

URGENSI *TERM AND CONDITION* PADA *E-COMMERCE*

Wilma Laura Sahetapy

Universitas Kristen Petra Surabaya

Email: wilma@petra.ac.id

ABSTRAK

Maraknya perdagangan melalui internet atau disebut e-commerce memberikan banyak peluang bagi para pebisnis namun juga menimbulkan permasalahan baru, beberapa diantaranya bahkan sering terjadi kerugian. Konsumen sebagai pembeli menjadi korban kerugian disebabkan posisinya sangat lemah. Kerugian terjadi dikarenakan tidak jelasnya informasi yang jelas dan benar yang tercantum pada term and condition dalam transaksi e-commerce, sehingga penjual tidak mempunyai tanggung jawab dan ikatan terhadap pembeli. Term and condition merupakan syarat penting bagi sebuah perikatan suatu transaksi. Oleh karena itu diharapkan para penjual memberikan term and condition yang jelas pada setiap transaksinya. Hal ini memberikan dampak yang cukup besar sehingga akan semakin meningkatkan kepercayaan dan perlindungan terhadap konsumen. Pengaturan yang khusus mengenai e-commerce dalam hal ini term and condition sangat diperlukan sehingga dapat meminimalkan kerugian dari kepercayaan yang sudah diberikan oleh konsumen dalam transaksi e-commerce.

Kata kunci:

E-commerce, Perlindungan, Konsumen, Term and Condition, Kerugian

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Beberapa tahun terakhir ini, masyarakat lebih banyak menggunakan teknologi untuk mencapai tujuannya, salah satunya dalam bidang perdagangan. Perdagangan melalui internet tersebut menjadi trend yang baru sebab banyak kemudahan-kemudahan yang diberikan. Salah satunya tidak perlu lagi masyarakat membuang waktu pergi ke mal untuk sekedar membeli barang. Mereka cukup membuka beberapa aplikasi yang menjual barang-barang yang mereka inginkan, kemudian dengan mudah melakukan transaksi meskipun barang yang dibeli tidak dilihat dengan kasat mata ataupun barang yang dibeli tidak diraba sebelum dibeli. Kemudahan dalam pembelian tersebut membuat masyarakat lebih banyak menggunakan internet sebagai transaksinya. Transaksi yang menggunakan internet tersebut biasa disebut dengan *e-commerce*. Menurut Bryan A. Garner menyatakan bahwa *E-Commerce the practice of buying and selling goods and services trough online consumer services on the internet. The shortened from electronic, has become a populer prefix for other terms*

*associated with electronic transaction.*¹ Pengertian e-commerce yang dimaksud adalah pembelian dan penjualan barang serta jasa komputer online di internet.

Julian Ding juga memberikan definisi tentang E-Commerce sebagai berikut²:

“Electronic Commerce, or E-Commerce as it is also known, is a commercial transaction between a vendor and purchaser or parties in similar contractual relationships for the supply of goods, services or the acquisition of “right”. This commercial transaction is executed or entered into in an electronic medium (or digital medium) where the physical presence of the parties is not required, and the medium exist in a public network or system as opposed to a private network (closed System). The public network or system must be considered an open system (e.g. the internet or the World Wide Web). The transactions are concluded regardless of national boundaries or local requirements”.

Terjemahan bebasnya adalah sebagai berikut : *Electronic Commerce Transaction* adalah transaksi dagang antara penjual dengan pembeli untuk menyediakan barang, jasa atau mengambil alih hak. Kontrak ini dilakukan dengan media elektronik (*digital medium*) di mana para pihak tidak hadir secara fisik,. Medium ini terdapat di dalam jaringan umum dengan sistem terbuka yaitu internet atau World Wide Web. Transaksi ini terjadi terlepas dari batas wilayah dan syarat nasional.

Banyaknya kemudahan yang diterima oleh masyarakat sehingga setiap tahun penggunaannya terhadap internet semakin bertambah. Satu sisi terdapat kemudahan yang dicapai akan tetapi satu sisi yang lain dari segi hukum perlu mendapatkan perhatian penting. Masalah hukum terjadi karena transaksi *e-commerce* mempunyai karakteristik yang khusus. Karakteristik yang khusus terjadi karena dalam transaksi *e-commerce* penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung, barang yang ditawarkan pun hanya melalui gambar. Disini pembeli dan penjual tidak mendapatkan kedudukan yang seimbang. Padahal pada kenyataannya dalam transaksi *e-commerce* ini kepercayaan pembeli terhadap penjual sangat besar. Oleh karena itu dari latar belakang tersebut, penjual perlu untuk memperhatikan *terms and conditions* sebelum sebuah perikatan transaksi terjadi.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian hukum normatif (*legal research*). Penelitian hukum normatif atau penelitian perpustakaan ini merupakan penelitian yang mengkaji studi

¹ Bryan A. Garner dikutip dalam Abdul Halim Barakatullah dan Teguh prasetiyo, 2005, *Bisnis E- Commerce Studi Sistem Keamanan Dan Sistem Hukum di Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta hal. 12

² Julian Ding LL.B. E-Commerce, Op. Cit., p. 27

dokumen, yakni menggunakan berbagai data sekunder seperti peraturan perundang-undangan, keputusan pengadilan, teori hukum, dan dapat berupa pendapat para sarjana. Penelitian jenis normatif ini menggunakan analisis kualitatif yakni dengan menjelaskan data-data yang ada dengan kata-kata atau pernyataan bukan dengan angka-angka.

Penelitian urgensi *term and condition* pada *e-commerce* ini menggunakan bahan hukum sebagai sumber utamanya. Pengumpulan bahan hukum dilakukan menginventarisasi atau mengumpulkan bahan hukum, kemudian mengklasifikasikan bahan-bahan bacaan dengan cara memilah-milah bahan hukum yang diperlukan. Selanjutnya secara sistematisasi yaitu menyusun sedemikian rupa bahan-bahan hukum yang ada, yang nantinya akan mempermudah dalam membaca dan mendalami permasalahan yang dibahas.

Penelitian ini menggunakan pendekatan undang-undang (*statute approach*), pendekatan filsafat (*philosophical approach*), pendekatan perbandingan hukum (*legal comparative approach*), serta pendekatan konseptual (*conceptual approach*).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Transaksi *e-commerce* merupakan transaksi dagang yang dilakukan melalui media elektronik, dengan menyediakan barang dan jasa. Karakteristik yang khusus terdapat dalam transaksi *e-commerce* tersebut memiliki resiko yang lebih bagi konsumen. Lemahnya pihak konsumen dikarenakan karakteristik yang khusus memberikan peluang kepada penjual dalam posisi yang lebih menguntungkan dibandingkan dengan konsumen.

Menurut Budi Agus Riswandi, masalah perlindungan konsumen merupakan bagian yang penting dalam *e-commerce* untuk diperhatikan, karena beberapa karakteristik khas *e-commerce* akan menempatkan pihak konsumen pada posisi yang lemah atau dirugikan seperti³:

- a. Perusahaan di internet (*the internet merchant*) tidak memiliki alamat secara fisik di suatu negara tertentu, sehingga hal ini akan meyulitkan konsumen untuk mengembalikan produk yang tidak sesuai dengan pesanan.
- b. Konsumen sulit memperoleh jaminan untuk mendapatkan *local follow up service or repair*.
- c. Produk yang dibeli konsumen ada kemungkinan tidak sesuai atau tidak compatible dengan persyaratan lokal (*local requairments*).

³ Budi Agus Riswandi, 2003 Hukum dan Internet Indonesia ,Uii press, Yogyakarta

Mengingat banyaknya kelemahan yang ada pada konsumen di dalam transaksi *e-commerce* ini maka diharapkan penjual memperhatikan *term and condition* yang ada pada setiap transaksi yang akan diberikan kepada konsumen. *Term and condition* harus menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan sebab *term and condition* ini merupakan isi dari perjanjian secara sepihak yang dibuat oleh penjual.

Kedudukan Hukum: *term and condition*

Umumnya setiap transaksi pada *e-commerce* selalu memberikan *term and condition* untuk setiap transaksinya, hal ini dilakukan karena tidak bertemunya antara penjual dan pembeli sehingga diperlukan suatu ketentuan oleh si penjual untuk memberikan syarat dan ketentuan dalam perjanjian transaksi tersebut. Namun pada kenyataannya banyak penjual atau pelaku usaha tidak memperhatikan mengenai *term and condition* tersebut sebagai salah satu hal penting untuk memberikan kepercayaan kepada konsumen.

Dikatakan *term and condition* sebagai salah satu hal pelaku usaha mendapatkan kepercayaan dari konsumen, sebab apabila merujuk pada pasal 4 dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK) telah dicantumkan sembilan hak dari konsumen, yaitu :

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

Sembilan hak diatas tersebut seharusnya dapat dinyatakan dalam sebuah *term and condition*. Artinya pelaku usaha harus dapat memberikan jaminan atas barang yang dibeli, serta memberikan informasi yang jelas dan benar mengenai barang yang diperjualkan. *Term and condition* adalah salah satu upaya untuk konsumen percaya terhadap produk yang ditawarkan sebab memberikan informasi yang jelas terhadap produk, dan jaminann bahwa semua yang tertera dalam *term and condition* adalah sesuai dengan barang yang nantinya dibeli dan diterima. Namun pada kenyataannya informasi mengenai produk sangatlah kurang sekali karena dalam melakukan penawarannya penjual hanya menampilkan deskripsi produk dan gambar produk pada websitenya saja.

Kenyataan diatas berbanding terbalik dengan beberapa hal yang sebenarnya diinginkan oleh konsumen pada saat hendak membeli suatu produk melalui *e-commerce*, diantaranya⁴:

1. Diperolehnya informasi yang jelas mengenai produk yang akan dibeli;
2. Keyakinan bahwa produk yang dibeli tidak berbahaya baik bagi kesehatan maupun keamanan jiwanya;
3. Produk yang dibeli cocok sesuai dengan keinginannya, baik dari segi kualitas, ukuran, harga dan sebagainya.
4. Konsumen mengetahui cara penggunaannya;
5. Jaminan bahwa produk yang dibelinya dapat berguna dan berfungsi dengan baik;
6. Jaminan bahwa apabila barang yang dibeli tidak sesuai atau tidak dapat digunakan maka konsumen memperoleh penggantian baik berupa produk maupun uang.

Beberapa hal keinginan konsumen diatas seharusnya dapat diberikan oleh pelaku usaha kedalam *term and condition*. Hal ini diperkuat dengan adanya prinsip yang muncul tentang kedudukan konsumen dalam hubungan hukum dengan pelaku usaha berangkat dari doktrin atau teori yang dikenal dalam perjalanan sejarah hukum perlindungan konsumen yaitu (1) *let the buyer beware (caveat emptor)*, (2) *let due care theory*, (3) *the privity of contract*, dan (4) prinsip kontrak bukan merupakan syarat.

Doktrin *let the buyer beware* atau *caveat emptor* sebagai bentuk ketidakmampuan dan keterbatasan pengetahuan konsumen mengenai informasi tertentu, yang disebabkan oleh ketidakterbukaan pelaku usaha terhadap produk yang ditawarkannya. Maka dari itu

⁴ Elisatris Gultom, "*Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Perdagangan Melalui Electronic Commerce*", dalam Mieke Komar Kantaatmadja, Seri Dasar Hukum Ekonomi 12, *Cyber Law: suatu pengantar elips*, cetakan pertama, Op.Cit., Hlm. 58-59.

konsumen tidak mendapat akses informasi yang sama terhadap barang atau jasa yang dikonsumsi. Akhirnya, konsumen pun seolah-olah didikte oleh pelaku usaha dan dengan posisinya yang lemah dengan menerima begitu saja *term and condition* tersebut pada transaksi *e-commerce* yang telah ada. Jika konsumen mengalami kerugian, pelaku usaha dapat dengan ringan berdalih, semua itu karena kelalaian konsumen sendiri.

Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi Transaksi Elektronik, selanjutnya disebut UU ITE mengatur mengenai bagaimana pelaku usaha dalam kegiatannya harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar, yang hal ini diatur pada pasal 9 UU ITE yang menyatakan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Artinya informasi yang lengkap dan benar di dalamnya termasuk syarat kontrak atau *term and condition* yang merupakan ketentuan transaksi yang harus diperhatikan baik oleh pelaku usaha maupun konsumen. Pengertian “informasi yang lengkap dan benar” tersebut pada hakekatnya meliputi informasi penting dan menjadi hal utama dalam *e-commerce* terdiri dari:

1. Memuat identitas yaitu didalam laman pelaku usaha harus jelas merupakan nama asli dari pelaku usaha.
2. Status subjek hukum yaitu ijin atau keabsahan usahanya sehingga jenis barang/jasa yang ditawarkan sesuai dengan ijin usaha yang dimiliki pelaku usaha.
3. Kompetensinya, baik sebagai produsen (yang artinya pembuat atau penyedia barang dan/atau jasa), pemasok (pihak ketiga yang memasok barang atau jasa ke entitas lain), penyelenggara maupun perantara; serta informasi lain yang menjelaskan hal tertentu yang menjadi syarat sahnya perjanjian serta menjelaskan barang dan/atau jasa yang ditawarkan, seperti nama, alamat, dan deskripsi barang/jasa.

Selain pada UUPK dan UU ITE, pernyataan mengenai informasi yang jelas dan benar juga telah dinyatakan pada Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Pada UU perdagangan pasal 65 dinyatakan bahwa setiap pelaku usaha wajib menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar pada konsumen. Informasi yang lengkap dan benar ini seharusnya juga tertuang dalam *term and condition* yang diberikan oleh pelaku usaha pada saat menawarkan barangnya. Namun *term and condition* tersebut belum sepenuhnya mengakomodasi perlindungan konsumen *e-commerce* dalam hal pembelian barang/jasa, sehingga unsur perlindungan yang diberikan kepada konsumen *e-commerce*

belum secara menyeluruh. Sebab informasi yang seharusnya diberikan oleh penjual atau pelaku usaha belum memberikan informasi yang lengkap dan benar, artinya ketentuan *term and condition* tersebut harusnya dituliskan secara detail agar konsumen dapat dengan jelas mengerti ketentuan apa saja yang berlaku dalam perjanjian melalui pembelian online shop atau *e-commerce*.

Posisi *terms and conditions* bagi para pihak dalam transaksi *e-commerce*

Bila menilik adagium yang berkembang saat ini mengenai pergerakan konsumen di dunia, yaitu dari *caveat emptor* (waspadalah konsumen) menuju *caveat venditor* (waspadalah pelaku usaha). Perkembangan kedua *caveat* ini sangat erat kaitannya dengan strategi bisnis yang digunakan oleh pelaku usaha. Seiring dengan perkembangan ilmu dan teknologi serta peningkatan pemerataan kesempatan memperoleh pendidikan dalam masyarakat, konsumenpun mengalami peningkatan daya kritis dalam memilih barang dan/atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya.⁵

Melihat posisi *term and condition* pada transaksi *e-commerce* seharusnya para pelaku usaha memberikan perhatian lebih pada penyusunan *term and condition*. Pelaku usaha dalam hal ini adalah penjual/merchant akan menyodorkan suatu perjanjian (*term and condition*) yang berisikan mengenai persyaratan-persyaratan seperti layaknya perjanjian jual beli pada umumnya. Perjanjian *term and condition* inilah yang dapat dikategorikan sebagai klausula baku, karena isi dari perjanjian tersebut ditetapkan secara sepihak oleh penjual/merchant. Disini pihak konsumen tidak bisa memprotes isi dari pada perjanjian, karena dalam website yang menampilkan perjanjian tersebut tidak mempunyai opsi (pilihan) untuk merubah perjanjian. Disini konsumen hanya mempunyai dua pilihan yakni menerima dan melanjutkan pembelian atau tidak menerima dengan membatalkan pesanan.

Mengingat pentingnya *term and condition* maka dipandang perlu untuk membuat suatu ketentuan format mengenai *term and condition* yang benar yang akan digunakan oleh pelaku usaha. Format *term and condition* yang diberikan seharusnya memuat:

1. Identitas yaitu didalam laman pelaku usaha harus jelas merupakan nama asli serta alamat pelaku usaha.
2. Jaminan pengembalian apabila barang tidak sesuai dengan yang diterima
3. Jaminan kesesuaian produk dengan info barang yang dijual
4. Jaminan kepastian barang untuk dikirim

⁵ Johannes Gunawan, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Menurut UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen", Jurnal Hukum Bisnis, Volume 8, Hlm. 46.

Format tersebut akan menjadi hal yang sangat penting bagi konsumen, sebab dengan adanya *term and condition* yang baik maka kepercayaan konsumen akan meningkat karena adanya keyakinan bahwa mereka tidak akan dirugikan. Semakin jelas pelaku usaha membuat ketentuan *term and condition*, maka semakin kecil kemungkinan konsumen terjebak pada hal-hal yang tidak diinginkan dalam hal transaksi *e-commerce*. Selain itu hal terpenting dari pembuatan *term and condition* ini adalah kemudahannya untuk dimengerti oleh konsumen.

Term and condition diperlukan dalam transaksi *e-commerce* dan hal tersebut belum menjadi perhatian dari pelaku usaha, khususnya tentang kewajiban pemberian data/informasi. Sedangkan dalam UUPK pasal 7 telah diberikan kewajiban kepada pelaku usaha untuk:

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatannya;
- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Kewajiban pelaku usaha tersebut seringkali diabaikan dengan tidak dicantumkan dalam *term and condition*. Kepatuhan pelaku usaha dalam hal ini lemah karena tidak adanya aturan dan sanksi yang tegas dalam hal penyusunan ketentuan *term and condition* tersebut.

Selain pelaku usaha, peran konsumen juga harus diberikan porsi khusus. Karena dalam transaksi selalu ada 2 (dua) pihak yang terlibat dan harus bersepakat: pelaku usaha (penjual) dan konsumen (pembeli). Dari sisi konsumen, menjadi suatu kewajiban untuk membaca dan mengerti isi dari *term and condition* dalam transaksi *e-commerce*. Karena saat konsumen memutuskan untuk melanjutkan transaksi pembelian, hal itu berarti bahwa konsumen menyatakan telah mengerti dan setuju dengan isi dalam *term and condition*. Itu juga berarti

bahwa konsumen siap menerima segala konsekuensinya dari transaksi ini. Hal ini diberikan porsi pembahasan karena yang paling sering dijumpai adalah bahwa konsumen tidak membaca *term and condition* dalam transaksi *e-commerce*, atau hanya membaca sekilas saja. Artinya konsumen tidak memahami apa yang menjadi hak mereka dalam transaksi *e-commerce*. Hal inilah yang kemudian menimbulkan banyak keluhan (*complaint*) dimana konsumen “merasa dirugikan” atau dalam beberapa kasus terjadi penipuan. Jadi sebenarnya kesadaran konsumen tentang *term and condition* juga punya peran penting dalam sukses atau tidaknya transaksi *e-commerce*.

Secara singkat dapat dijelaskan bahwa pelaku usaha (penjual) dan konsumen (pembeli) memiliki peran sebagai berikut:

1. Pelaku usaha harus menyusun *term and condition*, dimana isi dan formatnya diatur sedemikian hingga memuat hak-hak dari pelaku usaha dan konsumen. Untuk itu, diperlukan suatu aturan baku dari pihak berwajib yang memuat susunan dan format *term and condition* serta penegakan hukumnya.
2. Pelaku usaha juga wajib memberikan akses atau jalur dimana konsumen diwajibkan untuk membaca *term and condition* sebelum melanjutkan transaksi.
3. Konsumen (pembeli) diwajibkan membaca dan mengerti isi *term and condition* transaksi, sehingga meminimalisasi kemungkinan terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan setelah transaksi.

Menjadi catatan bersama bagi pelaku usaha dan konsumen, bahwa jika transaksi berjalan sesuai ketentuan dalam *term and condition*, maka transaksi dianggap sah secara hukum, terlepas apakah ada pihak yang merasa dirugikan.

Kenyataan yang muncul seringkali konsumen tidak memperoleh apa yang diharapkannya secara maksimal akibatnya konsumen dirugikan. Untuk itu telah banyak ketentuan yang dibuat baik sifatnya nasional maupun internasional yang dapat dipakai sebagai pedoman guna memberikan perlindungan bagi kepentingan konsumen.

D. KESIMPULAN

Karakteristik yang khusus dalam transaksi *e-commerce* memerlukan pengaturan yang khusus pula. Pengaturan yang diharapkan pada penelitian ini adalah adanya ketentuan dalam pembuatan format mengenai *term and condition* oleh pelaku usaha. Format mengenai *term and condition* paling tidak memuat ketentuan:

1. Identitas yaitu didalam laman pelaku usaha harus jelas merupakan nama asli serta alamat pelaku usaha.
2. Jaminan pengembalian apabila barang tidak sesuai dengan yang diterima
3. Jaminan kesesuaian produk dengan info barang yang dijual
4. Jaminan Pengiriman barang sampai ditempat

Ketentuan format tersebut harus wajib diberlakukan kepada pelaku usaha pada transaksi *e-commerce*, apabila tidak dilakukan maka secara hukum para pelaku usaha sudah tidak memenuhi kewajibannya yang diatur secara khusus pada UUPK. Kewajiban yang harus dilakukan adalah dengan memberikan informasi jelas dan benar yang tercakup dalam *term and condition*. Sebab dengan adanya *term and condition* merupakan salah satu upaya untuk memberikan kepercayaan sekaligus perlindungan kepada konsumen *e-commerce*.

Dari sisi konsumen, menjadi suatu kewajiban untuk membaca dan mengerti isi dari *term and condition* dalam transaksi *e-commerce*. Karena saat konsumen memutuskan untuk melanjutkan transaksi pembelian, hal itu berarti bahwa konsumen menyatakan telah mengerti dan setuju dengan isi dalam *term and condition*. Itu juga berarti bahwa konsumen siap menerima segala konsekuensinya dari transaksi ini.

Kedudukan konsumen yang lemah dalam transaksi *e-commerce* sudah tidak perlu dikuatkan lagi mengingat konsumen (pembeli) akan mendapatkan alur transaksi yang mana konsumen diwajibkan untuk membaca dan mengerti isi *term and condition*. Hal ini dilakukan agar dapat meminimalisasi kemungkinan terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan setelah transaksi. Apabila pelaku usaha dan konsumen telah melakukan transaksi dan berjalan sesuai ketentuan dalam *term and condition*, dan transaksi dianggap sah secara hukum diharapkan tidak ada lagi pihak yang merasa dirugikan.

Secara keseluruhan transaksi *e-commerce* ini harus dapat menyeimbangkan hak dan kewajiban baik dari pelaku usaha maupun konsumen. Ketentuan *term and condition* harus dapat diberikan dengan baik oleh pelaku usaha, dan juga harus dapat dicermati dengan baik oleh konsumen. Sehingga masing-masing para pihak dalam transaksi *e-commerce* dapat melakukan hak dan kewajibannya sesuai dengan ketentuan undang-undang yang berlaku.

DAFTAR PUSTAKA

Bryan A. Garner dikutip dalam Abdul Halim Barakatullah dan Teguh prasetiyo, 2005, *Bisnis E- Commerce Studi Sistem Keamanan Dan Sistem Hukum di Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.

Budi Agus Riswadi, 2003 *Hukum dan Internet Indonesia*, Uii press, Yoyakarta

Elisatris Gultom, 2002, "*Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Perdagangan Melalui Electronic Commerce*", dalam Mieke Komar Kantaatmadja, *Seri Dasar Hukum Ekonomi 12, Cyber Law: suatu pengantar elips*, cetakan pertama.

Johannes Gunawan, 1987, "*Penggunaan Perjanjian Standard Dan Implikasinya Pada Asas Kebebasan Berkontrak*", Padjadjaran, *Majalah Ilmu Hukum dan Pengetahuan Masyarakat, Journal of Law and Social Science, Fakultas Hukum, Universitas Padjadjaran, Bandung, No. 3-4.*

Johannes Gunawan, 1999, "*Tanggung Jawab Pelaku Usaha Menurut UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*", *Jurnal Hukum Bisnis, Volume 8.*

Johannes Gunawan, 2003 "*Kontroversi Strict Liability Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*", Oratio Dies, Disampaikan Dalam Upacara Dies Natalis ke 45 (Lustrum IX) Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821)

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 45, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5512)

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58, Tamabahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843)