perlindungan Hukum, www.Suarapembaruan.com, 2000, hal 2.

Adapun pengertian dari judul ini, "Perlindungan Konsumen" sebagaimana dalam pasal 1 angka 1 UU no 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, disebutkan sebagai segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Konsumen, sebagaimana disebutkan di atas , dijelaskan lebih lanjut dalam pasal 1 angka 2 UU no 8 tahun 1999 tentang Perlindungan 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. "Transaksi" sendiri pada umumnya dikatakan sebagai perjanjian jual beli antara para pihak yang bersepakat untuk itu. Yang merupakan penamaan dari keberadaan dari suatu hubungan hukum yang terjadi antara para pihak.

Sedangkan "Transaksi On Line" atau yang lebih dikenal dengan transaksi e-commerce melalui internet maksudnya yaitu transaksi-transaksi bisnis baik domestik atau dalam negeri maupun internasional yang dilakukan dengan menggunakan dokumen elektronik atau *scriptless transaction* melalui internet yang merupakan dunia maya (virtual world)⁴

⁴ Heru Soeprapto, Seminar Nasional Arbitrase (ADR) dan e-Commerce, Law Office of Remy & Darus, Surabaya, 2000.

3. Alasan Pemilihan Judul

Alasan penulis mengambil skripsi dengan judul “ Perlindungan Konsumen dalam Transaksi On Line” karena dalam kenyataan yang ada, perkembangan perdagangan melalui media elektronik semakin meningkat hari demi hari dan perlindungan yang diberikan kepada para penggunanya masih belum sebanding. Sehingga konsumen sebagai pengguna berada dalam posisi yang lemah. Di samping itu, hukum yang ada belum jelas dan masih belum menjangkau hal yang sedemikian rupa. Sedangkan transaksi yang terjadi secara on line ini dalam praktek perlu untuk ditinjau secara yuridis agar memberi jaminan kepastian hukum kepada konsumen. Di sisi lain, hal yang dibahas ini pula meliputi berbagai bagian hukum, lebih-lebih dalam aspek perlindungan konsumen, kontrak maupun e-commerce. Dimana dengan kompleksitas aspek-aspek tersebut, perlu dikaji lebih jauh pokok bahasan dalam rangka memberikan jaminan kepastian hukum tersebut.

4. Tujuan Penulisan

Penulisan skripsi ini selain bertujuan untuk memenuhi persyaratan kelulusan Sarjana Hukum, juga untuk memberikan gambaran yang lebih jelas kepada konsumen khususnya yang melakukan transaksi secara on line. Sehingga bilamana konsumen merasa dirugikan, karena kedudukannya dalam posisi tawar menawar yang lemah, sekiranya dapat mengambil alternatif lain dalam upaya perlindungan atas diri konsumen

tersebut. Dan juga untuk mengkaji sejauh mana perlindungan yang diberikan oleh hukum atas suatu hal yang sama sekali belum diatur.

Penulis juga berharap agar hak-hak konsumen di masa-masa yang akan datang akan memperoleh perlindungan yang layak . Sehingga pepatah yang mengatakan bahwa "Pembeli adalah Raja" memang benar adanya. Dengan demikian, diharapkan pula penulisan ini memberikan kepastian hukum bagi konsumen maupun institusi lain yang terkait.

5. Metodologi Penulisan

Skripsi ini mengkaji masalah Perlindungan Konsumen dalam Transaksi On Line.

a. Pendekatan Masalah

Pendekatan yang digunakan dalam skripsi ini adalah pendekatan yuridis normatif, yaitu penelitian yang berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku khususnya UU no 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Metode pendekatan ini dengan cara menganalisa peraturan perundang-undangan yang terkait dengan kenyataan yang ada dalam transaksi secara on line.

b. Sumber Bahan Hukum

Bahan hukum yang digunakan dalam skripsi ini adalah peraturan perundang-undangan yang berlaku dalam hal Perlindungan Konsumen dan rancangan perundang-undangan dalam E-Commerce.

Selain itu dikaji pula literatur-literatur atau karya tulis para sarjana yang berhubungan dengan perlindungan konsumen, kontrak maupun hal-hal lain yang berkaitan dengan pokok bahasan ini.

c. Prosedur Pengumpulan dan Pengolahan Bahan Hukum

Semua bahan hukum yang telah didapatkan, selanjutnya diseleksi, diuraikan dan dianalisis berdasarkan sifat serta keadaan bahan serta mengkaitkan dengan peraturan perundang-undangan yang relevan. Kemudian dipadukan dengan beberapa teori di bidang hukum, khususnya mengenai perlindungan konsumen.

Selanjutnya diolah dan dirumuskan secara sistematis sesuai dengan pokok-pokok bahasan.

d. Analisis Bahan Hukum

Berdasarkan pendekatan yang digunakan dalam skripsi ini, maka analisis bahan hukum dilakukan setelah bahan hukum yang diperlukan telah terkumpul, lalu disusun dan dikelompokkan untuk kemudian dianalisis sesuai permasalahan yang dikaji dalam skripsi ini.

6. Pertanggungjawaban Sistematika

Sistematika dalam skripsi ini dibuat sebagaimana lazimnya suatu karya ilmiah, sehingga dengan mudah dipahami. Sistematika penulisan dijelaskan dalam bab per bab dan keterkaitan antara bab-bab tersebut.

Bab I : Sebagai pendahuluan, dijelaskan mengenai paparan tentang garis besar yang akan dibahas serta arah pemikiran dari penulisan yang dituangkan dalam skripsi ini.

Bab II : sebagai pembahasan dari rumusan masalah yang pertama, mengenai hak dan kewajiban konsumen dalam UU no 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen apakah mencakup transaksi secara on line. Di dalamnya membahas masalah hak dan kewajiban dari konsumen serta upaya preventif dalam transaksi on line sebagai upaya perlindungan terhadap diri konsumen.

Bab III : sebagai pembahasan atas rumusan masalah yang kedua mengenai tanggung gugat pelaku usaha dalam transaksi secara on line. Di dalamnya membahas mengenai hak dan kewajiban pelaku usaha, perjanjian baku dalam transaksi serta tanggung gugat pelaku usaha.

Bab IV : sebagai pembahasan atas rumusan masalah yang ketiga mengenai penyelesaian sengketa yang terjadi dalam transaksi secara on line. Yang meliputi antara lain pembuktian transaksi secara on line, upaya litigasi dan upaya non litigasi.

Bab V : Merupakan penutup dari penulisan skripsi ini, yang berisi tentang kesimpulan dan saran berdasar atas uraian berupa analisa yuridis yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.

BAB II

HAK DAN KEWAJIBAN KONSUMEN DALAM UU no 8

TAHUN 1999

1. Hak Konsumen Yang Diatur Dalam BW

Hubungan hukum yang terbentuk dalam transaksi ini beranjak dari pola konvensional yang mengacu pada BW, dimana semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai Undang-Undang bagi para pihak yang membuatnya. Dengan demikian ada kebebasan berkontrak dari para pihak untuk membuat klausula ataupun perjanjian baru selama tidak bertentangan dengan ketentuan pasal 1320 BW. Dimana kesepakatan dalam jual beli, yang diatur dalam bab ke-5 buku ke-3 ini terbentuk dengan adanya akseptasi dari konsumen atas penawaran yang dilakukan oleh pelaku usaha.

Konsumen, sebagaimana dalam transaksi konvensional, maka dalam transaksi yang dilakukan secara online ini tetap memiliki hak-haknya sebagaimana yang telah ditentukan. Berkaitan dengan transaksi yang dilakukan secara online ini, dimana transaksi tersebut tidak sebatas dalam ruang lingkup suatu negara, maka konsumen memiliki hak-hak yang secara universal harus dilindungi dan dihormati. Hak tersebut meliputi hak keamanan dan keselamatan, hak atas informasi, hak untuk

memilih, hak untuk didengar, hak atas lingkungan hidup.¹ Hak-hak tersebut ada tanpa mengesampingkan kewajiban yang sepatutnya dilakukan oleh konsumen dalam transaksi.

Hak konsumen dalam BW tidak secara khusus dijelaskan, namun dari ketentuan yang mengatur tentang kewajiban pembeli secara *a-contrario* dapat diambil beberapa hal yang merupakan hak konsumen. Ketentuan tersebut antara lain :

❖ Pasal 1480 BW

" jika penyerahan karena kelalaian si penjual tidak dapat dilaksanakan, maka si pembeli dapat menuntut pembatalan pembelian menurut ketentuan-ketentuan pasal 1266 dan 1267"

dari pasal ini, konsumen mempunyai hak untuk membatalkan pembelian bilamana pelaku usaha lalai dalam melakukan penyerahan. Dalam konteks transaksi secara on line, yang merupakan bentuk persetujuan timbal balik antara konsumen dan pelaku usaha, hal ini dianggap dicantumkan meski tidak secara keseluruhan ada dalam klausula perjanjian yang telah ada. Hal ini dikarenakan ada situs-situs tertentu yang "menghargai" dan mengakomodir hak konsumen ini. Konsumen dapat menyampaikan kehendaknya ini secara langsung yang pada umumnya dilakukan sebelum kesepakatan terbentuk. Hambatan ruang dan waktu tidak menutup untuk kemungkinan pembatalan ini terjadi karena seiring dengan perkembangan teknologi yang ada, konsumen

⁵ Sri Redjeki Hartono, Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam Kerangka Era Perdagangan Bebas, Mandar Maju, Bandung, 2000, h 39.

semakin dimanjakan pula oleh pelaku usaha dalam pemenuhan hak-haknya.

Syarat mengenai pembatalan ini harus dilakukan dengan adanya suatu keputusan dari hakim. Dalam pembatalan ini seluruhnya mengacu pada hukum yang telah disepakati oleh pelaku usaha dan konsumen yang telah tertuang dalam klausula perjanjian. Sebagai contoh, di situs www.worldofwatches.com, dalam *terms and conditions* dijelaskan bahwa bilamana ada hal yang berkaitan dalam transaksi berkenaan dengan hukum maka akan diselesaikan di pengadilan dalam wilayah yurisdiksi *Broward County, Florida*.

❖ Pasal 1489 BW

“ Tuntutan untuk diberikan penambahan uang harga dari pihak si penjual, dan untuk diberikan uang harga atau pembatalan pembelian, dari pihak si pembeli harus dimajukan dalam waktu satu tahun, terhitung mulai hari dilakukannya penyerahan , jika tidak, maka tuntutan-tuntutan itu akan gugur. “

Dari pasal ini konsumen memiliki hak untuk membatalkan perjanjian, sebagaimana yang telah dijelaskan dalam pasal di atas. Namun tuntutan untuk mengajukan pembatalan ini dibatasi hanya dalam tempo satu tahun setelah penyerahan obyek jual beli yang disepakati. Umumnya dalam klausula yang telah disediakan , daluwarsa mengenai penuntutan pembatalan perjanjian tidak ada. Konsumen dalam transaksi melalui internet pada umumnya tidak terlalu mementingkan hal ini karena pihak pelaku usaha telah memberikan jaminan akan kelancaran transaksi antara pelaku usaha yang bersangkutan dan konsumen.

2 Hak Konsumen Dalam UU no 8 Tahun 1999

Dalam pembahasan berikut, mengetengahkan hak-hak dari konsumen dalam transaksi secara on line, ditinjau dari hak-hak yang telah diatur dalam pasal yang telah disebutkan di atas. Hak hak tersebut mencakup antara lain:

2.1 hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi suatu barang dan/atau jasa.

Dalam transaksi secara on line ini, konsumen senantiasa "dimanjakan" oleh pelaku usaha dalam memenuhi apa yang dikehendakinya. Bagi pelaku usaha, konsumen sepatutnya mendapatkan kenyamanan saat berbelanja di situs yang dimilikinya. Hal ini dikarenakan kenyamanan, keamanan dan keselamatan merupakan hal terpenting yang dalam proses pemenuhan kebutuhan konsumen. Di dalam transaksi secara on line, pelaku usaha senantiasa memberikan gambaran yang jelas mengenai barang atau jasa yang diperdagangkannya. Situs yang ada tersebut memberikan jaminan mengenai barang yang ada. Sebagai contoh, pada situs www.WorldofWatches.com , sebagai pelaku usaha yang dalam hal berupaya memberikan jaminan kenyamanan kepada konsumen, pada tampilan di layar pelaku usaha tersebut memberikan semacam *limited warranty* kepada konsumen. Tentunya bagi konsumen yang berhubungan dengan pelaku usaha tersebut tidak perlu was-was bilamana sesuatu terjadi dengan barang yang dibelinya tersebut.

2.2 hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.

Dari pasal ini, konsumen saat melakukan transaksi secara on line dihadapkan pada berbagai macam barang dan/atau jasa yang serupa. Konsumen dapat dengan bebas memilih mana yang lebih baik atas barang dan/jasa yang dikehendakinya tersebut. Di samping peranan penting dari pelaku usaha yang mempunyai situs tersebut, konsumen juga turut andil dalam memberi perlindungan kepada dirinya sendiri. Konsumen membutuhkan ketelitian dan jangan sampai terjadi kekeliruan atas apa yang dikehendakinya tersebut.

Dari barang dan /atau jasa yang ada pada tampilan, konsumen dapat dengan jelas melihat barang yang dikehendakinya. Saat itu pula konsumen dapat menilai barang yang ada apakah sesuai dengan kualitas barang tersebut. Karena sebagaimana dalam transaksi secara konvensional, transaksi yang dilakukan secara on line ini tidak jauh berbeda. Hanya saja konsumen tidak dapat melihat secara langsung.

Hal penting lain dalam hak konsumen pada bagian ini adalah jaminan atas barang yang telah dijanjikan oleh pelaku usaha. Konsumen disini mempunyai hak untuk mendapatkan barang sesuai dengan nominal yang dikeluarkannya. Jadi pelaku usaha tidak sekedar memberikan jaminan yang apa adanya sebagaimana dalam tampilan situs, tetapi bilamana ada ketidaksesuaian antara barang yang dikehendaki oleh

konsumen dengan jaminan yang ada, maka tentunya konsumen dalam melakukan transaksi secara on line ini akan berpikir ulang dalam memilih barang yang sama tersebut.

2.3 hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

Sesuai dengan UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce yang merupakan resolusi PBB no 51/162 tahun 1995, informasi dan hal-hal yang berkaitan dengan informasi menjadi inti dari perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam UU no 8 tahun 1999.² Jadi inti utama dalam perlindungan konsumen dalam transaksi secara on line ini adalah keterbukaan informasi dari pelaku usaha atas barang/jasa yang ada. Dalam masa pratransaksi, dimana konsumen mempertimbangkan apakah membeli atau tidak bergantung sepenuhnya kepada informasi yang diberikan, dan informasi ini harus benar jelas dan jujur. Informasi ini merupakan sandaran bagi konsumen yang akan melakukan transaksi.

Konsumen berhak untuk mendapatkan informasi yang akurat ataupun kualitas informasi yang baik dari sistem informasi yang diselenggarakan oleh pelaku usaha. Konsumen harus dijamin haknya atas informasi yang ada, meskipun dalam transaksi secara on line ini banyak situs yang memberikan informasi yang tidak jelas. Dari aturan hukum yang ada, dalam UU no 8 tahun 1999 dalam pasal 9 disebutkan bahwa Pelaku

⁶ Az. Nasution, Dalam e-Commerce, Informasi Merupakan Inti Perlindungan Konsumen, www.hukumonline.com, h 1.

usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar dan/atau seolah-olah dalam keadaan tertentu. Dari rumusan yang ada ini, konsumen telah mendapatkan jaminan dari aturan hukum yang ada. Pelaku usaha bertanggung jawab atas segala hal yang berkaitan dengan informasi yang ada di tampilan situs. Terutama dalam memberi informasi yang sebenar-benarnya dan sebebas-bebasnya pada konsumen.

2.4 hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.

Mengenai hak dari konsumen untuk didengarkan keluhannya atas barang dan/jasa dalam transaksi secara on line, ada situs-situs tertentu dari pelaku usaha yang mengakomodasi hak dari konsumen yang satu ini. Sebagai contoh, pada situs www.WorldofWatches.com konsumen yang hendak menyampaikan pendapat dan keluhannya dapat menghubungi alamat e-mail tertentu yang telah disebutkan dalam tampilan situs. Konsumen dapat secara langsung menyampaikannya di situs www.diamond.com atau pula bilamana konsumen menginginkan untuk menyampaikan secara personal, konsumen dapat menghubungi *Sales Specialist* dari situs tersebut baik itu melalui, layanan telepon bebas pulsa, faksimili, ataupun nomor telepon lain yang telah disebutkan dalam tampilan di situs.

2.5 hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara ~~secara~~ patut.

Advokasi terhadap konsumen ini harus diberikan sedemikian rupa kepada konsumen, karena hal ini sangat mendesak untuk dilakukan. Konsumen dalam transaksi secara on line yang dilakukan sangat lemah posisinya. Dari aspek hukum, lemahnya posisi konsumen terjadi tidak hanya dari aspek materi (substansi) hukum, tetapi juga dari sisi kelembagaan hukum dan budaya hukum.³

Sedangkan mengenai perlindungan yang diberikan kepada diri konsumen dalam transaksi secara on line ini, secara keseluruhan didasarkan pada itikad baik dari kedua belah pihak. Lebih-lebih dari pelaku usaha yang memiliki posisi dominan atas transaksi yang dilakukan. Karena selama masih belum diatur perihal perlindungan konsumen dalam transaksi secara on line, maka selamanya posisi konsumen berada di bawah pelaku usaha.

Mengenai upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut, secara mendetail akan dibahas lebih lanjut pada bagian lain dari penulisan ini, baik itu secara litigasi maupun non litigasi.

⁷ Sudaryatmo S.H., Hukum dan Advokasi Konsumen, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1999, h 85.

2.6 hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.

Menyangkut hak konsumen yang satu ini, secara keseluruhan bergantung kepada para pihak yang terkait, baik itu konsumen sendiri, pelaku usaha, bahkan dari pemerintah. Perlindungan konsumen yang ada dalam transaksi secara on line ini akan terwujud dengan mudah apabila ada tanggapan yang baik dari para pihak tersebut. Dari pihak konsumen, ada lembaga yang secara khusus dan representatif mengakomodir konsumen dan memperjuangkan nasib konsumen. Dari pemerintah, ada suatu kewajiban moral untuk memperhatikan hak-hak konsumen. Meskipun secara umum tidak semua konsumen yang ada melakukan transaksi secara on line. Lebih-lebih perhatian yang diberikan tersebut mengikuti perkembangan teknologi secara global, dimana di dalamnya termasuk transaksi secara on line ini.

2.7 hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

Pada bagian penjelasan pasal 4 huruf g UU no 8 tahun 1999 telah disebutkan bahwa hak yang sebagaimana disebutkan di atas adalah hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif berdasarkan suku, agama, budaya, daerah, pendidikan, kaya, miskin, dan status sosial lainnya.

E-commerce sebagai cara untuk melakukan aktifitas perekonomian secara global dengan infrastruktur internet memiliki jangkauan penerapan yang

sangat luas. Dimanapun, siapapun dapat melakukan dengan bebas dan tanpa batas. Tentunya hak konsumen tersebut sudah pasti dijamin dalam setiap transaksi. Konsumen yang telah melakukan tahapan-tahapan dalam transaksi secara on line akan dilayani sebagaimana pelaku usaha pada umumnya. Hal ini dikarenakan ada suatu hubungan yang saling bergantung antara konsumen dan pelaku usaha.

Sedangkan berkaitan dengan pelayanan secara jujur, pelaku usaha harus memiliki itikad baik untuk melaksanakannya. Bisa saja pelaku usaha memberikan tampilan yang tidak benar pada situs dalam melayani konsumen. Tentunya mengenai kejujuran ini berkaitan erat dengan informasi yang ada seputar barang dan/jasa yang diperdagangkan. Pelaku usaha dalam memberikan pelayanan ini, termasuk kejujuran dari informasi yang ada, tidak memandang konsumen secara diskriminatif. Hak dari konsumen ini sudah dilindungi dengan sendirinya oleh pelaku usaha dalam transaksi secara on line.

- 2.8 hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Bilamana konsumen telah melakukan transaksi dan barang yang diinginkannya telah diterima, maka bila ada ketidaksesuaian antara kehendak dan kenyataan yang ada, konsumen mempunyai hak untuk mendapatkan kompensasi. Namun yang menjadi masalah adalah

bagaimana mekanisme ataupun prosedur dalam menuntut kompensasi tersebut (*redress mechanism*). Hukum acara perdata konvensional, pada umumnya kurang akomodatif dalam menampung kepentingan konsumen ini.⁴

Mengenai hak konsumen untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian ini erat kaitannya dengan tanggung gugat pelaku usaha. Dimana hal tersebut dijelaskan lebih rinci pada bagian lain dari penulisan ini.

2.9 hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangan lainnya.

Hak konsumen ini diatur secara parsial dalam peraturan perundangan yang berbeda-beda. Dimana hak konsumen yang ada dan berkaitan dengan transaksi yang dilakukan secara on line harus sesegera mungkin dilakukan peninjauan ulang. Upaya ini murni sebagai upaya perlindungan terhadap diri konsumen, yang dalam kenyataannya, dibandingkan dengan perkembangan teknologi yang ada semakin berada dalam posisi yang lemah.

3 Kewajiban Konsumen Dalam BW

Pembeli, selaku konsumen dalam BW hanya diatur dalam beberapa pasal saja, yaitu mulai pasal 1513 BW sampai dengan pasal 1518 BW. Dari beberapa pasal tersebut ditekankan pada kewajiban

8 Ibid, h 83.

konsumen untuk membayar harga pembelian atas transaksi yang dilakukannya.

❖ Pasal 1513 BW

“ Kewajiban utama si pembeli ialah membayar harga pembelian , pada waktu dan di tempat sebagaimana ditetapkan menurut perjanjian”

Mengenai tempat dan waktu pembayaran dilakukan seketika setelah akseptasi penawaran dilakukan oleh konsumen. Pelaku usaha memastikan kepada konsumen apakah transaksi dilakukan saat itu juga. Selanjutnya mengenai pembayaran dapat dilakukan secara langsung, yang pada umumnya dengan menggunakan kartu kredit dengan perantaraan pihak ketiga.

4 Kewajiban Konsumen Dalam UU no 8 tahun 1999

Konsumen, sebagai *balance* dari hak yang dimilikinya juga mempunyai kewajiban, yang diantaranya meliputi;

- 4.1 membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.

Kewajiban dari konsumen yang satu ini merupakan timbal balik dari haknya untuk memperoleh kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/ atau jasa. Dari apa yang diinformasikan oleh pelaku usaha pada tampilan di situs, konsumen harus mengikuti dengan seksama prosedur penggunaannya. Sebagai contoh, saat bertransaksi pada situs www.fujitsuipc.com, setelah mengikuti proses

pembelian sebagaimana yang telah ditentukan oleh pelaku usaha, beberapa saat setelah transaksi dilakukan maka konsumen akan menerima pengiriman barang yang dikehendaki. Sebagaimana dalam transaksi yang dilakukan secara konvensional, maka terhadap barang yang diterima tersebut juga disertai dengan petunjuk mengenai penggunaan barang secara tepat dan benar.

4.2 beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.

Mengenai kewajiban yang satu ini, tidak hanya harus dilakukan oleh pelaku usaha yang notabene memiliki posisi tawar menawar (*bargaining position*) yang lebih kuat, tetapi juga harus dilakukan oleh konsumen. Konsumen yang dalam transaksi melakukan transaksi secara on line dapat dibedakan menjadi 3 macam yaitu:

1. *impulsive buyers*, yaitu konsumen yang ingin cepat-cepat membeli, cenderung gegabah dalam mengkonsumsi barang yang ditawarkan.
2. *patient buyers*, yaitu konsumen yang teliti melakukan komparasi harga dan menganalisa produk yang ditawarkan.
3. *window shoppers*, yaitu konsumen yang sekedar *browsing* atau *surfing* saja.⁵

⁹ Dewi Lestari, Konsumen, e Commerce, dan Permasalahannya, www.cyberlaw.lkht.org, Agustus, 2002, h 1.

Dari ketiga macam konsumen tersebut, konsumen yang seringkali melanggar kewajiban yang dimaksud dari poin ini adalah konsumen yang pertama. Biasanya konsumen dengan segala itikad yang dimilikinya berusaha untuk mengingkari transaksi yang dilakukannya tersebut. Hal ini mungkin terjadi dikarenakan setelah konsumen melakukan transaksi atas suatu barang pada situs tertentu, dan konsumen telah mengakseptasi penawaran tersebut, konsumen dihadapkan pada penawaran lain yang lebih menarik. Maka secara tidak langsung, sebagai konsumen muncul itikad tidak baik dari konsumen atas transaksi yang telah dilakukannya. Dengan demikian, untuk keseimbangan dari kedua belah pihak, yaitu konsumen dan pelaku usaha, untuk melakukan suatu transaksi dibutuhkan itikad baik yang melandasi transaksi tersebut.

4.3 membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati

Kewajiban dari konsumen yang satu ini merupakan timbal balik atas barang dan /jasa yang telah diberikan. Dalam transaksi secara on line, beberapa cara yang dilakukan untuk melakukan pembayaran pada dasarnya adalah sistem pembayaran tradisional yang sehari-hari telah kita kenal, baik itu kontan, cek dan kartu kredit. Hanya saja pembayaran yang dilakukan dalam transaksi secara on line ini semuanya digital dan dirancang untuk ditangani secara elektronik dari mulai pembelian, otorisasi, pemeriksaan dan pengiriman barang. Namun sebagaimana dalam transaksi yang dilakukan secara konvensional, konsumen maupun

pelaku usaha memerlukan jaminan bahwa yang melakukan transaksi tersebut adalah orang yang berhak dan sah memakai kartu kredit untuk barang yang dibeli. Otentikasi atau jaminan tanpa proses bertatap muka yang terjadi dalam transaksi secara on line ini sebenarnya cukup sulit. Namun dengan perkembangan teknologi yang ada hal ini dapat dilakukan dengan suatu cara dimana tanda tangan dilakukan dengan cara digital (*digital signature*) . Pembayaran yang dilakukan dengan menggunakan kartu kredit dalam transaksi on line ini skenario yang diperlukan sama. Selain otentikasi dari konsumen yang dibutuhkan, diperlukan pula tambahan tingkat keamanan atas kartu kredit yang digunakan.

Adapun konsumen yang melakukan pembayaran dengan kartu kredit atas transaksi yang dilakukannya ditangani dengan dua cara, yaitu :

1. Mengirimkan nomor kartu kredit yang tidak dienkripsi melalui internet.
2. Mengenkripsi data kartu kredit sebelum sebelum suatu transaksi terjadi.

Pembelian yang dilakukan dengan menggunakan kartu kredit ini dilakukan dengan memasukkan nomor kartu kredit dalam form pembelian, dan kemudian konsumen melakukan keputusan membeli suatu produk. Cara ini tidak aman, lebih-lebih bagi konsumen. Hal ini dikarenakan tidak jarang pelaku usaha yang nakal memanfaatkan hal tersebut. Tetapi, konsumen dapat memanfaatkan jasa layanan dari pihak ketiga untuk memperoleh keamanan yang optimal dibandingkan langsung dengan pelaku usaha. Pihak ketiga tersebut misalnya saja *Cybercash*, *Verisign*, ataupun *First Virtual*.

4.4 mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Kewajiban konsumen yang satu ini tidak senantiasa harus dilaksanakan dalam setiap transaksi on line yang dijalankannya. Kewajiban ini dilaksanakan bilamana timbul sengketa antara konsumen dan pelaku usaha. Dimana secara umum sengketa yang terjadi antara kedua belah pihak tersebut adalah atas inisiatif konsumen yang merasa dirugikan. Sengketa yang terjadi ini lebih banyak dalam ruang lingkup B2C (*Business to Consumer*) dimana konsumen yang ada dalam proses ini adalah *end user* atau konsumen akhir sebagaimana yang dimaksud pada pasal 1 angka 2 jo penjelasan UU no 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

5. Upaya Preventif Konsumen

Dalam rangka perlindungan terhadap diri konsumen dalam transaksi on line ini, konsumen harus tanggap atas posisinya yang lemah tersebut. Di samping kehati-hatian dari diri konsumen pada setiap tahapan proses, konsumen harus waspada pula akan hubungan yang dilakukan dengan pelaku usaha adalah benar-benar aman. Jadi sepanjang tidak dapat dijamin bahwa hubungan komunikasi pada setiap transaksi itu aman, maka sepatutnya konsumen tidak menghargai perikatan tersebut sebagai suatu perikatan yang sah. Sehingga dalam hal ini yang ditekankan adalah informasi yang disampaikan antar kedua

belah pihak yang dijadikan dasar dalam pembentukan sebuah transaksi secara on line menjadi sebuah transaksi yang dikatakan bisa mengikat bilamana setiap tahapan proses dijamin validitasnya melalui suatu sistem komunikasi yang aman antara konsumen dan pelaku usaha.

Sementara itu bagi konsumen yang akan melakukan transaksi secara on line, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan yang meliputi antara lain:

- Pentingnya bagi konsumen untuk mengetahui informasi syarat serta kondisi dari transaksi yang dilakukan, meski secara umum transaksi yang dilakukan sifatnya *non negotiable*.
- Konsumen harus mengetahui secara jelas kapan terjadinya transaksi secara on line tersebut. Apakah pada saat konsumen mengirimkan pesanan atau setelah ada konfirmasi dari penjual tentang transaksi tersebut.

Hal ini dikarenakan dengan begitu banyaknya proses yang harus dilalui dalam sebuah transaksi on line, sebelum suatu transaksi dinyatakan sah secara elektronis, maka akan membuka peluang dan celah untuk terjadinya sengketa. Dimana hal ini harus dihindari oleh kedua belah pihak. Sebagai contoh: pada pemesanan barang pada situs tertentu, yang dalam proses ini dilakukan di www.fujitsupc.com, konsumen mengirimkan data pribadi dari konsumen yang meliputi *customer name*, *customer bill to address*, *customer phone number*, *customer e-mail address* serta nomor kartu kredit dari konsumen yang digunakan untuk membayar. Setelah

konsumen melakukan akseptasi atas penawaran yang dilakukan oleh pelaku usaha, maka beberapa saat kemudian pihak pelaku usaha menghubungi konsumen secara langsung melalui telepon dan memastikan apakah yang mengakseptasi penawaran tadi adalah benar konsumen yang bersangkutan. Setelah hal ini terjadi, secara otomatis transaksi secara sah telah terbentuk.

- Konsumen harus memperoleh kejelasan mengenai produk, seperti spesifikasi dari barang ataupun keterangan detail mengenai produk. Misalnya saja fungsi dari barang tersebut bilamana terjadi perpindahan barang dari tempat pelaku usaha ke konsumen, yang tidak menutup kemungkinan adanya perbedaan letak geografis, seperti perpindahan barang dari negara subtropis ke negara tropis.
- Konsumen harus pula mengetahui masalah lain di luar proses transaksi on line tersebut, misalnya saja prosedur pengiriman barang. Karena banyak kasus terjadi barang yang dikirimkan dari pelaku usaha kepada konsumen rusak dalam perjalanan.

BAB III

TANGGUNG GUGAT PELAKU USAHA DALAM TRANSAKSI ON LINE

1. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Pelaku usaha sebagai subyek yang paling dominan dan paling penting dalam suatu transaksi memiliki beberapa hak dan kewajiban yang diatur dalam UU no 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tersebut. Dari apa yang diatur dalam undang-undang tersebut bila dikaitkan dengan transaksi secara on line, ada beberapa hal yang sekiranya tertinggal. Hal ini dikarenakan apa yang diatur tersebut berlaku sebatas pada transaksi secara konvensional. Begitu pula hak dan kewajiban dari pelaku usaha, yang dalam BW, disebut sebagai penjual, hak-hak yang ada tidak jauh berbeda dengan apa yang diatur dalam undang-undang tersebut.

Adapun ketentuan pokok dalam BW yang mengatur mengenai hak dari pelaku usaha antara lain:

- ❖ Menerima pembayaran dari pihak konsumen pada tempat dan waktu yang telah ditentukan dalam perjanjian.

Dari hak pelaku usaha tersebut sudah umum dan merupakan hal yang pokok dalam setiap transaksi. Namun bila dikaitkan dengan transaksi yang umumnya bersifat lintas batas secara on line ini, maka penerimaan pembayaran yang diterima oleh pelaku usaha dari konsumen ini umumnya

tidak dilakukan secara tunai, dan hal ini kembali pada bagaimana pelaku usaha memanfaatkan teknologi untuk memperoleh haknya yang satu ini. Apakah itu dengan perantara pihak ketiga atau pula secara langsung dengan mendebet dari kartu kredit yang telah melalui proses yang sekiranya aman.

- ❖ Menuntut pembatalan menurut ketentuan pasal 1266 dan 1267 BW bilamana konsumen tidak membayar harga pembelian.

Hal ini jarang sekali terjadi dalam suatu transaksi yang dilakukan secara on line karena dengan adanya kesepakatan, maka pelaku usaha dalam memberikan obyek jual beli yang diperdagangkannya terlebih dahulu meminta pembayaran dari konsumen. Selanjutnya setelah selesai, baru obyek tersebut dikirimkan kepada konsumen.

1.1 Hak Pelaku Usaha Dalam UU no 8 tahun 1999

Dalam undang-undang ini, pelaku usaha memiliki hak yang secara garis besar dibagi dalam lima bagian. Dari apa yang diatur dalam pasal 6 tersebut cakupannya lebih luas bila dibandingkan dengan hak dari pelaku usaha yang diatur dalam BW. Hak tersebut meliputi antara lain:

- 1.1.1 hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

Hak pelaku usaha yang satu ini merupakan timbal balik dari apa yang diberikan oleh pelaku usaha kepada konsumen. Konsumen dalam suatu

transaksi akan dengan senang hati memenuhi hak pelaku usaha yang satu ini bila pelaku usaha memberikan jaminan keamanan dalam prosesnya. Pelaku usaha dalam proses pembayaran atas transaksi yang dilakukan, pada umumnya memerlukan persyaratan antara lain mencakup:

- ❖ Konfidensialitas untuk menjamin bahwa konsumen, pelaku usaha dan informasi transaksi pembayaran tetap konfidensial.
- ❖ Integritas dari semua data yang ditransmisikan melalui jaringan publik seperti internet.
- ❖ Keamanan berkaitan dengan perlindungan atau jaminan keamanan dari pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab.
- ❖ Mekanisme *privacy* untuk pertukaran informasi yang sifatnya umum maupun pertukaran data pembayaran.
- ❖ Divisibilitas, berkaitan dengan spesifikasi praktis transaksi baik untuk volume besar maupun transaksi skala kecil.
- ❖ Interoperabilitas dari perangkat lunak maupun jaringan dari penerbit kartu kredit dan perbankan.

Dengan dipenuhinya persyaratan yang berkaitan dengan transaksi tersebut maka konsumen dalam memenuhi hak dari pelaku usaha akan percaya sepenuhnya kepada sistem yang ada.

1.1.2 hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.

Pada situs www.worldofwatches.com, hal semacam ini dalam transaksi secara on line, yang melampaui batas negara, sedini mungkin sudah diantisipasi oleh pelaku usaha dalam *terms of conditions* (kondisi yang disyaratkan) yang diajukannya. Pada bagian ini pelaku usaha juga turut mendapatkan perlindungan dari hukum dimana ia berada. Setiap tindakan dari konsumen yang beritikad tidak baik, akan diselesaikan menurut hukum yang telah dipilih oleh pelaku usaha.

1.1.3 hak untuk melakukan pembelaan yang sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.

Dalam pembelaan ini, tentunya konsumen melakukannya atas dasar hukum yang telah ditentukan dari apa yang telah disyaratkannya. Sebagaimana hak pelaku usaha sebelumnya, maka konsumen disini dilindungi oleh hukum dimana ia berada, dan menyangkut pokok bahasan mengenai penyelesaian sengketa yang timbul dalam suatu transaksi ini akan dibahas dalam bagian tersendiri dari penulisan ini.

1.1.4 hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

Rehabilitasi nama baik dari pelaku usaha ini hanya sebatas bila terjadi sengketa antara konsumen dan pelaku usaha. Pelaku usaha sudah

sewajarnya menuntut hal ini karena bila tuntutan yang berkaitan dengan kerugian pada diri konsumen tidak terbukti maka akan membawa dampak pada bisnis dari pelaku usaha. Lebih-lebih hal yang menyangkut nama baik ini dapat diakses dari seluruh belahan dunia.

1.1.5 hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Lingkup dari hak pelaku usaha ini sangat luas dan tentunya ada untuk memberikan perlindungan pula bagi pelaku usaha. Jadi pelaku usaha juga mendapat suatu bentuk perlindungan dari hak-haknya tidak hanya pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini atau pula sebatas pada lingkup peraturan lain yang ada. Namun termasuk pula hak-haknya yang lain. Misalnya saja dalam transaksi secara on line, pada *Firefly*, ia berhak untuk memanfaatkan potensi interaktifitas internet untuk melakukan terobosan hubungan konsumen. Hal ini dilakukan untuk memberikan kepuasan yang optimal bagi konsumen. Contoh konkrit dari hal ini misalnya saja seorang konsumen yang melakukan pembelian *compact disc* musik klasik, maka pelaku usaha akan membuatkan perangkat audio dan video yang disesuaikan untuk mendengarkan musik klasik. Hak pelaku usaha ini merupakan bentuk pelayanan pelaku usaha kepada konsumen.

Di samping hak-hak tersebut, pelaku usaha juga memiliki beberapa kewajiban yang diatur pula dalam peraturan perundang-undangan. Di KUH Perdata, kewajiban dari pelaku usaha hanya meliputi 2 hal pokok. Seperti disebutkan dalam pasal 1474 BW, bahwa kewajiban utama dari pelaku usaha adalah menyerahkan barang dan menanggungnya. Selain itu pula ada beberapa hal lain yang merupakan bentuk dari kewajiban konsumen, misalnya saja:

❖ Memikul biaya penyerahan dari pelaku usaha kepada konsumen selama tidak diperjanjikan sebaliknya.

Biaya penyerahan, sebagaimana yang telah diatur dalam peraturan yang ada biasanya dibebankan kepada pelaku usaha. Namun sebagaimana ketentuan mengenai asas kebebasan berkontrak, maka hal ini dapat disimpangi oleh kedua belah pihak selama kedua belah pihak tersebut menyetujuinya. Sebagai contoh: saat berbelanja pada situs www.fujitsupc.com, pada lembar transaksi disebutkan pula mengenai biaya *shipping* dari pelaku usaha kepada konsumen selain *order details* (detail pemesanan) yang disebutkan pada lembar tersebut. Besar kecilnya biaya penyerahan ini ditentukan oleh pelaku usaha dengan melihat obyek dan kemana obyek tersebut dikirimkan.

❖ Mengembalikan harga barang bilamana konsumen melaksanakan haknya untuk meniadakan pembelian.

Pengembalian harga barang dalam transaksi secara on line ini dimungkinkan terjadi bilamana konsumen yang pada saat mengklik dan

menyetujui adanya transaksi yang kemudian dilanjutkan dengan melakukan pembayaran atas obyek yang dibelinya, maka bila pada waktu yang telah ditentukan obyek jual beli tersebut tidak sampai kepada konsumen dan konsumen menuntut pembatalan transaksi tersebut, pelaku usaha memiliki semacam kewajiban hukum untuk mengembalikan harga pembelian sesuai dengan apa yang telah dibayarnya.

- ❖ Menanggung cacat tersembunyi pada obyek jual beli yang mengakibatkan barang tersebut tidak sanggup untuk dipergunakan sebagaimana mestinya, selama konsumen tidak mengetahui hal itu sendiri.

Adapun penanggungan terhadap obyek jual beli ini tidak akan diwajibkan bagi pelaku usaha bilamana terhadap cacat yang ada atau kelihatan tersebut, konsumen telah mengetahuinya sendiri. Sedangkan bila dikaitkan dengan transaksi yang dilakukan secara on line, dimana konsumen tidak dapat melihat secara jelas melihat, maka pelaku usaha bertanggung jawab sepenuhnya atas obyek yang diperdagangkannya. Dan mengenai bentuk tanggung jawab serta tanggung gugat dari pelaku usaha ini, akan dibahas lebih lanjut pada bagian lain penulisan ini.

1.2 Kewajiban Pelaku Usaha Dalam UU no 8 tahun 1999

Adapun kewajiban dari pelaku usaha yang terdapat dalam undang-undang ini dibagi dalam beberapa bagian yang antara lain meliputi:

1.2.1 beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.

Walaupun dalam transaksi secara on line dimana melibatkan berbagai yurisdiksi hukum, mengenai itikad baik ini merupakan hal pokok dalam proses terbentuknya transaksi. Dalam BW sendiri, dalam pasal 1338 disebutkan bahwa itikad baik harus melandasi setiap perjanjian yang telah dibuat. Itikad baik dari pelaku usaha ini dapat dilakukan dengan memberikan gambaran yang jelas mengenai hal-hal yang dibutuhkan oleh konsumen.

1.2.2 memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.

Pada situs www.worldofwatches.com, pelaku usaha memberikan gambaran mengenai obyek jual beli yang diperdagangkannya dalam suatu *privacy policy*. Dimana mengenai informasi yang berkaitan dengan obyek tersebut dijelaskan secara mendetail, antara lain meliputi detail barang dan bagaimana prosedur penggunaannya. Berkaitan dengan jaminan terhadap obyek yang diperdagangkan dalam situs tersebut, pada bagian *watch warranty* dijelaskan dengan mendetail bagaimana dan meliputi apa saja jaminan yang diberikan itu. Namun jaminan yang diberikan oleh

pelaku usaha ini tidak berlaku seketika karena sebagaimana transaksi yang dilakukan secara konvensional, jaminan tersebut akan berlaku jika konsumen mengirimkan layanan jaminan ini, dengan disertai data-data dari konsumen yang meliputi nama, nomor *invoice*, deskripsi dari masalah secara mendetail, serta alamat dari konsumen ataupun e-mail dan nomor telepon.

1.2.3 memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

Perlakuan pelaku usaha kepada konsumen dalam transaksi yang dilakukan secara online ini sama sekali tidak membedakan mengenai siapa dan bagaimana konsumen tersebut. Karena dengan melakukan diskriminasi kepada konsumen, maka hal ini dapat mempengaruhi peluang bisnis dari pelaku usaha sendiri. Internet sebagai suatu jaringan global terbentuk dengan memberikan kebebasan sepenuhnya kepada para penggunanya tanpa memperhatikan hal-hal tersebut.

1.2.4 menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.

Jaminan terhadap kualitas barang ini biasanya ditunjukkan melalui sertifikat atas produk yang ada. Dari sertifikat ini memberikan gambaran yang jelas mengenai barang sebagaimana standar mutu barang yang ada.

1.2.5 memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberikan jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.

Kewajiban dari pelaku usaha untuk memberikan kesempatan kepada pelaku usaha ini sangat sulit sekali untuk diwujudkan. Hal ini dikarenakan antara pelaku usaha dan konsumen dalam suatu transaksi hanya dihubungkan dengan media komputer. Konsumen hanya bisa melihat tanpa menguji barang tersebut. Sedangkan berkenaan dengan jaminan atau garansi atas barang yang diperdagangkan, pelaku usaha mewujudkan hal ini dalam suatu *warranty* yang dituangkan dalam klausul pada masa pratransaksi. Adapun mengenai bentuk dari garansi ini, ada suatu pembatasan yang dilakukan oleh pelaku usaha. Misalnya saja pada situs www.worldofwatches.com, pada bagian watch warranty disebutkan bahwa garansi dari pelaku usaha kepada konsumen diberikan terhitung sejak tanggal pembelian. Namun garansi ini batal bilamana konsumen melakukan perbaikan kepada pihak lain selain worldofwatches.

1.2.6 memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian kerugian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

1.2.7 memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Dua kewajiban konsumen di atas erat kaitannya dengan tanggung gugat pelaku usaha dalam transaksi yang dilakukannya dengan konsumen. Dan mengenai hal ini akan dijelaskan lebih lanjut pada bagian lain penulisan ini.

Dari beberapa uraian di atas, kewajiban konsumen yang tertuang dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen bila dikaitkan dengan transaksi yang dilakukan secara on line, dimana transaksi ini merupakan sistem yang terbuka untuk umum dengan suatu mekanisme yang dapat digunakan oleh khalayak ramai, maka pelaku usaha mempunyai kewajiban lain dalam penyediaan sistem yang meliputi :

1. Fasilitas penyimpanan dan penyampaian data (*store and forward data*)
2. Fasilitas pencarian dan penemuan data (*search and discovery services*)
3. Sistem pembayaran secara elektronik (*electronic payment*)
4. Sistem pengamanan (*security system*)
5. Konektivitas dan kompatibilitas
6. Kerangka hukum (*legal framework*)¹

10 Sheila Hardini, Penyelesaian Sengketa B2B dan B2C Electronic Commerce Melalui Litigasi dan Arbitrase di Indonesia, www.cyberlaw.lkht.org , Jakarta, 2002, h 3.

Selain itu perlu diperhatikan pula oleh pelaku usaha, dari aspek perlindungan konsumen hal-hal yang mencakup antara lain:

❖ **Privacy**

Pelaku usaha berkewajiban untuk memberikan *privacy* dalam menggunakan sistem informasi, yaitu dengan menjaga kerahasiaannya serta mendapatkan keterangan atau pemberitahuan sejauh mana keamanan yang ada pada sistem informasi tersebut, serta perlindungan informasi yang dihasilkannya.

❖ **Accuracy**

Pelaku usaha berkewajiban untuk memberikan informasi yang akurat ataupun kualitas informasi yang baik dari sistem informasi yang diselenggarakannya.

❖ **Accesbility**

Pelaku usaha berkewajiban untuk memberikan kemudahan bagi konsumen untuk dapat dengan mudah mengakses sistem informasi yang ada.

Berkenaan dengan itu pula, ada suatu kewajiban bagi pelaku usaha untuk memberikan jaminan perlindungan terhadap data. Hal ini dikarenakan akibat dari perkembangan dan konvergensi teknologi informasi, maka semakin besar pula kemungkinan penyalahgunaan data konsumen oleh pelaku usaha. Dalam transaksi secara on line, penyebaran data yang ada terjadi sedemikian cepat dan semakin sulit untuk dikontrol. Apapun bentuk informasi yang ada, terutama yang berkaitan dengan diri

konsumen maka pelaku usaha memiliki kewajiban yang tentunya sangat mengikat untuk memberikan perlindungan atas informasi dan data dari konsumen.

2. Perjanjian Baku dalam Transaksi On Line

Sebagaimana transaksi yang dilakukan pada umumnya, dalam transaksi yang dilakukan secara on line, lebih-lebih transaksi yang bersifat B2C (*Business to Consumer*) dimana konsumen sebagai *end user* dari sebuah proses, maka pelaku usaha untuk kemudahan yang ingin didapatkannya memberikan semacam perjanjian baku kepada konsumen. Latar belakang munculnya hal ini adalah keadaan sosial ekonomi dimana nantinya akan diperoleh efisiensi dalam pengeluaran biaya, tenaga dan waktu. Secara sederhana, perjanjian baku ini mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

- ❖ Perjanjian dibuat secara sepihak oleh produsen yang posisinya relatif lebih kuat dari konsumen.
- ❖ Konsumen sama sekali tidak dilibatkan dalam menentukan isi perjanjian.
- ❖ Dibuat dalam bentuk tertulis dan massal.
- ❖ Konsumen terpaksa menerima isi perjanjian karena didorong oleh kebutuhan.²

¹¹ Sudaryatmo, Hukum dan Advokasi Konsumen, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1999, h 93.

Dari beberapa ciri perjanjian baku yang telah disebutkan di atas, nampak sekali bahwa kebanyakan transaksi yang dilakukan secara on line menggunakan kontrak yang sifatnya *non negotiable* atau yang telah dibakukan. Pihak konsumen memiliki posisi tawar yang lebih rendah karena tidak mempunyai pilihan lain selain menerima apa yang telah diajukan oleh pelaku usaha. Konsumen berada pada situasi *take it or leave it*. Perjanjian baku ini di satu pihak merupakan suatu kebutuhan pokok. Namun ada pula yang menentang keberadaan dari perjanjian baku ini karena tidak sesuai dengan asas kebebasan berkontrak. Namun bagi konsumen, dengan disetujuinya perjanjian baku ini, maka setiap pihak dianggap telah memahami isi dari perjanjian baku tersebut.

Terlepas dari itu semua, perjanjian baku diterima dengan suatu kualifikasi perjanjian itu harus memuat syarat-syarat yang seimbang dan adil.³ Peraturan hukum yang ada sama sekali tidak melarang adanya perjanjian baku dalam sebuah transaksi selama klausula yang ada dalam klausula baku tersebut tidak bertentangan dengan ketentuan yang diatur dalam pasal 18 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Dalam transaksi yang dilakukan secara on line, misalnya saja konsumen melakukan transaksi dengan pelaku usaha dalam suatu situs asing, dalam perjanjian baku biasanya disebutkan pula mengenai pilihan hukum dan pilihan forum yang menguntungkan pihaknya. Sebagai contoh,

¹² Y. Sogar Simamora, Intervensi Hakim Dalam Suatu Kontrak, Yuridika, Airlangga University Press, Mei, 1999, h 202.

pada bagian *terms and conditions* yang ada pada situs www.worldofwatches.com disebutkan:

"Subject to the following arbitration provision these terms and conditions shall be governed by, construed and interpreted according to the laws of the State of Florida, and you and WorldofWatches.com (the 'Parties') agree to and consent to the exclusive jurisdiction and venue of the courts in Broward County, Florida."

Dari klausula yang ada dalam perjanjian baku ini disebutkan bahwa bilamana timbul suatu sengketa hukum maka akan diselesaikan menurut hukum yang telah ditentukan oleh pihak pelaku, yaitu dimana pelaku usaha itu berada.

Karena dalam transaksi secara on line antara pelaku usaha dan konsumen tidak berhadapan secara langsung, sebagai contoh, pada bagian *terms and conditions* yang diajukan oleh pihak www.worldofwatches.com ada beberapa hal yang sesuai serta ada pula yang tidak sesuai dengan ketentuan dalam UU no 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Misalnya saja, pihak worldofwatches tidak menjamin informasi yang ada pada situs tersebut akurat. Dari hal ini apa yang menyangkut mengenai informasi pihak pelaku usaha tidak memberikan jaminan keakuratan dari apa yang diberikannya. Padahal mengenai akurasi dari informasi yang ada pada situs ini merupakan suatu bentuk kewajiban dari pelaku usaha kepada konsumen.

Sedangkan dari ketentuan yang ada, mengenai klausula yang dilarang dalam setiap dokumen atau perjanjian baku. Dikaitkan dengan yang ada, dikatakan bahwa pihak worldofwatces.com menyatakan dapat

mengubah isi dari informasi tersebut tanpa pemberitahuan kepada konsumen dan pihak worldofwatces.com selaku pihak pelaku usaha tidak bertanggung jawab bilamana ada kesalahan atau ketidak akuratan dalam informasi yang ada. Di lain pihak, dari apa yang ada pada tampilan situs berkaitan mengenai produk, pihak worldofwatces.com tidak dapat menjamin akurasi dari produk tersebut karena mengenai hal ini tergantung sepenuhnya kepada ukuran dan monitor yang dimiliki oleh konsumen.

Ada pula ketentuan yang menyatakan bahwa pihak worldofwatces.com mengalihkan risiko sepenuhnya kepada konsumen yang menggunakan situs ini. Hal ini tentunya bertentangan dengan ketentuan yang diatur dalam pasal 18 ayat (1) huruf a, dimana klausula pernyataan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha dilarang dalam suatu perjanjian baku.

Pencantuman klausula baku dalam suatu transaksi on line dapat dilihat dengan jelas pada tampilan layar, dimana dengan hal ini, itikad baik dari pelaku usaha sejalan dengan ketentuan undang-undang yang menyatakan bahwa pelaku usaha dalam mencantumkan klausula baku harus pada tempat yang dapat dibaca dengan jelas dan mudah dimengerti oleh konsumen.

Sedangkan dari apa yang diatur dalam pasal 18 ayat (4), yang menyatakan bahwa " Pelaku usaha wajib menyesuaikan klausula baku yang bertentangan dengan undang-undang ini " sangat sulit untuk dilakukan. Pelaku usaha dalam suatu transaksi secara on line, yang tidak

menutup kemungkinan tunduk pada hukum yang berbeda, untuk menyesuaikan sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang kita miliki tidaklah mungkin untuk dilakukan karena tidak semua ketentuan yang ada dalam peraturan ini diatur pula dalam peraturan di negara dimana pelaku usaha berada.

3. Tanggung Gugat Pelaku Usaha

Pelaku usaha dalam menjalankan kegiatannya memiliki beban yang secara otomatis melekat. Beban ini merupakan suatu kewajiban profesional dari pelaku usaha. Dari contoh yang ada, pelaku usaha pada situsnya www.fujitsupc.com, kerugian yang timbul yang mungkin diderita oleh konsumennya adalah berkaitan dengan ketidaktepatan informasi (*inadequate information*). Beban pelaku usaha ini yaitu berkaitan dengan tanggung gugat produk (*product liability*). Dimana tanggung gugat pelaku usaha berdasarkan yang dikaji dari *product liability* ini dapat dilihat dari hubungan kontraktual. Sebagai contoh transaksi secara on line yang dilakukan dalam situs www.fujitsupc.com hubungan kontraktual dapat dilihat antara pihak *vendor* (penjual) sebagai pelaku usaha dengan konsumen.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak memberikan rumusan yang jelas dan tegas tentang definisi dari jenis barang yang dapat secara hukum dapat dipertanggungjawabkan dan sampai seberapa jauh suatu pertanggungjawaban atas suatu barang tertentu atas

hubungan hukumnya dengan konsumen.⁴ Tanggung gugat pelaku usaha berdasarkan *product liability* dijelaskan oleh pelaku usaha dalam suatu pernyataan, yang mana pernyataan ini memberikan gambaran secara jelas mengenai barang yang diperdagangkan. Tanggung gugat pelaku usaha ini merupakan suatu hal yang lumrah untuk diberikan kepada konsumen, mengingat obyek yang diperdagangkan ini adalah produk yang diproduksi secara massal.

Hukum yang ada, yang berkaitan dengan tanggung gugat pelaku usaha yang didasarkan pada perbuatan melawan hukum dapat ditemukan di pasal 1365 BW. Dimana dari pasal tersebut harus dipenuhi beberapa syarat yang harus ada. Seorang konsumen yang menuntut tanggung gugat dari pelaku usaha harus memenuhi kriteria sebagaimana yang ditentukan oleh pasal tersebut. Dimana dari pasal tersebut harus dipenuhi unsur-unsur yang sifatnya kumulatif. Syarat-syarat itu antara lain :

- ❖ Perbuatan yang dilakukan oleh pelaku usaha harus ada sifat melanggar hukum.
- ❖ Apa yang diderita konsumen tersebut merupakan akibat dari perbuatan pelaku usaha. Jadi ada semacam hubungan kausal antara keduanya.
- ❖ Adanya unsur kesalahan.
- ❖ Norma yang dilanggar mempunyai strekking untuk mengelakkan timbulnya kerugian.

¹³ Gunawan Widjaja, Ahmad Yani, Hukum Tentang Perlindungan Konsumen, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001, h59.

Sedangkan dari aturan yang ada, terutama dalam UU no 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, disebutkan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab untuk memberikan ganti rugi kepada konsumen sebagai akibat dari konsumsi barang dan/atau jasa yang diperdagangkannya. Konsep dalam ketentuan ini dapat pula diterapkan dalam suatu transaksi yang dilakukan secara on line. Pihak server selaku pelaku usaha diwajibkan untuk memberikan ganti rugi kepada konsumen akibat penggunaan objek transaksi yang telah dilakukannya. Ganti rugi ini, yang ditentukan dalam undang-undang tersebut dapat dikenakan kepada pelaku usaha dalam transaksi on line, meski pada umumnya mengenai hal yang satu ini harus terlebih dahulu diperjanjikan. Ganti rugi dari pihak pelaku usaha dapat berupa pengembalian uang atau barang lain yang setara dengan apa yang telah dibayarnya.

Mengenai jangka waktu pemberian ganti rugi dari pelaku usaha kepada konsumen, dari ketentuan yang telah ada, jangka waktu tujuh hari setelah tanggal transaksi sulit sekali untuk dilakukan karena dari konsep transaksi secara on line yang lintas batas, jangka waktu tersebut tidaklah cukup. Bagaimana bisa dilakukan pemberian ganti rugi bila waktu yang dibutuhkan untuk hal itu lebih dari ketentuan yang telah diatur undang-undang. Ketentuan yang ada berikutnya yang mengatur tanggung gugat pelaku usaha dapat dilihat pada pasal 24. Pelaku usaha tersebut mempunyai kewajiban atas gugatan atau tuntutan dari konsumen. Dalam suatu transaksi yang dilakukan secara on line pada situs-situs tertentu,

pelaku usaha bila melakukan perubahan atas objek yang diperdagangkannya, maka ia bertanggung jawab sepenuhnya atas objek tersebut. Jadi dalam hal ini ada semacam pengalihan risiko dari pelaku usaha yang satu kepada pelaku usaha yang lain.

Pada transaksi yang dilakukan pada situs www.fujitsupc.com, dimana pelaku usaha tersebut juga merupakan produsen dari barang yang diperdagangkannya, maka pihak pelaku usaha tersebut memberikan jaminan kepada konsumen yang meliputi suku cadang maupun garansi sebagaimana yang telah diperjanjikan diantara keduanya. Bila kedua hal tersebut diabaikan oleh pihak pelaku usaha, maka secara otomatis pelaku usaha bertanggung gugat jika konsumen mengajukan gugatannya. Jaminan yang harusnya ada dari pelaku usaha ini disyaratkan oleh hukum yang ada sebagai suatu bentuk *implied warranty*.

Sebagaimana hukum yang ada di Indonesia berkaitan dengan asas kebebasan berkontrak, pasal 1338 ayat 1, bila dikaitkan dengan transaksi secara on line maka konsumen yang telah menerima penawaran dari pelaku usaha dan menyetujui perjanjian baku yang telah tersedia, konsumen terikat di dalamnya. Dalam hal penuntutan tanggung gugat dari pelaku usaha, konsumen harus lebih jeli. Lebih-lebih konsumen dalam suatu transaksi on line terkadang masalah tersebut tidak diperjanjikan. Hal ini merupakan suatu kerugian bagi konsumen dan konsumen harus memperjanjikannya terlebih dahulu dengan pelaku usaha.

BAB IV

PENYELESAIAN SENGKETA TRANSAKSI ON LINE

Dalam suatu transaksi yang terjadi, meski dalam perjanjiannya sudah dirancang dan dibentuk sedemikian rupa, namun tidak menutup kemungkinan dalam transaksi timbul sengketa diantara keduanya, yaitu antara pelaku usaha dengan konsumen. Meski konsumen memiliki kedudukan yang lemah dalam penyelesaian hal ini, namun konsumen tetap memiliki hak-hak yang tetap dapat dituntutnya. Sayangnya, konsep transaksi secara on line ini, pihak konsumen sulit untuk melakukan pembuktian atas hal yang disengketakannya. Beban pembuktian terbalik yang dianut dalam Undang-Undang no 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pun masih belum memberikan jalan yang optimal bagi konsumen dalam menyelesaikan sengketa ini. Sedangkan mengenai hukum yang diterapkan (*applicable law*), juga masih cenderung untuk berpihak kepada pelaku usaha. Yang menjadi pokok masalah disini, baik untuk pelaku usaha maupun konsumen adalah bagaimana konsumen tersebut dapat menyelesaikan sengketa yang diajukannya tersebut dengan praktis dan efisien.

1. Pembuktian Data Transaksi Elektronik

Transaksi secara on line yang lintas batas dengan basis elektronik ini tidak dapat menampilkan keberadaan dari data-data ataupun informasi

elektronik sebagai salah satu bukti yang dapat digunakan bilamana timbul sengketa. Dalam hukum yang telah ada, baik dalam pidana maupun perdata, bukti-bukti yang ada secara umum antara lain meliputi surat, keterangan saksi, petunjuk, keterangan ahli, sumpah (pasal 184 KUHP) ataupun surat, pengakuan, persangkaan, keterangan ahli dan sumpah.

Berkaitan dengan perlindungan konsumen, perubahan mendasar dalam era digital ini semakin populer dengan digunakannya data elektronik ini. Yang menjadi masalah bagi konsumen yaitu ketika dihadapkan dengan masalah pembuktian dalam penyelesaian suatu sengketa. Meskipun dalam transaksi di dunia maya secara on line ini, keberadaan data dan informasi elektronik ini menjadi penting karena sulitnya mendapatkan saksi ataupun hal lain yang berkaitan dengan sengketa.

Dapat dipahami, dengan berdasarkan pasal-pasal yang ada berkaitan dengan pembuktian, serta bila dikaji dari sisi substansi dari transaksi secara elektronik, maka suatu data atau informasi yang bersifat elektronik sudah selayaknya dapat diterima di hadapan pengadilan sebagai barang bukti. Meskipun mengenai validitasnya masih diperlukan *cross check* dengan alat bukti yang lain. Di Indonesia sendiri, hukum yang ada sangat jauh tertinggal. Bandingkan saja dengan beberapa negara maju yang telah ada, Singapura misalnya, yang dalam prakteknya telah mengakui catatan elektronik sebagai suatu alat bukti, sebagaimana diatur dalam *Electronic Transaction Act*. Dimana dalam ketentuan tersebut

dikatakan bahwa suatu keterangan tidak dapat dibantah keabsahan akibat hukumnya dengan dasar bahwa keterangan itu adalah dalam bentuk catatan elektronik.

Mengenai hal yang berkaitan dengan informasi elektronik dalam suatu transaksi yang dipergunakan sebagai alat bukti, di Indonesia sendiri masih belum diwujudkan dalam suatu peraturan tersendiri. Suatu informasi maupun data yang bersifat elektronik dapat digunakan sebagai suatu alat bukti sepanjang informasi tersebut berasal dari suatu sistem yang dapat dipercaya dan berjalan sebagaimana mestinya. Sebaliknya, informasi yang didapat dari orang lebih berpotensi atas adanya kecurangan ataupun penyimpangan karena sangat subyektif sifatnya ketimbang sistem elektronis yang tersedia.

Dalam pasal 25 Rancangan Undang-Undang Informasi Elektronik dan Transaksi Elektronik, berkaitan dengan pembuktian dikatakan bahwa informasi elektronik dapat dipergunakan sebagai alat bukti bilamana informasi tersebut dari suatu sistem yang layak dipercaya. Hal ini merupakan suatu kemajuan yang besar dalam rangka perlindungan konsumen yang melakukan transaksi secara on line.

Yang menjadi masalah dalam hal pembuktian ini, bila dikaitkan dengan prinsip yang dianut oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah mengenai beban pembuktian yang dibebankan kepada pelaku usaha. Dalam pasal 28 disebutkan " pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi sebagaimana dimaksud dalam

pasal 19, pasal 22, dan pasal 23 merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha". Tentunya mengenai pembuktian atas data ataupun informasi yang sifatnya elektronik ini, pelaku usaha dapat dengan mudah membuktikan bahwa dirinya tidak bersalah selama suatu sistem informasi ataupun data yang sifatnya elektronik tersebut berada dalam kendali pelaku usaha. Dengan demikian, dalam hal pembuktian transaksi secara elektronik bilamana timbul suatu sengketa, perlu disadari bahwa dalam penyelesaiannya diperlukan suatu kejelasan informasi yang dapat dipergunakan sebagai landasan dalam memberikan keputusan yang adil antara pelaku usaha dan konsumen.

2. Penyelesaian Sengketa Transaksi On line

Pembahasan mengenai penyelesaian sengketa dalam transaksi secara on line ini merupakan jalan terakhir bagi konsumen dan pelaku usaha bilamana di antara keduanya tidak ditemukan kata sepakat mengenai apa yang dituntut oleh para pihak tersebut. Penyelesaian sengketa ini dilaksanakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau terulang kembali kerugian yang telah diderita oleh konsumen. Menurut hukum nasional yang ada, hubungan antara konsumen dan pelaku usaha tersebut sebagai suatu perikatan, yang cenderung untuk menggunakan asas kebebasan berkontrak di dalamnya. Maka antara kedua belah pihak bebas pula untuk menentukan

mekanisme macam apa yang akan dilakukan bilamana timbul sengketa. Apakah itu melalui media pengadilan (*in court settlement*) atau pula melalui *Alternative Dispute Resolution*.

Penyelesaian sengketa yang terjadi antara pelaku usaha dan konsumen dapat dilakukan melalui pengadilan dengan menggunakan hukum acara yang berlaku. Penyelesaian sengketa melalui peradilan ini, ada atau tidaknya suatu perkara, harus diambil oleh seseorang atau pihak yang dilanggar oleh pihak lawan. Dimana dalam konteks ini adalah konsumen terhadap pelaku usaha. Namun konsumen dalam sengketa ini memegang inisiatif yang mempunyai pengaruh besar terhadap jalannya suatu perkara yang disengketakan. Konsumen yang mengajukan gugatannya kepada pelaku usaha harus teliti kemana gugatan tersebut harus diajukan. Hal ini tentunya berkaitan dengan yurisdiksi dari pengadilan yang menanganinya. Karena dalam suatu transaksi yang dilakukan secara on line, umumnya tidak jelas dimana domisili atau kedudukan dari pelaku usaha.

Adapun mengenai yurisdiksi dalam penyelesaian sengketa antara pelaku usaha dan konsumen ini dapat dipergunakan prinsip-prinsip yang berlaku dalam hukum perdata internasional, yaitu :

❖ *Lex loci delictie*

Prinsip ini yang memperhatikan tempat terjadinya perbuatan melanggar hukum, jadi hukum yang berlaku dalam hal ini adalah hukum dimana suatu perbuatan melanggar hukum ini dilakukan.

❖ Lex fori

Berbeda dengan prinsip di atas, prinsip ini menerapkan hukum yang berlaku adalah hukum di tempat kerugian akibat perbuatan melanggar hukum itu berada.

Lain dari dua hal tersebut, dapat pula dilakukan kombinasi antara *lex loci* dan *lex fori*. Dalam teori ini pihak yang dirugikan, yang umumnya konsumen, dapat memilih hukum mana yang dikehendaknya. Apakah dari tempat dimana perbuatan dilakukan atau dari tempat akibat dari perbuatan tersebut nampak.

Dalam masalah pemilihan yurisdiksi ini, sebenarnya pelaku usaha maupun konsumen berhak untuk menentukan sendiri kepada hukum mana transaksi yang mereka lakukan itu tunduk. Meskipun bila dilihat dari sisi pelaku usaha, umumnya mengenai klausula yang digunakan selalu tunduk pada hukum yang telah dipilih secara sepihak oleh pelaku usaha. Begitu pula dengan hukum yang diterapkan bilamana ada sengketa. Meskipun ada kemungkinan dalam sengketa tersebut diselesaikan menurut hukum dari suatu negara yang bukanlah hukum tempat pilihan yurisdiksi. Umumnya sengketa antara konsumen dan pelaku usaha yang dilakukan melalui pengadilan akan mengacu kepada hukum negara yang lebih banyak terkait, misalnya saja pada kasus tidak adanya *conflicting evidence*, yang digunakan adalah hukum dimana server berada.

Mengenai penyelesaian sengketa yang ada dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, diatur pula melalui proses di luar pengadilan

melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Namun penyelesaian sengketa ini bukan merupakan suatu kewajiban yang harus ditempuh oleh konsumen, sebelum akhirnya diselesaikan melalui pengadilan.

Dalam konsep transaksi on line, proses penyelesaian sengketa tidak selamanya cenderung dilakukan melalui mekanisme peradilan. Sebagai contoh, pelaku usaha pada situs www.worldofwatches.com menyatakan bahwa bilamana timbul suatu sengketa, maka para pihak yang bersengketa akan tunduk pada arbitrase berdasarkan hukum negara bagian Florida, dalam wilayah yurisdiksi eksklusif dari pengadilan Broward County. Pemilihan hukum ini wajar ada dalam suatu bisnis internasional. Meskipun pelaku usaha tidak melakukan suatu pilihan hukum, berdasarkan asas *the most characteristic connection* dikatakan bahwa pihak yang melakukan prestasi paling karakteristik ini adalah pihak yang mempunyai hubungan terdekat atas kepentingan terbanyak terhadap kontrak tersebut.¹ Jadi misalnya saja dalam transaksi yang dilakukan antara konsumen dan pelaku usaha yang berada di luar negeri, maka pihak pelaku usaha yang melakukan prestasi paling banyak dibandingkan dengan konsumen, yang hanya sekedar membayar saja, dapat memberlakukan hukum dari negaranya.

¹⁴ Sanusi Bintang & Dahlan, Pokok-Pokok Hukum Ekonomi dan Bisnis, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, h 128.

Ada indikasi para pelaku e-commerce lebih menyukai penyelesaian melalui ADR.² Adapun alasan hal ini lebih cenderung digunakan dalam suatu sengketa yang terjadi antara konsumen dan pelaku usaha adalah karena lebih fleksibel dan lebih efisien dalam segi waktu. Di samping penyelesaian melalui pengadilan masih terdapat kelemahan, yaitu pemahaman dari hakim yang masih kurang akan perkembangan transaksi yang dilakukan melalui media elektronik ini. Padahal pemahaman hakim ini sangat mempengaruhi putusan pengadilan. Sedangkan dalam penyelesaian di luar pengadilan, para pihak dapat menunjuk wakilnya. Di samping itu, berkaitan pula dengan keuntungan dalam hal pembuktian, yang bersifat elektronik tersebut, yang sampai saat ini masih belum diatur dalam hukum acara yang ada. Baik pelaku usaha maupun konsumen dalam sengketa tersebut dapat menggunakan data atau informasi elektronik sebagai suatu alat bukti selama pelaku usaha dan konsumen yang terlibat sengketa tersebut menyetujuinya.

Penyelesaian sengketa melalui ADR ini, yang umumnya menggunakan arbitrase, lebih-lebih dalam suatu transaksi secara on line yang dimungkinkan melibatkan pelaku usaha dari negara lain, memiliki beberapa keuntungan-keuntungan tertentu. Yaitu antara lain:

- ❖ Para pihak dalam sebuah kontrak internasional dapat mempercayakan penyelesaian sengketa kepada hakim pilihan mereka sendiri.

¹⁵ Sheila Hardini, Penyelesaian Sengketa Business to Business dan Business to Consumer Electronic Commerce Melalui Litigasi dan Arbitrasi di Indonesia, www.cyberlaw.lkht.org, h 1.

- ❖ Dalam arbitrase putusan yang dihasilkan sudah final dan tidak seperti melalui litigasi dimana putusan yang ada mungkin masih belum berakhir karena dimungkinkan adanya banding ke pengadilan yang lebih tinggi tingkatannya, tentu saja ini tidak menguntungkan dari segi waktu karena proses banding membutuhkan waktu yang tidak sebentar.
- ❖ Arbitrase dilakukan secara tertutup bukan dalam suatu sidang terbuka seperti dalam litigasi sehingga kerahasiaan terjaga, terutama apabila ada masalah-masalah sensitif yang para pihak tidak ingin diketahui oleh orang luar.
- ❖ Konvensi-konvensi internasional telah memfasilitasi agar putusan arbitrase internasional dapat diakui dan dapat dilaksanakan di negara yang bersangkutan.³

Pelaku usaha maupun konsumen yang memilih arbitrase ini sebagai jalan dalam penyelesaian sengketa yang dihadapinya, maka selanjutnya ditentukan prosedur pelaksanaan dari arbitrase tersebut. Proses arbitrase ini, meskipun tunduk pada hukum dari suatu wilayah, namun tidak menutup kemungkinan untuk dilaksanakan dimana saja, sesuai kehendak para pihak. Sehingga dengan demikian pelaksanaan dari upaya ini tidak mengganggu aktivitas dari konsumen dan pelaku usaha yang sedang bersengketa.

¹⁶ Ibid, h 5.

BAB V

PENUTUP

1. Simpulan

Dari uraian pembahasan permasalahan dalam skripsi pada bab-bab di atas, maka akan dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Kegiatan transaksi yang dilakukan secara on line oleh konsumen sepatutnya mendapatkan perlindungan yang optimal. Hak-hak dan kewajiban konsumen sebagaimana dalam Undang-Undang no 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ini bila dikaitkan dengan transaksi secara on line tersebut hanya sebagian yang dapat diterapkan. Lebih-lebih bila transaksi yang dilakukan tersebut pelaku usaha berada di luar negeri. Disini, hal-hal yang telah diatur dalam undang-undang tersebut tidak dapat memberikan perlindungan yang menyeluruh kepada konsumen.
- b. Mengenai tanggung gugat pelaku usaha, dalam konteks transaksi on line, konsumen dapat menuntut ganti rugi atas dasar *product liability*. Ganti rugi ini meskipun tidak diatur secara eksplisit antara konsumen dan pelaku usaha, namun secara otomatis konsumen tetap dapat menuntut haknya, sebagai suatu bentuk *implied warranty* yang telah disyaratkan oleh hukum.
- c. Dalam hal pembuktian, mengenai data ataupun informasi yang sifatnya elektronik masih belum diakui keberadaannya sebagai suatu alat

bukti. Tentunya hal ini cukup menyulitkan bilamana timbul suatu sengketa antara konsumen dan pelaku usaha. Beban pembuktian yang dianut dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen pun masih dapat disimpangi oleh pelaku usaha selama suatu sistem informasi ataupun data elektronik tersebut berada dalam kendali pelaku usaha.

Mengenai penyelesaian sengketa yang timbul dalam suatu transaksi antara konsumen dan pelaku usaha dapat dilakukan secara litigasi melalui pengadilan maupun secara non litigasi melalui penyelesaian sengketa alternatif, yang pada umumnya menggunakan arbitrase. Dari dua jalan yang dapat dilakukan dalam penyelesaian sengketa tersebut, yang umum digunakan adalah arbitrase. Hal ini dikarenakan penyelesaian di luar pengadilan lebih mudah dalam hal pembuktian, yurisdiksi ataupun dalam penerapan putusannya, serta proses beracaranya yang lebih fleksibel.

2. Saran

Selanjutnya dari penulisan tersebut terdapat beberapa saran sebagai berikut:

- a. Sebagai konsumen sebaiknya menghindari suatu transaksi yang dilakukan secara on line bilamana konsumen belum yakin akan jaminan keamanan dalam transaksi tersebut. Jika transaksi memang harus terjadi, konsumen harus memilih transaksi dengan tingkat keamanan dan

kepercayaan yang tinggi. Dengan perolehan bukti yang nantinya dapat digunakan sebagai pembuktian transaksi.

b. Pelaku usaha dalam transaksi secara on line ini sepatutnya memberikan jaminan keamanan kepada konsumen melalui suatu standar pengoperasian yang termasuk di dalamnya pula penjelasan mengenai siapa yang bertanggung jawab atas penyalahgunaan e-commerce tersebut.

c. Dalam penyelesaian sengketa yang terjadi secara on line ini akan lebih baik bila diselesaikan melalui jalur non litigasi. Hal ini karena para pihak memang ahli dalam e-commerce serta teknologi informasi.

d. Perkembangan teknologi yang berkembang sedemikian pesat dibandingkan dengan hukum yang ada, maka sudah saatnya pemerintah meninjau kembali peraturan mengenai perlindungan konsumen dan segera membuat peraturan yang berkenaan dengan perlindungan konsumen dalam transaksi on line.

DAFTAR BACAAN

Buku:

Badruzaman, Mariam Darus, **Aneka Hukum Bisnis**, Cet. I, Alumni, Bandung, 1994.

Bintang, Sanusi, Dahlan, **Pokok-Pokok Hukum Ekonomi dan Bisnis**, Cet I, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2002.

Hartono, Sri Redjeki, **Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Kerangka Era Perdagangan Bebas**, Cet. I, Mandar Maju, Bandung, 2000.

Simamora, Y.Sogar, **Intervensi Hakim Dalam Suatu Kontrak**, Yuridika, Airlangga University Press, Surabaya, 1999.

Sudaryatmo, **Hukum dan Advokasi Konsumen**, Citra Aditya Bakti, Cet.I, Bandung, 1999.

Syahputra, Iman, **Problematika Hukum Internet Indonesia**, Prehallindo, Cet. I, Jakarta, 2002.

Widjaja, Gunawan, Ahmad Yani, **Hukum Arbitrase**, Raja Grafindo Persada, Cet. I, Jakarta, 2000.

_____, **Hukum Tentang Perlindungan Konsumen**, Gramedia Pustaka Utama, Cet.II, Jakarta, 2001.

Peraturan Perundang-Undangan:

Undang-Undang no 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Burgerlijk Wetboek (BW)

Internet:

Hardini, Sheila, **Penyelesaian Sengketa Business to Business dan Business to Consumer Electronic Commerce Melalui Litigasi dan Arbitrase di Indonesia**, www.cyberlaw.lkht.org, Jakarta, 2002.

Lestari, Dewi, **Konsumen, E-Commerce dan Permasalahannya**, www.cyberlaw.lkht.org, Jakarta, 2002.

Nasution, Az, **Dalam E-Commerce, Informasi Merupakan Inti Dari Perlindungan Konsumen**, www.hukumonline.com, Jakarta, 2002.

Makarim, Edmon, **Apakah Transaksi Secara Elektronik Mempunyai Kekuatan Pembuktian**, www.cyberlaw.lkht.org, Jakarta, 2002.

Saat, Redynal, **E-commerce, Peluang dan Kendala**, www.cyberlaw.lkht.org, Jakarta, 2002.

Syamsudin, Didi Irawadi, **E-commerce dan Perlindungan Hukum**, www.suarapembaruan.com.

Makalah:

Seminar Nasional Arbitrase (ADR) dan Electronic Commerce, Law Office of Remy & Darus, Hotel Shangrila, Mayjen Sungkono, Surabaya, 6 September 2000.



Privacy Policy

WorldofWatches.com is a licensee of the TRUSTe Privacy Program. This privacy statement discloses the privacy practices for our website:
<http://www.WorldofWatches.com>

TRUSTe is an independent, non-profit organization whose mission is to build users' trust and confidence in the Internet by promoting the use of fair information practices. Because WorldofWatches.com wants to demonstrate its commitment to your privacy, it has agreed to disclose its information practices and have its privacy practices reviewed for compliance by TRUSTe. By displaying the TRUSTe trustmark, WorldofWatches.com has agreed to notify you of:



1. What personally identifiable information (or third party personally identifiable information) of yours is collected from you through our website.
2. The organization collecting the information.
3. How the information is used.
4. With whom the information may be shared.
5. What choices are available to you regarding collection, use and distribution of the information.
6. The kind of security procedures that are in place to protect the loss, misuse or alteration of information under WorldofWatches.com's control.
7. How you can correct any inaccuracies in the information.

If you feel that WorldofWatches.com is not abiding by its posted privacy policy, you should first contact us at 1-800-222-0077 or email us at CustomerService@WorldofWatches.com. If you do not receive acknowledgment of your inquiry or your inquiry has not been satisfactorily addressed, you should then contact TRUSTe at http://www.truste.org/users/users_watchdog_intro.html. TRUSTe will then serve as a liaison with the WorldofWatches.com website to resolve your concerns.

Information Collection and Use

WorldofWatches.com is the sole owner of the information collected on this site. We will not sell, share, or rent this information to others in ways different from what is disclosed in this statement. WorldofWatches.com collects information from our users at several different points on our website.

Membership

When you make a purchase on our site, you automatically become a member. You provide the following information to WorldofWatches.com:

- Your name
- Your e-mail address
- Your billing and shipping address
- Your telephone number
- The type of credit card you are using if applicable
- Your credit card number and expiration date, or other form of payment

You choose your own member identification and password to use for all future purchases on the site. You choose whether or not you would like to receive electronic mailings from WorldofWatches.com (see "[Catalog, Newsletters, Etc.](#)" below).

Order

We request information from the user on our order form when making a purchase. Here, is where a user must provide their contact information, like name and shipping address, and shipping information, like credit card number and expiration date. This information is used for billing purposes and to fill the customer's order. If we have difficulty processing an order, this contact information is used to get in touch with the customer.

Order Processing by Microsoft Wallet or AOL QuickCheckOut

Through the WorldofWatches.com shopping cart, you may choose to use the AOL QuickCheckOut or Microsoft Passport Wallet functions. If you elect to use either of these wallet technologies to complete your online purchase, the information listed above as well as your transactional information will be passed along to AOL or Microsoft and will then be governed by that party's privacy policy. If you previously signed up for the AOL QuickCheckOut and/or Microsoft Passport Wallet tools, you have already consented to the passage of such information, so you will not be asked for permission again before your information is passed along.

Cookies

A cookie is a piece of data stored on the user's hard drive containing information about the user. We use both session and persistent cookies. Usage of a cookie from our site is in no way linked to any personally identifiable information. Cookies enable us to track and target the interests of our users in the aggregate by analyzing popular areas and products to enhance future experiences on our site.

Usage Tracking

WorldofWatches.com's database tracks the traffic throughout our site. This information is used to compile overall statistics and is not recorded at an individual level. This includes IP (internet protocol) addresses, browser type, ISP (internet service provider), referring/exit pages, platform type, date/time stamp, and # of clicks to analyze trends, administer the site, track user's movement in the aggregate. The statistics help us decide which products and services best serve our members and guests.

Aggregate Information

WorldofWatches.com uses aggregate information from demographic surveys, traffic patterns and IP addresses to customize our site. Aggregate information is occasionally shared with partners of WorldofWatches.com to plan advertising or promotions. We do not share any personally identifiable information.

Sharing

WorldofWatches.com gives you access to third party partners to provide you with certain services that are detailed below. WorldofWatches.com will provide that third party with your transaction information and then that third party will collect additional information if needed to provide you with the requested service. These third parties are not allowed to use personally identifiable information except for the purpose of providing these services.

We use an outside shipping company to ship orders, and a credit card processing company to bill users for goods and services. These companies do not retain, share, store or use personally identifiable information for any secondary purposes.

Website Analytics

We use Coremetrics, a service provider, to help us gather and analyze information about our customers and how they use our site. Coremetrics' only role is to help us conduct our business via a data collection and reporting service. Coremetrics does not have any right to use the information we provide to them beyond what is necessary to assist us. For more information, including how to opt out, please go to:

http://www.coremetrics.com/Info_eluminate2.html

Links

This website contains links to other sites. Please be aware that we are not responsible for the privacy practices of such other sites. We encourage our users to be aware when they leave our site and to read the privacy statements of each and every website that collects personally identifiable information. This privacy policy applies solely to information collected by WorldofWatches.com.

Catalog, Newsletters, Etc.

If a user wishes to subscribe to our catalog, newsletter, membership kit (Diamond Education Kit) etc., we ask for contact information such as name, street address and email address to provide these communications. Out of respect for our users privacy we provide a way to opt-out of these communications. Please see the choice and opt-out section below.

On rare occasions it is necessary to send out a strictly service related announcement. For instance, if our service is temporarily suspended for maintenance we might send you an email. Generally, users may not opt-out of these communications, though you can deactivate your account. However, these communications are not promotional in nature.

Surveys & Sweepstakes

From time to time, our site requests information from users via surveys or

sweepstakes. Participation in these surveys or sweepstakes is completely voluntary and the user therefore has a choice whether or not to disclose this information. Information requested may include contact information (such as name, shipping address and email address), and demographic information (such as zip code, age level). Contact information will be used to notify the winners and award prizes. Survey information will be used for purposes of monitoring or improving the use and satisfaction of this site.

Tell-A-Friend

If a user elects to use our referral service for informing a friend about an item, we ask them for the friend's name and email address. WorldofWatches.com will automatically send the friend a one-time email inviting them to visit the site. We do store the friend's email and they have an option to opt-out in the communication.

Special request page

Our customers can use the special request page to enquire about products that they cannot find on the website, such as, for example, special orders. Personal information is gathered during this process.

Security

WorldofWatches.com takes every precaution to protect our users' information. When users submit sensitive information via our website, your information is protected both online and off-line.

When our registration/order form asks users to enter sensitive information (such as credit card number and/or social security number), that information is encrypted and is protected with the best encryption software in the industry - Secure Socket Layers (SSLs). While on a secure page, such as our order form, a lock icon appears on the bottom of your Web browser. When you are not on a secure page, no lock icon will appear. To learn more about SSL, click on <http://www.WorldofWatches.com/secure.asp>

While we use SSL encryption to protect sensitive information (like your credit card information) online, we also do everything in our power to protect user information off-line. All of our users' information, not just the sensitive information mentioned above, is restricted in our offices. Only employees who need the information to perform a specific job (for example, our billing clerk or a customer service representative) are granted access to personally identifiable information. Our employees must use password-protected screen-savers when they leave their desk. When they return, they must re-enter their password to re-gain access to your information. Furthermore, ALL employees are fully informed about our security and privacy practices and updated as new policies are added or revised. They are regularly notified and/or reminded about the importance we place on privacy, and what they can do to ensure that our customers' information is protected. Finally, the servers that we store personally identifiable information on are kept in a secure environment under restricted access.

If you have any questions about the security at our website, you can send an email to CustomerService@WorldofWatches.com.

Supplementation of Information

In order for WorldofWatches.com to properly fulfill its obligation to our customers, it is necessary for us to supplement the information we receive with information from third party sources such as our affiliated websites. For example, in order for WorldofWatches.com to enhance its ability to tailor the site to an individual's preference, we combine information about the purchasing habits of users with similar information from our affiliated sites, Diamond.com, DiamondDepot.com and 1-888-WATCHES.com. When a user makes a purchase from any of these companies, the companies collect and share that purchase information with us so we can tailor the site to our users' preferences.

Special Offers

Established members will occasionally receive information on products, services, special offers and a newsletter. Out of respect for the privacy of our users, we present the option to not receive these types of communications. Please see our [choice/opt-out](#) below.

Correcting/Updating/Deleting/Deactivating

If a user's personally identifiable information changes (such as your zip code, phone, email or postal address), or if a user no longer desires our service, we provide a way to correct, update or delete/deactivate that user's personally identifiable information provided to us. This can be done by using the unsubscribe feature in our communication or by visiting www.WorldofWatches.com/unsub.asp.

Choice/Opt-Out

Our users are given the opportunity to 'opt-out' of having their information used for purposes not directly related to our site at the point where we ask for the information. For example, our order form has an 'opt-out' mechanism so users who buy a product from us, but don't want any marketing material, can keep their email address off of our lists.

Users who no longer wish to receive promotional materials may opt-out of receiving these communications by using the unsubscribe feature in our email or by visiting www.WorldofWatches.com/unsub.asp.

If we decided to change our privacy policy, we will post those changes to this privacy statement, the homepage, and other places we deem appropriate so our users are always aware of what information we collect, how we use it, and under what circumstances, if any, we disclose it. We will use information in accordance with the privacy policy under which the information was collected.

If, however, we are going to use your personally identifiable information in a manner different from that stated at the time of collection we will notify you via email. You will have a choice as to whether or not we use your information in this different manner. However, if you have opted out of all communication with the site, or deleted/deactivated your account, then you will not be contacted, nor will your personal information be used in this new manner. In addition, if we make any material changes in our privacy practices that do not affect user information already stored in our database, we will post a prominent notice on our web site notifying users of the change. In some cases where we post a notice we will also email

users, who have opted to receive communications from us, notifying them of the changes in our privacy practices.

Secure Online Ordering

We go to great lengths to ensure that your purchase at WorldofWatches.com is safe. We use state-of-the-art data encryption technology to protect against loss, misuse or alteration of your user information. Secure Socket Layers (SSLs) encrypt the information sent between your computer and our database. In addition, we use Internet fraud screening to protect credit card transactions.

To be sure you're browsing secure pages, check your Web browser's status bar (located at the bottom of the window) for the closed padlock icon. This icon appears in the latest versions of Internet Explorer and Netscape Navigator to tell you that you are viewing a secure web page. Also, all browsers display an "s" after the "http" (https://...) in the Web site address to indicate that you're in a secure environment.

WorldofWatches.com also uses VeriSign, the leading provider of Internet trust services used by e-commerce service providers to conduct trusted and secure electronic commerce over the Internet. VeriSign's Web site digital certificate services are used by all of the Fortune 500 companies with a Web presence.

WorldofWatches.com also does everything in its power to protect your purchase by avoiding the shipment of merchandise to a fraudulent address. All billing addresses are verified electronically and all alternate shipping addresses are verified manually. Any customer shipping to an address that differs from the billing address must put this alternate address on file with his or her credit card company. We then call the credit card issuer to verify that the customer has indeed put the information on file.

If you have further questions or concerns, feel free to call our Customer Service Representatives at 1-800-222-0077 or click here to send us an email.



Terms and Conditions

WorldofWatches.com DOES NOT WARRANT THAT INFORMATION CONTAINED ON THE SITE WILL BE ACCURATE, RELIABLE OR ERROR FREE, OR THAT DEFECTS WILL BE CORRECTED. WorldofWatches.com CANNOT BE HELD RESPONSIBLE FOR ERRORS AND OMISSIONS IN THE SITE AND RESERVES THE RIGHT TO MODIFY AND CORRECT ERRORS AT ANY TIME. MATERIAL ON THE SITE MAY ALSO CONTAIN TECHNICAL INACCURACIES OR TYPOGRAPHICAL ERRORS (INCLUDING PRICING ERRORS), AND MAY BE CHANGED, UPDATED OR MODIFIED AT ANY TIME AND FROM TIME TO TIME WITHOUT NOTICE; WorldofWatches.com WILL NOT BE LIABLE OR RESPONSIBLE FOR ANY SUCH INACCURACIES, ERRORS, CHANGES, OR UPDATES. WorldofWatches.com MAY IN ITS SOLE DISCRETION ADD, DELETE, OR CHANGE SOME OR ALL OF ITS PRODUCTS AND SERVICES AT ANY TIME. WorldofWatches.com has attempted to accurately depict the products offered on the Site. However, because the depiction of a product is dependent on your computer monitor, WorldofWatches.com cannot guarantee that such depiction will be accurate. The products also may appear larger or smaller than their actual size depending on your monitor. Some photographs have been enlarged to show detail.

USE OF THE SITE IS ENTIRELY AT YOUR OWN RISK. EXCEPT AS EXPRESSLY SET FORTH BELOW OR IN A WRITTEN WARRANTY THAT ACCOMPANIES A PRODUCT (AND THEN ONLY WITH RESPECT TO SUCH PRODUCT), WorldofWatches.com EXPRESSLY DISCLAIMS ALL REPRESENTATIONS AND WARRANTIES OF ANY KIND EITHER EXPRESS OR IMPLIED (INCLUDING WITHOUT LIMITATION, WARRANTIES OF MERCHANTABILITY, FITNESS FOR A PARTICULAR PURPOSE, ACCURACY AND AVAILABILITY) REGARDING THE SITE AND ANY PRODUCTS OFFERED OR AVAILABLE THROUGH THE SITE. THE SITE AND PRODUCTS AND INFORMATION ON THE SITE ARE PROVIDED ON AN 'AS IS-WHERE IS' BASIS. NEITHER WorldofWatches.com NOR ITS SUBSIDIARIES, AFFILIATES OR ANY OF THEIR RESPECTIVE EMPLOYEES, AGENTS, DIRECTORS, EMPLOYEES, REPRESENTATIVES, SHAREHOLDERS, PREDECESSORS, SUCCESSORS, OR ASSIGNS (COLLECTIVELY, 'AFFILIATES') WILL BE LIABLE FOR ANY INDIRECT, INCIDENTAL, SPECIAL, PUNITIVE, OR CONSEQUENTIAL DAMAGES WHATSOEVER ARISING DIRECTLY OR INDIRECTLY FROM USE OF THE SITE, THE INFORMATION CONTAINED ON OR TRANSMITTED FROM THE SITE OR PRODUCTS AVAILABLE OR PURCHASED THROUGH THE SITE, OR TRANSACTIONS CONDUCTED AT THE SITE, EVEN IF WorldofWatches.com HAS BEEN ADVISED OF THE POSSIBILITY OF SUCH DAMAGES OR LOSSES. SOME STATES DO NOT ALLOW THE EXCLUSION OR LIMITATION

OF LIABILITY FOR CONSEQUENTIAL OR INCIDENTAL DAMAGES SO THE ABOVE LIMITATION OR EXCLUSION MAY NOT APPLY TO YOU. IN NO EVENT SHALL THE TOTAL LIABILITY OF WorldofWatches.com OR ITS AFFILIATES ARISING DIRECTLY OR INDIRECTLY FROM THIS SITE OR ANY PRODUCTS AVAILABLE OR PURCHASED THROUGH THE SITE EXCEED THE LESSER OF THE AMOUNT PAID BY YOU TO WorldofWatches.com FOR THE SINGLE PRODUCT AT ISSUE, OR ONE THOUSAND DOLLARS (\$1,000). YOU HEREBY ACKNOWLEDGE THAT ALL THE PROVISIONS OF THIS SECTION WILL APPLY TO ALL USE OF THE SITE, THE INFORMATION CONTAINED ON THE SITE, AND PRODUCTS AVAILABLE OR PURCHASED THROUGH THE SITE, AND TRANSACTIONS CONDUCTED AT THE SITE.

Subject to the following arbitration provision these terms and conditions shall be governed by, construed and interpreted according to the laws of the State of Florida, and you and WorldofWatches.com (the 'Parties') agree to and consent to the exclusive jurisdiction and venue of the courts in Broward County, Florida. Should a dispute arise between the Parties which cannot be resolved by the Parties in good faith negotiations, both Parties agree to submit such dispute to arbitration in Miami, Florida, before a single arbitrator familiar with the Uniform Commercial Code using the Commercial Rules of the American Arbitration Association, with the following modifications to be enforced by the arbitrator consistent with Florida law: (a) any such arbitration proceeding shall be confidential as to the existence, content, and results of the arbitration; (b) depositions shall not exceed two (2) per party and all must be completed within a single day; (c) document requests are limited to no more than ten (10) clearly identified categories of documents which must be provided to the requesting party within five (5) business days of the request; (d) each party shall have no more than eight (8) hours to present its position; and (e) the entire hearing shall last no longer than three (3) business days. The award, if any, shall be rendered no more than thirty (30) days following the end of the proceeding. Judgment upon the award rendered by the arbitrator may be entered by any court having jurisdiction. Both Parties expressly agree that any such controversy or claim shall be arbitrated on an individual basis, and shall not be consolidated in any arbitration with any claim or controversy of any other party. Each party shall bear its own attorneys' fees and costs in connection with the proceedings and shall share equally the fees and expenses of the arbitrator.



WATCH WARRANTY

WorldofWatches.com Limited Warranty

WorldofWatches.com provides warranty coverage of generally two years from the date of purchase on all of its brand name watches. Our warranty covers the watch movement and battery replacement for the time period stated and excludes: watch case, watch bracelet, straps, crown/stem, crystal/glass, finishes, damage caused by excessive wear and tear and/or physical/accidental abuse, and damage resulting from wear under conditions exceeding the watch manufacturer's water resistance limitations. All shipping and handling costs in connection with warranty service are the responsibility of the customer. This warranty is valid only at WorldofWatches.com. Improper repair or warranty service performed by someone other than WorldofWatches.com will void this warranty. WORLDOWATCHES.COM DISCLAIMS ANY LIABILITY FOR CONSEQUENTIAL OR INCIDENTAL DAMAGES FOR BREACH OF WRITTEN OR IMPLIED WARRANTY OF THIS WATCH, INCLUDING MERCHANTABILITY OR FITNESS FOR A PARTICULAR PURPOSE. THIS WARRANTY GIVES YOU SPECIFIC LEGAL RIGHTS, AND YOU MAY ALSO HAVE OTHER RIGHTS, WHICH VARY FROM STATE TO STATE. Some states do not allow the exclusion or limitation of incidental or consequential damages, so the above limitation may not apply to you. For additional questions concerning warranty service, please contact our Customer Service Department at 1-800-222-0077.

Click here for our Warranty Coverage Chart by watch brand.

Notice:

WorldofWatches.com offers genuine brand name watches at substantial discounts to the manufacturer's suggested retail price. Because of our discounted pricing, we are not "Authorized Dealers" as defined by the manufacturer.

All of our watches are genuine and authentic. Excluding our pre-owned watches, all watches are new. We buy our watches through authorized dealers and distributors and other established lines of distribution within the watch industry.

In order to provide you with the best possible savings on your watch purchase, our vendors must protect their sources of supply. For this reason, the serial number has been removed from certain of these new genuine brand name watches. Laws in your state may require us to refer to these watches as "secondhand". Under such circumstances, these watches are covered by WorldofWatches.com's Limited Warranty and not

by the original manufacturer. Our warranty matches or doubles the original manufacturer's warranty coverage period and our professional watch technicians service these watches in-house.

Warranty Service Instructions:

When sending in your watch for warranty service, please include the following:

Your name
Original invoice number
Detailed description of the problem
Your return address, phone number and e-mail address

Please pack your watch in its original packing materials for shipping via a reliable, trackable carrier, such as UPS or FEDEX. All shipping costs are your responsibility. For your protection, you should insure your watch for at least its purchase price.

To order call:

1-800-222-0077

+1-954-453-2821

Talk to Us by e-mail

Copyright © 2002 World of Watches

[Privacy Policy](#) | [Warranty](#) | [Terms and Conditions](#)

Join our Affiliate Partner Program

Having technical problems? Email our [Webmaster](#)

Reference Code: WWOLSU

Dear marrisa monica,

Thank you for shopping at Fujitsu PC Online Store. We appreciate your business. Please retain the following order confirmation information for your records. We currently estimate that the items in this order will ship by approximately 11/08/2001.

You can also check the status of your order online anytime at www.fujitsupc.com.

YOUR ORDER AND BILLING INFORMATION

Customer Number: **8118**
 Order Number: **11855**
 Order Date: **Sat Oct 27 16:43:17 PDT 2001**
 Customer Name: **marrisa monica**
 Customer Bill-to Address: **29th ringgold st #Apt.1 , providence, RI 02903**
 Customer Phone Number: **(401) 273-6598**
 Customer Email Address: **monicadarwis@yahoo.com**
 Customer Ship-to Information: **29th ringgold st #Apt.1 , providence, RI 02903**

ORDER DETAILS

Product Name	Qty Ordered	Price
C-6611 14T,PIII-900,98,DVD,128M, 20G,FDD,LAN/MDM (ACH02200A0010000) 1 1 Year Limited Warranty (Included)	1	1299.0 0

Sub Total: 1299.00

Shipping: 32.00

Tax: 0.00

Total: 1331.00

Questions?

You can visit the Customer Service section of our online store at [My Account](#) to check shipping status, print an invoice, contact customer service representatives and get answers to general questions.

Thanks again for shopping with us,

Fujitsu PC Online Store

www.fujitsupc.com

1-877-FPC-DIRECT (1-877-372-3473)

Dear **marrisa monica**,

The following item(s) from your Fujitsu PC Direct Order Number 11855 have shipped:

Product	Quantity
ACH02200A0010000	1

The UPS Tracking Number is **1ZV65V680200487663**

To track your shipment status, visit the UPS Web Site and use the shipment tracking number above. (Please note that it may take a few hours before the tracking number above is added to the UPS Web Site.) If you prefer, you can call UPS 1-800-PICK-UPS (1-800-742-5877). If your order is not delivered within 2-4 working days, please contact us at fpcdirect@fujitsupc.com or call 1-877-FPCDIRECT (1-877-372-3473). Please note that if there are multiple items associated with your order, they may ship separately.

Thank you again for your order. We look forward to doing business with you in the future.

Fujitsu PC Direct
www.fujitsupc.com
1-877-FPC-DIRECT (1-877-372-3473)