

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM PERDAGANGAN BARANG DAN BISNIS INVESTASI MELALUI TRANSAKSI ELEKTRONIK (*E-COMMERCE*)

OLEH:

**VERIS SEPTIANSYAH, SH.,S.I.K.,M.Si
NPM. A2021151018**

ABSTRAK

Tesis ini membahas masalah Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perdagangan Barang Dan Bisnis Investasi Melalui Transaksi Elektronik (E-Commerce). Dari hasil penelitian menggunakan metode penelitian hukum normatif dan sosiologis diperoleh kesimpulan bahwa : Terjadinya Kasus Wanprestasi Dalam Perdagangan Barang dan Bisnis Investasi Melalui Transaksi Elektronik adalah karena adanya berbagai kendala yang dihadapi dalam pengembangan *e-commerce* ini seperti keterbatasan infrastruktur, ketiadaan undang-undang, jaminan keamanan transaksi dan terutama sumber daya manusia bisa diupayakan sekaligus dengan upaya pengembangan pranata *e-commerce*. Tindakan wanprestasi membawa konsekuensi terhadap timbulnya hak pihak yang dirugikan untuk menuntut pihak yang melakukan wanprestasi untuk memberikan ganti rugi, sehingga oleh hukum diharapkan agar tidak ada satu pihak pun yang dirugikan karena wanprestasi tersebut.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum, Investasi, Elektronik

ABSTRACT

This thesis discusses the problem of Legal Protection Against Consumers in the Trade of Goods and Business Investment Through Electronic Transactions (E-Commerce). From the results of research using normative and sociological legal research methods obtained the conclusion that: The occurrence of Default Cases in the Trade of Goods and Business Investment Through Electronic Transactions is Because of the various obstacles faced in the development of *e-commerce* is like the limitations of infrastructure, lack of legislation, security of transactions and especially human resources can be attempted at the same time with the *e-commerce* development process. The act of wanprestation brings consequences to the adversity of the aggrieved party to prosecute the defaulting party to indemnify, so that by law it is expected that no one will be harmed by the default.

Keywords: Legal Protection, Investment, Electronic

Latar Belakang

Kegiatan perdagangan domestik dan manca negara semakin berkembang pesat dari waktu ke waktu ditandai oleh kemajuan teknologi berbasis internet yang dikenal dengan sebutan *e-commerce* atau transaksi perdagangan melalui jaringan elektronik. Konsekuensinya hubungan hukum di bidang perdagangan barang, jasa dan bisnis investasi antar para pihak dapat dilakukan secara tidak langsung berhadapan-hadapan, melainkan cukup melalui transaksi elektronik tanpa kehadiran fisik para pihak (*non-fice*) dan tidak memakai tanda tangan asli (*non-sign*).

Perlu ditegaskan, bahwa cakupan e-commerce meliputi bidang yang cukup luas baik dari aspek: produksi, distribusi, pemasaran, penjualan maupun pengiriman barang dan atau jasa melalui elektronik. Dengan demikian, e-commerce hakikatnya merupakan transaksi berdasarkan proses dan transmisi data secara elektronik, di mana seluruh transaksi nilai yang melibatkan transfer informasi, produk, jasa atau pembayaran dilakukan melalui jaringan elektronik sebagai media.¹

E-commerce juga telah mereformasi perdagangan konvensional secara langsung (*fice to fice*) menjadi interaksi yang tidak langsung (*virtual*). Sistem perdagangan ini pada dasarnya memiliki keuntungan dan kerugian tersendiri baik bagi penjual maupun pembeli. Keuntungannya antara lain:⁵

- a. Dapat digunakan sebagai lahan untuk menciptakan pendapatan (*revenue generation*) yang sulit atau tidak dapat diperoleh melalui cara konvensional, seperti memasarkan langsung produk atau jasa; menjual informasi, iklan (*baner*), membuka *cybermall*, dan sebagainya;
- b. Menurunkan biaya operasional. Berhubungan langsung dengan pelanggan melalui internet dapat menghemat kertas dan biaya telepon, tidak perlu menyiapkan tempat ruang pameran (outlet), staf operasional yang banyak, gudang yang besar dan sebagainya;
- c. Memperpendek *product cycle* dan management supplier. Perusahaan dapat memesan bahan baku atau produk supplier langsung ketika ada pemesanan

¹ Ade Maman Suherman, *Aspek Hukum Dalam Ekonomi Global*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002, hlm. 179.

- sehingga perputaran barang lebih cepat dan tidak perlu gudang besar untuk menyimpan produk – produk tersebut;
- d. Melebarkan jangkauan (*global reach*). Pelanggan dapat menghubungi perusahaan /penjual dari manapun di seluruh dunia;
 - e. Waktu operasi tidak terbatas. Bisnis melalui internet dapat dilakukan selama 24 jam per hari, 7 hari per minggu;
 - f. Pelayanan ke pelanggan lebih baik. Melalui internet pelanggan bisa menyampaikan kebutuhan maupun keluhan secara langsung sehingga perusahaan dapat meningkatkan pelayanannya.
 - g. Sedangkan keuntungan bagi pembeli antara lain :
 - h. *Home Shopping*. Pembeli dapat melakukan transaksi dari rumah sehingga dapat menghemat waktu, menghindari kemacetan, dan menjangkau toko – toko yang jauh dari lokasi;
 - i. Mudah melakukan. Tidak perlu pelatihan khusus untuk bisa belanja atau melakukan transaksi melalui internet;
 - j. Pembeli memiliki pilihan yang sangat luas dan dapat membandingkan produk maupun jasa yang ingin dibelinya.
 - k. Tidak dibatasi waktu. Pembeli dapat melakukan transaksi kapan saja selama 24 jam per hari, 7 hari per minggu;
 - l. Pembeli dapat mencari produk yang tidak tersedia atau sulit diperoleh di *outlet – outlet / pasar tradisional*.

Namun di balik keuntungan-keuntungan tersebut diatas, pada tataran empirisnya memunculkan pula permasalahan hukum yang cukup prinsipil. Sebab, *e-commerce* tidak diatur secara khusus dalam: Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, maupun Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Karena itu, transaksi elektronik yang tidak mempertemukan pelaku usaha dengan konsumen secara langsung, serta tidak adanya kesempatan bagi konsumen melihat secara langsung barang yang dipesan berpotensi menimbulkan permasalahan yang merugikan konsumen, antara lain: ketidaksesuaian jenis dan kualitas barang yang dijanjikan,

ketidaktepatan waktu pengiriman barang, ketidakamanan transaksi mulai dari pembayaran menggunakan kartu kredit milik orang lain (pembajakan), akses ilegal ke sistem informasi (*hacking*) merusak website sampai dengan pencurian data. Lebih jauh pembayaran melalui pengisian nomor kartu kredit di dalam suatu jaringan publik internet juga mengandung resiko yang tidak kecil, karena membuka peluang terjadinya kecurangan atau pembobolan.

Permasalahan tersebut menunjukkan transaksi melalui *e-commerce* memang mempunyai resiko yang cukup besar karena pembayaran mengandung resiko kerugian pada pihak konsumen, di mana konsumen biasanya diwajibkan untuk melakukan pembayaran terlebih dahulu, sementara ia tidak bisa melihat kualitas barang yang dipesan dan tidak adanya jaminan kepastian bahwa barang yang dipesan akan dikirim sesuai kesepakatan.

Selain itu, dari perspektif hukum perdata juga menimbulkan permasalahan kepastian hukum terutama mengenai keabsahan transaksi bisnis. Umpamanya apabila dilakukan oleh orang yang belum cakap/dewasa), masalah tanda tangan digital atau tanda tangan elektronik, *data message*, jaminan keaslian data, kerahasiaan dokumen, kewajiban pajak, hukum yang ditunjuk jika terjadi pelanggaran perjanjian atau kontrak, yurisdiksi hukum, dan juga masalah hukum mana yang harus diterapkan bila terjadi sengketa.

Dari informasi yang penulis peroleh melalui wawancara singkat dengan beberapa konsumen yang pernah melakukan transaksi on line untuk membeli barang dan ikut serta dalam bisnis investasi, menunjukkan adanya permasalahan sebagai berikut:

- a. Barang yang dikirim oleh penjual atau yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan informasi yang disampaikan baik secara langsung maupun melalui iklan.²
- b. Pengiriman terlambat (*delay on delivery*) tidak sesuai dengan *time limit* yang dijanjikan pada saat kesepakatan jual beli dibuat.³
- c. Harga sudah dibayar lunas oleh konsumen, namun barang tidak dikirim oleh pedagang online;

² Kasus semacam ini seringkali diakibatkan oleh adanya distorsi antara promosi/iklan dengan kenyataan yang dirasakan oleh konsumen. Misalnya terjadi manipulasi foto atau gambar produk sehingga foto barang nampak lebih bagus daripada kondisi nyata barang tersebut.

³ Seringkali pedagang online tidak memberikan informasi yang sebenarnya tentang ketersediaan stock barang, sehingga pada saat transaksi terjadi pedagang tersebut masih mencari barang dimaksud pada supplier lain, sehingga membutuhkan waktu lebih lama.

- d. Untuk transaksi online lintas negara, pengiriman barang masuk ke Indonesia tertahan di bea cukai, dan untuk mengeluarkan barang tersebut harus mengeluarkan biaya tambahan yang tidak pernah terpikirkan sebelumnya oleh konsumen;
- e. Ketika terjadi permasalahan/kerugian konsumen, konsumen tidak tahu kemana harus mengadu, atau kemana harus menyelesaikan sengketa.
- f. Sampai saat ini belum terbentuk Penyelenggara Sertifikasi Elektronik (PSE) atau *Certification Authority* (CA) yaitu badan hukum yang berfungsi sebagai pihak yang layak dipercaya yang memberikan dan mengaudit Sertifikat Elektronik, seperti diamanatkan oleh pasal 13 ayat 3 UU 11 No. 2008 tentang ITE, dan Lembaga Lembaga Sertifikasi Keandalan, lembaga independen yang dibentuk oleh profesional yang diakui, disahkan, dan diawasi oleh Pemerintah dengan kewenangan mengaudit dan mengeluarkan sertifikat keandalan dalam Transaksi Elektronik, seperti diamanatkan oleh pasal 10 ayat 1 UU No. 11 Tahun 2008 tentang ITE.
- g. Belum ada upaya memadai untuk melakukan edukasi kepada konsumen, terutama untuk mengetahui ciri-ciri perusahaan perdagangan online yang handal, perusahaan online resmi/dan terdaftar yang memiliki persyaratan perijinan dan memiliki alamat perusahaan yang jelas.

Di bidang transaksi bisnis investasi telah terjadi beragam tawaran bisnis investasi yang bermotif penipuan dengan persentase keuntungan di atas 15% perbulan. Akan tetapi setelah 6 (enam) atau 8 (delapan) bulan ikut investasi dan berjalan lancar, namun tiba-tiba bisnis tersebut dihentikan dan konsumen (nasabah) mengalami kerugian ratusan juta rupiah. Ciri utama dari bisnis investasi tipuan online itu antara lain sebagai berikut:

- a. Menawarkan hasil investasi yang pasti dan di atas normal. Sejatinya, tidak ada investasi yang memiliki kepastian.
- b. Menggambarkan diri sebagai cara mudah untuk mendapatkan uang, cara cepat untuk kaya, dan aneka janji-janji sejenis.
- c. Marketing plan biasanya menggambarkan bonus dari sistim rekrut-merekrut saja, dan bukan berjualan produk/jasa.

- d. Menjual produk tak bermanfaat seperti ebook “Cara cepat untuk kaya” dan semacamnya, serta replika website untuk menjajakan bisnis tipuan yang sama.
- e. Tidak memiliki usaha yang jelas. Di website/presentasi mereka bisa saja menceritakan sedang berbisnis ini itu, tetapi pada dasarnya tidak benar alias bisnis pepesan kosong.
- f. Tidak memiliki kantor yang jelas dan bisa dihubungi. Kalaupun ada, biasanya hanya kantor sewaan yang bisa ditinggal kabur saat bisnis kolaps.
- g. Penanggung-jawab tidak jelas. Selalu periksa di bagian “Contact Us/Hubungi Kami” untuk mengetahui alamat kantor dan penanggung-jawab perusahaan.
- h. Tidak memiliki layanan nasabah (*customer service*) yang baik dan siap membantu permasalahan nasabah.
- i. Tidak memiliki izin investasi atau izin menggalang dana masyarakat.
- j. Dan lain-lain.

Karena itu, keamanan transaksi *e-commerce* sangat diperlukan untuk melindungi konsumen dan menumbuhkan kepercayaan konsumen yang diharapkan dapat semakin meningkatkan volume transaksi melalui *e-commerce*.

Upaya untuk memberantas bisnis semacam ini tentulah tidak mudah karena ketiadaan payung hukum untuk melakukan pencegahan dini. Selain itu, para member dan upline bisnis money game biasanya sangatlah banyak dan lebih gencar mensosialisasikan bisnis bodongnya. Akibatnya upaya-upaya edukasi seolah tenggelam dalam gemuruh ombak dan memerlukan upaya yang lebih keras dan cerdas.

Permasalahan

Apa upaya yuridis dan teknis yang dapat dilakukan untuk memberikan perlindungan hukum yang lebih efektif kepada konsumen dalam perdagangan barang dan bisnis investasi melalui transaksi elektronik ke depan?

Pembahasan

Perlindungan Hukum Yang Lebih Efektif Kepada Konsumen Dalam Perdagangan Barang dan Bisnis Investasi Melalui Transaksi Elektronik.

Globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informasi telah memperluas ruang gerak arus transaksi perdagangan

barang dan bisnis investasi melintasi batas wilayah suatu negara, sehingga barang dagangan dan bisnis investasi yang ditawarkan bervariasi baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri. Kondisi demikian, di satu sisi mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen mengenai perdagangan barang dan bisnis investasi yang diinginkan dapat dipenuhi serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis kualitas barang dan jasa sesuai keinginan dan kemampuan konsumen. Namun di sisi lain, kondisi dan fenomena tersebut dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang di mana konsumen berada di posisi yang lemah. Penawaran perdagangan barang dan bisnis investasi yang dilakukan oleh penjual atau pelaku usaha tersebut dilakukan melalui media elektronik dalam bentuk iklan yang ditawarkan oleh suatu perusahaan virtual atau *merchant* (penjual), apabila calon pembeli/konsumen tertarik dengan barang yang ditawarkan, pembeli dapat melakukan prosedur transaksi secara elektronik, sebelumnya calon pembeli harus menyepakati terlebih dahulu kontrak jual beli yang dibuat oleh perusahaan tersebut.

Jika terjadi suatu sengketa yang mengakibatkan kerugian bagi konsumen seperti barang yang diterima tidak sesuai dengan yang dipesan atau keterlambatan penerimaan barang dari jangka waktu yang telah ditentukan penyelesaian sengketa nyapun haruslah melindungi kepentingan konsumen, karena biasanya penjual telah menetapkan terlebih dahulu pilihan hukum (*choice of law*) dan pilihan forum (*choice of forum*) apa yang digunakan untuk menyelesaikan sengketa yang terjadi, biasanya hukum dan forum yang digunakan adalah yang berlaku di negara penjual. Dalam hal ini *merchant* atau penjual tetap harus bertanggung jawab atas kelalaian atau kesalahannya tersebut.

Melihat bahwa belum adanya ketentuan mengenai transaksi *e-commerce* adalah pekerjaan rumah bagi Pemerintah untuk membuat ketentuan *e-commerce* dalam menangani sengketa wanprestasi yang dialami oleh konsumen untuk memberikan perlindungan konsumen yang efektif dan dengan akses yang mudah ditempuh dengan pemberian ganti rugi yang adil dan cepat tanpa adanya pembebanan biaya yang dibebankan bagi konsumen.

Tanggung jawab penjual perdagangan barang dan bisnis investasi adalah adanya kesalahan/kelalaian. Tanggung jawab penjual/produsen atas kerugian konsumen pertama dilihat dari prinsip tanggung jawab berdasarkan kelalaian/kesalahan. Tanggung jawab

berdasarkan kelalaian (*negligence*) adalah suatu prinsip tanggung jawab yang bersifat subjektif, yaitu suatu tanggung jawab yang ditentukan oleh perilaku produsen. Berdasarkan teori ini, kelalaian produsen yang berakibat pada munculnya kerugian konsumen merupakan faktor penentu adanya hak konsumen untuk mengajukan tuntutan ganti rugi kepada produsen.

Kedua adalah prinsip tanggung jawab berdasarkan wanprestasi (*breach of warranty*). Tanggung jawab yang dikenal dengan wanprestasi adalah tanggung jawab berdasarkan kontrak (*contractual liability*). Dengan demikian, ketika suatu produk rusak dan mengakibatkan kerugian, konsumen biasanya pertama-tama melihat isi dari kontrak atau perjanjian atau jaminan yang merupakan bagian dari kontrak. Keuntungan bagi konsumen dalam gugatan berdasarkan teori ini adalah penerapan kewajiban yang sifatnya mutlak (*strict obligation*), yaitu suatu kewajiban yang tidak didasarkan pada upaya yang telah dilakukan penjual untuk memenuhi janjinya. itu berarti apabila penjual/produsen telah berupaya memenuhi janjinya, tetapi konsumen tetap mengalami kerugian, maka penjual/produsen tetap dibebani tanggung jawab untuk mengganti kerugian. Kedua adalah prinsip tanggung jawab berdasarkan wanprestasi (*breach of warranty*). Tanggung jawab yang dikenal dengan wanprestasi adalah tanggung jawab berdasarkan kontrak (*contractual liability*). Dengan demikian, ketika suatu produk rusak dan mengakibatkan kerugian, konsumen biasanya pertama-tama melihat isi dari kontrak atau perjanjian atau jaminan yang merupakan bagian dari kontrak. Keuntungan bagi konsumen dalam gugatan berdasarkan teori ini adalah penerapan kewajiban yang sifatnya mutlak (*strict obligation*), yaitu suatu kewajiban yang tidak didasarkan pada upaya yang telah dilakukan penjual untuk memenuhi janjinya. itu berarti apabila penjual/produsen telah berupaya memenuhi janjinya, tetapi konsumen tetap mengalami kerugian, maka penjual/produsen tetap dibebani tanggung jawab untuk mengganti kerugian.

Kedua prinsip tersebut dapat diterapkan dalam suatu kontrak yang dibentuk berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak, di mana adanya posisi tawar yang seimbang antara penjual/produsen dengan konsumen. Berkaitan dengan penulisan ini di mana kontrak terbentuk melalui alat elektronik khususnya dengan menggunakan fasilitas internet, kontrak yang ada adalah berbentuk kontrak baku dimana Penjual/produsen telah menetapkan terlebih dahulu prosedur transaksi jual beli. Hendaknya pelaku usaha

melakukan perubahan konsepsi hukum tentang *caveat emptor* menjadi *caveat venditor*. Bukankah telah terjalin hubungan kontraktual antara konsumen dengan pelaku usaha, untuk itu bagi pelaku usaha hendaknya berlaku prinsip *the privity of contract*, yaitu pelaku usaha berkewajiban untuk melindungi konsumennya. Daripada itu penulis berpendapat bahwa adanya tiga hal penting yang perlu mendapat kepastian hukum, pengakuan dan kemudahan implementasinya yaitu; *pertama*, perlunya pemerintah untuk membuat suatu undang-undang yang mengatur mengenai informasi, komunikasi dan transaksi elektronik seiring dengan terus berkembangnya suatu transaksi *c-commerce*. *Kedua*, transaksi *e-commerce* yang dilakukan oleh *Business to Consumer* (B2C), rentan sekali pengabaian hak-hak konsumen. Untuk itu perlu adanya ketentuan *e-commerce* mengenai perlindungan konsumen dalam menyepakati kontrak dan melaksanakan kontrak tersebut.

Ketiga, penyelesaian sengketa yang dipilih haruslah menguntungkan kedua belah pihak, terlebih kepada konsumen karena selaku pihak yang secara tidak langsung dipaksa untuk menyepakati kontrak baku tersebut. Konsumen haruslah dilihat sebagai pihak yang menerima penawaran dari penjual dan tentunya digiring untuk menyepakati suatu kontrak yang mana kontrak tersebut terkadang tidak terlihat jelas bagaimana ketentuannya atau tidak dapat ditangkap mata secara langsung ketika konsumen melihat bentuk penawaran yang diajukan. Jika putusan penyelesaian sengketa asing tidak memberikan keuntungan dan keadilan bagi Indonesia selaku konsumen, maka putusan tersebut boleh tidak dilaksanakan dengan menempuh jalur hukum yang lebih mementingkan kepentingan konsumen sebagai pihak yang dirugikan.

Kesepakatan dalam *e-commerce* tertuang dalam suatu kontrak *online* yang bentuknya baku. Tujuan klausula baku adalah untuk efisiensi waktu dan biaya, namun tidak berarti kontrak baku tersebut mengesampingkan ketentuan Pasal 1338 KUHPerdara, yang merupakan suatu dasar untuk melakukan perjanjian. Para pihak bebas untuk melakukan perjanjian, jika klausula baku yang telah dibuat ada yang tidak disepakati oleh kedua belah pihak maka pada dasarnya diperbolehkan untuk melakukan negosiasi kembali.

Berkaitan dengan masalah kontrak yang dibuat secara sepihak yaitu berbentuk kontrak baku, maka hendaknya kontrak tersebut di tampilkan dalam posisi yang mudah

dilihat, klausulnya jelas, tidak menyesatkan konsumen, maka kontrak baku tersebut dapat berlaku. Karena pada dasarnya suatu kontrak berlaku atau sah apabila tidak bertentangan dengan pasal 1320 KUHPerdara, jika salah satu unsurnya tidak terpenuhi, misalkan pencantuman klausul baku yang tidak jelas, tidak mudah terlihat, merugikan konsumen maka salah satu unsur dalam 1320 KUHPerdara yaitu yang berkaitan dengan sebab yang halal menjadi tidak terpenuhi maka kontrak tersebut adalah tidak sah. Pencantuman klausula baku yang tidak jelas, tersembunyi dan tidak dapat dipahami dapat mengakibatkan kontrak tersebut menjadi tidak sah karena dapat merugikan konsumen.

Penyelesaian sengketa melalui jalur litigasi ataupun non litigasi adalah berdasarkan kesepakatan para pihak untuk menentukan dan mencantumkannya dalam kontrak mereka. Di Indonesia perlindungan konsumen dalam *e-commerce* tidak bisa secara keseluruhan merujuk pada UUPK No. 8 Tahun 1999, karena melihat pada ketentuan Pasal 1 ayat 3 mengenai Pelaku Usaha adalah pelaku usaha yang hanya melakukan usahanya di wilayah hukum Republik Indonesia, untuk itu perlu adanya suatu instrumen hukum perdata internasional melalui perjanjian. UU Informasi dan Transaksi Elektronik sebaiknya dilengkapi dengan ketentuan mengenai penyelesaian sengketa dengan proses cepat, adil, dan mudah dilaksanakan oleh para pihak. Memberikan pengertian atau definisi tentang pelaku usaha, konsumen, barang dan jasa yang ditawarkan, ketentuan mengenai syarat sahnya kontrak *e-commerce*, dan ketentuan perlindungan konsumen.

Di samping itu hendaknya Undang-Undang yang mengatur mengenai Informasi dan Transaksi Elektronik memuat unsur-unsur hukum yang berlaku jika tidak ditentukan pilihan forum dalam penyelesaian sengketa karena pada prinsipnya para pihak memiliki kewenangan untuk menentukan forum penyelesaian sengketa, baik melalui pengadilan atau melalui metode penyelesaian sengketa alternatif.

Kesimpulan

Upaya Yuridis Dan Teknis Yang Dapat Dilakukan Untuk Memberikan Perlindungan Hukum Yang Lebih Efektif Kepada Konsumen Dalam Perdagangan Barang Dan Bisnis Investasi Melalui Transaksi Elektronik Ke Depan adalah Penawaran perdagangan barang dan bisnis investasi yang dilakukan oleh penjual atau pelaku usaha

tersebut dilakukan melalui media elektronik dalam bentuk iklan yang ditawarkan oleh suatu perusahaan virtual atau *merchant* (penjual), apabila calon pembeli/konsumen tertarik dengan barang yang ditawarkan, pembeli dapat melakukan prosedur transaksi secara elektronik, sebelumnya calon pembeli harus menyepakati terlebih dahulu kontrak jual beli yang dibuat oleh perusahaan tersebut. Di samping itu hendaknya Undang-Undang yang mengatur mengenai Informasi dan Transaksi Elektronik memuat unsur-unsur hukum yang berlaku jika tidak ditentukan pilihan forum dalam penyelesaian sengketa karena pada prinsipnya para pihak memiliki kewenangan untuk menentukan forum penyelesaian sengketa, baik melalui pengadilan atau melalui metode penyelesaian sengketa alternatif.

Daftar Pustaka

- Abdulkadir Muhammad, Hukum Perikatan, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1992.
- Ade Maman Suherman, Aspek Hukum Dalam Ekonomi Global, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002.
- Bagir Manan, *Lembaga Kepresidenan*, (Kerjasama Pusat Studi Hukum UII dengan Gama Media, Yogyakarta, 1999).
- Bagir Manan & Kuntana Magnar, *Mewujudkan Kedaulatan Rakyat melalui Pemilihan Umum* dalam Bagir Manan (editor) *Kedaulatan Rakyat Hak Asasi Manusia dan Negara Hukum*, (Jakarta : Gaya Media Pratama, 1996).
- David Kosiur, 1997, *Understanding Electronic Commerce*, Washington, Microsoft Press
- Hendry P Pengabean, *Penyalahgunaan Keadaan Sebagai Alasan (Baru) Untuk Pembatalan Perjanjian*, Liberty, Yogyakarta, 2001.
- Ignatius Ridwan Widyadharma, *Hukum Perbankan*, Ananta, Semarang, 1995.
- Julian Ding, 1999, *E-Commerce: Law and Office*, Malaysia, Sweet and Maxwell Asia
- J. Satrio, *Hukum Perikatan, Perikatan Yang Lahir dari Undang-Undang*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001.
- , *Hukum Jaminan Hak Jaminan Kebendaan*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2002.
- Kartini Muljadi dan Gunawan Widjaja, *Perikatan Pada Umumnya*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004.
- M. Sanusi Arsyad, *"Transaksi Bisnis dalam Electronic Commerce (e-Commerce) : Studi Tentang Permasalahan – Permasalahan Hukum dan Solusinya"*, Tesis Magister, Yogyakarta : Universitas Islam Indonesia, 2000.
- Nindyo Pramono, *"Revolusi Dunia Bisnis Indonesia Melalui e-commerce dan e-business: Bagaimana Solusi Hukumnya"*, *Mimbar Hukum*, No.39/X/2001