



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**PERBANDINGAN TRANSAKSI JUAL BELI *VOUCHER* PADA SITUS  
*ONLINE* DI INDONESIA (*WWW.LIVINGSOCIAL.CO.ID*) DAN DI  
SINGAPURA (*WWW.EVOUCHERCITY.COM.SG*)**

**SKRIPSI**

**RIA ASTUTI ADIPURI**

**0806461764**

**FAKULTAS HUKUM  
PROGRAM SARJANA REGULER**

**DEPOK**

**JUNI 2012**



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**PERBANDINGAN TRANSAKSI JUAL BELI *ONLINE VOUCHER* PADA  
SITUS *ONLINE* DI INDONESIA (*WWW.LIVINGSOCIAL.CO.ID*) DAN DI  
SINGAPURA (*WWW.EVOUCHERCITY.COM.SG*)**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Hukum**

**RIA ASTUTI ADIPURI**

**0806461764**

**FAKULTAS HUKUM**

**PROGRAM S1 REGULER**

**HUKUM TENTANG HUBUNGAN KEPERDATAAN**

**DEPOK**

**JUNI 2012**

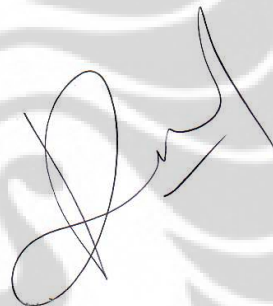
**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Skripsi ini adalah hasil karya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Ria Astuti Adipuri**

**NPM : 080641764**

**Tanda Tangan :**



**Tanggal : 27 Juni 2012**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi ini diajukan oleh

Nama : Ria Astuti Adipuri  
NPM : 0806461764  
Program Studi : Ilmu Hukum  
Judul Skripsi : Perbandingan Transaksi Jual Beli *Voucher* Pada Situs  
*Online* Di Indonesia ([www.LivingSocial.co.id](http://www.LivingSocial.co.id)) Dan Di  
Singapura ([www.eVoucherCity.com.sg](http://www.eVoucherCity.com.sg))

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Indonesia

**DEWAN PENGUJI**

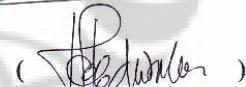
Pembimbing : Akhmad Budi Cahyono, S.H., M.H.



Penguji : Surini Ahlan Sjarif, S.H., M.H.



Penguji : Abdul Salam, S.H., M.H.



Penguji : Wahyu Andrianto, S.H., M.H.



Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 27 Juni 2012

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Perbandingan Transaksi Jual Beli *Voucher* Pada Situs *Online* Di Indonesia ([www.LivingSocial.co.id](http://www.LivingSocial.co.id)) Dan Di Singapura ([www.eVoucherCity.com.sg](http://www.eVoucherCity.com.sg)). Tujuan penyusunan skripsi ini adalah sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Hukum dari Fakultas Hukum Universitas Indonesia.

Penulis berharap skripsi ini dapat memberi tambahan wawasan dan pengetahuan bagi para pembaca. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan kelemahan, yang terjadi karena keterbatasan waktu, jarak, tenaga, pengalaman dan ilmu pengetahuan sebagai sumber referensi.

Penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, tentu tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan dan saran dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada:

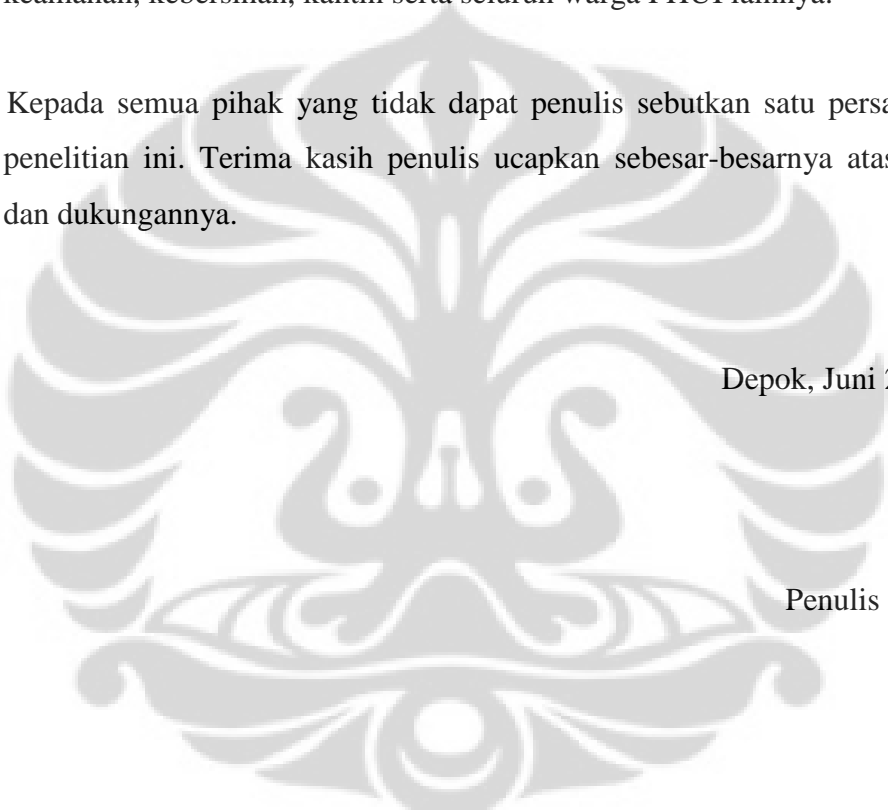
1. Allah SWT pencipta langit dan bumi beserta isinya. Maha Besar Allah dengan segala kekuasaan-Nya memberikan izin, nikmat, rezeki dan karunia-Nya yang tak terhingga kepada hidup dan kehidupan penulis sejak hayat masih di kandung badan hingga detik penyelesaian pendidikan Sarjana ini. Semoga Allah SWT Yang Maha Baik terus senantiasa memberikan nikmat dan karunia-Nya kepada penulis serta orang-orang yang penulis sayangi. Amin YRA.
2. Kedua orang tua penulis, Krisna Boedi dan Subarlina, yang memiliki cara sendiri dalam mendidik dan menyayangi anak-anaknya, yang paling menerima kelebihan dan kekurangan anak-anaknya, tidak terkecuali penulis. Bapak sebagai teman mengobrol dan bertukar pikiran tentang berbagai informasi serta berita terkini dan Mama yang selalu memahami kebutuhan sehari-hari penulis khususnya sebagai seorang anak perempuan. Bapak dan Mama adalah separuh dari seluruh kehidupan penulis, yang menjadi motivasi utama penulis

dalam melakukan atau meraih sesuatu. Semoga Allah SWT senantiasa memberi nikmat sehat dan panjang umur kepada keduanya. Amin YRA.

3. Andin dan Wita, kedua kakak penulis yang menjadi teman berbagi senang dan susah dan teman bertengkar sebagaimana saudara perempuan di rumah. Terima kasih untuk segala cerita, pengalaman, pelajaran, masukan dari kakak perempuan kepada adik perempuannya yang tidak bisa diganti dan dibayar dengan apapun. Terima kasih untuk pinjaman pakaian formilnya, kosmetik, tas, dan peralatan perempuan lainnya, Sist!. Semoga bisa terus akur sampai tua dan beranak cucu. Untuk Wita, sampaikan terima kasih kepada Banyu atas bantuan rekening *paypal*-nya.
4. Keluarga Besar Kardiman (alm.) di Malang dan Keluarga besar H. Sumirta (alm.) atas doa dan perhatian kepada keluarga penulis khususnya penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Akhmad Budi Cahyono, S.H., M.H., pembimbing skripsi penulis yang sangat membantu penulis dalam menulis skripsi ini, mulai dari mengetahui dan mengarahkan apa yang sebenarnya penulis ingin teliti dan tulis dalam skripsi ini, menjadi pembimbing yang mau mendengarkan dan berdiskusi dengan penulis sampai saat terakhir bimbingan dan mendukung dan mempercayai penulis untuk segera menyelesaikan setiap bab dalam skripsi ini.
6. Bapak Abdul Salam, S.H., M.H., pengajar hukum keperdataan yang bersedia berdiskusi dengan penulis dan menambah wawasan serta masukan bagi penulis di tengah proses penulisan skripsi ini.
7. Ibu Surini Ahlan Sjarif, S.H., M.H., Kepala Bidang Program Kekhususan Hubungan Keperdataan yang telah membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi hingga sidang kelulusan untuk mendapatkan gelar Sarjana Hukum.

8. Ibu Meirani Suyawan, S.H., M.H., pembimbing akademis penulis yang memberi penulis masukan dan persetujuan dalam pengambilan setiap mata kuliah di FHUI.
9. Elsa Marlina, Nurul Kartika Dewi, Justisia Sabaroedin, Annisa Fadilla, dan Hanna Friska Marbun yang menjadi teman terdekat penulis dalam menjalani kegiatan harian di kampus sejak awal kuliah. Terima kasih untuk pertemanan yang pasti sulit untuk dilupakan, meskipun pada akhirnya waktu dan program kekhususan tidak bersahabat dengan kita berenam. Semoga ada kesempatan untuk *all day long meeting* lagi *girls!*
10. Irawaty Melissa (Ira) dan Femalia IK (Lia), teman penulis sejak PSAF dan BPMB yang menjadi teman se-PK 1 sekaligus teman dalam bimbingan, cerita, dan diskusi selama menyelesaikan skripsi ini. Hidup kelompok Ius Constituendum dan Overmacht!
11. Ihsan Baga, Gita Rianty, dan Nirmalasari Ajeng dan Vannia Alienjhon, yang menemani dan memotivasi penulis sebagai mahasiswa tingkat akhir dalam menjalani perkuliahan di beberapa mata kuliah akhir sebelum kelulusan.
12. Recht Football Club (RFC) Putri. Kak Andrea, Mba Ade, Mba Era, Mba Agi, Mba Ghea, Dida, Ayu, Idhe, Rahma, Anne, Tiko, serta coach Ardy dan Adit. Pasti akan selalu kangen dengan kegilaan di lapangan. ER! EF! CE!
13. Koperasi Mahasiswa FHUI (KOPMA FHUI) 2011. Meidi, Seto, Widia, El, Montang, Emje, Mita, Dius, Anan, Jaya, Ilham, dan Gigi, Mba Rini, Mba Okta, Mas Dwi, Mas Iwan. Sungguh pengalaman “berharga” jadi keluarga KOPMA FHUI.
14. Keluarga besar Hakim dan Rekan *Oil and Gas Courses Batch XII* yaitu kedua belas peserta dan pengajar. Merasa sangat beruntung menjadi peserta dalam *batch courses* ini.

15. Seluruh mahasiswa FHUI angkatan 2006, 2007, 2008, dan 2009. Terima kasih untuk semua cerita, pengalaman, pelajaran berharganya. Bangga menjadi bagian dari orang-orang hebat seperti kalian.
16. Seluruh sivitas akademika Universitas Indonesia, khususnya keluarga besar di FHUI yaitu para pengajar, tim pendukung yang super profesional yaitu biro pendidikan, Pak Jon PK 1, laboratorium komputer (Labkom), perpustakaan, keamanan, kebersihan, kantin serta seluruh warga FHUI lainnya.
17. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu dalam penelitian ini. Terima kasih penulis ucapkan sebesar-besarnya atas bantuan dan dukungannya.



Depok, Juni 2012

Penulis



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ria Astuti Adipuri  
NPM : 0806461764  
Program Studi : Ilmu Hukum  
Fakultas : Hukum  
Jenis karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia Hak **Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**Perbandingan Transaksi Jual Beli *Voucher* Pada Situs *Online* Di Indonesia  
([www.LivingSocial.co.id](http://www.LivingSocial.co.id)) Dan Di Singapura ([www.eVoucherCity.com.sg](http://www.eVoucherCity.com.sg))**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis /pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok  
Pada Tanggal : 27 Juni 2012

Yang menyatakan



(Ria Astuti Adipuri)

## ABSTRAK

Nama : Ria Astuti Adipuri  
Program Studi : Ilmu Hukum  
Judul : Perbandingan Transaksi Jual Beli *Voucher* Pada Situs *Online*  
Di Indonesia ([www.LivingSocial.co.id](http://www.LivingSocial.co.id)) Dan Di Singapura  
([www.eVoucherCity.com.sg](http://www.eVoucherCity.com.sg))

Skripsi ini membahas perbandingan transaksi jual beli *voucher* secara elektronik (*online*), yang sedang menjadi tren di kalangan masyarakat akhir-akhir ini, di Indonesia dan Singapura. Skripsi ini mengambil contoh situs [www.LivingSocial.co.id](http://www.LivingSocial.co.id) untuk situs di Indonesia dan situs [www.eVoucherCity.com.sg](http://www.eVoucherCity.com.sg) untuk situs di Singapura. Perbandingan transaksi jual beli *voucher* ini mencakup konteks bagaimana transaksi jual beli tersebut dikatakan sah dan mengikat menurut hukum perjanjian atau kontrak di masing-masing negara. Selain itu juga dibahas mengenai bagaimana hubungan diantara para pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli serta bagaimana mengetahui keabsahan *voucher* tersebut. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan bentuk penelitian yuridis-normatif yang mengacu pada norma hukum yang berlaku di masing-masing negara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transaksi jual beli *voucher* yang dilakukan secara elektronik pada kedua situs *online* di kedua negara adalah sama pengaturan keberlakuannya dengan transaksi jual beli konvensional pada umumnya. Dalam transaksi ini terdapat 3 (tiga) pihak yang memiliki hubungan yaitu pengguna atau konsumen, penyelenggara situs, dan *merchant* dimana pengguna atau konsumen memang membeli *voucher* dari penyelenggara situs, namun harus kemudian harus menukarkan *voucher* tersebut untuk mendapatkan produk berupa barang atau jasa di tempat *merchant* sebagai produsen atau pemilik produk dan *merchant* bertanggung jawab penuh terhadap pengguna atau konsumen untuk penukaran *voucher* ini dengan produk mereka sesuai dengan yang tertera dalam *voucher*. Untuk mengetahui keabsahan atau keaslian *voucher*, konsumen dapat melakukan pengecekan terhadap nomor sandi atau kode dengan lambang khusus yang tertera pada *voucher* langsung di tempat *merchant*.

Kata kunci:  
*e-commerce*, kontrak elektronik, *voucher*, situs *online*

## ABSTRACT

Name : Ria Astuti Adipuri  
Study Program : Laws  
Title : Comparative of Sales Transaction of Online Voucher in  
Indonesia (*www.LivingSocial.com.sg*) and Singapore  
(*www.eVoucherCity.com.sg*)

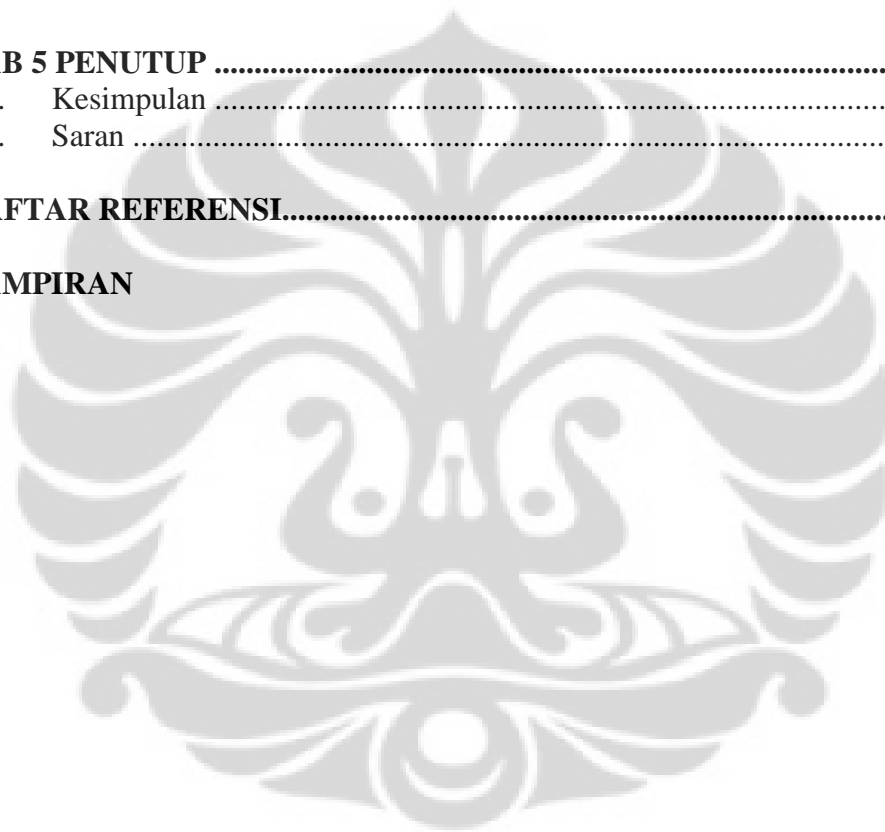
The focus of this study is to discuss comparative of sales transaction of online voucher which is currently booming in Indonesia and Singapore. This study takes *www.LivingSocial.co.id* (Indonesia) and *www.eVoucherCity.com.sg* (Singapore) as particular website in both countries. The comparative more focusing in how these electronic transactions or contracts can be valid and binding following contract law in each country. Moreover, it will be discussed about the relationships among the parties, and how to examine the voucher's originality. This study is qualitative with normative-juridical which follow on the law in each country. The result of this study shows both countries are regulating the validity of sales transaction of online voucher and other conventional sales transactions similarly. Sales transaction of online voucher has 3 (three) parties are included user or consumer, website's promoter, and merchant. Indeed, user or consumer bought the voucher from the website. However he or she still has to redeem the voucher to get product(s) or service(s) from merchant as producer or owner of product(s) or service(s). For that, merchant have full liability for the redemption based on what voucher printed exactly. To examine the voucher's validity, user or consumer can check the voucher's code number definitely at merchant's store.

Keywords:  
e-commerce, electronic contract, voucher, website (web)

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Pokok Permasalahan.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.3.1. Tujuan Umum.....	8
1.3.2. Tujuan Khusus.....	8
1.4. Definisi Operasional.....	9
1.5. Metode Penelitian.....	10
1.6. Sistematika Penulisan.....	11
<b>BAB 2 PENGATURAN <i>E-COMMERCE</i> DI INDONESIA.....</b>	<b>13</b>
2.1. Pengertian <i>E-Commerce</i> .....	13
2.2. Jenis-Jenis <i>E-Commerce</i> .....	15
2.3. Model Bisnis <i>E-Commerce</i> .....	16
2.4. Sistem Pembayaran Dalam <i>E-Commerce</i> .....	17
2.5. Kelebihan Dan Kekurangan <i>E-Commerce</i> .....	18
2.6. Aspek Hukum Perjanjian Dalam <i>E-Commerce</i> .....	20
2.6.1. Asas-Asas Hukum Perjanjian.....	23
2.6.2. Jenis-Jenis Perjanjian.....	25
2.6.3. Syarat Sah Perjanjian.....	26
2.6.4. Akibat Hukum Perjanjian.....	29
2.6.5. Berakhir Atau Hapusnya Perjanjian.....	31
2.7. <i>E-Commerce</i> Sebagai Sebuah Perjanjian.....	32
<b>BAB 3 PENGATURAN <i>E-COMMERCE</i> DI SINGAPURA.....</b>	<b>39</b>
3.1. Hukum <i>E-Commerce</i> Di Singapura.....	39
3.2. Aspek Hukum Kontrak Dalam <i>E-Commerce</i> Di Singapura.....	43
3.2.1. Elemen-Elemen Kontrak.....	45
3.2.2. Asas-Asas Hukum Kontrak.....	52
3.2.3. Klasifikasi Kontrak.....	53
3.2.4. Akibat Hukum Kontrak.....	54
3.2.5. Berakhirnya Kontrak.....	54
3.3. <i>E-Commerce</i> Sebagai Sebuah Kontrak.....	57

<b>BAB 4 ANALISIS PERBANDINGAN TRANSAKSI JUAL BELI VOUCHER PADA SITUS <i>ONLINE</i> DI INDONESIA (<i>WWW.LIVINGSOCIAL.CO.ID</i>) DAN DI SINGAPURA (<i>WWW.EVOUCHERCITY.COM.SG</i>).....</b>	<b>62</b>
4.1. Sekilas Tentang Situs <i>Online Deals</i> Dan Diskon.....	62
4.2. Keabsahan Transaksi Jual Beli <i>Online Voucher</i> .....	64
4.2.1. <i>www.livingsocial.co.id</i> .....	64
4.2.2. <i>www.eVoucherCity.com.sg</i> .....	71
4.3. Hubungan Antara Para Pihak.....	74
4.3.1. <i>www.livingsocial.co.id</i> .....	74
4.3.2. <i>www.eVoucherCity.com.sg</i> .....	86
4.4. Keabsahan <i>Voucher</i> .....	89
<b>BAB 5 PENUTUP .....</b>	<b>92</b>
5.1. Kesimpulan .....	92
5.2. Saran .....	93
<b>DAFTAR REFERENSI.....</b>	<b>95</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1.	Kesepakatan Dalam Transaksi Elektronik.....	34
Gambar 3.1.	Kesepakatan Dalam Transaksi Elektronik Melalui <i>Invitation To Treat</i> .....	61



**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1.	Situasi yang membedakan antara Penawaran ( <i>offering</i> ) dengan Undangan untuk bertindak ( <i>invitation to treat</i> ).....	60
------------	--	----



**DAFTAR LAMPIRAN**

1. *Voucher Situs Online [www.LivingSocial.co.id](http://www.LivingSocial.co.id)*
2. *Voucher Situs Online [www.eVoucherCity.com.sg](http://www.eVoucherCity.com.sg)*
3. *Syarat Dan Ketentuan Situs [www.LivingSocial.co.id](http://www.LivingSocial.co.id)*
4. *Syarat Dan Ketentuan Situs [www.eVoucherCity.com.sg](http://www.eVoucherCity.com.sg)*
5. *Indonesia. Undang-Undang Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik. UU No. 11 Tahun 2008. LN No.58 Tahun 2008. TLN 4843*
6. *Singapore Electronic Transaction Act 2010 (Cap 88)*





***”Dengan nama Allah Yang Maha Pemurah dan Maha Penyayang”***

***(QS. AL FATIHAH: 1)***

***”Kepunyaan Allah-lah apa yang di langit dan apa yang di bumi, dan Allah mengetahui segala sesuatu ”***

***(QS. AN-NISAA’: 126)***

***”Allah mengetahui apa yang di langit dan apa yang di bumi dan Allah Maha Mengetahui Segala Sesuatu ”***

***(QS. AL HUJURAT: 16)***

***”Dan Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu ”***

***(QS. AL FATH: 21)***

***”Sesungguhnya Allah Dialah Maha Pemberi rezeki Yang mempunyai Kekuatan lagi sangat kokoh ”***

***(ADZ DZARIYAT : 58)***

***”Bukankah dada engkau telah Kami lapangkan? Dan Kami hilangkan engkau dari beban engkau, yang memberatkan punggung engkau. Dan Kami masyhurkan nama engkau. Karena itu, sesungguhnya bersama kesulitan (datang) kelapangan. Sesungguhnya bersama kesulitan (datang) keringanan (kelapangan). Sebab itu, apabila engkau memounyai waktu, bekerja keraslah. Dan kepada Tuhanmu, tunjukkanlah pengharapan”***

***(QS. AL INSYIRAH: 1-8)***

***”Hanya kepada Mu aku menyembah, dan hanya kepada Mu aku memohon pertolongan”***

***(QS. AL FATIHAH: 5)***

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Hiruk pikuk kehidupan masyarakat modern saat-saat ini sangat terasa keras dan padat. Rutinitas keseharian masyarakat sangat dipenuhi dengan berbagai kegiatan yang bertujuan mengejar pendapatan guna memenuhi kebutuhan hidup. Berbelanja merupakan salah satu kegiatan untuk mendapatkan kebutuhan tersebut baik primer, sekunder, hingga kebutuhan tersier. Pendapatan yang diperoleh sebagai hasil bekerja selama kurun waktu tertentu, hampir separuhnya otomatis akan masuk dalam anggaran belanja untuk kebutuhan yang bersifat konsumtif, selain sisanya untuk tabungan atau investasi.

Belanja adalah kegiatan yang dilakukan untuk suatu keperluan sehari-hari dengan menggunakan ongkos atau biaya atau uang. Untuk sebagian orang, bahkan belanja merupakan kegiatan rekreasi atau hiburan untuk lebih memenuhi kepuasan batiniah daripada memenuhi kebutuhan lahiriahnya sehari-hari. Adapun belanja yang dikenal selama ini adalah belanja yang dilakukan secara konvensional dimana penjual dan pembeli berhadapan langsung seperti di toko-toko atau tempat perbelanjaan. Pembeli memilih apa yang diinginkan kemudian membayarnya secara langsung baik secara lunas atau tidak, dengan atau tanpa proses tawar menawar dengan penjual.

Namun belakangan ini, di kala era teknologi internet semakin canggih dan populer, berbelanja pun dapat dilakukan melalui teknologi internet yang dapat dilakukan secara instan. Terlebih di tengah kesibukan dan kepadatan aktifitas masyarakat, ditambah keterbatasan waktu dan wilayah untuk melakukan kegiatan berbelanja kebutuhan. Hanya cukup dengan menyalakan perangkat komputer dan internet, dari rumah atau bahkan saat bekerja di kantor, dengan beberapa kali klik, secara efektif dan efisien masyarakat bisa membeli produk yang diinginkan. Begitu pun bagi para produsen atau penjual, yang melakukan transaksi jual beli melalui internet ini, dapat merasakan manfaat yang cukup besar bagi pemasukan dan promosi produk barang atau jasa yang mereka tawarkan. Para produsen atau

penjual ini tidak perlu membuang banyak biaya untuk membuka toko dan membayar gaji penjaga toko, atau bersusah payah menjajakan atau menawarkan produk mereka kepada pengunjung yang tidak jarang dilakukan secara paksa yang dapat menciptakan citra yang kurang baik akan produk mereka. Bertransaksi melalui internet dapat dilakukan dengan efektif dan efisien.

Transaksi jual beli melalui teknologi situs internet tersebut sering dikenal dengan istilah belanja *online* atau *online shopping* atau *e-commerce*, yang menurut penulis belanja *online* atau *online shopping* tersebut dapat dikatakan lebih merupakan bagian dari kegiatan transaksi *e-commerce*. Hal tersebut dikarenakan banyak yang mendefinisikan *e-commerce* secara lebih luas daripada *online shopping* atau belanja *online*. Namun hal ini tidak menjadi bahasan utama dalam penelitian ini, oleh sebab itu penulis menyamakan makna *online shopping* dengan belanja *online* atau dengan *e-commerce* yaitu transaksi jual beli yang dilakukan dengan jaringan internet.

*E-commerce* atau bisa disebut Perdagangan elektronik atau e-dagang adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, www, atau jaringan komputer lainnya. *E-commerce* dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis. *E-commerce* difasilitasi oleh teknologi digital yang memberikan kemampuan komunikasi secara elektronik, termasuk di sini adalah komunikasi internet melalui *website* dan *e-mail* seperti halnya penggunaan media digital lainnya seperti *wireless* atau *mobile* dan media pengiriman digital lainnya seperti TV kabel dan satelit.<sup>1</sup> Julian Ding dalam bukunya *E-commerce: Law & Practice*, mengemukakan bahwa *e-commerce* sebagai suatu konsep yang tidak dapat didefinisikan. *E-commerce* memiliki arti yang berbeda bagi orang yang berbeda.

Namun, selain memberikan kemudahan dan kepraktisan dalam melakukan transaksi jual beli, kurangnya kepastian dan ketegasan hukum di Indonesia yang mengatur mengenai transaksi *e-commerce* ini, menimbulkan permasalahan hukum

---

<sup>1</sup> "e-Bisnis, e-Shop, e-Commerce", <http://www.kabarinvest.com/e-bisnis-e-shop-e-commerce/>, diunduh pada 26 Januari 2012

yang muncul dalam bidang hukum dalam aktivitas *e-commerce*. Beberapa permasalahan tersebut antara lain:<sup>2</sup>

1. Otentikasi subyek hukum yang membuat transaksi melalui internet.
2. Saat perjanjian berlaku dan memiliki kekuatan mengikat secara hukum.
3. Obyek transaksi yang diperjualbelikan.
4. Mekanisme peralihan hak.
5. Hubungan hukum dan pertanggungjawaban para pihak yang terlibat dalam transaksi baik penjual, pembeli, maupun para pendukung seperti perbankan, *internet service provider* (ISP), dan lain-lain.
6. Legalitas dokumen catatan elektronik serta tanda tangan digital sebagai alat bukti.
7. Mekanisme penyelesaian sengketa.
8. Pilihan hukum dan forum peradilan yang berwenang dalam penyelesaian sengketa.

Berbagai produk ditawarkan dalam *e-commerce*, yang biasanya adalah berupa produk barang khusus atau barang kebutuhan sekunder seperti pakaian, tas dan sepatu, aksesoris, *handphone*, dan yang lain sebagainya. Namun, dalam kegiatan *online shopping* atau *e-commerce*, ternyata tidak hanya sekedar barang yang diperjualbelikan seperti yang disebutkan sebelumnya dengan proses yang secara garis besar dilakukan dengan penawaran oleh pedagang, pemesanan oleh konsumen, dan pengiriman barang oleh pedagang dengan pembayaran sebelum maupun sesudah atau saat pengiriman. Baru-baru ini transaksi *e-commerce* juga memperjualbelikan produk berupa *voucher*, atau dikenal dengan istilah *e-voucher* atau *online voucher* atau kupon yang menawarkan *deals* atau diskon atau potongan harga, untuk belanja atau untuk ditukarkan dengan produk atau jasa pada *merchant* tertentu, yang ditawarkan oleh masing-masing situs internet (*online*) atau *merchant* yang bersangkutan. Jadi, jika pada transaksi *e-commerce* pada umumnya hanya melibatkan 2 (dua) pihak saja yaitu penjual produk dan pembeli yang terlibat transaksi jual beli dengan atau tanpa tawar menawar secara langsung melalui internet, maka dalam jual beli *e-voucher* ini terdapat 3 (tiga)

---

<sup>2</sup> Ellen Liena Christine, "Hubungan Hukum Antara Pelaku E-Commerce", <http://www.scribd.com/doc/25286713/Hukum-Ecommerce>, diunduh pada 29 Januari 2012

pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli yaitu pembeli, penyelenggara situs *online voucher (deals and discount)*, dan produsen atau penjual atau *merchant*.

Masyarakat Jakarta memang tampaknya sedang menggandrungi tren belanja *online* terbaru. Tren belanja ini sering kali disebut dengan sistem *daily deal*. Kesenangan masyarakat Jakarta terhadap sistem ini tentunya disebabkan diskon *voucher* yang menggiurkan dan juga karena ini merupakan kesempatan bagi mereka untuk mencoba berbagai produk baru.<sup>3</sup>

Salah satu situs internet yang melayani belanja *online* berupa *voucher* yang akan dibahas dalam penulisan ini adalah *www.LivingSocial.co.id* yang sebelumnya bernama atau dikenal dengan *www.dealkeren.com*. Sebuah perusahaan *deals and discount* di Amerika Serikat (*www.LivingSocial.co.id*) telah mengakuisisi situs lokal *www.dealkeren.com* tersebut untuk menyamakan peta persaingan di dunia usaha *e-voucher* ini.<sup>4</sup>

Situs *www.LivingSocial.co.id* menawarkan diskon berbelanja di puluhan *merchant* di Jakarta dengan waktu penawaran singkat antara 24-72 jam. Konsep berbelanja dengan diskon melalui *website* ini diklaim bisa menghemat pengeluaran untuk kebutuhan *lifestyle* masyarakat perkotaan. Adapun mekanisme untuk mendapatkan manfaat belanja hemat melalui *www.LivingSocial.co.id*, yaitu :

1. Konsumen atau calon pembeli harus registrasi menjadi anggota yang bebas biaya. Selanjutnya konsumen bisa memilih berbagai penawaran diskon dari sejumlah *merchant*.
2. Konsumen diminta untuk mendaftarkan *e-mail* di situs *www.LivingSocial.co.id* untuk mendapat *e-mail* harian yang memberitahukan *deal* terbaru.
3. Pada *e-mail* harian ini akan muncul tampilan promo yang disebut "Deal Hari Ini" beserta penjelasan lanjutan tentang *merchant*, nilai *voucher*, masa berlaku, dan informasi lainnya. Konsumen perlu memahami berbagai informasi ini untuk memudahkan nantinya. Konsumen juga bisa melirik submenu "Deal Hari Sebelumnya".

---

<sup>3</sup> "eVoucher, Tren Belanja OnLine Terbaru", <http://www.detikinet.com/adsreadproduk/342/evoucher-tren-belanja-online-terbaru>, diunduh pada 26 Januari 2012

<sup>4</sup> Jubilee Enterprise, *Trik Membuat Situs Deals & Diskon*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2011), hlm 5

4. Setelah memilih, beli kupon hanya dengan tiga klik saja. Saat transaksi, konsumen akan ditanya berapa banyak *voucher* yang ingin dibeli dan jenis pembayarannya. "Satu orang tidak dibatasi jumlah pembelian *voucher*, fleksibel saja.". Namun yang penting diperhatikan sebelum melakukan pembayaran adalah syarat dan ketentuan yang diterapkan berbeda oleh setiap *merchant*. Seperti lokasi gerai *merchant* yang memberikan diskon atau syarat lainnya. Pembayaran bisa dilakukan dengan sejumlah pilihan cara.
5. Setelah melakukan pembayaran akan muncul notifikasi di akun berupa *e-mail* konfirmasi. Konsumen bisa mengonfirmasi pembayaran dengan *me-reply e-mail* atau melalui *website*.
6. Lalu cetak *voucher* atau dengan menerima lewat SMS. Tunjukkan *voucher* tersebut kepada *merchant* yang dipilih tadi. Konsumen bisa menunjukkannya sebelum pembelian atau sesudahnya, tergantung ketentuan dari *merchant*. Karenanya konsumen diharapkan untuk membaca dengan teliti syarat dan ketentuan yang berlaku saat memilih *merchant*.<sup>5</sup>

Sebagaimana sebuah transaksi jual beli, yang menjadi fondasi utama dalam hubungan para pihaknya adalah kontrak atau perjanjian. Oleh sebab itu penelitian ini akan membahas mengenai hukum perjanjian yang terkandung dalam transaksi jual beli tersebut yang dalam hal ini perjanjian dilakukan secara elektronik melalui internet. Suatu perjanjian adalah suatu peristiwa di mana seorang berjanji kepada seorang lain atau di mana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal.<sup>6</sup> Dalam bentuknya, perjanjian itu berupa suatu rangkaian yang mengandung janji-janji atau kesanggupan yang diucapkan atau ditulis.<sup>7</sup> Mengenai syarat sah suatu perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdara yaitu:

1. sepakat;
2. cakap;

---

<sup>5</sup> "Hemat Berbelanja dengan Online voucher", <http://female.kompas.com/read/2011/02/10/19025070/Hemat.Berbelanja.dengan.Voucher.Online>, diunduh pada 26 Januari 2012

<sup>6</sup> Subekti dan R. Tjitrosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, (Jakarta: Pradnya Paramita, 2008), hlm. 338

<sup>7</sup> Subekti, *Hukum Perjanjian*, (Jakarta: Intermasa, 2002), hlm. 1

3. mengenai suatu hal tertentu;
4. sebab yang halal.

Terhadap syarat sahnya perjanjian pada angka 1 (satu) diatas, dikenal dengan asas konsensualisme, di mana kata ini berasal dari bahasa latin yakni *consensus* yang berarti sepakat. Arti asas konsensualisme adalah pada dasarnya bahwa perjanjian yang timbul karenanya itu sudah dilahirkan sejak tercapainya kata kesepakatan, atau dengan kata lain perjanjian itu sudah sah apabila sudah sepakat mengenai hal-hal yang pokok dan tidaklah diperlukan sesuatu formalitas, meskipun terdapat beberapa pengecualian yang ditentukan Undang-Undang bahwa suatu perjanjian harus dilakukan secara tertulis dengan Akta Notaris.<sup>8</sup>

Selain asas konsensualisme, terdapat juga asas kebebasan berkontrak. Hal ini mengacu pada kenyataan bahwa hukum perjanjian dalam Buku III KUHPerdara bersifat terbuka, artinya bahwa hukum perjanjian memberi kebebasan kepada setiap orang untuk melakukan perjanjian apapun yang tidak disebut dalam Buku III KUHPerdara. Akan tetapi, tetap ada pembatasan, yang juga diatur dalam Buku III Pasal 1337, yaitu perjanjian tersebut tidak boleh bertentangan dengan Undang-undang, kesusilaan baik atau ketertiban umum.

Setelah para pihak bersepakat untuk melaksanakan suatu perjanjian, maka perjanjian tersebut dianggap telah menjadi Undang-undang bagi para pihak yang membuatnya. Pernyataan tersebut disebut dengan asas *pacta sunt servanda*, seperti diatur dalam Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara. Dengan demikian para pihak harus melakukan hal-hal yang telah disepakati sebagai hak dan kewajiban dari masing-masing atau dengan kata lain, perjanjian tersebut tidak dapat ditarik kembali kecuali ada persetujuan dari kedua belah pihak.

Ternyata, demam *voucher* atau kupon *online* atau *e-voucher* tersebut tidak hanya dirasakan masyarakat di Indonesia khususnya Jakarta, tetapi juga di negara lain yaitu negara tetangga Singapura. Sebagai negara tetangga yang dapat dikategorikan sebagai negara maju dan dengan kemajuan teknologi yang lebih mumpuni ketimbang Indonesia serta ditunjang dengan peraturan hukum yang lebih lengkap khususnya yang berkaitan dengan transaksi *e-commerce*, transaksi

---

<sup>8</sup> Ibid., hlm. 15

jual beli *voucher* belanja secara *online* ini juga terdapat di beberapa situs internet di Singapura. Salah satu situs di Singapura yang penulis temukan dan akan diangkat dalam penelitian ini adalah situs *www.eVoucherCity.com.sg*. Dengan sistem transaksi jual beli *voucher* yang tidak jauh berbeda dengan situs *www.LivingSocial.co.id* di Indonesia, penulis dalam penelitian ini akan membandingkan secara khusus antara kedua situs tersebut berkaitan dengan bagaimana transaksi jual beli dalam masing-masing situs dikatakan sah dan mengikat serta bagaimana hubungan hukum antara para pihak dalam transaksi jual beli pada masing-masing situs, disesuaikan dengan peraturan hukum yang berlaku di masing-masing negara yang bersangkutan.

Jika di Indonesia hanya terdapat Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Transaksi Elektronik (UU ITE) yang mengatur tentang informasi dan transaksi elektronik secara umum, negara Singapura memiliki beberapa peraturan perundang-undangan yang mengatur hal-hal yang berkaitan dengan penggunaan internet yang terbagi dalam beberapa peraturan secara lebih khusus seperti *IPR Act (Intellectual Property Rights Act)* yang berhubungan dengan penggunaan hak kekayaan intelektual di internet, *Computer Misuses Act*, *Broadcasting Authority Act*, bahkan hingga *Evidence Act* mengatur hanya mengenai pembuktian dalam kegiatan di internet. Mengenai transaksi elektronik, Singapura telah mengesahkan *Electronic Transactions Act (ETA)* pada tahun 1998 yang direvisi kemudian pada tahun 2010.

*Electronic Transactions Act (ETA)* (Chapter 88) disahkan pertama kali pada Juli 1998 yang ditujukan untuk menyediakan landasan dan kepastian hukum bagi kontrak elektronik beserta prosedur keamanan seperti tanda tangan digital dan proses dokumen elektronik lainnya.

## 1.2 Pokok Permasalahan

Adapun yang menjadi pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



1. Bagaimana perbandingan antara transaksi jual beli *voucher* pada situs *online* [www.LivingSocial.co.id](http://www.LivingSocial.co.id) dan [www.eVoucherCity.com.sg](http://www.eVoucherCity.com.sg) dapat dikatakan sah dan mengikat menurut hukum negara masing-masing?
2. Bagaimana perbandingan antara hubungan hukum para pihak dalam transaksi jual beli *voucher* pada masing-masing situs *online* [www.LivingSocial.co.id](http://www.LivingSocial.co.id) dan [www.eVoucherCity.com.sg](http://www.eVoucherCity.com.sg) tersebut?
3. Bagaimana cara membuktikan keabsahan *voucher* pada masing-masing situs *online* [www.LivingSocial.co.id](http://www.LivingSocial.co.id) dan [www.eVoucherCity.com.sg](http://www.eVoucherCity.com.sg) tersebut?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan umum**

Secara umum penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana perbandingan hukum secara khusus mengenai transaksi jual beli *voucher* pada situs [www.LivingSocial.co.id](http://www.LivingSocial.co.id) di Indonesia dan [www.eVoucherCity.com.sg](http://www.eVoucherCity.com.sg) di Singapura.

#### **1.3.2 Tujuan Khusus**

Tujuan khusus yang ingin dicapai dari pelaksanaan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui perbandingan antara transaksi jual beli *voucher* pada situs *online* [www.LivingSocial.co.id](http://www.LivingSocial.co.id) dan [www.eVoucherCity.com.sg](http://www.eVoucherCity.com.sg) yang dapat dikatakan sah dan mengikat menurut hukum negara masing-masing.
2. Mengetahui perbandingan antara hubungan hukum para pihak dalam transaksi jual beli *voucher* pada masing-masing situs *online* [www.LivingSocial.co.id](http://www.LivingSocial.co.id) dan [www.eVoucherCity.com.sg](http://www.eVoucherCity.com.sg).
3. Mengetahui cara membuktikan keabsahan *voucher* pada masing-masing situs *online* [www.LivingSocial.co.id](http://www.LivingSocial.co.id) dan [www.eVoucherCity.com.sg](http://www.eVoucherCity.com.sg).

#### 1.4 Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman mengenai hal-hal yang dimaksud dalam penelitian ini berikut akan ditetapkan definisi tentang hal-hal tersebut yang diambil dari peraturan perundang-undangan, pendapat para ahli, ataupun kamus yang ada. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan:

a. Perjanjian

”suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.”<sup>9</sup>

b. Jual beli

“adalah suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengikat dirinya untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.”<sup>10</sup>

c. *E-commerce*

”adalah proses menjual dan membeli atau mempertukarkan produk-produk, jasa-jasa dan informasi melalui jaringan-jaringan komputer termasuk internet.”<sup>11</sup>

d. *Voucher*

”atau kupon adalah sesuatu yang bisa berbentuk cetak, digital, kode-kode khusus, atau lainnya, yang bisa ditukarkan untuk mendapatkan penawaran tertentu, misalnya potongan harga yang umumnya cukup signifikan.”<sup>12</sup>

e. *Merchant*

”adalah penjual produk atau jasa selama masa operasionalnya bagi pembeli *voucher*.”<sup>13</sup>

---

<sup>9</sup> Subekti dan R. Tjitrosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, hlm. 338

<sup>10</sup> Ibid., hlm. 366

<sup>11</sup> Efraim Turban, Jae Lee, dkk., *Electronic Commerce : A Management Perspective*, (New Jersey: Prentice Hall Inc, 2000), hlm. 4

<sup>12</sup> Jubilee Enterprise, hlm. 1-2

<sup>13</sup> ”Ketentuan Penjualan”, [http://www.livingsocial.co.id/jakarta/terms\\_sale/](http://www.livingsocial.co.id/jakarta/terms_sale/), diunduh pada 24 Februari 2012

## 1.5 Metode Penelitian

Bentuk penelitian ini adalah penelitian yuridis-normatif yaitu penelitian yang secara yuridis mengacu pada norma hukum yang terdapat di peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan perjanjian. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kepustakaan karena dilakukan dengan meneliti bahan pustaka dan melakukan wawancara dengan informan atau narasumber. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian berupa perbandingan hukum<sup>14</sup>, yaitu metode memperbandingkan sebuah lembaga hukum dari beberapa negara yang dalam penelitian ini adalah transaksi jual beli produk secara elektronik, yaitu *online voucher*, antara 2 (dua) negara yaitu Indonesia dengan Singapura.

Selanjutnya, dilihat dari tipologi penelitian yaitu dari sudut sifatnya, penelitian ini adalah penelitian eksploratoris atau penelitian menjelajah yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk mencari data awal tentang suatu gejala. Dilihat dari tujuannya, penelitian ini bersifat untuk mengklasifikasikan masalah untuk dianalisis dan dibuat kesimpulannya yang disebut dengan penelitian *problem identification*.<sup>15</sup>

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari narasumber atau informan yang berkaitan dengan transaksi jual beli yang dimaksud dalam penelitian ini, yaitu dari penyelenggara situs. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari bahan-bahan kepustakaan berupa buku-buku dan segala peraturan perundang-undangan. Data sekunder yang digunakan adalah data sekunder yang bersifat umum, yaitu data yang berupa tulisan-tulisan, data arsip, data resmi dan berbagai data lain yang diperlukan untuk penelitian ini seperti:

### 1. Bahan hukum primer

Bahan hukum primer, yang meliputi peraturan perundang-undangan, yurisprudensi, dan hasil konvensi, merupakan bahan utama sebagai dasar landasan

---

<sup>14</sup> Sardjono, H.R. dan Frieda Husni Hasbullah. *Bunga Rampai Perbandingan Hukum Perdata*. Jakarta: Indo-Hill-Co, 2003, hlm. 7-8

<sup>15</sup> Sri Mamudji, et. al., *Metode Penelitian dan Penulisan Hukum*, (Jakarta: Badan Penerbit Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2005), hlm. 5

hukum yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Bahan primer yang digunakan dalam penelitian ini antara lain adalah Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Transaksi Elektronik, *Electronic Transaction Act 2010* (Cap 88), *Sales of Goods Act 1979*, dan beberapa peraturan perundang-undangan yang terkait baik tingkat pusat maupun daerah.

## 2. Bahan hukum sekunder

Bahan sekunder yaitu bahan pustaka yang berisikan informasi tentang bahan hukum primer. Bahan sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah artikel-artikel ilmiah, buku-buku, laporan-laporan penelitian, jurnal-jurnal, skripsi, dan dokumen atau artikel yang berasal dari internet.

## 3. Bahan hukum tersier

Bahan hukum tersier adalah bahan yang memberikan penjelasan tentang bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum tersier yang digunakan antara lain Kamus Besar Bahasa Indonesia.

Alat pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi studi dokumen atau bahan pustaka dan wawancara dengan narasumber atau informan berkaitan dengan transaksi jual beli *voucher* ini. Sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah metode kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan tata cara penelitian yang menghasilkan data deskriptif analitis, yaitu apa yang dinyatakan oleh sasaran penelitian yang bersangkutan secara tertulis atau lisan, dan perilaku nyata.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Guna memenuhi syarat sebagai sebuah karya tulis ilmiah maka diperlukan suatu sistematika penulisan agar pembahasan dalam penelitian ini menjadi terarah sehingga apa yang menjadi tujuan pembahasan dapat dijabarkan dengan jelas. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### Bab 1 : Pendahuluan

Bab ini memuat tentang latar belakang yaitu kondisi yang terjadi saat penelitian ini dilakukan yang menjadi alasan penelitian ini dilakukan oleh penulis, dan hal-

hal yang telah dan belum diketahui oleh penulis berkaitan dengan penelitian ini. Dalam bab ini juga memuat pokok permasalahan yang akan dibahas, tujuan penelitian, metode penelitian serta sistematika penulisan dalam penelitian ini.

#### Bab 2 : Pengaturan *E-Commerce* Di Indonesia

Pada bab ini akan dibahas mengenai pelaksanaan transaksi *e-commerce* dan pengaturannya dalam perundang-undangan terkait di Indonesia.

#### Bab 3 : Pengaturan *E-commerce* Di Singapura

Bab ini akan membahas mengenai pelaksanaan transaksi *e-commerce* dan pengaturannya di Singapura.

#### Bab 4 : Analisis Perbandingan Transaksi Jual Beli *Voucher* Pada Situs

*Online* Di Indonesia ([www.LivingSocial.co.id](http://www.LivingSocial.co.id)) Dan Di Singapura ([www.eVoucherCity.com.sg](http://www.eVoucherCity.com.sg)).

Bab ini akan membahas mengenai perbandingan hukum antara pelaksanaan transaksi jual beli *voucher* belanja pada masing-masing situs *online* [www.LivingSocial.co.id](http://www.LivingSocial.co.id) di Indonesia dan [www.eVoucherCity.com.sg](http://www.eVoucherCity.com.sg) di Singapura.

#### Bab 5 : Penutup

Pada bab ini, penulis akan memberikan kesimpulan dari hasil pembahasan perbandingan dalam penelitian ini dan saran-saran yang diharapkan dapat berguna bagi siapapun khususnya para konsumen pembeli *e-voucher* ini.

## BAB 2

### PENGATURAN *E-COMMERCE* DI INDONESIA

#### 2.1 Pengertian *E-Commerce*

*Electronic commerce* atau *e-commerce* atau transaksi dagang elektronik atau perdagangan elektronik, secara umum dan sederhana dapat diartikan sebagai transaksi jual beli atau transaksi perdagangan yang dilakukan melalui teknologi media elektronik yaitu internet atau yang dengan demikian dalam hal ini.

Pada dasarnya *e-commerce* adalah melakukan bisnis *online* dalam jenis atau bentuk bisnis apapun, yang melibatkan pembayaran pengembangan dan perencanaan produk, mengelola produksi atau manufaktur, pemasaran dan perwakilannya, penjualan, layanan, kolaborasi di antara sesama bisnis atau afiliasi, distribusi produk, riset, penyebaran informasi, penyusunan komunitas komersial, pendidikan, hiburan, dan jenis bisnis lain yang belum terpikirkan.<sup>16</sup>

*E-commerce* adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), penyedia layanan (*service provider*) dan pedagang perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer networks*), yaitu internet. *E-commerce* sudah meliputi seluruh spektrum kegiatan komersial.<sup>17</sup>

Julian Ding mendefinisikan *e-commerce* sebagai berikut:<sup>18</sup>

*“Electronic Commerce, or e-commerce as it is also known, is a commercial transaction between a vendor and a purchaser or parties in similar contractual relationship for the supply of goods, service or the acquisition of “rights”. This commercial transaction is executed or entered into in an electronic medium (or digital medium) where the physical presence of the parties is not*

---

<sup>16</sup> Kienan, Brenda. *Small Business Solutions E-Commerce E-Commerce Untuk Perusahaan Kecil*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2001) hlm. 4

<sup>17</sup> Sutan Remi Sjahdeini, *E-commerce Tinjauan Dari Perspektif Hukum Dalam Kompilasi Hukum Perikatan*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2001), hlm. 333

<sup>18</sup> Julian Ding, *E-commerce: Law & Practice*, (Malaysia: Sweet & Maxwell Asia 1999), hlm. 25

*required, and the medium exist in a public network or system as opposed to a private network (closed system). The transaction are concluded regardless of national boundaries or local requirements. “*

Menurut Howard E. Abrams, peristilahan perdagangan secara elektronik sebenarnya adalah “*refers to the use of computer networks to facilitate transaction involving the production, distributon, sale and delivery of goods and services in the market place.*”<sup>19</sup>

UNCITRAL *Model Law on Electronic Commerce with Guide to Enactment* 1996, yang merupakan acuan atau model peraturan dalam pelaksanaan *e-commerce* bagi negara-negara yang bernaung di bawah bendera Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), mendefinisikan *e-commerce* sebagai kegiatan transaksi pertukaran data elektronik dan komunikasi lainnya, termasuk alternatif dari metode komunikasi dan penyimpanan informasi yang menggunakan kertas, dalam konteks segala hubungan atau kegiatan perdagangan pada umumnya.

Dalam UU ITE, dikenal istilah transaksi elektronik yang adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.<sup>20</sup>

## 2.2 Jenis-Jenis *E-Commerce*

Secara umum, transaksi *e-commerce* dapat terbagi menjadi 6 (enam) jenis yaitu sebagai berikut:

1. *Business to Business* (B2B) adalah sistem komunikasi bisnis *online* antarpelaku bisnis. Dalam *Business to Business*, para pihak pada umumnya telah memiliki hubungan yang cukup lama. Informasi hanya dipertukarkan dengan partner tersebut sehingga jenis informasi yang dikirimkan dapat disusun sesuai kebutuhan dan kepercayaan. Pertukaran data (*data exchange*) berlangsung berulang-ulang dan secara berkala, dengan format

---

<sup>19</sup> Howard E. Abrams and Richard L. Doenberg, “How Electronic Commerce Works”, (1997 May 12, Tax Notes International), hlm. 1573

<sup>20</sup> Indonesia, *Undang-Undang Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik*, UU No. 11 Tahun 2008, LN No.58 Tahun 2008, ps.1 ayat 2

data yang sudah disepakati bersama sehingga memudahkan pertukaran data untuk dua entitas yang menggunakan standar yang sama.

2. *Business to Consumer (B2C)* merupakan model transaksi *e-commerce* yang dilakukan antara *e-merchant* sebagai pelaku usaha dengan *e-customer* sebagai konsumen atau pengguna akhir (*end user*). Transaksi *e-commerce* B2C ini pada dasarnya mirip dengan transaksi jual beli pada umumnya dengan transaksi retail dengan pembelian (*shopper*) individu.

Ciri-ciri transaksi B2C adalah:

- a. terbuka untuk umum, karena informasi disebar ke umum.
  - b. servis yang diberikan bersifat umum (*generic*) dengan mekanisme yang dapat digunakan oleh khalayak ramai. Sebagai contoh, karena sistem *web* sudah umum digunakan maka servis diberikan dengan menggunakan basis *web*.
  - c. servis diberikan dengan berdasarkan permohonan (*on demand*). Konsumen melakukan inisiatif dan prosedur harus siap memberikan respon sesuai dengan permohonan.
3. *Consumer to Consumer (C2C)* merupakan transaksi dimana konsumen menjual produk secara langsung kepada konsumen lainnya. Juga seorang individu yang mengiklankan produk barang atau jasa, pengetahuan, maupun keahliannya di salah satu situs lelang.
  4. *Consumer to Bussines (C2B)* merupakan individu yang menjual produk atau jasa kepada organisasi dan individu yang menjadi penjual dan melakukan transaksi.
  5. *Non-Bussines Electronic Commerce* meliputi kegiatan nonbisnis seperti kegiatan lembaga pendidikan, organisasi nirlaba, keagamaan dan lain-lain
  6. *Intrabussines (Organizational) Electronic Commerce*. Kegiatan ini meliputi semua aktivitas internal organisasi melalui internet untuk melakukan pertukaran barang, jasa, dan informasi, menjual produk perusahaan kepada karyawan, dan lain-lain.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> Andi Sunarti, *Seluk Beluk E-Commerce*, (Jogjakarta: Garailmu, 2009), hlm. 68-70



### 2.3 Model Bisnis *E-Commerce*

Terdapat berbagai jenis atau model usaha bisnis yang dapat dilakukan melalui jaringan internet. Beberapa diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Penjualan *online* secara langsung tanpa melalui perantara.
2. Sistem tender (*reverse auction*) elektronik yaitu model dimana seseorang pembeli meminta calon penjual untuk mengajukan penawaran harga sedangkan pemenangnya adalah penjual yang mengajukan harga terendah.
3. Lelang dengan harga beli "*name your own price*", yaitu model lelang dimana pembeli menentukan harga yang mampu dibayarnya dan mengajak para penjual yang dapat menjual dengan harga tersebut.
4. *Affiliate marketing*, yaitu perjanjian dimana rekanan pemasaran (perusahaan, organisasi, atau bahkan perorangan) mengacu konsumen ke situs web penjual.
5. *Viral marketing*, pemasaran dari "mulut ke mulut", dimana konsumen menganjurkan sebuah produk atau jasa perusahaan kepada teman-temannya atau orang lain dengan cara mengisi halaman yang berisi *hyperlink* pada web, misalnya dengan kalimat, "beri tahu pada teman Anda tentang produk ini" atau "beri tahu halaman ini pada teman Anda".
6. *Group purchasing*, pembelian dalam skala besar yang memungkinkan sekelompok pembeli mendapatkan potongan harga.
7. Lelang *online*, penjual menjual barangnya kepada penawar tertinggi.
8. Pasar elektronik (*e-market*) dan *exchange*, pertemuan dilakukan secara virtual antara penjual dan pembeli di *cyberspace*. Pihak penjual dan pembeli memiliki kedudukan yang sama. Penjual secara bebas menjajakan produk dan jasanya kepada pembeli, sementara pembeli dapat melakukan transaksi dengan penjual yang dipilihnya.
9. Integrator rantai pertambahan nilai (*value chain integrator*), pengintegrasian rangkaian proses atau aktifitas perubahan bahan mentah dari perusahaan yang berbeda menjadi produk jadi. Rantai nilai ini akan semakin meningkatkan efisiensi dan efektifitas proses penciptaan produk secara keseluruhan.<sup>22</sup>

## 2.4 Sistem Pembayaran Dalam *E-Commerce*

Sistem-sistem pembayaran melalui internet yang aman merupakan hal penting dalam bisnis *online*. Hal tersebut dikarenakan, jika para pelaku *e-commerce* tidak mengatur cara pembayaran seperti untuk menerima kartu kredit secara aman melalui internet, maka sistem pembayaran yang dipakai dapat menimbulkan penipuan atau pemalsuan kartu kredit yang akan berpengaruh pada pandangan konsumen dan masyarakat terhadap situs mereka. Dengan sistem-sistem pembayaran yang aman, akan semakin menjadi daya tarik bagi para calon pelanggan dan keyakinan mengenai legitimasi kepada siapa mereka membeli atau membayar. Adapun model-model pembayaran online antara lain sebagai berikut:

1. *Paypal*, yaitu salah satu sistem pembayaran (*payment processor*) teraman dan banyak digunakan di dunia internet. *Paypal* tidak berbeda dengan rekening bank. Hal pertama yang perlu dilakukan adalah membuat akun kemudian mengisi akun tersebut dengan dana dari kartu kredit atau mentransfer dana dari akun *paypal* orang lain. Jika proses tersebut telah selesai, maka pembeli atau konsumen sudah dapat menggunakan akun *paypal* untuk bertransaksi.
2. Kartu kredit, dapat digunakan dengan terlebih dahulu mendaftarkan diri sebagai konsumen pada *web* yang bersangkutan.
3. *Smartcard*, atau yang di Singapura dikenal dengan *cash card*, hampir sama dengan pemakaian kartu ATM yang biasa digunakan untuk berbelanja. Pada saat transaksi uangnya didebit langsung dari akun di bank.
4. *iCheck*, adalah metode pembayaran dengan menggunakan cek. Pembayaran ini membutuhkan nomor cek milik konsumen.
5. *E-gold*, dapat diperoleh dengan membuka rekening gratis di *www.E-gold.com*. *E-gold* adalah pembayaran virtual yang cukup digemari oleh penjual *e-book* dan *software* di internet.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> Ibid., hlm 70-72

<sup>23</sup> Andi Sunarti, hlm. 139-143

## 2.5 Kelebihan Dan Kekurangan *E-Commerce*

Dengan terjadinya penggabungan kekuatan antara teknologi komunikasi dengan informatika, telah mendorong perkembangan transaksi perdagangan yang dilakukan melalui teknologi tersebut yaitu dengan lahirnya sistem *e-commerce* yang telah banyak memberikan keuntungan yaitu :

### 1. Bagi pelaku usaha

- a. *E-commerce* dapat memperluas pemasaran bahkan hingga tingkat nasional dan internasional secara efektif dan efisien karena dapat dilakukan cukup melalui internet dengan biaya yang relatif murah dan waktu yang singkat.
- b. Dengan meningkatnya pemasaran, maka secara langsung dapat meningkatkan permintaan konsumen atau pelanggan dari para pengusaha dengan mudah dan cepat.
- c. Melalui efisiensi biaya, perusahaan dapat mengalihkan biaya guna meningkatkan tingkat produktifitas pegawainya.
- d. Lebih aman dibandingkan dengan toko biasa pada umumnya.

### 2. Bagi masyarakat/konsumen

- a. *E-commerce* memberikan kesempatan kepada masyarakat sebagai konsumen untuk berbelanja atau melakukan transaksi lainnya selama 24 jam untuk seluruh lokasi di seluruh dunia tanpa harus datang ke lokasi tujuan yang dimaksud.
- b. Dengan tidak perlunya konsumen datang ke lokasi di mana toko atau tempat belanja berada, konsumen dapat lebih menghemat biaya pengeluaran.
- c. *E-commerce* memberikan lebih banyak pilihan produk barang dan jasa beserta cara pembayarannya kepada konsumen.
- d. Dengan kecanggihan dunia internet, sebagian besar situs belanja *e-commerce* menyediakan forum bagi para konsumen untuk dapat bertukar informasi dengan para konsumen lainnya.
- e. Bagi masyarakat pada umumnya, dapat meningkatkan kreatifitas dan mengurangi pengangguran, karena dapat mendorong gairah masyarakat untuk berbisnis tanpa harus memiliki modal dan risiko yang besar.

Selain efektifitas dan efisiensi yang menjadi keunggulan *e-commerce*, namun masih terdapat kelemahan atau permasalahan dalam sistem transaksi *e-commerce*. Permasalahan tersebut antara lain terbagi dalam dua bagian yaitu:

1. Permasalahan yang sifatnya substantif, yakni:

- a. Keaslian data message dan tanda tangan elektronik. Masalah keotentikan data message ini menjadi permasalahan yang sangat vital karena *data message* inilah yang menjadi dasar utama terciptanya suatu kontrak dalam *e-commerce*.
  - b. Keabsahan (*validity*). Keabsahan suatu kontrak ini tergantung pada pemenuhan syarat-syarat kontrak. Apabila syarat-syarat kontrak telah terpenuhi, utamanya adalah kesepakatan atau persetujuan antara para pihak, maka kontrak dinyatakan telah terjadi.
  - c. Kerahasiaan (*confidentiality/privacy*). Kerahasiaan yang dimaksud meliputi kerahasiaan data dan/atau informasi dan juga perlindungan terhadap data dan informasi tersebut dari akses yang tidak sah dan berwenang.
  - d. Keamanan (*security*). Masalah keamanan merupakan masalah penting karena keberadaannya menciptakan rasa *confidence* bagi para *user* dan pelaku bisnis untuk tetap menggunakan media elektronik untuk kepentingan bisnisnya.
  - e. Ketersediaan (*availability*). Masalah keberadaan informasi yang dibuat dan ditransmisikan secara elektronik yang harus tersedia setiap kali dibutuhkan.
2. Permasalahan yang bersifat prosedural, yakni pengakuan dan daya mengikat putusan hakim suatu negara lain untuk diberlakukan dan dilaksanakan di negara lawan, sekalipun hal ini memakai instrumen-instrumen internasional, tetap menjadi permasalahan yang cukup kompleks.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> M. Asyad Sanusi, "Transaksi Bisnis dalam Electronic Commerce (E-Commerce): Studi tentang Permasalahan Hukum dan Solusinya", *Jurnal Hukum* No. 16 Vol 8 Maret 2001: 10-29, hlm 13

## 2.6 Aspek Hukum Perjanjian Dalam *E-Commerce*

Sebagai anggota masyarakat internasional yang turut serta dalam memanfaatkan kegiatan yang menggunakan teknologi informasi, khususnya internet atau yang dikenal dengan istilah *cyber*, Indonesia juga telah melahirkan rezim baru dalam hukum positif yang mengatur kegiatan pemanfaatan teknologi tersebut. Pemerintah bersama para legislator telah selesai merumuskan dan mensahkan Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik (UU ITE). UU ITE menjadi payung hukum bagi setiap kegiatan atau transaksi yang menggunakan teknologi informasi, tidak terkecuali dalam hal ini adalah internet.

Secara garis besar, UU ITE telah cukup menjawab kebutuhan orang-orang dalam melakukan kegiatan di dunia *cyber*. UU ITE dianggap telah mengakomodir ketentuan material dan juga prosedural. Dengan demikian UU ITE memberikan dan menjamin kepastian hukum dalam melaksanakan aktivitas melalui Sistem Elektronik.<sup>25</sup> Berkaitan dengan *e-commerce* sendiri, terdapat beberapa pasal yang mengatur kegiatan *e-commerce*, baik mengenai transaksi dan kontrak elektronik, maupun berkaitan dengan kewajiban pelaku usaha dan perlindungan terhadap hak konsumen.

Seperti telah disebutkan bahwa hubungan hukum antara para pihak dalam *e-commerce* didasarkan pada sebuah perjanjian atau kontrak yang dilakukan secara elektronik khususnya melalui internet atau *online*. UU ITE Pasal 1 ayat 17 mendefinisikan kontrak elektronik sebagai perjanjian para pihak yang dibuat melalui Sistem Elektronik.<sup>26</sup> Dalam Pasal 18 undang-undang yang sama, disebutkan lagi bahwa transaksi elektronik yang dituang dalam kontrak elektronik mengikat para pihak yang membuatnya.

Perjanjian atau kontrak *online* secara sederhana adalah perjanjian yang seluruh atau sebagian lahir dengan bantuan dan fasilitas di atas jaringan komputer

---

<sup>25</sup> "Tanya Jawab Seputar UU ITE", <http://www.batan.go.id/sjk/uu-ite.html> diunduh pada 24 Februari 2012

<sup>26</sup> Sistem elektronik adalah serangkaian perangkat dan prosedur elektronik yang berfungsi mempersiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan, dan/atau menyebarkan Informasi Elektronik (Pasal 1 ayat 5 UU ITE)

yang saling terhubung, dimana dalam perjanjian tersebut termuat dalam dokumen dan media elektronik lainnya.<sup>27</sup>

Edmon Makarim, mendefinisikan kontrak elektronik atau “*online contract*” sebagai perikatan ataupun hubungan hukum yang dilakukan secara elektronik dengan memadukan jaringan dari sistem informasi yang berbasis komputer (*computer based information system*) dengan sistem komunikasi yang berdasarkan atas jaringan dan jasa telekomunikasi yang selanjutnya difasilitasi oleh keberadaan komputer global internet (*network of network*). Jadi menurut Edmon dikatakan bahwa lingkup keperdataan khususnya aspek perikatan merujuk pada semua jenis dan mekanisme dalam melakukan hubungan hukum secara elektronik itu sendiri yang mencakup jual beli, lisensi dan perikatan lain yang sesuai dengan mekanisme perdagangan di masyarakat.<sup>28</sup> UNCITRAL *Model Law on Electronic Commerce with Guide to Enactment 1996* menyamakan keberlakuan dan pengakuan hukum antara kontrak *online* yang dilakukan melalui dunia maya dengan kontrak yang dilakukan dalam dunia nyata secara konvensional.<sup>29</sup> Dengan demikian jika dirangkum secara menyeluruh, terdapat 6 (enam) komponen dalam kontrak elektronik ini yaitu:<sup>30</sup>

1. ada kontrak dagang;
2. kontrak dilaksanakan dengan media elektronik (digital);
3. kehadiran fisik dari para pihak tidak diperlukan ;
4. kontrak itu terjadi dalam jaringan publik;
5. sistemnya terbuka, yaitu dengan internet atau www;
6. kontrak terlepas dari batas yurisdiksi nasional.

---

<sup>27</sup> Rosa Agustina “Kontrak Elektronik (*E-Contract*) Dalam Sistem Hukum Indonesia” *Gloria Juris*, No. 1 Vol 8 April 2008: 4-16, hlm. 8

<sup>28</sup> Edmon Makarim, *Pengantar Hukum Telematika, Suatu Kompilasi Kajian*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005), hlm. 255

<sup>29</sup> Assafa Endeshaw, “The Singapore E-Commerce ‘Code’”, (Information & Communications Technology Law, Oct 1999 Vol 8 No 3), hlm. 195-196

<sup>30</sup> Amalia Hanifah, *Kontrak Dagang Elektronik (e-commerce) Sebagai Suatu Bentuk Perjanjian Yang Melahirkan Perikatan*, Tesis , Fakultas Hukum Universitas Indonesia, Depok, Jawa Barat, 2004 hlm. 24

*Electronic commerce* atau *e-commerce*, sebagai sebuah kontrak atau perjanjian yang dibuat secara elektronik, merupakan kontrak yang tidak disebutkan atau diatur secara khusus dalam KUHPerdara atau yang dikenal dengan istilah perjanjian *innominaat* atau perjanjian yang tidak bernama.

Meskipun demikian, seperti diatur dalam pasal 1319 KUHPerdara, untuk segala bentuk perjanjian baik yang diatur maupun tidak diatur dalam KUHPerdara, tetap tunduk pada ketentuan-ketentuan umum yang tertuang dalam Buku III Bab I (tentang perikatan-perikatan pada umumnya) dan Bab II (tentang perikatan-perikatan yang dilahirkan dari perjanjian) yang ada. Hal tersebut didukung dengan sistem keterbukaan dalam KUHPerdara yang membebaskan prinsip kebebasan berkontrak yang ada di dalam KUHPerdara yang memberi kebebasan seluas-luasnya kepada seluruh masyarakat untuk membuat dan melaksanakan perjanjian apapun, sepanjang tidak bertentangan dengan hukum, ketertiban umum, dan kesusilaan. Para pihak diperbolehkan membuat dan mengatur ketentuan-ketentuan yang didasarkan pada kepentingan masing-masing yang menyimpang dari pasal-pasal hukum perjanjian dalam KUHPerdara sebagai undang-undang. Apabila para pihak tidak mengatur sendiri mengenai suatu hal, maka berkenaan dengan hal yang bersangkutan, pengaturannya dikembalikan pada pengaturan dalam undang-undang (KUHPerdara), termasuk dalam penelitian ini adalah kontrak atau perjanjian dalam *e-commerce*.

Perjanjian sendiri dalam Pasal 1313 KUHPerdara adalah suatu perbuatan satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih.

Dari definisi yang disebutkan di atas, dapat dirumuskan bahwa suatu perjanjian adalah:

1. suatu perbuatan;
2. antara sekurang-sekurangnya 2 (dua) orang atau lebih dari 2 (dua) orang;
3. perbuatan yang dimaksud melahirkan perikatan di antara pihak-pihak yang berjanji tersebut.

Sedangkan para ahli hukum memberikan pendapat mereka sendiri tentang pengertian perjanjian. J.Satrio menyebutkan bahwa perjanjian dapat mempunyai dua arti, yaitu arti luas dan arti sempit, dalam arti luas suatu perjanjian berarti

setiap perjanjian yang menimbulkan akibat hukum sebagai yang dikehendaki oleh para pihak termasuk didalamnya perkawinan, perjanjian kawin, dan lain-lain, dan dalam arti sempit perjanjian disini berarti hanya ditujukan kepada hubungan-hubungan hukum dalam lapangan hukum kekayaan saja, seperti yang dimaksud oleh buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Menurut R. Subekti, perjanjian adalah suatu peristiwa dimana ada seseorang berjanji untuk melaksanakan suatu hal.<sup>31</sup> Sedangkan definisi perjanjian menurut M. Yahya Harahap sebagai berikut:

”Perjanjian adalah suatu hubungan hukum kekayaan atau harta benda antara dua orang atau lebih yang memberik kekuatan hak pada satu pihak untuk memperoleh prestasi dan sekaligus mewajibkan pada pihak lain untuk menunaikan prestasi”<sup>32</sup>.

### 2.6.1 Asas-asas Hukum Perjanjian

Dalam rangka menciptakan keseimbangan dan memelihara hak-hak yang dimiliki oleh para pihak sebelum perjanjian yang dibuat menjadi perikatan yang mengikat bagi para pihak, oleh Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) diberikan berbagai asas umum, yang merupakan pedoman atau patokan, serta menjadi batas atau rambu dalam mengatur dan membentuk perjanjian yang akan dibuat hingga pada akhirnya menjadi perikatan yang berlaku bagi para pihak, yang dapat dipaksakan pelaksanaan atau pemenuhannya.<sup>33</sup> Berikut beberapa asas dalam pelaksanaan hukum perjanjian, yang paling melekat dan berhubungan dalam konteks kontrak *online*, yang diatur dalam KUHPerdata.

---

<sup>31</sup> R. Subekti, *Aneka Pejanjian*, (Bandung: PT Alumni, 1984), hlm. 1

<sup>32</sup> M. Yahya Harahap, *Segi-segi Hukum Perjanjian*, (Bandung: Penerbit Alumni, 1986), hlm. 6

<sup>33</sup> Kartini Muljadi dan Gunawan Widjaja, *Perikatan Yang Lahir dari Perikatan Perjanjian*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006), hlm. 14



#### 1. asas personalia

Asas ini diatur dalam KUHPerduta Pasal 1315 yang berbunyi bahwa pada umumnya tak seorang pun dapat mengikatkan diri atas nama sendiri atau meminta ditetapkannya suatu janji selain untuk dirinya sendiri. Dari rumusan pasal tersebut dapat dipahami bahwa dalam membuat sebuah perjanjian, seseorang berkapasitas atau berwenang untuk bertindak sebagai individu atau subjek hukum pribadi, yang akan berlaku dan mengikat untuk dirinya sendiri.

#### 2. asas konsensualitas

Bahwa pada dasarnya, suatu perjanjian yang dibuat diantara dua orang atau lebih telah mengikat para pihak tersebut dan telah melahirkan hak dan kewajiban bagi para pihak, setelah para pihak tersebut mencapai kata sepakat atau konsensus. Jadi, dalam asas ini, perjanjian telah berlaku dan mengikat para pihak setelah lahirnya kesepakatan, tanpa perlu adanya formalitas atau tindakan tertentu dalam perjanjian atau tanpa perlu menunggu adanya proses penyerahan hak milik. Meskipun KUHPerduta juga memberikan beberapa pengecualian dalam beberapa perjanjian yang tetap membutuhkan tindakan atau formalitas tertentu agar perjanjian yang dimaksud dapat sah dan mengikat para pihak seperti perjanjian gadai, perjanjian penghibahan atau perjanjian perdamaian.

#### 3. asas kebebasan berkontrak

Mengingat bahwa Buku III KUHPerduta bersifat terbuka terhadap segala bentuk perjanjian selain yang telah disebut dalam KUHPerduta, maka dalam hukum perjanjian dikenal asas kebebasan berkontrak. Setiap individu dibebaskan untuk membuat dan melaksanakan perjanjian apapun, sepanjang tidak bertentangan dengan hukum, ketertiban umum, dan kesusilaan yang dilarang.

#### 4. asas *pacta sun servanda*

Asas ini diatur dalam Pasal 1338 ayat (1) KUHPerduta yang mengatakan bahwa semua perjanjiann yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya. Ketentuan ini merupakan konsekuensi pengaturan bahwa setiap perikatan dapat lahir dari undang-undang maupun

perjanjian. Jadi, perjanjian merupakan sumber perikatan yang jika segala sesuatu telah disepakati dalam perjanjian, maka para pihak yang bersangkutan harus melaksanakan apa yang mereka sepakati.

#### 5. asas itikad baik

Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara mengatur bahwa perjanjian-perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik. Rumusan aturan asas tersebut memberi perintah kepada para pihak pembuat perjanjian untuk menghormati dan melaksanakan apa yang telah disepakati.

Berkaitan dengan keberlakuan hukum perjanjian dalam KUHPerdara terhadap aturan *e-commerce*, selain berlaku juga asas-asas umum hukum perjanjian seperti yang telah disebutkan diatas, menurut Mariam Darus Badruzaman, dalam *e-commerce* juga ditambah dengan asas-asas khusus yang berlaku dalam kontrak dagang elektronik antara lain yaitu: a. asas internasional (global), b. asas yurisdiksi di dalam ruang maya (*cyber space*), c. asas informasi, d. asas kerahasiaan, e. asas pengamanan, f. asas standard kontrak, g. asas elektornik, h. asas domain, i. asas kuasa, j. asas penyerahan.<sup>34</sup>

#### 2.6.2 Jenis-Jenis Perjanjian

Perjanjian dapat dibedakan menurut berbagai cara. Pembedaan tersebut adalah sebagai berikut:<sup>35</sup>

1. Perjanjian timbal balik  
Perjanjian timbal balik adalah perjanjian yang menimbulkan kewajiban pokok bagi kedua belah pihak. Misalnya perjanjian jual beli.
2. Perjanjian cuma-cuma dan perjanjian atas beban  
Perjanjian dengan cuma-cuma adalah perjanjian yang memberikan keuntungan bagi salah satu pihak saja, misalnya hibah. Sedangkan perjanjian atas beban adalah perjanjian dimana terhadap prestasi dari

---

<sup>34</sup> Mieke Komar Kantaatmadja, et. al., *Cyberlaw: Suatu Pengantar*, (Tanpa Kota: ELIPS II, 2002), hlm 16

<sup>35</sup> Mariam Darus Badruzaman, *Kitap Undang-Undang Hukum Perdata Buku III Tentang Hukum Perikatan dengan Penjelasan*, (Bandung: Penerbit Alumni, 1983), hlm. 90-94

pihak yang satu telah terdapat kontraprestasi dari pihak lain, dan antara kedua prestasi itu ada hubungannya menurut hukum.

3. Perjanjian khusus (*benoemd*) dan perjanjian umum (*onbenoemd*)  
Perjanjian khusus adalah perjanjian yang mempunyai nama sendiri. Maksudnya adalah bahwa perjanjian-perjanjian tersebut diatur dan diberi nama oleh pembentuk undang-undang, berdasarkan tipe yang paling banyak terjadi sehari-hari. Sedangkan perjanjian umum adalah perjanjian-perjanjian yang tidak diatur dalam KUHPerdara, tetapi terdapat di dalam masyarakat.
4. Perjanjian kebendaan (*zakelijk*) dan perjanjian *obligatoir*  
Perjanjian kebendaan adalah perjanjian dimana seseorang menyerahkan haknya atas sesuatu kepada pihak lain. Sedangkan perjanjian *obligatoir* adalah perjanjian dimana pihak-pihak mengikatkan diri untuk melakukan penyerahan kepada pihak lain.
5. Perjanjian konsensual dan perjanjian riil  
Perjanjian konsensual adalah perjanjian dimana diantara kedua belah pihak telah tercapai persesuaian kehendak untuk mengadakan perikatan. Sedangkan perjanjian riil adalah perjanjian yang lahir dan mengikat setelah terjadi penyerahan.

### 2.6.3 Syarat Sah Perjanjian

Sebagai salah satu sumber dari perikatan, agar supaya suatu perjanjian dapat dinyatakan sah dan mempunyai kekuatan mengikat secara hukum bagi para pihaknya, harus dipenuhi dahulu syarat sahnya perjanjian sebagaimana yang diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdara. Menurut pasal 1320 KUHPerdara, syarat sahnya perjanjian terdiri dari:

1. Sepakat;
2. Cakap;
3. Mengenai suatu hal tertentu;
4. Suatu sebab yang halal.

## Syarat Subjektif

### *Kesepakatan*

Syarat pertama merupakan awal dari terbentuknya perjanjian, yaitu adanya kesepakatan atau persesuaian kehendak antara para pihak tentang isi perjanjian yang mereka kehendaki masing-masing secara timbal balik. Kata sepakat ini tidak boleh dipengaruhi oleh tiga hal yang dilarang, yaitu adanya unsur paksaan (Pasal 1324 KUHPerdara), penipuan (Pasal 1328 KUHPerdara), dan kekeliruan (Pasal 1322 KUHPerdara). Apabila dapat dibuktikan bahwa terdapat ketiga unsur tersebut dalam lahirnya kata sepakat antara para pihak, maka perjanjian tersebut tidak sah dan dapat dimintakan pembatalan (Pasal 1321 KUHPerdara).

Ajaran tentang kapan saat terjadinya kesepakatan, yaitu:<sup>36</sup>

1. teori pernyataan (*uitingstheorie*)  
Mengajarkan bahwa kesepakatan terjadi pada saat kehendak pihak yang menerima penawaran menyatakan bahwa ia menerima penawaran tersebut.
2. teori pengiriman (*verzendingstheorie*)  
Mengajarkan bahwa kesepakatan terjadi pada saat pihak yang menerima itu mengirimkan penerimaannya.
3. teori pengetahuan (*vernemingstheorie*)  
Mengajarkan bahwa kesepakatan lahir apabila pihak yang menawarkan seharusnya sudah mengetahui adanya penerimaan
4. teori penerimaan (*ontvangstheorie*)  
Kesepakatan terjadi pada saat pihak yang menawarkan menerima langsung jawaban dari pihak lawan

Teori pengiriman atau yang sering dikenal dengan istilah *mailbox* atau *expedition theory* dan teori penerimaan atau yang sering dikenal dengan *reception theory* merupakan 2 (dua) teori kesepakatan yang paling umum digunakan dalam pembuatan dan pelaksanaan kontrak atau perjanjian. Indonesia sendiri, sebagai negara penganut *civil law* lebih mengenal dan menggunakan teori penerimaan

---

<sup>36</sup> Sudikno Mertokusumo, Hukum Acara Perdata Indonesia, (Yogyakarta: Liberty, 1987), hlm. 15

dimana kesepakatan terjadi saat penerimaan telah diterima lagi oleh pihak yang menawarkan.<sup>37</sup>

### *Kecakapan Para Pihak*

Kecakapan untuk bertindak ini berkaitan dengan kewenangan manusia sebagai subjek hukum dalam melakukan suatu perbuatan hukum yang melahirkan akibat hukum, tidak terkecuali dalam membuat sebuah perjanjian. Dalam Pasal 1330 KUHPerdara disebutkan mereka yang dinyatakan tidak cakap untuk membuat perjanjian adalah:

1. anak yang belum dewasa.
2. orang yang ditaruh di bawah pengampuan.
3. perempuan yang telah kawin, yang dalam hal-hal yang ditentukan undang-undang dan pada umumnya semua orang yang oleh undang-undang dilarang untuk membuat perjanjian tertentu. Namun, dengan lahirnya asas nondiskriminasi dan UU No. 1 Tahun 1974 Tentang Perkawinan yang mengatur bahwa hak dan kedudukan suami dan istri adalah seimbang dalam kehidupan rumah tangga dan masyarakat, ketentuan ayat (3) tidak berlaku lagi.

### **Syarat Objektif**

#### *Mengenai suatu hal tertentu*

Secara yuridis suatu perjanjian harus mengenai hal tertentu yang telah disetujui sebagai pokok perjanjian. Suatu hal tertentu disini adalah objek perjanjian dan isi perjanjian yang secara jelas harus ditentukan jenis dan jumlahnya sebagaimana diatur dalam Pasal 1333 KUHPerdara.

#### *Suatu sebab yang halal*

Sebab di sini dapat bukanlah dalam arti sebagai dorongan atau motivasi yang menyebabkan seorang membuat perjanjian. Hal tersebut dikarenakan undang-undang tidak mempedulikan motivasi seseorang untuk membuat sebuah

---

<sup>37</sup> Gary F. Bell, "Comparative contract law (with a few insight on evidence)", hlm. 8, disampaikan di Fakultas Hukum Universitas Indonesia pada 19 Mei 2005

perjanjian.<sup>38</sup> KUHPerdota sendiri tidak mendefinisikan apa yang dimaksud dengan kausa atau sebab, namun dari Pasal 1335 KUHPerdota, dapat disimpulkan bahwa perjanjian yang mempunyai kekuatan legal adalah perjanjian yang bukan tanpa sebab, bukan karena sebab yang palsu, dan bukan sebab yang terlarang. Sebab seseorang membuat perjanjian tersebut kemudian tidak boleh bertentangan dengan undang-undang, ketertiban umum, dan kesusilaan (Pasal 1337 KUHPerdota).

Tidak terpenuhinya syarat-syarat subyektif dan obyektif di atas dapat menyebabkan perjanjian menjadi tidak sah. Perjanjian tidak sah karena tidak terpenuhinya salah satu syarat subyektif dan akan mengakibatkan perjanjian itu dapat dimintakan pembatalan oleh salah satu pihak melalui pengadilan. Apabila tidak sahnya perjanjian itu disebabkan karena tidak terpenuhinya syarat obyektif maka perjanjian tersebut langsung batal demi hukum (*null and void*) dan secara hukum sejak awal dianggap tidak pernah ada perjanjian.

#### **2.6.4 Akibat Hukum Perjanjian**

Perjanjian merupakan suatu perbuatan hukum, perbuatan yang melahirkan akibat hukum kepada para pihak yang membuatnya. Perjanjian yang memiliki akibat hukum adalah perjanjian yang telah memenuhi syarat sah suatu perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdota. Perjanjian yang sah melahirkan perikatan atau hubungan hukum yang mengikat diantara para pihak yang membuatnya, dimana terhadap para pihak diletakan hak dan kewajiban secara timbal balik sesuai dengan yang disepakati. Para pihak terikat untuk dituntut melaksanakan sepenuhnya layaknya undang-undang bagi mereka dan dilarang menariknya secara sepihak tanpa persetujuan dari pihak yang lainnya. Hal ini sebagaimana dinyatakan Pasal 1338 KUHPerdota ayat (1) yaitu perjanjian yang dibuat oleh para pihak secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak dan ayat (2) yaitu perjanjian yang telah dibuat tidak dapat ditarik kembali kecuali adanya kesepakatan dari para pihak atau karena adanya alasan yang dibenarkan oleh undang-undang

---

<sup>38</sup> Subekti, *Hukum Perjanjian*, hlm. 21

Definisi dari perikatan sendiri adalah suatu hubungan hukum diantara dua atau lebih pihak, dimana pihak yang satu mempunyai kewajiban untuk memenuhi sesuatu yang menjadi hak pihak lain (beri dan tuntutan prestasi) dan begitu sebaliknya secara timbal balik. Pihak yang mempunyai kewajiban itu dinamakan juga pihak berhutang atau debitur, sedangkan pihak yang mempunyai hak itu disebut juga pihak penagih atau kreditur (pihak berpiutang).<sup>39</sup>

Jadi, inti dari sebuah perjanjian adalah perbuatan hukum yang mengakibatkan lahirnya hak dan kewajiban yang mengikat secara hukum bagi para pihak yang membuatnya, yang disebut prestasi. Prestasi yang dimaksud meliputi perbuatan-perbuatan:

- a. memberikan atau menyerahkan sesuatu, misalnya menyerahkan barang dan harga dalam perjanjian jual beli barang.
- b. melakukan sesuatu, misalnya menyelesaikan pembangunan jembatan dalam perjanjian pemborongan pekerjaan, atau perjanjian untuk membuat suatu karya seni.
- c. tidak melakukan sesuatu, misalnya perjanjian untuk tidak mendirikan tembok, atau perjanjian untuk tidak bekerja di perusahaan lain bagi seorang pegawai di salah satu perusahaan.

### **Wanprestasi**

Setelah perjanjian timbul dan mengikat para pihak, hal yang harus diperhatikan selanjutnya adalah tentang pelaksanaan perjanjian itu sendiri. Apakah perjanjian tersebut dilaksanakan sepenuhnya oleh masing-masing pihak atau tidak. Tidak jarang terjadi pelanggaran perjanjian, saat salah satu pihak tidak melaksanakan ketentuan atau kewajiban yang telah disepakati atau dinyatakan dalam perjanjian. Keadaan dimana salah satu pihak tidak melaksanakan apa yang telah dijanjikan dan disepakatinya, baik secara sengaja atau karena lalai atau alpa, itu disebut dengan wanprestasi. Wanprestasi sendiri dapat berupa empat macam yaitu tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukannya, melaksanakan apa yang dijanjikannya tetapi tidak sebagaimana mestinya, melakukan apa yang

---

<sup>39</sup> Mashudi dan Moch. Chidir Ali, *Pengertian-Pengertian Elementer Hukum Perjanjian Perdata*, (Bandung: CV Mandar Maju, 2001), hlm. 17

dijanjikannya tetapi terlambat, atau melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya.<sup>40</sup>

Sedangkan hukuman atau akibat-akibat yang tidak enak bagi debitur yang wanprestasi ada empat macam, yaitu:<sup>41</sup>

1. membayar kerugian yang diderita oleh kreditur atau dengan singkat dinamakan ganti rugi.
2. pembatalan perjanjian atau juga yang dinamakan pemecahan perjanjian
3. peralihan risiko.
4. membayar biaya perkara, apabila sampai diperkarakan di pengadilan.

### **2.6.5 Berakhir Atau Hapusnya Perjanjian**

Setiap perjanjian atau persetujuan yang dibuat, apapun nama, bentuk, isi dan jenisnya, tentu mempunyai batas waktu berakhirnya atau masa jatuh temponya. Dalam Pasal 1381 KUHPerduta, terdapat sepuluh cara hapusnya perjanjian, yaitu:

- a. pembayaran (Pasal 1382 sampai dengan Pasal 1402 KUHPerduta).
- b. penawaran pembayaran tunai diikuti dengan penyimpanan atau penitipan (Pasal 1404 sampai dengan Pasal 1412 KUHPerduta).
- c. pembaharuan utang (Pasal 1413 sampai dengan 1424 KUHPerduta).
- d. perjumpaan utang atau kompensasi (Pasal 1425 sampai dengan 1435 KUHPerduta).
- e. percampuran utang (Pasal 1436 sampai dengan 1437 KUHPerduta).
- f. pembebasan utang (Pasal 1438 sampai dengan 1443 KUHPerduta).
- g. musnahnya barang yang terutang (Pasal 1444 sampai dengan 1445 KUHPerduta).
- h. batal atau pembatalan (Pasal 1446 sampai dengan 1456 KUHPerduta).
- i. berlakunya syarat batal.

---

<sup>40</sup> Subekti, *Hukum Perjanjian*, hlm. 45

<sup>41</sup> Ibid.



- j. lewatnya waktu.

## 2.7 *E-Commerce* Sebagai Sebuah Perjanjian

Secara luas, sebenarnya dalam kontrak elektronik atau kontrak *e-commerce* terkandung beberapa unsur dari beberapa perjanjian atau perjanjian campuran seperti perjanjian jual beli, kuasa, sewa, lisensi, dan sebagainya. Namun demikian, transaksi *e-commerce* adalah kontrak elektronik yang pada hakikatnya atau cenderung lebih banyak mengandung unsur dari transaksi atau perjanjian jual beli, sehingga mengenai lingkup atau aspek perikatannya pada mekanisme hubungan dalam perjanjian jual beli.

Pengertian dari jual beli sendiri menurut Pasal 1457 KUHPerdota adalah suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.

Jual beli sendiri adalah suatu perjanjian konsensual, yaitu jual beli sudah dianggap lahir sebagai suatu perjanjian yang sah dan mengikat secara hukum pada detik tercapainya sepakat, yang merupakan salah satu syarat sah perjanjian, antara penjual dan pembeli mengenai unsur-unsur yang pokok yaitu barang dan harga, meskipun barang itu belum diserahkan dan harganya belum dibayar (Pasal 1458 KUHPerdota). Selain itu, jual beli juga merupakan perjanjian obligatoir seperti termaktub dalam Pasal 1459 KUHPerdota, yang artinya, hak milik belum berpindah dari penjual kepada pembeli selama belum diadakan penyerahan (*levering*). Dalam jual beli, baru terdapat hubungan hukum yaitu meletakkan hak dan kewajiban dari penjual dan pembeli secara timbal balik, yaitu penjual menyerahkan hak milik atas barang yang dijualnya kepada pembeli dan pembeli membayar harga atas barang tersebut kepada penjual. Jadi, di dalam jual beli terdapat 2 (dua) perbuatan hukum yang berdiri sendiri-sendiri namun saling berkaitan yaitu kesepakatan dalam perjanjian itu sendiri dan perbuatan yuridis penyerahan yang caranya ada 3 (tiga macam) tergantung dari macam barangnya apakah barang yang dimaksud adalah barang bergerak, barang tetap (tak bergerak), atau barang tak bertubuh.

Jika pada transaksi jual beli secara konvensional, pada umumnya para pihak yaitu penjual dan pembeli bertemu atau bertatap muka secara langsung atau diwakilkan, melakukan penawaran dan permintaan langsung dan kemudian bersepakat pada saat tertentu, perbedaan tentu ada pada transaksi jual beli melalui internet (*e-commerce*), yang pihak-pihaknya dikenal dengan istilah *e-merchant* (sebagai pihak yang menawarkan barang dan jasa melalui internet) dan *e-consumen* (pihak yang membeli barang dan jasa melalui internet). Kedua belah pihak tidak berada pada satu tempat yang sama untuk bertatap muka menyatakan maksud dan niat masing-masing secara langsung. Pada dasarnya, cara jual beli yang dilakukan secara konvensional di toko-toko atau pusat perbelanjaan maupun jual beli dalam *e-commerce* adalah serupa. Hanya saja dalam *e-commerce*, kontrak jual beli dilakukan melalui media elektronik yaitu internet.

Jual beli melalui web misalnya, atau yang dikenal dengan *electronic shopping mall* yang menggunakan *websites* untuk menjajakan berbagai produk dan servis. Para penjual produk dan servis membuat sebuah *storefront* yang menyediakan katalog produk dan servis yang diberikannya disertai dengan segala informasi mengenai harga, spesifikasi barang, *terms and condition*, dan informasi lain yang terkait. Calon pembeli dapat melihat-lihat produk dan servis yang tersedia seperti halnya dalam kehidupan sehari-hari dengan melakukan *window shopping*. Kemudian pengunjung situs atau pembeli yang menerima dan setuju untuk membeli dengan melakukan serangkaian klik yang kemudian penerimaan dan pemberitahuan penerimaan tersebut dikirim ke email pembeli.<sup>42</sup>

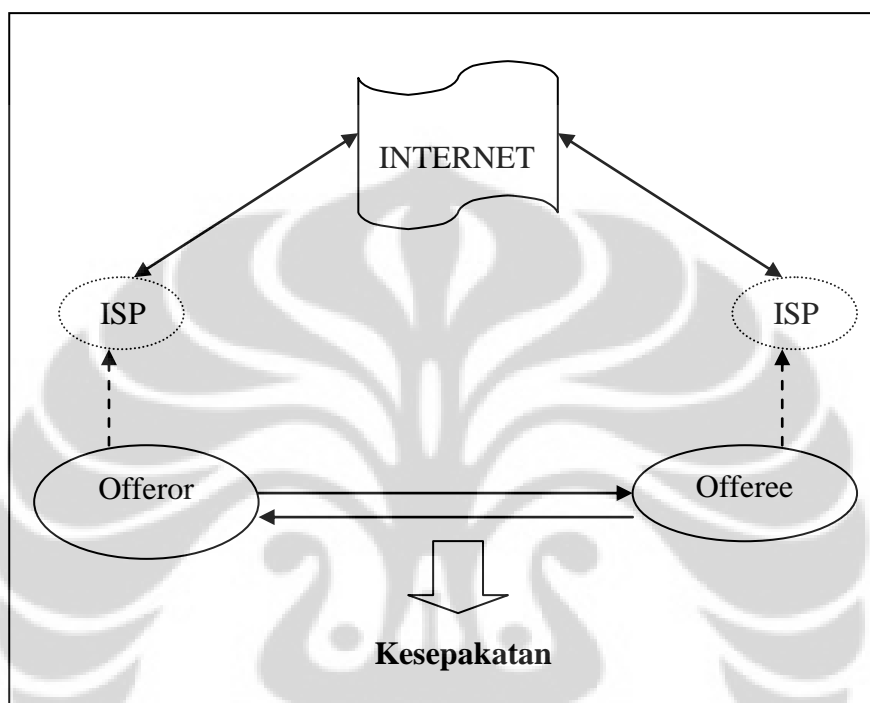
Satu yang paling menjadi pertanyaan tentunya adalah bagaimana kontrak elektronik ini dikatakan lahir secara sah dan memberi kekuatan mengikat secara hukum bagi para pihak sehingga dapat dipaksakan pelaksanaannya. Salah satu yang menjadi perhatian adalah bagaimana para pihak menyampaikan kesepakatan, yang merupakan salah satu syarat agar perjanjian menjadi sah dan mengikat. Secara umum, KUHPdata tidak mengatur secara pasti pada saat kapan sebenarnya kesepakatan terjadi. Jika pada jual beli konvensional kesepakatan untuk “sepakat” dapat langsung secara lisan atau tertulis dinyatakan oleh para pihak, maka dalam

---

<sup>42</sup> “E-Commerce”, Deris Stiawan, 2002, [deris.unsri.ac.id/materi/deris/ecommerce\\_deris.pdf](http://deris.unsri.ac.id/materi/deris/ecommerce_deris.pdf), diunduh pada 29 Februari 2012

kontrak elektronik memiliki cara sendiri yaitu dengan melakukan serangkaian klik (*click wrap contract*), apakah 1 (satu), 2 (dua) atau 3 (tiga) kali klik,<sup>43</sup> pada ikon atau simbol “setuju” atau “sepakat” berupa ikon atau tombol “yes” atau “agree” atau “buy” atau “beli”.

**Gambar 2.1**<sup>44</sup>



Dengan melakukan serangkaian klik tersebut, dalam pandangan kebanyakan pengguna internet khususnya konsumen belanja *online*, konsumen dianggap telah menerima dan menyetujui persyaratan dan kondisi (*terms and condition*) yang diatur dalam kontrak elektronik karena serangkaian klik yang dilakukan tersebut sama halnya dengan tanda tangan konsumen. Dengan mengklik tombol tanda setuju tersebut, dimana karena situs yang digunakan masuk dalam 1

<sup>43</sup> Klik pertama yaitu saat calon pembeli memasuki situs dan melihat-lihat penawaran dari calon penjual yang tampak pada situs di layer computer, klik kedua yaitu ketika calon pembeli menerima dan menyetujui penawaran dari calon penjual dengan semua syarat dan ketentuannya, dan klik ketiga adalah saat calon penjual mengakseptasi persetujuan dari calon pembeli.

<sup>44</sup> Pada gambar ini, sebagaimana pada perjanjian konvensional umumnya, penawaran langsung dari *offeror* kepada *offeree*, yang dengan diterima atau disetujui penawaran tersebut oleh *offeree*, lahirlah kesepakatan diantara keduanya.

(satu) sistem, sehingga tanda setuju tersebut dapat langsung diakseptasi oleh situs yang bersangkutan, dan konsumen menjadi terikat secara hukum terhadap transaksi yang dilakukannya. Selain itu, sepanjang telah memenuhi syarat-syarat sahnya suatu perjanjian seperti adanya kesepakatan dari para pihak mengenai suatu hal yang hendak diperjualbelikan, kontrak yang telah disepakati tersebut menjadi undang-undang bagi para pihak, yang apabila salah satu pihak ada yang merasa dirugikan oleh pihak yang lainnya dapat menggugat pihak yang lain itu dengan dasar wanprestasi.<sup>45</sup> Hal tersebut dipertegas dalam Pasal 18 UU ITE yang mengatur bahwa transaksi elektronik yang dituang dalam kontrak elektronik mengikat para pihak.

Selain itu, berkenaan dengan keabsahan kontrak elektronik diatur dalam UU ITE Pasal 5 ayat (3) yang menyatakan bahwa informasi elektronik<sup>46</sup> dan/atau dokumen elektronik<sup>47</sup> dianggap sah apabila menggunakan sistem elektronik yang telah disertifikasi sesuai dengan UU ITE.

Mengenai kesepakatan sebagai syarat sah lahirnya transaksi atau kontrak elektronik tersebut, dalam Pasal 20 ayat (1) disebutkan bahwa jika tidak disepakati lain oleh para pihak, transaksi atau kontrak elektronik terjadi pada saat penawaran transaksi yang dikirimkan pengirim<sup>48</sup> telah diterima dan disetujui oleh penerima<sup>49</sup> kecuali ditentukan lain oleh para pihak. Maka, waktu terjadinya transaksi adalah ketika penerima telah melakukan dua tindakan yaitu menerima

<sup>45</sup> “Tanya Jawab Seputar UU ITE”, <http://www.batan.go.id/sjk/uu-ite.html>

<sup>46</sup> Informasi elektronik adalah Informasi Elektronik adalah satu atau sekumpulan data elektronik, termasuk tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto, *electronic data interchange (EDI)*, surat elektronik (*electronic mail*), telegram, teleks, *telecop*y atau sejenisnya, huruf, tanda, angka, Kode Akses, simbol, atau perforasi yang telah diolah yang memiliki arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya (Pasal 1 ayat 1 UU ITE)

<sup>47</sup> Dokumen Elektronik adalah setiap Informasi Elektronik yang dibuat, diteruskan, dikirimkan, diterima, atau disimpan dalam bentuk analog, digital, elektromagnetik, optikal, atau sejenisnya, yang dapat dilihat, ditampilkan, dan/atau didengar melalui Komputer atau Sistem Elektronik, termasuk tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto atau sejenisnya, huruf, tanda, angka, Kode Akses, simbol atau perforasi yang memiliki makna atau arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya (Pasal 1 ayat 4 UU ITE)

<sup>48</sup> Pengirim adalah subjek hukum yang mengirimkan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik (Pasal 1 ayat 18 UU ITE)

<sup>49</sup> Penerima adalah subjek hukum yang menerima Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dari Pengirim (Pasal 1 ayat 19 UU ITE)

penawaran elektronik (pada saat informasi elektronik yang dikirim oleh pengirim telah memasuki sistem elektronik di bawah kendali penerima) dan menyetujui penawaran dari pengirim tersebut.<sup>50</sup> Pasal 20 ayat (2) undang-undang yang sama menambahkan bahwa penerimaan atau persetujuan atas penawaran transaksi elektronik sebagaimana diatur dalam ayat (1) harus dilakukan dengan pernyataan penerimaan secara elektronik.

Membahas mengenai kesepakatan dalam jual beli melalui internet (*e-commerce*) tersebut, penting juga membahas mengenai tanda tangan elektronik atau *digital signature*. Apabila dalam transaksi pada umumnya yang menggunakan kertas (*paper-based transaction*), banyak menggunakan dokumen-dokumen transaksi yang ditandatangani oleh, untuk, dan atas nama para pihak. Tujuan utama pembubuhan tanda tangan tersebut adalah untuk membuktikan bahwa dokumen tersebut adalah betul berasal dari atau telah disetujui oleh orang yang membubuhkan tanda tangan itu.<sup>51</sup>

Dalam transaksi *e-commerce* yang menggunakan internet, *digital signature* atau *electronic signature* menjadi pemecahan masalah untuk menunjukkan bentuk kesepakatan atau persetujuan para pihak mengenai transaksi yang tertuang dalam dokumen-dokumen elektronik, yang menggunakan teknik-teknik *cryptography* yang selain dapat menjadi bentuk "sepakat" juga merupakan teknik pengamanan dalam transaksi elektronik.

*Cryptography*, dalam *Oxford Advanced Learner's Dictionary*, diberi arti "the art of writing or solving codes", yaitu seni untuk menulis dan memecahkan sandi.

#### 1. *Encryption* dan *Decryption*

*Encryption* dan *Decryption* adalah dua unsur *cryptography*. *Encryption* adalah proses untuk membuat informasi menjadi tidak dapat dipahami (*unintelligible*) bagi pembaca yang tidak berwenang. *Decryption* adalah proses

---

<sup>50</sup> Pada penjelasan Pasal 20 Ayat (1) UU ITE dikatakan Transaksi Elektronik terjadi pada saat kesepakatan antara para pihak yang dapat berupa, antara lain pengecekan data, identitas, nomor identifikasi pribadi (*personal identification number/PIN*) atau sandi lewat (*password*).

<sup>51</sup> Sutan Remy Sjahdeini, "Sistem Pengamanan E-Commerce", *Jurnal Hukum Bisnis*, (Vol 18, Maret 2002), hlm. 10

untuk membalik *encryption* agar informasi tersebut dapat dibaca kembali oleh penerima informasi yang berwenang. Secara tradisional, *cryptography* dilakukan oleh pengirim dengan menggunakan kode rahasia (*secret code*) atau kunci rahasia (*secret key*) untuk melakukan enkripsi (*encryption*) terhadap informasi tersebut.

## 2. *Symmetric* dan *Asymmetric Cryptosystem*

Ada 2 (dua) jenis sistem *cryptography* (*cryptographic system* atau *cryptosystem*), yaitu *symmetric system* dan *asymmetric system*. *Symmetric system* atau yang disebut juga dengan *secret key cryptosystem*, didasarkan pada *single secret key* yang digunakan oleh kedua belah pihak yang terlibat dalam suatu hubungan komunikasi. Dengan kata lain, kunci yang sama digunakan oleh kedua belah pihak, yaitu pihak pengirim menggunakan kunci itu untuk melakukan enkripsi (*encryption*) sedangkan pihak penerima menggunakan kunci itu untuk melakukan dekripsi (*decryption*). *Asymmetric cryptosystem*, atau yang disebut pula dengan sebutan *public key cryptosystem*, adalah *cryptosystem* yang mendasarkan pada penggunaan sepasang kunci. Kedua kunci yang berpasangan itu adalah *private key* dan *public key*. *Public key cryptosystem* adalah suatu sistem dimana pesan yang telah dienkripsi dengan menggunakan kunci kedua yang menjadi pasangannya, demikian pula sebaliknya. Dengan kata lain, apabila suatu pesan dienkripsi dengan menggunakan *private key* dari pengirim, maka pesan tersebut hanya mungkin didekripsi dengan menggunakan *public key* pengirim yang diketahui penerima. Sebaliknya, apabila pesan tersebut dienkripsi dengan menggunakan *public key* dari penerima, maka pesan tersebut hanya mungkin didekripsi dengan menggunakan *private key* dari penerima.

Pencantuman *digital signature* pada suatu *electronic document* oleh pengirim adalah untuk lebih memberi kepastian kepada penerima mengenai otentikasi pengirim dari *electronic document*. Pembubuhan *digital signature* di samping bertujuan untuk memastikan bahwa pesan tersebut bukan dikirimkan oleh orang lain, tetapi memang dikirimkan oleh pengirim yang dimaksud, juga bertujuan untuk dapat dijadikan alat bukti kuat secara hukum bahwa isi pesan yang telah dikirimkan oleh pengirim itu disetujui oleh pengirimnya.<sup>52</sup>

Diatur juga dalam UU ITE bahwa tanda tangan elektronik yang tertuang dalam dokumen elektronik dan/atau informasi elektronik termasuk juga hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah sesuai dengan hukum acara yang berlaku di Indonesia (Pasal 5 jo. Pasal 44 huruf b UU ITE).

Pasal 1 ayat 12 UU ITE menyebutkan bahwa tanda tangan elektronik adalah tanda tangan yang terdiri atas informasi elektronik yang digunakan sebagai alat verifikasi dan autentikasi. Dalam UU ITE, tanda tangan elektronik diatur dalam Bab III Pasal 11 dan Pasal 12. Beberapa pasal lain, masih dalam UU ITE, dikatakan bahwa tanda tangan elektronik memiliki kekuatan hukum dan akibat hukum yang sah apabila telah memenuhi persyaratan sebagaimana yang disebutkan dalam Pasal 11 UU ITE, dan seperti juga yang telah dibahas diatas, Pasal 12 UU ITE mengatur bahwa setiap orang yang terlibat dalam pembubuhan tanda tangan elektronik harus memberi pengamanan atas tanda tangan yang digunakannya tersebut.

Kesepakatan yang lahir dalam perjanjian jual beli, bagaimana pun bentuk kesepakatan itu, melahirkan juga hubungan hukum yang memberikan hak dan kewajiban bagi kedua belah pihak secara timbal balik yaitu sebagai penjual dan pembeli. Dalam Buku III Bagian Kedua dan Ketiga KUHPerdara, diatur mengenai kewajiban kedua belah pihak yang adalah juga menjadi hak bagi masing-masing secara timbal balik. Bagi penjual, yang menjadi kewajiban utamanya adalah menyerahkan hak milik atas barang yang telah disepakati untuk diperjualbelikannya sesuai dengan jenis barangnya apakah barang bergerak, tidak bergerak, atau barang tak bertubuh, serta menanggung kenikmatan tentram dan cacat-cacat tersembunyi yang ada pada barang yang bersangkutan. Sedangkan bagi pihak pembeli, kewajiban utamanya sudah tentu adalah membayar harga pembelian atas barang yang diperjualbelikan, dengan sistem pembayaran dan pada waktu serta di tempat sebagaimana yang telah disepakati dalam perjanjian di antara mereka.

---

<sup>52</sup> Ibid., hlm 11

## BAB 3

### PENGATURAN *E-COMMERCE* DI SINGAPURA

#### 3.1 Hukum *E-Commerce* Di Singapura

Sebagaimana diketahui bahwa perkembangan teknologi informasi telah menjadi fenomena global yang banyak mempengaruhi kehidupan masyarakat dunia. Salah satu pengaruh dirasakan dalam bidang ekonomi khususnya perkembangan dalam bidang perdagangan, yang tidak lagi dilakukan secara konvensional, melainkan telah bereformasi dan dapat dilakukan melalui sistem teknologi informasi khususnya internet. Transaksi *e-commerce* ini masih memiliki berbagai kekurangan atau permasalahan, dan masalah yang paling menjadi perhatian adalah berkenaan dengan kepastian hukum bagi para pihak yang terlibat dalam kontrak jual beli *online* atau *online contract* tersebut.

*Elektronic commerce* atau *e-commerce*, sebagai fenomena yang sedang dialami masyarakat dunia, termasuk Indonesia seperti telah dijelaskan dalam bab sebelumnya, juga terjadi di negara tetangga Indonesia, yaitu Singapura. Bahkan *e-commerce* bukan lagi menjadi hal yang baru dan asing di Singapura mengingat negara tersebut diperhitungkan sebagai salah satu negara yang memiliki sistem teknologi informasi yang komprehensif karena didukung dengan fasilitas dan infrastruktur yang lebih cepat melesat maju dibandingkan dengan negara-negara tetangganya di Asia. Selain itu perlu juga diingat bahwa Singapura merupakan salah satu poros atau pusat kegiatan perdagangan dunia yang menjadi favorit orang-orang dari berbagai negara. Perancang ekonomi Singapura memang telah memulai mempromosikan penyebarluasan aplikasi sistem teknologi informasi sejak tahun 1980 karena melihat hal itu sebagai strategi untuk merestrukturisasi perekonomian melalui peningkatan nilai tambah. Pembuat kebijakan di Singapura berkomitmen untuk melakukan transformasi sumber ekonomi dan menjadikan Singapura sebagai pusat informasi perdagangan.<sup>53</sup>

---

<sup>53</sup> Garry Rodan, "The Internet and Political Control in Singapore", (Political Science Quarterly, Vol. 113, No. 1, Spring, 1998), hlm.. 69-70



Singapura memang mempunyai rancana ambisius menjadi “bangsa digital” yang sesungguhnya di dunia, dan menjadi pusat penyelenggara *e-commerce* terbesar di Asia bahkan dunia. Untuk mengakomodir kebutuhan tersebut, Singapura juga telah memikirkan untuk segera membuat dan mengesahkan aturan hukum yang terbaik sebagai acuan pelaksanaan *e-commerce* agar tercipta kepercayaan dan kepastian kepada penyelenggaraan *e-commerce* di Singapura. Sebagai *common law* yang menjadikan putusan pengadilan sebagai hukum, Singapura mencoba untuk mendahului membuat undang-undang sendiri yang mengatur tentang kegiatan di internet, tidak terkecuali mengenai transaksi dan kontrak elektronik. Hal tersebut sebagaimana diutarakan oleh pejabat senior Kejaksaan Agung sekaligus Ketua Panitia Rancangan ETA Singapura, Charles Lim, yaitu “teknologi bergerak sangat cepat, yang jika kita menunggu pengadilan untuk membuat hukum maka itu akan terlalu lama”.<sup>54</sup>

Berbagai pengaturan hukum mengenai sistem teknologi informasi telah lahir di Singapura yang memiliki topik-topik tertentu yang dibuat secara tersendiri. Beberapa diantaranya adalah *Electronic Transaction Act*, *IPR Act (Intellectual Property Rights Act)* yang berhubungan dengan penggunaan hak kekayaan intelektual di internet, *Computer Misuses Act* yang berhubungan penyalahgunaan penggunaan komputer, *Broadcasting Authority Act* yang berhubungan penyiaran, hingga *Evidence Act* yang mengatur mengenai pembuktian di media internet.

Salah satu yang menjadi pokok pembahasan dalam penelitian ini adalah *Electronic Transaction Act 1998 (Cap 88) (ETA)* yang disahkan pertama kali pada Juli 1998. Inilah yang menjadi kelebihan Singapura yang membuat pengaturan secara khusus dan tersendiri mengenai transaksi elektronik khususnya kontrak *online*. ETA mengadopsi aturan perdagangan elektronik dalam konvensi Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) yaitu *UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce with Guide to Enactment 1996*. ETA kemudian direvisi dan

---

<sup>54</sup> Assafa Endeshaw, “The Singapore E-Commerce ‘Code’”, hlm. 191-194

diundangkan kembali pada Juli 2010 dan sekarang diganti menjadi *Electronic Transaction Act 2010* (Cap 88).<sup>55</sup>

ETA mempunyai 3 (tiga) komponen dasar sebagai payung hukum bagi kegiatan transaksi elektronik yaitu tata cara pembentukan kontrak, keabsahan tanda tangan digital yang digunakan para pihak dalam bertransaksi *online* dan keabsahan dokumen elektronik serta otoritas sertifikasi. Komponen lain dalam transaksi internet yang diatur dalam ETA yaitu tanggung jawab penyedia jasa jaringan, otoritas sertifikasi, hingga tanggung jawab pemerintah. Adapun tujuan dari diundangkannya ETA adalah sebagai berikut.<sup>56</sup>

1. Memfasilitasi komunikasi elektronik terhadap dokumen elektronik yang dapat dipercaya.
2. Memfasilitasi perdagangan elektronik, menghapuskan penghalang perdagangan elektronik dari penulisan dan persyaratan tanda tangan yang tidak sah atas, dan untuk meningkatkan perkembangan peraturan hukum dan infrastruktur bisnis yang diperlukan untuk menerapkan menjamin keamanan perdagangan elektronik.
3. Memudahkan penyimpanan secara elektronik dokumen pemerintah dan perusahaan menurut undang-undang, dan untuk meningkatkan efisiensi pelayanan pada kantor pemerintahan dengan dokumen elektronik terpercaya.
4. Meminimalkan adanya pemalsuan dokumen elektronik, perubahan yang disengaja maupun tidak, tidak disengaja dan disengaja tentang dokumen, dan penipuan dalam perdagangan elektronik, dan transaksi elektronik yang lainnya.
5. Menuju pembentukan peraturan yang seragam dan baku sesuai mengenai keabsahan dokumen elektronik.
6. Meningkatkan kepercayaan, integritas dan keandalan dokumen dan perdagangan elektronik, dan menumbuhkan perkembangan perdagangan elektronik melalui penggunaan tandatangan yang

---

<sup>55</sup> “Electronic Transaction Act”, <http://www.ida.gov.sg/Policies%20and%20Regulation/20060420164343.aspx>, diunduh pada 5 Maret 2012

<sup>56</sup> Part 1 Article 3, ETA Cap 88

elektronik dengan terjaminnya keaslian dan integritas surat menyurat yang menggunakan media elektronik.

Di luar daripada keunggulan ETA dalam mengakomodir pengaturan dalam kegiatan *e-commerce* yaitu mengenai elektronik, keabsahan tanda tangan digital dan dokumen elektronik, masih terdapat masalah yang ditinggalkan ETA. Dalam ETA, segala maksud para pihak yaitu *offering* (penawaran) dan *acceptance* (penerimaan) yang dituang dalam kontrak elektronik diakui secara sah dan mengikat secara hukum bagi para pihak yang membuatnya. Namun ETA tidak mengatur secara jelas mengenai bagaimanakah atau pada saat kapan terbentuknya kontrak atau perjanjian (elektronik) yang sah dan mengikat tersebut. Seperti telah disinggung sebelumnya *UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce with Guide to Enactment 1996*, menyamakan keberlakuan dan pengakuan hukum antara kontrak *online* yang dilakukan melalui dunia maya dengan kontrak yang dilakukan dalam dunia nyata secara konvensional, sehingga berkenaan dengan format kapan terbentuknya kontrak *online* atau kontrak elektronik mengacu atau kembali pada peraturan hukum kontrak yang telah ada diatur di masing-masing negara<sup>57</sup>. Selain itu yang perlu diketahui bahwa *Model Law* ini tidak menetapkan syarat-syarat bagi pembentukan dan pelaksanaan kontrak elektronik. Secara umum, pada intinya *UNCITRAL Model Law* ini menetapkan :

1. Suatu pesan elektronik harus mengikat secara hukum.
2. Suatu pesan elektronik dapat berisikan informasi yang dapat digunakan sebagai referensi.
3. Suatu pesan elektronik adalah suatu tulisan untuk tujuan hukum, apabila dapat diakses sebagai referensi di kemudian hari.
4. Suatu pesan elektronik mencakup suatu tandatangan, apabila dapat diidentifikasi orang yang mengirim pesan tersebut dan indikasi bahwa orang tersebut telah menyetujui informasi dalam pesan tersebut.
5. Suatu pesan elektronik merupakan suatu dokumen asli (*original*), apabila informasi yang dikandung dapat secara terpercaya dipertahankan dalam bentuk aslinya.

---

<sup>57</sup> Paragraph 76-80 *Guide To Enactment UNCITRAL Model Law 1996*

6. Suatu pertukaran pesan elektronik dapat menimbulkan suatu penawaran (*offer*) dan penerimaan (*acceptance*) dan karenanya membentuk suatu kontrak yang sah.<sup>58</sup>

Dalam ETA Cap 88 Pasal 2 ayat (1) jo. Pasal 8, tanda tangan elektronik dan segala macam bentuk tertulisnya diartikan sebagai cara untuk mengidentifikasi seseorang dan maksud dari orang tersebut dalam hal menjamin kebenaran informasi dalam dokumen elektronik dan dokumen yang berkaitan lain yang dibuatnya. Selain itu tanda tangan elektronik juga berguna untuk membuktikan bahwa dokumen elektronik yang dimaksud adalah benar dari orang yang berwenang membuatnya.

### 3.2 Aspek Hukum Kontrak Dalam *E-Commerce* Di Singapura

Seperti telah dikatakan di atas, ETA tidak mengatur mengenai bagaimanakah kontrak yang sah dan mengikat atau pada saat kapan terbentuknya kontrak tersebut. Berdasarkan UNCITRAL *Model Law* yang menyamakan keberlakuan hukum antara kontrak *online* yang dilakukan melalui dunia maya dengan kontrak yang dilakukan dalam dunia nyata secara konvensional, berkenaan dengan format kontrak dan kapan terbentuknya kontrak *online* atau kontrak elektronik mengacu atau kembali pada peraturan hukum kontrak yang telah ada diatur di masing-masing negara, dalam hal ini Singapura adalah sebagai negara *common law*.

Hukum perjanjian atau hukum kontrak di Singapura sebagian besar masih didasarkan pada sistem hukum kontrak *common law* di negara Inggris. Namun, pertanyaan muncul yaitu peraturan Inggris mana saja yang dapat diterapkan di Singapura. Oleh sebab itu parlemen Singapura melalui undang-undang tentang Penerapan Hukum Inggris atau *The Application of the English Law Act 1993* (AELA 1993) memberi kepastian untuk menetapkan bahwa *common law* Inggris, sepanjang masih menjadi bagian dari hukum Singapura sebelum 12 November 1993 dan sepanjang hal tersebut dapat diterapkan pada keadaan-keadaan di

---

<sup>58</sup> Gerarld R Ferrera, et.al., *Cyber Law*, (Ohio: South-Western College Publishing, 2000), hlm.. 363

Singapura dan harus dimodifikasi atau dibatasi jika keadaan khusus di Singapura mengharuskannya, akan tetap menjadi bagian dari hukum Singapura.

Sebagai negara dengan sistem *common law*, kebanyakan ketentuan atau aturan hukum, tidak terkecuali bidang hukum kontrak di Singapura ditetapkan oleh hakim bentuk putusan pengadilan (*judge made law*), yang kebanyakan putusan tersebut bersumber atau berdasar pada hukum adat atau hukum kebiasaan setempat yang tentunya berbeda-beda, yang tentu dirasa ketidakpastiannya. Untuk menghindari hal tersebut maka mulai diterapkan asas hukum yang bernama *the rule of presedent* yaitu keputusan-keputusan hakim yang sudah ada harus dijadikan pegangan sebagai hukum tertulis atau suatu putusan hakim harus mengikuti putusan hakim yang telah ada sebelumnya.<sup>59</sup> Namun, tidak sedikit undang-undang atau statuta<sup>60</sup> yang dibuat oleh Parlemen yang juga dijadikan sebagai hukum tertulis. Kebanyakan statuta tersebut berasal dari statuta perdagangan di Inggris. Terdapat sekitar 13 statuta perdagangan Inggris yang menjadi atau ditarik menjadi bagian dalam statuta perdagangan Republik Singapura.<sup>61</sup> Salah satu statuta Inggris yang menjadi bagian dari hukum dagang di Singapura semenjak diberlakukannya AELA 1993, yang akan masuk dalam pembahasan penelitian ini yaitu *English Sale of Goods Act 1979*.

Hal tersebut memang tidak mengherankan, mengingat bahwa Singapura merupakan salah satu negara yang pernah dijajah oleh Inggris dan menjadi negara persemakmuran Inggris atau *commonwealth* hingga saat ini, yang merupakan salah satu negara penganut sistem hukum Anglo Saxon atau *common law*. Serupa dengan Indonesia yang menjadi negara jajahan Belanda, yang merupakan salah satu negara penganut sistem hukum Eropa Kontinental atau *civil law*, yang hingga saat ini pun masih menggunakan kodifikasi hukum perjanjian

---

<sup>59</sup> Hardijan Rusli, *Hukum Perjanjian Indonesia dan Common Law*, (Jakarta: PT. Midas Surya Grafindo, 1996), hlm. 15-16

<sup>60</sup> Statuta adalah peraturan perundang-undangan yang menyatakan, melarang atau memerintah sesuatu, undang-undang tertentu yang tertuang secara tertulis. (<http://legal-dictionary.thefreedictionary.com/statute>)

<sup>61</sup> “*The Law of Contract*” <http://www.singaporelaw.sg/content/ContractLaw.html>, diunduh pada 18 Februari 2012

buatan Belanda *Burgerlijk Wetboek* atau Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata).

### 3.2.1 Elemen-Elemen Kontrak

Jika di Indonesia terdapat syarat sah perjanjian yang diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata yaitu sepakat, cakap, suatu hal tertentu, dan sebab yang halal, Singapura yang berada dibawah sistem hukum kontrak *common law* pun demikian. Dalam sistem kontrak *common law*, sebuah kontrak adalah pada dasarnya sebuah kesepakatan antara 2 (dua) atau lebih pihak, yang mengandung ketentuan yang memberi tanggungjawab atau akibat secara hukum bagi para pihak untuk melaksanakan hak dan kewajibannya masing-masing.<sup>62</sup> Semua kontrak adalah persetujuan, namun tidak semua persetujuan adalah kontrak. Agar tercipta suatu kontrak, dalam sistem hukum *common law* terdapat 4 (empat) elemen atau unsur yang harus terpenuhi sebagai syarat sahnya kontrak. Unsur-unsur tersebut adalah:

1. Harus ada kesepakatan atau persetujuan para pihak (yang biasanya menunjukkan adanya sebuah penawaran dari satu pihak dan penerimaan dari pihak yang lainnya);
2. Para pihak memiliki kapasitas atau kecakapan untuk membuat kontrak;
3. Persetujuan yang dibuat para pihak harus dimaksudkan untuk terikat sebagai sebuah kontrak;
4. Persetujuan harus disertai dengan konsiderasi.<sup>63</sup>

Inilah yang menjadi perbedaan yang cukup prinsipil antara pendekatan terhadap hukum kontrak atau perjanjian yang dilakukan dalam tradisi Anglo Saxon (*common law*) dan Eropa Kontinental (*civil law*). Dalam tradisi hukum Anglo Saxon, perhatian penuh diberikan terhadap proses kontrak dari hulu ke hilir, sementara dalam tradisi hukum Eropa Kontinental perhatian lebih ditekankan pada tahap hilirnya. Karena itu, dalam tradisi hukum Anglo Saxon sangat banyak teori hukum yang berkuat pada proses awal suatu kontrak, seperti

<sup>62</sup> "The Law of Contract" <http://www.singaporelaw.sg/content/ContractLaw.html>

<sup>63</sup> Walter Woon ed., *Basic Business Law in Singapore*, (Singapore: Prentice Hall, 2000), hlm. 27

pada proses penawaran kontrak (*offering*), penerimaan (*acceptance*), prestasi balik (*consideration*), dan doktrin *estoppel*. Sementara dalam sistem hukum Eropa Kontinental, teori hukum pada proses awal kontrak ini, yaitu mengenai penawaran dan permintaan tidak begitu berkembang seperti dalam Anglo Saxon.<sup>64</sup> Konsep *offering* and *acceptance* sebenarnya dikenal juga dalam sistem hukum civil law (Eropa Kontinental) termasuk Indonesia, tetapi doktrin ini lebih berkembang dalam sistem common law terbukti dengan lahirnya doktrin *consideration* dan *promissory estoppel* seperti tersebut diatas.<sup>65</sup>

## 1. Kesepakatan

Secara sederhana, persetujuan atau kesepakatan tercapai ketika salah satu pihak (*offeror*) membuat sebuah penawaran atau janji yang kemudian diterima oleh pihak lainnya (*offeree*), tanpa perlu memperhatikan lagi bagaimana bentuk kesepakatan atau persetujuan tersebut, apakah tertulis atau hanya sekedar lisan.

### a. Offer

Penawaran adalah sebuah janji atau bentuk kehendak lainnya yang dibuat oleh *offeror* dengan ketentuan-ketentuan tertentu yang ditetapkannya yang ditujukan kepada seseorang yang dimaksud yang disebut dengan *offeree*. Sebuah penawaran harus dibuat secara jelas dengan maksud untuk mengikat diri *offeror* ke dalam ketentuan yang telah ditetapkan terhadap *offeree*. Dengan kata lain, apabila seseorang sekedar membuat sebuah informasi seperti iklan atau sebuah katalog, tanpa ada kehendak untuk terikat, misalnya penawaran kepada masyarakat secara umum tanpa tanpa tertuju pada pihak tertentu secara spesifik, maka itu hanya akan menjadi undangan untuk bertindak (*invitation to treat*) bagi pihak lainnya atau masyarakat umum, yang kemudian masyarakat yang menentukan apakah akan mengajukan permintaan atau tidak terhadap orang tersebut. Inilah juga yang menjadi pembeda dengan Indonesia sebagai penganut

---

<sup>64</sup> Munir Fuady, *Perbandingan Hukum Perdata*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2005), hlm. 25

<sup>65</sup> *Ibid.*, hlm. 34

*civil law*, konsep *invitation to treat* tidak diatur. Jadi, dalam hal suatu pernyataan masih memerlukan persetujuan lebih lanjut dari orang yang “dianggap” menawarkan (*offeror*), maka pernyataan tersebut bukanlah penawaran (*offer*) melainkan merupakan negosiasi pendahuluan. Contoh sederhananya adalah seperti dalam pasar swalayan dimana harga dari barang-barang yang dipajang dicantumkan langsung pada barang yang bersangkutan. Pemajangan barang tersebut adalah bukan penawaran (*offer*), melainkan *invitation to treat*, karena pembeli yang mengambil barang tersebut untuk dibeli masih bisa membatalkannya dengan mengembalikan barang tersebut ke tempatnya semula. Bila pemajangan barang tersebut sudah merupakan penawaran (*offer*) maka setiap pembeli yang telah mengambil barang tersebut tidak lagi bisa membatalkan membeli secara sepihak. Sehingga berdasarkan hal itu setiap permintaan dari pembeli baru dikatakan sah dan mengikat saat telah dibawa ke kasir dan disetujui oleh kasir.<sup>66</sup>

Penawaran dapat berakhir dengan adanya ada 3 (tiga) keadaan yaitu seperti penarikan penawaran setiap saat selama belum ada penerimaan dan selama diberitahukan kepada pihak yang ditawarkan, penolakan terhadap penawaran, termasuk pembuatan kontra penawaran atau penawaran balik (*counter offer*), serta apabila *offeror* atau kedua belah pihak yaitu *offeror* dan *offeree* meninggal dunia, maka penawaran juga dianggap berakhir.<sup>67</sup>

#### **b. Acceptance (Penerimaan)**

Apabila penawaran telah dibuat, kesepakatan tidak akan lahir sampai *offeree* memberikan tanda menerima penawaran tersebut. Jadi, tidak ada kesepakatan apabila *offeree* menolak penawaran dari *offeror*. Selain itu, penerimaan yang melahirkan kesepakatan adalah penerimaan total tanpa disertai dengan syarat atau perubahan tertentu.<sup>68</sup> Contohnya adalah apabila Alfa menawarkan kepada Delta sebuah buku dengan harga 10,000 rupiah. Dalam hal,

---

<sup>66</sup> Hardijan Rusli, hlm. 54

<sup>67</sup> “The Law of Contract” <http://www.singaporelaw.sg/content/ContractLaw.html>

<sup>68</sup> Walter Woon ed., hlm. 29



Delta mengatakan bahwa Ia menerima penawaran buku tersebut dengan harga 7,000 rupiah, maka apa yang dilakukan oleh Delta bukan penerimaan, melainkan penawaran balik (*counter-offer*) atau dapat dikatakan sebagai penolakan secara tidak langsung terhadap harga yang ditawarkan oleh Alfa.

Sistem hukum kontrak di *common law* mengatur, bahwa sebuah penerimaan harus disampaikan, baik secara tertulis maupun lisan. Keadan diam saja tidak cukup menurut hukum, sehingga *offeror* tidak dapat menetapkan bahwa diamnya *offeree* sebagai tanda penerimaan atas penawarannya.

Dewasa ini, transaksi perdagangan banyak dilakukan melalui surat, telepon, telegram, atau yang melalui sistem teknologi yang canggih seperti internet atau surat elektronik, dimana *offeror* dan *offeree* berada di tempat yang berbeda. Seperti dijelaskan bahwa penerimaan harus disampaikan, namun dikecualikan dalam hal ini, bahwa penerimaan dianggap telah terjadi saat *offeree* mengirim penerimaannya, bukan pada saat *offeror* menerima penerimaan tersebut. Jadi, kontrak lahir pada saat *offeree* mengirim surat penerimaannya, meskipun pada akhirnya penerimaan tersebut tidak pernah sampai di tangan *offeror*.<sup>69</sup>

## **2. Kecakapan Membuat Perjanjian**

Perjanjian atau kontrak pada dasarnya dapat dilakukan oleh setiap orang. Namun, terdapat beberapa orang yang memiliki pengecualian atau pengaturan khusus dalam membuat perjanjian. Dalam sistem hukum *common law* Singapura, anak dibawah umur, orang dengan keterbatasan mental dan pemabuk alkohol adalah orang yang dianggap tidak cakap dalam membuat perjanjian.

Bagi anak dibawah umur, perjanjian yang dibuatnya adalah tidak mengikatnya secara bertentangan untuk merugikannya. Menurut hukum Singapura, anak dibawah umur adalah mereka yang berusia dibawah 21 tahun yang diatur dalam *Minors' Contract Act* (Cap 389). Secara umum, anak dibawah umur tidak memiliki kewajiban atau tanggung jawab untuk melunasi utang atau membayar barang yang dipesan. Akan tetapi, seorang anak dibawah umur tetap berkewajiban untuk untuk membayar barang-barang yang dianggap sebagai

---

<sup>69</sup> Ibid., hlm. 30

kebutuhan dasarnya, yaitu kebutuhan yang apabila tidak dipenuhi maka yang bersangkutan tidak dapat menjalani kehidupannya. Contoh lain adalah anak di bawah umur terikat pada kontrak untuk melakukan pekerjaan selama kontrak tersebut sesuai dengan rasa keadilan si anak, termasuk mengenai upah atas pekerjaannya harus dibayarkan kepada anak yang bersangkutan.<sup>70</sup>

Perjanjian yang dibuat oleh orang dengan keterbatasan mental dan yang dalam keadaan mabuk adalah sah, kecuali terbukti bahwa orang yang bersangkutan tidak mampu memahami apa yang dilakukannya dan pihak lawannya mengetahui keterbatasannya itu. Hal itu dapat dilihat dalam Pasal 3 ayat (2) *Sales of Goods Act 1979* mengatakan bahwa orang dalam keterbatasan mental atau hilang akal atau mabuk tetap diharuskan untuk membayar harga atas barang yang telah dibelinya.<sup>71</sup>

Pengaturan mengenai kapasitas untuk membuat kontrak, juga berlaku terhadap perusahaan atau korporasi. Dalam sistem *common law*, perusahaan asing hanya dapat membuat kontrak apabila anggaran dasarnya memberi kewenangan kepadanya untuk melakukan hal tersebut. Apabila perusahaan tersebut melakukan *ultra vires* yaitu tetap melakukan kontrak padahal tidak ada kewenangan yang melandasinya, maka kontrak yang bersangkutan batal dan tidak dapat dipaksakan pelaksanaannya. Sedangkan bagi perusahaan yang didirikan di Singapura, apabila yang bersangkutan melakukan *ultra vires*, kontrak tetap sah dan dapat dipaksakan keberlakuannya.<sup>72</sup>

### 3. Maksud Untuk Terikat Dalam Kontrak

Supaya persetujuan atau kesepakatan mengikat sebagai sebuah kontrak, para pihak harus mempunyai maksud untuk saling mengikatkan diri dalam suatu hubungan hukum yaitu dengan melaksanakan hak dan kewajiban sesuai dengan apa yang telah dimaksud dan disepakati kedua belah pihak. *Offeror* melakukan

---

<sup>70</sup> Ibid., hlm. 32

<sup>71</sup> “*The Law of Contract*” <http://www.singaporelaw.sg/content/ContractLaw.html>

<sup>72</sup> Walter Woon ed., hlm. 33

penawaran dengan maksud yang jelas untuk mengikat diri kepada *offeree* terhadap apa yang telah dijanjikannya.

#### 4. *Consideration* (Konsiderasi)

Selain *offer* and *acceptance*, hampir di semua sistem hukum kontrak di negara yang menganut sistem hukum *common law*, mengharuskan adanya konsiderasi dalam kontrak atau perjanjian yang dibuat. *Consideration is something be given in return, consideration can be viewed as counter promise, price, or action* (Paul Latimer , 1998: 271). Secara bebas dapat diterjemahkan bahwa konsiderasi adalah sesuatu timbal balik yang diberikan yang dapat berupa kontra janji, harga, atau perbuatan.

Konsiderasi (*consideration*) adalah setiap manfaat atau imbalan atau kontra prestasi yang diperoleh dari pihak yang melakukan prestasi, atau janji untuk memberikan manfaat atau janji untuk melakukan prestasi oleh pihak lawan kontrak atau penerima kontrak (*offeree*), atau kerugian yang dialami oleh pihak lawan kontrak karena adanya suatu kontrak meskipun kerugian tersebut belum tentu bermanfaat bagi pihak pembuat kontrak atau janji (*offeror*).<sup>73</sup> Jadi di dalam sistem hukum yang demikian dalam sistem *common law* hibah bukan merupakan kontrak karena manfaat atau prestasi hanya berasal dari 1 (satu) pihak yaitu dari pemberi hibah

Dalam doktrin konsiderasi, dapat diilustrasikan sebuah pernyataan seseorang “Saya memberikan sepatu kepada Anda”, yang apabila pernyataan tersebut tidak disertai dengan konsiderasi atau kontra prestasi dari pihak lawan (*offeree*) yang dimaksud sebagai manfaat timbal balik kepada *promissor*, maka belum berarti orang yang menyatakannya (*offeror*) terikat untuk benar-benar harus menyerahkan sepatu yang bersangkutan. Hukum (pengadilan) tidak mengatur batas kecukupan dari nilai sebuah konsiderasi apakah sesuai atau tidak dengan nilai janjinya. Pelaksanaan kewajiban yang telah ditetapkan sebagai timbal balik sudah dapat dikategorikan sebagai konsiderasi, apabila pelaksanaan dilakukan secara nyata yang membawa keuntungan bagi pembuat janji (*offeror*). Konsiderasi

---

<sup>73</sup> Munir Fuadi, hlm. 45

harus memiliki hubungan kausa dengan janji yang bersangkutan, yang dengan demikian, imbalan tidak dapat berupa sesuatu yang telah dilakukan sebelum atau sesudah janji dibuat atau terpisah dengan janji yang bersangkutan.

Pada prinsipnya, menurut sistem hukum *common law*, suatu kontrak atau perjanjian adalah sah apabila mempunyai konsiderasi didalamnya. Adapun konsiderasi dapat berupa:

1. Keuntungan bagi para pihak, dengan adanya kontra prestasi dari pihak lawan.
2. Kerugian yang ditanggung pihak lawan, meskipun belum tentu kerugian tersebut akan menjadi keuntungan bagi pihak yang lainnya.
3. Formalitas dalam kontrak tertentu seperti segel yang lain sebagainya.<sup>74</sup>

Keberatan terhadap kekakuan doktrin konsiderasi diatas dilakukan dengan lahirnya doktrin *promissory estoppel*. *Promissory estoppel* atau yang dalam bahasa Indonesia diartikan sebagai larangan menyangkal adalah suatu doktrin hukum yang mencegah seseorang (*offeror*) untuk menarik kembali janjinya, dalam hal pihak yang menerima janji (*offeree*) telah melakukan sesuatu perbuatan atau tidak berbuat sesuatu dan akan menderita kerugian apabila *offeror* menarik janjinya (Paul Latimer, 1989: 280).

Jadi menurut doktrin ini, suatu janji adalah mengikat terlepas disertai atau tidak oleh konsiderasi. Adapun syarat agar doktrin *estoppel* ini dapat diberlakukan yaitu, pertama harus ditunjukkan bahwa ada janji yang dibuat, kedua apabila janji tersebut ditarik oleh pembuat janji akan menjadi tidak adil bagi pihak penerima janji, dan yang ketiga apabila penerima janji harus telah mempercayai janji yang dibuat oleh pembuat janji dan mendapat kerugian saat pembuat janji menarik janjinya.<sup>75</sup>

Dengan demikian, sebuah kontrak atau perjanjian pada dasarnya adalah sebuah persetujuan atau kesepakatan antara dua pihak atau lebih, dengan ketentuan-ketentuan yang melahirkan hak dan kewajiban untuk mengikat secara hukum kedua belah pihak. Kesepakatan atau persetujuan itu tercapai saat semua elemen perjanjian terpenuhi yaitu *offer* dan *acceptance*, yang ditambah dengan

---

<sup>74</sup> Ibid., hlm. 47

<sup>75</sup> Walter Woon ed., hlm. 36

*considerations* yang menjadikan perjanjian atau kontrak berlaku sah dan mengikat secara hukum serta dapat dipaksakan pelaksanaannya. Selain itu, dalam hukum perjanjian Singapura, tanda tangan juga merupakan kelengkapan tanda tercapainya kesepakatan atas maksud para pihak, yang menjadikan perjanjian yang sah dapat dipaksakan pelaksanaannya.

### 3.2.2 Asas-Asas Hukum Kontrak

Baik dalam sistem hukum Eropa Kontinental maupun dalam sistem hukum Anglo Saxon, terhadap suatu kontrak berlaku *asas konsensual*. Asas ini menerapkan bahwa kontrak atau perjanjian dianggap telah lahir dan mengikat para pihak pada saat adanya kata sepakat antara para pihak. Dalam sistem hukum Anglo Saxon, sepanjang telah terjadi penawaran (*offering*) dan penerimaan tawaran (*acceptance*) maka kontrak tersebut dianggap sudah ada tanpa terlalu mempedulikan bagaimana bentuk, isi, dan proses kontrak tersebut.<sup>76</sup>

Hanya ada beberapa perjanjian atau kontrak tertentu yang untuk menjadikannya mengikat terhadap para pihak, menurut undang-undang harus dibuat secara tertulis. Undang-undang yang mensyaratkan bentuk tertulis bagi kontrak-kontrak tertentu di negara-negara yang berlaku sistem hukum Anglo Saxon disebut dengan istilah *Statute of Frauds*. *Statute of Fraud* yang tertua adalah yang diberlakukan sejak tahun 1677 (di Inggris), yang mengharuskan adanya suatu kontrak tertulis terhadap kontrak-kontrak tertentu, antara lain terhadap kontrak-kontrak berikut:<sup>77</sup>

- a. kontrak yang berobjek tanah
- b. kontrak untuk menyatakan utang atau wanprestasi dari orang lain
- c. kontrak jual beli untuk harga di atas harga tertentu

Begitupula mengenai prinsip atau *asas kebebasan berkontrak* antara sistem hukum Anglo Saxon dan Eropa Kontinental, tidak berbeda dengan. Secara umum, para pihak terbuka untuk menetapkan apapun yang diinginkannya berupa

---

<sup>76</sup> Ibid., hlm. 27

<sup>77</sup> Ibid., hlm. 41

hak dan kewajiban ke dalam kontrak yang mereka sepakati. Namun demikian, memasuki abad ke-20, prinsip kebebasan berkontrak di negara-negara mulai banyak dibatasi berlakunya. Pembatasan-pembatasan tersebut dipicu dari kenyataan bahwa terlalu memberikan kebebasan berkontrak kan menimbulkan ketidakadilan didalam masyarakat. Di Singapura terdapat *Unfair Contract Terms Act 1977* (UCTA) misalnya untuk ketentuan mengenai kontrak baku atau *Employment Act (Cap 91)* yang mengatur mengenai batas kondisi minimum bagi pekerja lapangan. Sedangkan di Indonesia sendiri, pembatasan asas kebebasan berkontrak terjadi antara lain karena undang-undang, seperti misalnya UU No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat atau UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

### 3.2.3 Klasifikasi Kontrak

Hukum kontrak tradisional dalam sistem *common law* adalah sebagai berikut:

1. Kontrak dengan akta tertulis

Sebuah kontrak untuk dapat berlaku harus dilakukan secara tertulis, ditandatangani, disaksikan dan disampaikan. Janji yang dibuat dalam sebuah akta tidak lagi dibutuhkan konsiderasi agar supaya dapat dipaksakan pelaksanaannya. Selain itu perlu diketahui bahwa perjanjian tertulis memiliki kekuatan eksklusif dalam sistem *common law*, dimana apa yang telah tertuang dalam kertaslah yang dianggap sebagai maksud para pihak secara objektif.

2. Kontrak sederhana

Pada dasarnya, semua kontrak adalah sederhana, apakah yang ditulis, diucapkan atau hanya dengan sikap tertentu. Kontrak ini terbagi menjadi 2 (dua) yaitu kontrak bilateral dan unilateral. Kontrak bilateral adalah kontrak dimana satu pihak saling bertukar janji dengan pihak yang lainnya, misalnya dalam kontrak penjualan barang dimana penjual berjanji untuk menyerahkan hak milik atas barangnya dan pembeli berjanji untuk membayar atas barang tersebut. Sedangkan kontrak unilateral adalah kontrak dimana hanya terdapat satu pihak yang berjanji untuk melakukan sesuatu sebagai balasan terhadap perbuatan dari pihak lain,

misalnya dalam kontrak pemberian hadiah dalam sayembara, dimana seseorang akan memberi hadiah kepada siapapun yang dapat menemukan dompetnya yang hilang. Dalam kontrak unilateral ini yang perlu ditekankan adalah bahwa hanya ada 1 (satu) pihak yang terikat atau berkewajiban untuk melakukan sesuatu.<sup>78</sup>

### 3.2.4 Akibat Hukum Kontrak

Dalam sistem hukum kontrak *civil law*, pembuatan suatu perjanjian melahirkan kewajiban bagi para pihak untuk melaksanakan perjanjian yang dimaksud yang menjadi hak bagi pihak yang lainnya secara timbal balik. Jadi dalam sistem *civil law*, para pihak secara moral mempunyai kewajiban yaitu harus memegang dan melakukan apa yang telah dijanjikannya untuk dilakukan. Sedangkan pada sistem *common law*, selain hak dan kewajiban sebagai akibat lahirnya hubungan hukum diantara para pihak yang dapat dipaksakan pelaksanaannya diantara para pihak yang telah bersepakat dalam kontrak atau perjanjian, yang lebih dikejar dalam pembuatan perjanjian atau kontrak adalah kompensasi uang yang ada disetiap pelanggaran dan perubahan dalam perjanjian tanpa memperhatikan nilai moral.<sup>79</sup>

Akibat yang lainnya adalah mengenai asas itikad baik. Sistem hukum *civil law*, termasuk Indonesia, mengenal prinsip bahwa perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik seperti diatur dalam KUHPerdara Indonesia Pasal 1338 ayat (3). Namun dalam sistem *common law*, pelaksanaan perjanjian tidak diwajibkan untuk dilaksanakan dengan itikad baik oleh para pihak. Hal tersebut mengingat fungsi hukum dalam sistem hukum *common law* adalah diciptakan untuk menyelesaikan sengketa, sedangkan pada sistem *civil law* hukum diciptakan untuk mengatur kehidupan masyarakat dan mencegah kekacauan dalam masyarakat.<sup>80</sup>

---

<sup>78</sup> Robert Duxbury, *Nutshells Contract Law*, (London: Sweet & Maxwell, 1997), hlm.1-2

<sup>79</sup> Gary F. Bell, "Comparative contract law (with a few insight on evidence)", hlm. 17

<sup>80</sup> Ibid.

### 3.2.5 Berakhirnya Kontrak

Apabila seluruh kewajiban kontraktual sebagaimana telah disepakati para pihak telah dilaksanakan sepenuhnya, maka perjanjian berakhir karena tidak ada lagi kewajiban yang harus dilaksanakan. Akan tetapi, tidak jarang bahwa perjanjian berakhir prematur atau pada saat kewajiban belum dipenuhi seluruhnya. Dalam sistem hukum *common law*, terdapat 3 (tiga) model berakhirnya kontrak secara prematur yaitu kesepakatan para pihak, kegagalan (*frustration*), dan karena wanprestasi.

#### 1. Berdasarkan Kesepakatan

Seperti halnya keberlakuan asas kebebasan berkontrak bagi para pihak bebas untuk mengikatkan dirinya dengan perjanjian, mereka juga bebas untuk berunding satu sama lain untuk melepaskan dirinya dari kewajiban-kewajiban perjanjian tersebut, dengan memberikan pemberitahuan tentang pengakhiran perjanjian kepada pihak lawan masing-masing. Dibebaskan oleh hukum bagi para pihak untuk membuat kesepakatan untuk mengakhiri perjanjian diantara mereka. Para pihak dapat menentukan sendiri prosedur pengakhiran, dan sepanjang maksud para pihak untuk mengakhiri perjanjian tertuang secara jelas, pengadilan akan mengakui pengakhiran tersebut. Alternatif lain, para pihak dari perjanjian dapat membebaskan dirinya dari kewajiban-kewajiban perjanjian awal mereka dengan mengadakan perjanjian pembebasan pelaksanaan kewajiban bagi para pihak yang dibuat setelahnya. Dalam alternatif ini, pembebasan harus ditandatangani secara sah agar berlaku efektif.

#### 2. Kegagalan (*Frustration*)

Keadaan terganggu atau *frustration* terjadi saat kewajiban kontraktual tidak dilaksanakan karena terjadinya peristiwa-peristiwa tertentu diluar perkiraan dan kuasa para pihak (*overmacht*). *Frustration* ini harus terjadi tanpa adanya kesalahan salah satu pihak. Kedua belah pihak tidak harus bertanggung jawab atas tidak dilaksanakannya kewajiban setelah terjadinya keadaan memaksa (*overmacht*), namun tetap dapat disepakati hal-hal seperti pengembalian uang muka, penggantian biaya yang dikeluarkan dalam mempersiapkan pelaksanaan perjanjian, dan lain-lain. Namun, hal tersebut harus lebih dulu dibuktikan bahwa



*frustration* yang terjadi secara signifikan mengubah atau mengganggu hakikat pelaksanaan hak dan kewajiban kedua belah pihak. Mengenai *frustration* ini diatur tersendiri dalam *Frustrated Contracts Act* (Cap 115, 1985 Rev Ed).

### 3. Cidera Janji atau Wanprestasi

Apabila kewajiban tidak dilaksanakan karena alasan-alasan yang tidak sah, maka perjanjian dianggap telah dilanggar dan pihak yang melakukannya dianggap telah cidera janji atau wanprestasi. Apabila cidera janji dilakukan oleh satu pihak dari perjanjian (“pihak yang cidera janji”) mengakibatkan kerugian pada pihak lainnya (“pihak yang menderita kerugian”), maka pengadilan dapat memerintahkan pihak yang cidera janji untuk membayar uang ganti rugi kepada pihak yang menderita kerugian atas kerugian yang dideritanya, sebagai pengganti kewajiban utama yang tidak dilaksanakan berdasarkan perjanjian.

Dalam sistem hukum *common law* yang diatur dalam SGA, akibat yang ditimbulkan dari cidera janji didasarkan pada sifat kewajiban yang tertuang dalam kontrak. Apabila yang dilanggar termasuk bagian *conditions*,<sup>81</sup> maka pihak yang merasa dirugikan mempunyai hak untuk mengakhiri perjanjian atau dapat melanjutkan perjanjian namun disertai dengan gugatan ganti rugi. Ganti rugi ini mencakup uang yang harus dibayar sebagai kompensasi dan dapat juga berupa tuntutan kompensasi atas ketidaknyamanan atau kekecewaan. Sedangkan, apabila *warranties*<sup>82</sup> yang dilanggar, maka pihak yang merasa dirugikan dapat mengajukan gugatan wanprestasi, namun tidak dapat meminta untuk mengakhiri perjanjian.<sup>83</sup> Dalam beberapa kasus, apabila ganti rugi belum dirasa cukup, dapat juga pengadilan memerintahkan adanya perbuatan khusus (*specific performance*) bagi pelanggar kontrak sebagaimana berlaku di sistem *civil law*.

---

<sup>81</sup> *Condition* (syarat pokok) adalah syarat penting yang merupakan syarat vital bagi setiap perjanjian yang jika tidak ada syarat tersebut akan mempengaruhi tujuan utama perjanjian (Abdulkadir Muhammad, 1980: 140)

<sup>82</sup> *Warranties* (syarat pelengkap) adalah syarat kurang penting, yang jika tidak ada ketaatan terhadap syarat ini akan menyebabkan kerugian, tapi tidak mempengaruhi tujuan utama (Abdulkadir Muhammad, 1980: 140)

<sup>83</sup> Walter Woon ed., hlm. 51-52

### 3.3 *E-Commerce* Sebagai Sebuah Kontrak

Kontrak elektronik menurut yang tertulis dalam ETA merupakan sebuah penawaran (*offering*) dan penerimaan atas sebuah penawaran (*acceptance*) yang dapat dituangkan ke dalam bentuk komunikasi elektronik, yang keabsahan dan keberlakuannya tidak dapat disangkal untuk diakui dan dijalankan oleh para pihak yang membuatnya. Seperti yang telah dipaparkan sebelumnya, bahwa ETA menyamakan format dan keberlakuan kontrak elektronik dengan kontrak konvensional pada umumnya. Pusat transaksi komersial atau perdagangan tanpa diragukan lagi adalah kontrak atau perjanjian. Goode menjelaskan bahwa hukum kontrak adalah dasar dimana hukum transaksi komersial atau perdagangan berada, meskipun terdapat bidang hukum lain yang berhubungan dengan transaksi komersial ini seperti hukum persaingan usaha, hukum perusahaan, hukum properti, dan yang lainnya.<sup>84</sup> Namun, sebagaimana topik utama dalam penelitian ini, akan dibahas lebih mendalam mengenai hukum kontrak, khususnya hukum perjanjian penjualan, dalam transaksi komersial termasuk dalam transaksi komersial melalui sistem elektronik.

Hukum kontrak penjualan yang berlaku di Singapura adalah Undang-Undang Jual Beli Barang atau *Sales of Goods Act*, (Cap 393) yang mengatur pemberlakuan kembali atas Undang-Undang Jual Beli Barang Inggris atau *English Sales of Goods Act 1979* (“SGA” 1979) yang berlaku di Inggris sebagai akibat diberlakukannya AELA 1993.<sup>85</sup>

Kontrak penjualan barang adalah kontrak dimana penjual mengalihkan atau sepakat untuk mengalihkan hak milik atas barangnya kepada pembeli dengan uang sebagai imbalannya.<sup>86</sup> Disinilah yang menjadi penekanan, sekali lagi, mengenai konsiderasi dalam hukum kontrak penjualan, yaitu harus dapat dinilai dengan uang yang disebut sebagai harga yang harus ditetapkan jumlahnya dengan jelas agar kontrak dapat dilaksanakan.

---

<sup>84</sup> Assafa Endeshaw, “*The Proper Law for Electronic Commerce*”, (Information & Communications Technology Law, March 1998, Vol 7, No. 1), hlm. 6

<sup>85</sup> Walter Woon ed., hlm. 65

<sup>86</sup> Section 2 (1) SGA 1979

Mirip dengan perjanjian atau kontrak jual beli di Indonesia, kontrak penjualan barang di Singapura lahir pada saat tercapainya kesepakatan diantara para pihak, dan dibebaskan bagi para pihak untuk membuatnya dengan formalitas tertentu yaitu apakah secara tertulis atau lisan.

Meskipun para pihak dibebaskan untuk bersepakat menetapkan hak dan kewajiban masing-masing dalam kontrak, namun SGA mengatur beberapa ketentuan yang sudah lazim yang tidak perlu dinyatakan oleh para pihak karena sudah dipahami sebagai aturan yang tetap dalam kontrak penjualan barang yang diatur dalam SGA. Ketentuan tersebut misalnya mengenai kewajiban kedua belah pihak sebagai penjual dan pembeli. Penjual memiliki kewajiban untuk menyerahkan barang sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati di kontrak, apakah dikirim dari tempat penjual ke tempat pembeli atau langsung diambil oleh pembeli dari tempat penjual.<sup>87</sup> Sedangkan untuk kewajiban pembeli, pembeli memiliki kewajiban untuk menerima barang dan membayarnya berdasarkan ketentuan yang telah disepakati.<sup>88</sup>

Dalam transaksi *e-commerce*, seperti diketahui, cara mengomunikasikan penawaran dan permintaan elektronik dilakukan melalui *e-mail* dan *world web wide*. Meskipun demikian, akses terhadap sebagian besar informasi terhadap barang ditawarkan melalui *web* dan perincian informasi lain diberikan melalui *e-mail*, dan untuk menerimanya pun dilakukan melalui *e-mail*. Kemudian yang menjadi persoalan adalah apakah ketika pembeli meng-klik tanda untuk membeli dan membayar melalui tombol "*download*" atau "*yes*", apakah hal tersebut dapat dikatakan sebagai permintaan penawaran sebagaimana diatur dalam ketentuan mengenai undangan untuk melakukan penawaran (*invitation to treat*)? Apakah kegiatan penyampaian informasi iklan di *web* disetarakan dengan penyampaian informasi iklan biasa yang dilakukan pada toko-toko pada umumnya yang tidak ditujukan kepada pihak tertentu (yaitu hanya sebagai undangan untuk bertindak membuat penawaran)? Persoalan lainnya adalah mengenai bentuk penerimaan yang dapat menentukan apakah kontrak telah terbentuk atau belum, yaitu apakah

---

<sup>87</sup> Section 27 SGA 1979

<sup>88</sup> Section 27 (1) SGA

pada saat pesan tanda penerimaan dikirim atau pada saat tanda penerimaan tersebut diterima oleh *offeror*, dengan mengingat fakta bahwa pesan dikirim melalui server ISP dimana waktu penerimaan pesan tidak dapat segera atau seketika atau bersifat tetap dan pasti.<sup>89</sup>

Sebenarnya menurut pemahaman penulis, yang dimaksud dengan *invitation to treat*, seperti yang telah disinggung dibagian sebelumnya, disini adalah bukan undangan bagi masyarakat untuk membuat penawaran kepada pengiklan di *web* dalam arti penawaran secara hukum, melainkan undangan untuk bertindak yaitu menawarkan untuk membeli atau menawarkan suatu permintaan pembelian (*request*) atau dapat juga menawarkan untuk bernegosiasi untuk menawar harga yang diharapkan oleh calon pembeli, dalam hal dimungkinkan seperti jual beli secara konvensional dimana para pihak saling bertatap muka, terhadap barang yang dipamerkan oleh yang membuat penawaran tersebut. Kemudian pihak pengiklan di *web* yang kemudian akan menentukan apakah akan menerima atau menolak permintaan tersebut sesuai dengan ketentuan yang ditetapkannya. Contohnya adalah ketika situs A memamerkan sejumlah barang dengan harga tertentu dalam situsnya, kemudian calon pembeli masuk ke dalam situs dan mengklik tanda “yes” atau “agree” atau “buy” itu hanya termasuk *invitation to treat* menurut sistem hukum kontrak *common law*. A mengajukan permintaan untuk membeli barang yang diminati dengan jumlah yang diinginkan. Kemudian oleh situs, apabila permintaan diterima, A diminta untuk membayar dan mengisi informasi lain tentang A yang dibutuhkan, dan setelah A menerima dan menyetujui persyaratan tersebut, kemudian situs mengirim konfirmasi tanda penerimaan kepada A dan siap untuk mengirim barang yang dimaksud oleh A.

Inilah yang menjadi pembeda antara konsep *offering* atau penawaran yang sesungguhnya dengan *invitation to treat* atau hanya merupakan undangan untuk bertindak melakukan permintaan pembelian atau penawaran atau negosiasi. Apabila seseorang melakukan *offering* atau penawaran sesungguhnya maka Ia menunjukan kepada orang tertentu yang jika langsung diterima oleh orang yang

---

<sup>89</sup> Assafa Endeshaw, Hukum E-Commerce Dan Internet Dengan Fokus Di Asia Pasifik (*Internet and E-Commerce Law: with a focus on Asia Pacific*), diterjemahkan oleh Siwi Purwandari dan Mursyid Wahyu Hananto, (Jogjakarta: Pustaka Pelajar, 2007), hlm. 247-248

dimaksud, hubungan kontraktual yang mengikat langsung dianggap terbentuk bagi para pihak yaitu si penawar (*offeror*) dan penerima (*offeree*).<sup>90</sup> Sedangkan pada *invitation to treat* baru mengundang orang secara umum untuk melakukan permintaan pembelian (*request*) terhadap barang yang dipamerkan di situs. Namun ternyata terdapat keadaan atau situasi khusus yang dapat menentukan atau membedakan apakah sesuatu merupakan *offering* (penawaran) atau hanya *invitation to treat*. Adapun perbedaan tersebut meliputi lingkup sebagai berikut:

Tabel 3.1

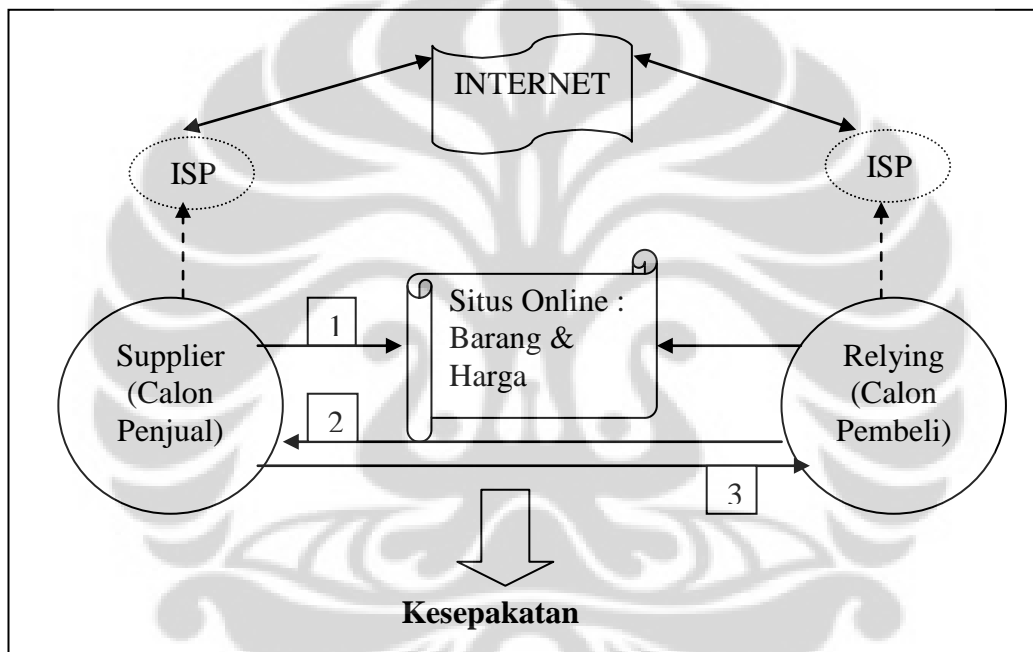
Situasi yang membedakan antara Penawaran (*offering*) dengan Undangan untuk bertindak (*invitation to treat*)<sup>91</sup>

SITUASI	PENAWARAN ( <i>OFFERING</i> ) ATAU UNDANGAN UNTUK BERTINDAK ( <i>INVITATION TO TREAT</i> )
1. <i>Advertisement</i> (Iklan)	Pada umumnya, dalam sistem <i>common law</i> , iklan merupakan <i>invitation to treat</i> . Akan tetapi, iklan dapat juga merupakan sebuah penawaran apabila berada dalam hal pemasangan iklan dengan jelas bermaksud untuk langsung terikat dengan penerimaan yang telah memenuhi syarat dan ketentuan. Katalog dan daftar harga merupakan contoh umum yang dianggap sebagai <i>invitation to treat</i> .
2. <i>Invitation to Tender</i> (Panggilan Tender)	Panggilan tender jelas merupakan <i>invitation to treat</i> , kecuali jika peraturan menyatakan sebaliknya. Dalam tender, peserta diundang untuk mengajukan penawaran (harga) terendah yang kemudian pembuat undangan tender menentukan apakah akan menerima atau menolak penawaran tersebut.
3. <i>Auction Sales</i> (Panggilan Lelang)	Keadaan terbalik dari tender adalah lelang, dimana peserta mengajukan penawaran (harga) paling tinggi. Dalam lelang,

<sup>90</sup> “*Invitation To Treat*”, <http://www.4lawschool.com/contracts101/invitation.htm>, diunduh pada 21 Maret 2012

<sup>91</sup> Robert Duxbury, hlm. 3-4

	permintaan pembuat lelang adalah <i>invitation to treat</i> dan tawaran peserta lelang adalah penawaran sesungguhnya.
4. <i>Display of goods</i> (Memamerkan Barang yang Dijual)	Barang yang dipajang di sebuah toko merupakan <i>invitation to treat</i> , kecuali keadaan atau peraturan menunjukkan sebaliknya. Jadi, toko tidak terikat untuk menjual barang sesuai dengan harga yang dipajang dan pembeli tidak selalu dapat meminta untuk membeli barang dan harga yang sama dengan yang dipajang.

Gambar 3.1<sup>92</sup>

<sup>92</sup> Pada gambar ini, panah nomor 1 merupakan *invitation to treat*. Panah nomor 2 baru dikatakan sebagai penawaran atau pesanan (*order*) untuk membeli yang datang dari calon pembeli. Terakhir panah nomor 3 adalah kesepakatan penerimaan atau akseptasi dari calon penjual sebagai tanda diterimanya pesanan pembelian.

## BAB 4

### ANALISIS PERBANDINGAN TRANSAKSI JUAL BELI *VOUCHER* PADA SITUS *ONLINE* DI INDONESIA ([WWW.LIVINGSOCIAL.CO.ID](http://WWW.LIVINGSOCIAL.CO.ID)) DAN DI SINGAPURA ([WWW.EVOUCHERCITY.COM.SG](http://WWW.EVOUCHERCITY.COM.SG))

#### 4.1 Sekilas Tentang Situs *Online Deals* Dan *Diskon*

Seperti telah disinggung di bab awal penulisan ini, baru-baru ini terdapat situs yang sedang populer yaitu situs yang menjual *voucher* atau kupon yang menawarkan *deals* dan *discount* (diskon) untuk belanja atau untuk ditukarkan dengan produk barang atau jasa pada *merchant* atau produsen tertentu dengan potongan harga tertentu.

Tren ini muncul pertama kali saat seseorang bernama Andrew Mason menciptakan situs yang sekarang dikenal dengan nama *Groupon.com*. Salah seorang rekan bisnisnya, Eric Lefkosky, tertarik mengembangkan bisnis situs ini dengan menyuntikkan dana sebesar 1 juta dollar Amerika Serikat untuk mewujudkan ide sederhana tersebut. Ide ini disebut sebagai ide sederhana karena konsep menjual *voucher* untuk mendapatkan diskon atau potongan harga bukanlah merupakan ide yang benar-benar baru. Namun, karena *Groupon.com*, yang memulai operasinya pada November 2008 di Chicago, Amerika Serikat, menemukan momentum yang tepat, perusahaan itu kini bernilai kira-kira 1,35 miliar dollar Amerika Serikat.<sup>93</sup>

Apabila melihat dari rincian nama situs *Groupon.com*, maka terdapat kependekan dari 2 (dua) istilah yaitu *group* dan *coupon*. Istilah “*coupon*” mengacu pada *voucher*, bisa berbentuk cetak, digital, kode-kode khusus, atau yang lainnya yang bisa ditukarkan untuk mendapatkan penawaran tertentu misalnya potongan harga yang umumnya cukup signifikan (di atas 25%). Sedangkan kata “*group*” memiliki asosiasi arti dengan istilah “borongan”, “banyak”, atau “massal” yang mengacu pada salah satu model *e-commerce* yang telah disebut dalam bab kedua di penulisan ini yaitu model *group purchasing*

---

<sup>93</sup> Jubilee Enterprise, hlm. 1

yaitu pembelian pembelian dalam skala besar yang memungkinkan sekelompok pembeli mendapatkan potongan harga.<sup>94</sup>

Aturan mainnya adalah apabila penawaran pemberian potongan harga atau diskon itu dibeli oleh banyak orang sesuai target yang telah ditetapkan, maka penawaran potongan harga tersebut baru “dilepas” untuk semua orang. Tapi jika penawaran itu hanya dibeli segelintir orang saja (di bawah target) maka penawaran itu menjadi batal dan tidak dijual untuk siapapun.<sup>95</sup>

Jadi intinya adalah sebuah situs *online* yang ingin mendapatkan potongan harga yang signifikan, maka situs tersebut harus bisa menciptakan pembelian produk dalam jumlah besar. Contoh, misalnya sebuah barang harganya Rp 50,000. Produsen, bisa berupa pabrik, toko, restoran, atau yang lainnya akan memberi diskon pada pengelola situs yang bersangkutan diskon sebesar 60% jika pembelian atas barang tersebut sebanyak minimal 50 *items*. Kemudian diskon tersebutlah yang dibagi kepada pembeli atau konsumen pengguna situsnya, misal 40% diberikan kepada pembeli dan konsumen dan sisanya sebesar 20% menjadi milik pengelola situs. Namun sekali lagi perlu ditegaskan bahwa untuk mendapat potongan harga, target pembelian harus terpenuhi, karena jika tidak maka penawaran potongan harga akan batal, termasuk potongan yang akan diberikan kepada konsumen.

Akan tetapi, ternyata tidak setiap aturan ”pembelian banyak” harus dipenuhi dan dilaksanakan. Semua tergantung kesepakatan antara pengelola situs dan *merchant* apakah diskon akan dilepas walaupun yang membeli hanya segelintir orang dalam artian tidak ada penetapan jumlah target pembelian untuk bisa mendapatkan potongan harga atau diskon.<sup>96</sup>

Bisnis situs *deals* dan diskon ini memang sedang mengalami perkembangan yang cukup pesat. Terdapat banyak situs yang memiliki kemiripan model bisnis dengan pencetus awal *Groupon.com*, tidak terkecuali di Indonesia. Pesaing paling tangguh dari situs *Groupon.com* adalah *LivingSocial.com* yang

---

<sup>94</sup> Andi Sunarti, hlm. 68

<sup>95</sup> Jubilee Enterprise, hlm. 2

<sup>96</sup> *Ibid.*, hlm. 3



dikabarkan disokong oleh *amazon.com*, yang untuk mengantisipasi persaingan, *LivingSocial.com* mengakuisisi situs buatan lokal di Indonesia *www.dealkeren.com*. Dikabarkan juga *Google* akan meluncurkan situs serupa bernama *Google Offers*.<sup>97</sup>

Situs *deals* dan diskon ini ada yang berskala lokal artinya hanya merangkul produsen atau *merchant* dan memberi diskon kepada konsumen di daerah sekitarnya, dan ada juga yang mampu melakukannya untuk *merchant* dan pengguna atau konsumen di luar cakupan kotanya. Selain berbasis lokasi, situs *deals* dan diskon juga berbasis tema. Terdapat situs yang hanya fokus pada penjualan *voucher* restoran makanan saja, dan ada juga yang menjual *voucher* berbagai produk baik barang dan jasa seperti *voucher* diskon sepatu, pelayanan salon dan spa, dan lain sebagainya.

## 4.2 Keabsahan Transaksi Jual Beli *Online Voucher*

### 4.2.1 *www.LivingSocial.co.id*

Salah satu situs *deals* dan diskon di Indonesia yang akan dibahas dalam penulisan ini adalah *www.LivingSocial.co.id* yang sebelumnya bernama *www.dealkeren.com* karena diakuisi oleh perusahaan serupa dari Amerika Serikat yaitu *www.livingsocial.com*.<sup>98</sup> Situs ini merupakan situs yang menjual berbagai produk, dengan kata lain bukan merupakan situs yang berbasis hanya pada satu tema produk. Selain itu, untuk mendapat potongan harga, tidak perlu harus memenuhi target terlebih dahulu.

Pada situs ini, seperti juga telah dipaparkan sebelumnya, ditetapkan syarat dan ketentuan (*terms and condition*) yaitu setiap calon konsumen atau pembeli harus mendaftar menjadi anggota terlebih dahulu yang bebas biaya. Selanjutnya konsumen bisa memilih berbagai penawaran diskon dari sejumlah *merchant* di halaman beranda situs *website* dengan tampilan promo "Deal Hari Ini" beserta

---

<sup>97</sup> Ibid., hlm 4

<sup>98</sup>“Diakuisisi, DealKeren Targetkan Untung US\$ 500 Ribu Per Bulan”, <http://swa.co.id/updates/daikuisisi-dealkeren-targetkan-untung-us-500-ribu-per-bulan>, diunduh pada 3 April 2012

penjelasan lanjutan tentang *merchant*, nilai *voucher*, masa berlaku, dan informasi lainnya. Konsumen perlu memahami berbagai informasi (syarat dan ketentuan) dari *merchant* ini sebelum melakukan pembayaran untuk memudahkan nantinya. Setelah memilih, calon konsumen atau pembeli cukup membeli kupon hanya dengan beberapa klik. Konsumen akan ditanya berapa banyak *voucher* yang ingin dibeli dan jenis pembayarannya, setiap pembeli tidak dibatasi jumlah pembelian *voucher*. Setelah itu konsumen akan mendapatkan nomor pesanan (*order*), sebagai konfirmasi bahwa pesanan telah diterima oleh situs, yang kemudian nomor tersebut digunakan atau disertakan saat melakukan pembayaran. Setelah melakukan pembayaran dan pembayaran telah divalidasi oleh situs, akan muncul notifikasi di akun konsumen bahwa *voucher* telah tersedia. Terakhir cetak *voucher* untuk siap digunakan dengan menunjukkan *voucher* tersebut kepada *merchant* yang dipilih tadi. Konsumen bisa menunjukkannya sebelum pembelian atau sesudahnya, tergantung ketentuan dari *merchant*.

Seperti telah diketahui bahwa transaksi *e-commerce*, yang dalam penulisan ini adalah transaksi jual beli *online voucher*, merupakan suatu perjanjian atau kontrak jual beli yang serupa dengan perjanjian jual beli konvensional pada umumnya, yang membedakan hanya pada media yang digunakan yaitu internet. UU ITE dalam Pasal 18 mengatur bahwa transaksi elektronik yang dituang dalam kontrak elektronik mengikat para pihak yang membuatnya. Sebagai salah satu sumber lahirnya perikatan, perjanjian dapat dikatakan berlaku secara sah dan mengikat bagi para pihak yaitu apabila telah memenuhi syarat sahnya perjanjian yang jelas diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata, yang akan dibahas sebagai berikut.

## 1. Kesepakatan

Kesepakatan dalam perjanjian sudah barang tentu selalu diawali dengan adanya penawaran dan dilanjutkan dengan tanggapan dari pihak lawan yaitu penerimaan atas penawaran tersebut. Pada perjanjian jual beli konvensional, kesepakatan dapat dengan mudah diketahui karena para pihak berhadapan secara langsung. Namun tidak demikian dalam kontrak elektronik karena dilakukan oleh pihak yang berada di tempat terpisah dimana penawaran dan penerimaan

dilakukan melalui internet. Dalam konteks jual beli *online*, penawaran dalam situs atau *website* dilakukan dengan memajang daftar barang dan/atau jasa yang akan dijual beserta informasi yang berkaitan seperti mengenai harga, spesifikasi, dan yang lainnya, harus diperlakukan sebagai bentuk iklan secara umum.<sup>99</sup> Hal tersebut merujuk pada adanya konsep *invitation to treat* atau undangan untuk bertindak dalam keadaan tertentu salah satunya adalah iklan (*advertisement*). Iklan dibuat untuk ditujukan kepada siapapun secara umum, dengan kata lain tidak dibuat khusus untuk ditujukan kepada seseorang atau pihak tertentu secara spesifik sebagai sebuah penawaran dari satu pihak (*offeror*) yang dibuat secara jelas dengan maksud untuk mengikat diri dalam suatu perjanjian. Sehingga pada saat calon pembeli atau konsumen mengajukan sebuah pemesanan atau penawaran untuk membeli barang atau jasa pada sebuah situs, terlebih dahulu harus diakseptasi baru terjadilah perjanjian.<sup>100</sup> Dengan demikian, dalam pemahaman terhadap konsep *invitation to treat*, situs *website* dapat diartikan tidak melakukan penawaran melainkan baru melakukan undangan untuk bertindak bagi pengguna *website* sebagai calon pembeli atau konsumen.

Dalam situs [www.LivingSocial.co.id](http://www.LivingSocial.co.id), pada halaman muka situs terdapat tulisan menu "Deal Hari Ini" yang menyajikan daftar deals dan diskon *voucher* berbagai produk barang dan jasa dari berbagai *merchant*. Setelah calon pembeli atau konsumen memiliki akun pada situs ini, calon pembeli atau konsumen dapat langsung memilih dan membeli berbagai pilihan *voucher* produk barang dan jasa tersebut. Dengan klik tanda "BELI" pada produk yang dimaksud, kemudian akan diarahkan atau ditanya mengenai berapa jumlah *voucher* yang akan dibeli dan apa jenis pembayaran yang akan dipilih. Setelah itu, calon pembeli akan mendapatkan nomor pesanan sebagai konfirmasi bahwa pesanan telah diterima, untuk disertakan dalam pembayaran sesuai dengan jenis yang dipilih. Sampai pada tahap ini, dapat dikatakan bahwa perjanjian sudah dianggap lahir dengan adanya konfirmasi dari situs bahwa pesanan calon pembeli telah diterima. Konsep *invitation to treat* membawa keadaan dimana posisi *offeror* menjadi dipegang oleh

---

<sup>99</sup> Rosa Agustina, hlm. 9

<sup>100</sup> Ibid.

calon pembeli dan posisi *offeree* dipegang oleh situs atau *website*, sehingga perjanjian lahir saat adanya konfirmasi penerimaan pesanan (*order*), berupa pemberian nomor pesanan, dari situs (*offeree*) yang langsung diterima lagi oleh calon pembeli (*offeror*).

Membahas mengenai kesepakatan sebagai syarat sah lahirnya perjanjian, maka dibahas juga mengenai teori kapan waktu terjadinya kesepakatan diantara para pihak. Terdapat beberapa teori atau ajaran mengenai kapan waktu terjadinya kesepakatan yaitu teori pernyataan, teori pengetahuan, teori pengiriman, dan teori penerimaan. Namun, hanya 2 (dua) yang paling sering digunakan di mayoritas negara-negara. Negara-negara Eropa Kontinental yang menganut sistem *civil law* lebih sering menggunakan teori penerimaan (*reception theory*) yaitu kesepakatan terjadi saat penerimaan atas penawaran dari penerima (*offeree*) diterima lagi oleh pihak yang membuat atau mengirim penawaran (*offeror*). Sedangkan negara-negara Anglo Saxon yang menganut sistem *common law* menggunakan teori pengiriman (*mailbox theory* atau *the postal rule*) untuk menentukan waktu terjadinya kesepakatan yaitu saat penerimaan atas penawaran dikirim oleh penerima (*offeree*). Di Indonesia, KUHPerdara tidak mengatur mengenai pada saat kapan kesepakatan terbentuk. Sedangkan dalam UU ITE Pasal 20 ayat (1) tertulis aturan yang jika dirangkum adalah sebagai berikut "kecuali ditentukan lain oleh para pihak, Transaksi Elektronik terjadi pada saat penawaran transaksi yang dikirim Pengirim telah diterima dan disetujui Penerima". Selanjutnya pada pasal yang sama ayat (2) berbunyi "persetujuan atas penawaran Transaksi Elektronik sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) harus dilakukan dengan pernyataan penerimaan secara elektronik. Menurut penulis, sepintas ketentuan pasal ini memang kurang jelas, karena pada ayat (1) seakan masuk dalam teori pengiriman karena penerima penawaran (*offeree*) melakukan 2 tindakan yaitu menerima dan menyetujui penawaran dari *offeror*. Sedangkan pada ayat (2) dikatakan bahwa persetujuan atas penawaran tersebut harus dilakukan dengan pernyataan penerimaan, yang menurut penulis sekali lagi, bagaimana sebenarnya pernyataan penerimaan tersebut apakah saat dikirim oleh penerima (*offeree*) atau saat diterima lagi oleh pengirim penawaran (*offeror*).

Secara umum kontrak lahir saat adanya penerimaan terhadap penawaran sebagai bentuk timbulnya kesepakatan diantara kedua belah pihak, begitu pula pada kontrak elektronik yang secara prinsip sama dengan lahirnya kontrak secara konvensional. Berkenaan dengan hal tersebut, Prof. Rosa Agustina, membagi contoh untuk mengetahui kapan lahirnya kontrak elektronik.<sup>101</sup>

a. Lahirnya Kontrak Melalui *E-mail*

Komunikasi melalui *e-mail* memang terlihat seperti komunikasi langsung antara para pihak seperti halnya komunikasi melalui telepon, namun komunikasi melalui *e-mail* ini tidak bersifat seketika atau spontan seperti telepon. Dalam *e-mail* kita menerima laporan penerimaan, tetapi itu sebenarnya hanya tanda bahwa pengiriman telah dikirim ke kotak surat (*mailbox*) pengguna bukan langsung kepada penggunanya. Jadi pengirim tidak dapat memastikan atau menjamin bahwa paket pesan melalui *e-mail* tersebut telah tiba sebagaimana atau seluruhnya. Dengan demikian, kontrak yang dilakukan melalui *e-mail* tunduk pada teori pengiriman (*mailbox theory* atau *the postal rule*) yaitu pada saat *e-mail* yang menyatakan penerimaan penawaran dari penerima (*offeree*) dikirim maka kontrak lahir.

b. Lahirnya Kontrak Melalui *Website*

Jika *e-mail* bersifat tidak seketika atau spontan, maka kontrak melalui *website* bersifat seketika atau spontan, melalui ciri khasnya yaitu *click wrap* atau *web wrap* dimana sebuah kontrak dipampang di *website* tersebut dan konsumen diminta meng-klik beberapa kali pada sebuah tombol atau simbol. Selain itu perlu diketahui bahwa kontrak dalam *website* dilakukan dalam satu sistem dibawah kendali pengelola situs atau *website*. Dengan demikian untuk kontrak-kontrak yang dilakukan melalui *website* bersifat seketika yang tunduk pada teori penerimaan (*acceptance theory*).

---

<sup>101</sup> Ibid., hlm. 16

## 2. Kecakapan

Pada dasarnya setiap orang dapat membuat perikatan, kecuali jika yang bersangkutan dinyatakan tidak cakap oleh undang-undang. Menurut undang-undang, yaitu KUHPerdara mereka yang tidak cakap adalah orang yang belum dewasa dan berada dibawah pengampuan. KUHPerdara Pasal 330 menetapkan usia dewasa adalah telah berusia 21 tahun atau yang belum berusia 21 tahun namun telah menikah. Mengenai usia dewasa, diatur juga dalam UU No.1 Tahun 1974 Tentang Perkawinan Pasal 47 jo. Pasal 50 yang menetapkan secara tersirat definisi anak yaitu mereka yang berada dibawah usia 18 tahun atau belum menikah, yang untuk melakukan perbuatan hukum harus berada dibawah kekuasaan atau perwakilan orang tua atau walinya.

Situs *www.LivingSocial.co.id*. menetapkan ketentuan bahwa **”Deal” tidak tersedia bagi pengguna di bawah usia 18 dengan kata lain konsumen mengakui bahwa dirinya berada pada usia hukum untuk membentuk perjanjian yang mengikat berdasarkan undang-undang**, di luar target demografis, atau ada anggota yang sebelumnya dilarang oleh LivingSocial. **Bagi yang melanggar kondisi ini dapat mengakibatkan pemutusan akun.**<sup>102</sup>

Melihat ketentuan mengenai umur untuk melakukan transaksi di situs *www.LivingSocial.co.id* dan ketentuan yang diatur dalam KUHPerdara, menurut penulis terdapat pertentangan secara normatif, dimana seharusnya yang dapat melakukan perbuatan hukum dalam hal ini spesifik pada perbuatan membuat perjanjian adalah 21 tahun. Sehingga, jika melihat pada syarat sah perjanjian mengenai kecakapan sebagai syarat subjektif, maka setiap perjanjian yang dilakukan oleh mereka yang masih di bawah usia 21 tahun dapat dimintakan pembatalan. Namun pada prakteknya, hal tersebut sulit untuk dibuktikan mengingat dalam hal ini perjanjian dilakukan secara elektronik dimana para pihak tidak bertemu secara langsung.

---

<sup>102</sup> “Syarat dan Ketentuan”, [http://www.livingsocial.co.id/jakarta/terms\\_conditions/](http://www.livingsocial.co.id/jakarta/terms_conditions/), diunduh pada 1 Maret 2012

### 3. Mengenai Hal Tertentu

Mengenai hal tertentu ini sudah barang tentu berkaitan dengan prestasi atau apa yang diperjanjikan yaitu hak dan kewajiban kedua belah pihak yang menjadi pokok perjanjian yang bersangkutan. Transaksi *e-commerce* merupakan transaksi jual beli dimana pihak yang satu berkewajiban menyerahkan hak milik atas suatu barang dan pihak yang lainnya harus membayar harga yang telah ditetapkan. Barang yang dimaksudkan dalam perjanjian paling tidak harus ditentukan jenisnya dan ditetapkan atau dihitung jumlahnya, meskipun undang-undang tidak mengharuskan apakah barang tersebut sudah ada atau belum saat perjanjian dibuat.<sup>103</sup>

Situs *www.LivingSocial.co.id* adalah situs *Daily Deals* yang menawarkan diskon atau potongan harga khusus untuk restoran, kecantikan, hiburan, produk-produk terbaru, *gadgets* dan jalan-jalan di dalam dan luar negeri setiap hari.<sup>104</sup> Diskon tersebut dicetak dalam bentuk *voucher* yang dibeli *user* (konsumen) untuk kemudian ditukarkan dengan barang atau jasa yang bersangkutan kepada sebuah *merchant* berdasarkan syarat dan ketentuan yang dinyatakan dalam *voucher*.

### 4. Sebab Yang Halal

Sebab atau kausa yang halal dalam sebuah perjanjian adalah suatu perjanjian yang dibuat tidak boleh dilakukan tanpa sebab, dengan sebab yang palsu atau sebab yang dilarang yaitu yang bertentangan dengan undang-undang, ketertiban umum, dan kesusilaan.

Sebagaimana sebuah situs belanja *online*, situs *www.LivingSocial.co.id* juga mengingatkan bahwa dalam penggunaan situs ini, tidak diperbolehkan menggunakan beberapa akun dengan informasi yang palsu, penipuan dan tidak melakukan *posting* yang melanggar norma kesusilaan dan norma hukum yang merugikan. Apabila ketentuan ini dilanggar maka situs akan menutup akun atau menghapus materi yang bersangkutan.

---

<sup>103</sup> Edmon Makarim, hlm. 268

<sup>104</sup> "Pertanyaan yang sering ditanyakan", <http://www.livingsocial.co.id/jakarta/faq/>, diunduh pada 1 Maret 2012

Dengan terpenuhinya syarat sah tersebut maka perjanjian yang lahir akan membawa akibat hukum berupa adanya perikatan atau hubungan hukum yang sah dan mengikat bagi para pihak, yang dapat dipaksakan keberlakuannya melalui hak dan kewajiban bagi masing-masing pihak. Para pihak dapat dipaksa untuk melakukan apa yang telah dijanjikannya, karena perjanjian merupakan undang-undang bagi para pihak yang membuatnya, serta para pihak dilarang menariknya secara sepihak tanpa ada persetujuan dari pihak yang lainnya.

Pada situs yang sama telah ditetapkan misalnya bahwa konsumen dapat membatalkan pesanan selagi masih dalam proses verifikasi pembayaran. Namun apabila pesanan telah selesai diterima dan *voucher* telah tersedia, konsumen tidak lagi dapat membatalkan pesanan.<sup>105</sup>

#### **4.2.2 *www.eVoucherCity.com.sg***

Serupa dengan situs *www.LivingSocial.co.id* di Indonesia yang merupakan situs yang memperjualbelikan *voucher* secara *online* dengan potongan harga tertentu yang dapat ditukarkan dengan produk barang atau jasa di *merchant* tertentu sesuai dengan syarat dan ketentuan yang tertera dalam *voucher*, di Singapura, yang menasbihkan dirinya sebagai poros atau pusat perdagangan dunia, terdapat juga situs serupa yang dalam penelitian ini penulis mengambil salah satu situs yang bernama *www.eVoucherCity.com.sg*. Keduanya hampir memiliki konsep yang mirip sebagai penyedia bisnis situs *deals* dan diskon, yaitu bisnis yang memberikan diskon atau potongan harga karena didalamnya terdapat jual beli yang dilakukan secara besar-besar (*group purchasing*). Bedanya hanya satu, yaitu dimana pada situs *www.LivingSocial.co.id* tidak ada batasan minimum pembelian yang harus dicapai agar bisa mendapatkan diskon atau potongan harga, tidak demikian dengan situs *www.eVoucherCity.com.sg* milik Singapura yang menetapkan aturan bahwa diskon akan dilepas apabila jumlah pembelian telah memenuhi syarat minimum, dimana setiap *merchant* menetapkan syarat yang berbeda-beda, dengan adanya tulisan “*the deal is on*” pada gambar produk yang dipajang dan mengenai target minimum pembelian tersebut diberitahukan dengan

---

<sup>105</sup> Ibid.



simbol khusus berupa garis dan angka yang menunjukkan syarat minimum yang harus dicapai.<sup>106</sup> Jadi, apabila pembeli telah memesan dan membeli *voucher*, kemudian ternyata target minimum pembelian tidak terpenuhi maka tidak akan ada *deal* dan uang yang telah dibayarkan akan dikembalikan (*refund*) oleh situs.<sup>107</sup> Hal tersebut mengingat bahwa sistem pembayaran dalam situs ini hanya menggunakan sistem *paypal* yang dilakukan secara langsung saat dilakukan pemesanan (*order*).

Selayaknya sebuah transaksi jual beli, dalam transaksi jual beli *voucher* di [www.eVoucherCity.com.sg](http://www.eVoucherCity.com.sg) agar dapat menjadi sebuah kontrak yang sah dan berlaku mengikat, dalam sistem hukum kontrak *common law* terdapat 4 (empat) unsur yang harus dipenuhi yaitu akan dipaparkan sebagai berikut:

### 1. Kesepakatan

Serupa dengan di sistem *civil law*, dalam bidang hukum kontrak di sistem *common law* persetujuan atau kesepakatan terjadi saat penawaran atau janji dari *offeror* diterima oleh pihak yang lainnya yaitu *offeree*. Konsep penawaran dan penerimaan dalam hukum kontrak *common law* lebih berkembang. Konsep *invitation to treat* diterapkan di negara-negara *common law* untuk membedakan dengan penawaran yang sesungguhnya. Suatu perbuatan dapat dikatakan sebagai penawaran jika memang jelas menunjukkan bahwa *offeror* bermaksud untuk mengikatkan diri ke dalam ketentuan yang telah ditetapkannya sendiri terhadap *offeree* yang telah ditentukan.

Seperti konsep *invitation to treat* yang telah dipaparkan pada situs [www.LivingSocial.co.id](http://www.LivingSocial.co.id), dalam situs [www.eVoucherCity.com.sg](http://www.eVoucherCity.com.sg) juga dapat diberlakukan konsep *invitation to treat*. *Deals* dan diskon dari produk barang dan jasa yang dipajang dalam situs bukanlah merupakan sebuah penawaran langsung. “Penawaran” disini tidak ditujukan pada konsumen tertentu melainkan hanya memberikan informasi penjualan barang atau jasa dengan yang kemudian apakah

---

<sup>106</sup> Keterangan atau informasi pihak [www.eVoucherCity.com.sg](http://www.eVoucherCity.com.sg) yang diterima oleh penulis via *e-mail* pada 14 Mei 2012

<sup>107</sup> “How It Works”, [http://www.eVoucherCity.com.sg/singapore/page/how\\_it\\_works](http://www.eVoucherCity.com.sg/singapore/page/how_it_works) diunduh pada 2 Maret 2012

itu akan menghasilkan permintaan atau tidak dari konsumen yang sesungguhnya. Jadi untuk mengetahui apakah suatu “penawaran” merupakan penawaran yang sesungguhnya atau baru hanya merupakan *invitation to treat* dilihat saat calon konsumen atau pembeli memilih tombol “*BUY NOW*” yang dipersyaratkan akan menjadi sebuah persetujuan (penerimaan) atau tidak, dengan kata lain apakah konsumen setelah memilih tombol “*BUY NOW*” masih diperlukan tahap selanjutnya yaitu persetujuan atau penerimaan dari penyelenggara situs mengingat bahwa ada perubahan posisi siapa *oferor* dan siapa *offeree* dalam *invitation to treat*.

Dalam situs *www.eVoucherCity.com.sg* dapat dilihat atau dibaca pada ketentuan “*terms and condition*” yang tertuang dalam situs, yang menuliskan:

***“By placing an order for a given Deal, you make an offer to www.eVoucherCity.com.sg to purchase the Deals you have selected on the terms, restrictions and conditions associated with the Deal (such as the Key Details), subject to the initial requirements for that Deal being met. The Deal is not yours until we notify you via email that the requisite initial requirements (such as the minimum numbe of people have signed up) have been met for a given Deal.”***<sup>108</sup>

Terjemahan bebas dari ketentuan diatas adalah dengan menempatkan pesanan untuk sebuah *deals*, calon konsumen membuat sebuah penawaran (pesanan) kepada *www.eVoucherCity.com.sg* untuk membeli *deals* yang telah dipilih berdasarkan syarat dan ketentuan yang terikat dengan *deals* yang bersangkutan. *Deals* belum menjadi milik konsumen sampai dengan situs mengirim konfirmasi di akun pengguna atau konsumen bahwa pesanan telah diterima dan *voucher* telah tersedia, dikarenakan misalnya jumlah target minimum pembeli telah terpenuhi sehingga sebuah *deals* dapat terjadi. Jadi, dari situs ini juga dapat disimpulkan juga bahwa produk *deals* yang dipajang baru merupakan *invitation to treat*, dan memilih tombol “*BUY NOW*” baru merupakan penawaran pesanan (*order*) untuk membeli oleh *user* (pembeli) yang kemudian masih akan

---

<sup>108</sup> “*Terms of Sale*”, <http://www.eVoucherCity.com.sg/singapore/page/term-and-conditions>, diunduh pada 2 Maret 2012

diakseptasi atau dikonfirmasi oleh situs apakah pesanan calon konsumen dapat diterima atau tidak untuk mendapatkan *deals* dengan potongan harga dengan melihat ketercapaian target minimum pembeli. Dengan kata lain, serupa dengan di Indonesia, dengan memilih tombol “*BUY NOW*” bukan merupakan tanda persetujuan atau penerimaan penawaran dari *user* (konsumen), melainkan kesepakatan terjadi yaitu saat penyelenggara situs mengirim konfirmasi penerimaan pesanan dan *voucher* telah tersedia. *Invitation to treat* atau *invitation to make offer* juga diatur dalam ETA Article 14 yang menyatakan bahwa sesuatu yang dibuat bukan untuk orang atau pihak tertentu, melainkan dapat diakses siapapun melalui sistem informasi, dianggap merupakan *invitation to make offer* kecuali jika jelas mengindikasikan penawaran yang langsung mengikat saat adanya penerimaan.

Selanjutnya membahas mengenai kapan terjadi kesepakatan tersebut, dimana menurut hukum kontrak *common law* Singapura, sebuah kesepakatan tidak akan terjadi tanpa adanya penerimaan atas penawaran dan penerimaan tersebut harus disampaikan atau dikomunikasikan. Pengecualian terjadi pada saat penerimaan dilakukan secara tertulis yang dilakukan melalui surat pos, telefax, telegraf dan sebagainya. Penerimaan atau persetujuan dianggap efektif saat penerimaan tersebut dikirim oleh *offeree* bukan saat diterima oleh *offeror*. Ini berarti bahwa kontrak lahir saat *offeree* mengirim penerimaannya, meskipun pada akhirnya tidak diketahui apakah penerimaan tersebut benar-benar telah sampai ke *offeror* (*mailbox theory*).<sup>109</sup>

ETA sendiri dikatakan tidak mengatur dan mendefinisikan pada saat atau pada tahap seperti apa kontrak elektronik dianggap telah lahir. Namun, dengan merujuk pada ketentuan yang ada pada Model Hukum UNCITRAL, ETA mengasimiliasi formasi kontrak elektronik dan kontrak biasa dan menyamakan kedudukan kedua transaksi tersebut secara hukum.<sup>110</sup>

---

<sup>109</sup> Walter Woon, hlm. 10

<sup>110</sup> Assafa Endeshaw, Hukum E-Commerce Dan Internet Dengan Fokus Di Asia Pasifik (*Internet and E-Commerce Law: with a focus on Asia Pacific*), hlm. 272

## 2. Kecakapan

Dalam sistem hukum *common law* Singapura, anak dibawah umur, orang dengan keterbatasan mental dan pemabuk alkohol adalah orang yang dianggap tidak cakap dalam membuat perjanjian. Bagi anak dibawah umur, perjanjian yang dibuatnya adalah tidak mengikatnya secara bertentangan untuk merugikannya. Menurut hukum Singapura, anak dibawah umur adalah mereka yang berusia dibawah 21 tahun yang diatur dalam *Minors' Contract Act* (Cap 389).

Situs [www.eVoucherCity.com.sg](http://www.eVoucherCity.com.sg) sendiri menetapkan batas kecakapan bagi konsumen untuk bisa melakukan transaksi jual beli pada situs ini adalah mereka yang diatas usia 18 tahun atau anak dibawah umur yang telah bebas atau yang telah memiliki izin dari orang tua atau walinya atau siapapun yang cakap dan berwenang secara penuh untuk mematuhi segala aturan, syarat dan ketentuan dalam transaksi ini.

Demikian halnya seperti situs di Indonesia ([www.LivingSocial.co.id](http://www.LivingSocial.co.id)), ketentuan usia untuk melakukan kontrak pada situs [www.eVoucherCity.com.sg](http://www.eVoucherCity.com.sg) bertentangan secara normatif dengan aturan hukum mengenai kecakapan seseorang untuk melakukan perbuatan hukum yang diatur dalam *Minors' Contract Act* (Cap 389) adalah mereka yang telah berusia 21 tahun. Menurut aturan umum di Singapura, apabila kontrak dilakukan oleh anak dibawah umur untuk membeli suatu barang maka kontrak tersebut tidak dapat dipaksakan keberlakuannya dalam arti yang bersangkutan dapat menolak untuk melaksanakan kewajibannya, kecuali barang disini merupakan barang kebutuhan pokok.

## 3. Maksud Untuk Terikat Dalam Kontrak

Para pihak yang masuk dalam kontrak jual beli memiliki maksud untuk saling mengikatkan diri mengenai sesuatu yang telah janjikan kepada pihak lawan. Untuk memastikan maksud tersebut para pihak tidak jarang melakukan kontrak secara tertulis agar dapat secara jelas dan sah diketahui oleh kedua belah pihak.

Dalam kasus situs [www.eVoucherCity.com.sg](http://www.eVoucherCity.com.sg) kontrak terjadi antara situs dengan penggunanya (*user*) sebagai calon pembeli mengenai jual beli produk barang atau jasa dalam bentuk sebuah *voucher* yang dapat ditukarkan dengan barang atau jasa tersebut dengan harga lebih murah dari harga asli. Ketika

transaksi jual beli terjadi, maksud untuk terikat dari para pihak terlihat misalnya saat pengguna untuk membeli *voucher* harus mendaftar atau membuat akun sebagai anggota untuk mengetahui biodata pengguna, dan informasi lain seperti pembelian-pembelian yang telah dilakukan sebelumnya. Selain itu dapat dilihat juga dengan pengisian nomor kartu kredit atau kartu lain sebagai tanda bahwa calon pembeli akan melakukan pembayaran.

#### **4. Konsiderasi (*Consideration*)**

*Consideration* adalah sesuatu manfaat atau imbalan yang bersifat timbal balik yang dapat berupa kontra prestasi, harga atau perbuatan yang diterima oleh pihak yang melakukan atau memberikan suatu janji. Pelaksanaan *consideration* ini tidak diatur mengenai kecukupannya, asalkan telah dirasa membawa keuntungan bagi pihak yang membuat janji (*offeror*) dan juga harus berhubungan dengan janji yang dibuat. Jadi dalam hukum kontrak di sistem *common law*, kontrak dianggap sah dan berlaku mengikat apabila ada prestasi atau manfaat yang bersifat timbal balik dari para pihak.

Jika dilihat dalam transaksi jual beli *online voucher*, dimana terdapat konsep *invitation to treat* yang mengubah posisi pengguna atau pembeli sebagai *offeror* dan situs sebagai *offeree*, maka *consideration* yang dilakukan oleh situs dan diterima oleh pengguna atau pembeli adalah misalnya saat pengiriman *e-mail* konfirmasi yang berisi bahwa pesanan telah diterima dan *voucher* telah dapat diterima dan dicetak oleh pembeli melalui akun mereka.

### **4.3 Hubungan Hukum Antara Para Pihak**

#### **4.3.1 *www.LivingSocial.co.id***

##### **1 Hubungan Hukum Antara *User* (Konsumen) Dengan Penyelenggara Situs**

Sebagaimana judul utama dalam penelitian ini yaitu transaksi jual beli *online voucher*, hubungan antara *user* sebagai konsumen dengan penyelenggara situs adalah hubungan penjual dengan pembeli sebuah *voucher*. Situs *www.LivingSocial.co.id* merupakan perusahaan yang menyediakan atau menjual

jasa<sup>111</sup> berupa pemberian potongan harga atas suatu barang atau jasa dari sebuah *merchant* yang dituang dalam bentuk *online voucher* dengan harga yang lebih murah dari harga asli barang atau jasa yang bersangkutan. Disini situs bertindak sebagai penjual *voucher* yang dapat ditukarkan dengan produk barang atau jasa milik *merchant* tertentu kepada para pengguna situs sebagai pembeli atau konsumen, yang telah terdaftar di situs yang bersangkutan, dengan harga lebih murah dari harga asli produk yang bersangkutan jika membeli langsung di tempat *merchant*.

Pengertian dari jual beli sendiri menurut Pasal 1457 KUHPdata adalah suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Suatu kebendaan tersebut dalam penelitian ini adalah berbentuk *voucher* yang dapat ditukarkan dengan barang atau jasa dari *merchant* tertentu, yang dijual oleh situs kepada *user* sebagai konsumen dengan harga tertentu yang telah mengalami potongan atau diskon dari harga sesungguhnya dari barang atau jasa yang bersangkutan.

a. kewajiban penjual

Hak dan kewajiban bersifat timbal balik, dimana kewajiban seorang menjadi hak orang yang lainnya, begitu pula sebaliknya. Kewajiban penjual, yang merupakan hak pembeli, diatur dalam 1473-1512 adalah pertama menyerahkan hak milik atas barang yang diperjualbelikan meliputi segala perbuatan yang menurut hukum diperlukan kepada pembeli. Dalam sistem *deals* dan diskon ini *voucher* bisa diperoleh konsumen (*user*) setelah melakukan pembayaran, dengan mencetak *voucher* melalui *link* yang tersedia di bawah logo *voucher* pada akun pengguna yang dapat dicetak berwarna atau hitam putih dan berukuran A4.

KUHPdata mengenal 3 (tiga) macam barang yaitu barang bergerak, barang tetap dan barang tak bertubuh. Untuk barang bergerak, pasal 612 KUHPdata mengatur bahwa penyerahannya, kecuali yang tak bertubuh, dilakukan secara nyata atas kebendaan yang dimaksud. Penyerahan tidak perlu

---

<sup>111</sup> “Kebijakan Privasi”, [http://www.livingsocial.co.id/jakarta/kebijakan\\_privasi/](http://www.livingsocial.co.id/jakarta/kebijakan_privasi/), diunduh pada 1 Maret 2012

dilakukan apabila barang karena suatu alas hak telah dikuasai orang yang hendak menerimanya. Penyerahan barang tetap atau tidak bergerak seperti misalnya tanah atau bangunan dilakukan dengan “balik nama”<sup>112</sup>, yang sebelumnya diatur dalam Pasal 616 dan 620 KUHPerdara, sekarang diatur di UU No. 5 Tahun 1960 Tentang Pokok-Pokok Agraria jo. PP No. 10 Tahun 1961 yang mengatur bahwa jual beli tanah harus dibuktikan dengan sebuah akta yang dibuat oleh Pejabat Pembuat Akta Tanah (PPAT). Sedangkan untuk barang yang tak bertubuh penyerahan dilakukan dengan membuat akta otentik atau akta di bawah tangan. Kewajiban kedua penjual adalah menanggung kenikmatan tentram dan menanggung terhadap cacat-cacat tersembunyi. Menanggung kenikmatan tentram disini maksudnya adalah penjual diwajibkan untuk menanggung apabila terhadap setiap penghukuman untuk menyerahkan seluruh atau sebagai barang yang dijual kepada pihak ketiga yang mempunyai alas hak atas barang tersebut. Apabila hal tersebut terjadi, maka pembeli dapat menuntut kepada penjual yaitu pengembalian uang pembayaran, pengembalian hasil-hasil, biaya yang dikeluarkan berhubungan dengan gugatan si pembeli ataupun gugatan dari pemilik asal. Penggantian segala biaya, ganti kerugian dan yang lainnya dapat dilakukan apabila dalam pembelian telah dilakukan penyerahan dan pembayaran (Pasal 1496 KUHPerdara). Sedangkan mengenai kewajiban penjual untuk menanggung cacat-cacat tersembunyi yang membuat barang tersebut tidak dapat dipakai untuk keperluan yang dimaksud atau mengurangi nilai pemanfaatan barang tersebut. Apabila hal ini terjadi, pembeli dapat memilih apakah akan tetap menguasai barang sambil menunggu pengembalian harga pembelian atau langsung mengembalikan barang dan menerima uang pengembalian pembelian. Penjual berkewajiban mengembalikan harga pembelian dan segala kerugian dan bunga sepanjang itu telah dibayarkan oleh pembeli (Pasal 1508-1509 KUHPerdara).

b. kewajiban pembeli

Hak penjual kemudian menjadi kewajiban pembeli yang diatur dalam Pasal 1513 sampai Pasal 1518 KUHPerdara. Adapun kewajiban pembeli yang paling utama yaitu membayar harga pembelian sesuai waktu, tempat atau sistem

---

<sup>112</sup> Subekti, *Aneka Perjanjian*, hlm. 9

yang telah ditetapkan dalam perjanjian seperti misalnya dalam hal ini melalui *paypal*, kartu kredit atau transer antarbank. Apabila pembeli tidak melakukan pembayaran sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan, yang diatur juga dalam KUHPerdata, maka penjual dapat meminta pembatalan.

## 2. Hubungan Hukum Antara Penyelenggara Situs Dengan *Merchant*

Pada situs *www.LivingSocial.co.id*, secara gamblang kita dapat melihat ada 3 (tiga) pihak yaitu konsumen (*user*), situs *www.LivingSocial.co.id* sendiri dan *merchant*. Jika antara situs dan konsumen (*user*) terdapat hubungan perjanjian jual beli dimana situs menyediakan *voucher* belanja milik dari suatu *merchant* dan konsumen membayar harga untuk itu, maka yang menjadi pertanyaan adalah bagaimana sebenarnya hubungan antara situs dan *merchant* dalam hal ini.

Dalam melaksanakan kegiatan perdagangan atau bisnis dapat dilakukan dengan bekerja sama atau dengan mempekerjakan pihak lain sebagai pembantuan kegiatan usaha, baik lokal maupun asing. Hubungan-hubungan bisnis yang demikian dilakukan karena masing-masing mempunyai kepentingan dan tujuan bisnisnya sendiri-sendiri, dan tentunya itu dilakukan untuk mendapatkan keuntungan satu sama lain. Biasanya hal ini berkaitan dengan kegiatan pemasaran, oleh sebab itu sering dikenal dengan istilah perantara dagang, dimana satu pihak ingin memperluas pemasaran produknya ke seluruh masyarakat seluas-luasnya di berbagai daerah, sedangkan di lain pihak tidak memiliki modal cukup untuk berbisnis sehingga hanya dapat melakukan kegiatan pemasaran dari produk-produk milik sebuah perusahaan produsen. Hubungan tersebut seperti misalnya *franchise* atau waralaba, keagenan, dan distributor.

Menurut HMN Poerwosutjipto, hubungan pembantuan dalam kegiatan perdagangan atau usaha ini ada 2 (dua) jenis yaitu:

- a. Pembantu yang berada dalam perusahaan misalnya pelayan toko, pekerja keliling, pengurus filial, pemegang prokurasi dan pimpinan perusahaan;
- b. Pembantu yang berada di luar perusahaan misalnya adalah agen perusahaan, makelar, komisioner, bahkan termasuk juga pengacara dan notaris.<sup>113</sup>



Pelayan toko adalah setiap orang yang membantu pengusaha menjalankan usaha di toko. Pekerja keliling adalah orang yang membantu pengusaha menjalankan usaha di luar toko dan perusahaan dalam rangka mempromosikan produk barang atau jasa milik perusahaan. Pengurus filial adalah memegang peran untuk mewakili pengusaha dengan mengelola atau menjalankan suatu cabang di suatu daerah tertentu. Pemegang prokurasi adalah seseorang yang ditunjuk pengusaha untuk mengelola suatu bagian atau bidang tertentu dari perusahaan. Sedangkan pemimpin perusahaan sendiri adalah seseorang yang ditunjuk oleh pemilik modal untuk menjalankan perusahaan secara keseluruhan.<sup>114</sup>

Pembantuan kegiatan usaha yang dilakukan oleh perusahaan di luar perusahaan yang bersangkutan, yang berdiri sendiri yaitu agen dan distributor. Keduanya seringkali dianggap sama yaitu mewakili perusahaan produsen, yang dikenal juga dengan sebutan prinsipal, dalam kegiatan mempromosikan dan menjual produk barang atau jasa milik prinsipal kepada pihak ketiga yaitu konsumen, padahal terdapat beberapa perbedaan yang mendasar dalam kedua hubungan hukum tersebut, yaitu sebagai berikut:<sup>115</sup>

- a. Agen melakukan perbuatan hukum kepada pihak ketiga (konsumen) untuk dan atas nama prinsipal, sehingga semua tanggung jawab yang berkaitan dengan perbuatan yang telah dikuasakan oleh prinsipal berada di tangan prinsipal. Sedangkan distributor bertindak untuk dan atas namanya sendiri sehingga tanggung jawab atas semua perbuatan jual beli menjadi tanggung jawabnya sendiri.
- b. Agen tidak menandatangani kontrak jual beli dengan konsumen karena jual beli sesungguhnya terjadi antara konsumen dengan prinsipal. Distributor menandatangani kontrak jual beli secara langsung dengan konsumen karena produk barang atau jasa telah dibeli oleh distributor dari prinsipal untuk kemudian Ia jual lagi kepada konsumen.

---

<sup>113</sup> Zaeni Asyhadie, *Hukum Bisnis Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006), hlm. 79

<sup>114</sup> *Ibid.*, hlm. 79-80

<sup>115</sup> Munir Fuady, *Hukum Kontrak (Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis)*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2001, hlm. 101

- c. Agen tidak bertanggung jawab terhadap sisa produk barang yang tidak terjual, sedangkan distributor bertanggung jawab atas sisa barang yang tidak terjual.
- d. Balas jasa yang diterima oleh agen adalah komisi yang biasanya dihitung dari presentase tertentu dari harga penjualan. Sedangkan balas jasa yang diterima oleh distributor adalah margin keuntungan dari harga penjualan dan harga pembelian.
- e. Seringkali agen dibatasi untuk suatu wilayah atau teritori tertentu, sedangkan distributor tidak.
- f. Merek dan logo tidak disediakan oleh agen.

Lantas apa perbedaan antara agen dan distributor di atas dengan makelar dan komisioner yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD)? Makelar (broker) adalah seseorang yang bertindak hanya sebagai perantara yang mempertemukan atau menghubungkan para pihak dalam berbagai perjanjian. Jadi yang masuk dalam perjanjian adalah para pihak langsung dan makelar disini hanya menjadi penghubung dan balas jasa yang diterima si makelar adalah kurtasi atau provisi.<sup>116</sup> Sedangkan komisioner adalah seseorang yang diberikan kuasa untuk menjadi perantara jual beli yang pada umumnya atas namanya sendiri, namun bisa juga secara khusus dilakukan atas nama si pemberi kuasa dan balas jasa yang diterimanya adalah komisi. Perbedaan komisioner dengan makelar terdapat pada adanya pengangkatan resmi dari Pemerintah bagi seorang makelar, yang pada prakteknya sekarang ini sudah tidak dijumpai lagi, sedangkan tidak demikian pada komisioner. Selain itu, karena komisioner dapat melakukan perjanjian atas nama sendiri maka komisioner tidak wajib untuk memberitahukan kepada pihak ketiga nama atau identitas dari pemberi kuasa (komiten).<sup>117</sup>

Pada dasarnya hubungan pembantuan ini merupakan hubungan penyuruhan atau perwakilan yaitu adanya seseorang (badan usaha) yang mewakili orang lain (badan usaha) dalam melakukan suatu perbuatan hukum. Kitab

<sup>116</sup> Richard Burton, hlm. 54

<sup>117</sup> HMN Purwosutjipto, *Pengertian Hukum Dagang Indonesia*, (Jakarta: Djambatan, 1991), hlm. 54

Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) sendiri membagi perwakilan ini menjadi perwakilan langsung dan tidak langsung seperti makelar dan komisioner di atas. KUHPdata membagi perwakilan ini dalam perwakilan sukarela (Pasal 1354) dan perwakilan dengan perjanjian yaitu perjanjian pemberian kuasa yang diatur dalam Pasal 1792 sampai 1819 KUHPdata. Perwakilan yang bersumber pada undang-undang misalnya adalah seperti pegawai atau direksi dari sebuah perusahaan seperti yang telah disebut di atas, yang diatur misalnya dalam UU No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas atau UU No. 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan. Sedangkan dalam perwakilan melalui perjanjian yaitu perjanjian pemberian kuasa adalah perjanjian dimana seseorang memberikan kekuasaan (wewenang) kepada seseorang yang lainnya, untuk dan atas namanya menyelenggarakan suatu urusan.<sup>118</sup> Si pemberi kuasa berkewajiban untuk memenuhi perikatan-perikatan yang dilakukan kuasa menurut kewenangan yang dikuasakan kepada si kuasa. Menurut KUHPdata, pemberian dan penerimaan kuasa dapat dilakukan secara tertulis, dengan akta otentik maupun akta di bawah tangan, maupun dilakukan dengan lisan. Si kuasa tidak dibenarkan untuk melakukan perbuatan di luar apa yang telah dikuasakan kepadanya, kecuali hal tersebut telah disetujui oleh pemberi kuasa secara tegas atau diam-diam. Si kuasa bekerja secara cuma-cuma kecuali ditentukan lain oleh para pihak dalam perjanjian.

Pengusaha produsen (pemilik/pendiri badan usaha) memberikan kuasa kepada para pembantunya atau wakilnya; agen, distributor, makelar, atau komisioner, untuk melakukan suatu kegiatan bisnis atau perdagangan, meskipun perjanjian pemberian kuasa ini lebih mirip hanya pada perjanjian keagenan yaitu penekanan pada kuasa dilakukan oleh penerima kuasa (agen) untuk dan atas nama pemberi kuasa (prinsipal). Namun dalam perjanjian bisnis antara agen atau distributor dengan prinsipalnya, biasanya dapat diisi dengan ketentuan-ketentuan yang ditetapkan para pihak sepanjang tidak bertentangan dengan hukum, kesusilaan dan ketertiban umum sesuai asas kebebasan berkontrak.<sup>119</sup>

---

<sup>118</sup> Subekti, *Aneka Perjanjian*, hlm. 140-141

<sup>119</sup> Richard Burton, hlm. 54

Ketentuan peraturan perundang-undangan yang mengatur kegiatan tentang agen atau distributor antara lain adalah Peraturan Menteri Perdagangan No.11/M-DAG/PER/3/2006 Tentang Ketentuan Dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Agen Atau Distributor Barang Dan/Atau Jasa. Dalam Permendag disebutkan bahwa agen adalah perusahaan perdagangan nasional yang bertindak sebagai perantara untuk dan atas nama prinsipal berdasarkan perjanjian untuk melakukan pemasaran tanpa melakukan pemindahan hak atas fisik barang dan/atau jasa yang dimiliki/dikuasai oleh prinsipal yang menunjuknya. Sedangkan distributor adalah perusahaan perdagangan nasional yang bertindak untuk dan atas namanya sendiri berdasarkan perjanjian yang melakukan pembelian, penyimpanan, penjualan serta pemasaran barang dan/atau jasa yang dimiliki/dikuasai.

### ***Perjanjian Campuran***

Sebagaimana telah disinggung sebelumnya, bahwa hubungan keagenan di Indonesia mengandung unsur pemberian kuasa yaitu pada keagenan itu sendiri atau mengandung unsur jual beli sebagaimana dalam distributor. Untuk menentukan hukum apa yang akan berlaku dalam perjanjian campuran seperti hal tersebut, dikenal 3 (tiga) teori yaitu teori akumulasi, teori absorpsi dan teori *sui generis*.<sup>120</sup>

#### 1. Teori akumulasi

Menurut teori ini, unsur-unsur perjanjian yang ada harus dipilah terlebih dulu. Kemudian untuk setiap unsur diberlakukan ketentuan-ketentuan perjanjian khusus dalam KUHPerdara yang sesuai.

#### 2. Teori absorpsi

Menurut teori ini, hukum yang berlaku dalam perjanjian campuran adalah hukum dari unsur yang paling dominan. Jadi, apabila dalam suatu perjanjian campuran unsur keagenan (perjanjian pemberian kuasa) yang paling dominan maka perjanjian keagenan yang berlaku.

#### 3. Teori *sui generis*

---

<sup>120</sup> Suharnoko, *Hukum Perjanjian Teori dan Analisis Kasus*, (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 45-46

Menurut teori ini perjanjian campuran merupakan perjanjian yang dianggap sebagai perjanjian sendiri yang pengaturannya dalam KUHPerdara diberlakukan secara analogis.

Merangkum dari pemaparan diatas, mengenai hubungan antara situs dengan *merchant*, dapat dilihat dari informasi atau keterangan yang tertuang dalam ketentuan penjualan yang tertera pada situs yaitu bahwa **semua voucher yang dicetak** dari situs kami atau situs lainnya yang terkait dengan LivingSocial Indonesia (selanjutnya disebut "*Voucher*") **dibeli dari pihak *merchant*** yang berpartisipasi **melalui LivingSocial Indonesia. *Merchant* menjual voucher kepada *user* (konsumen) melalui LivingSocial Indonesia. *Merchant* yang bersangkutan bertanggung jawab untuk menyediakan *user* (konsumen) produk dan jasa untuk setiap *voucher* yang Anda beli dan tukarkan dengan mereka.** Selain itu terdapat syarat dan ketentuan tambahan bahwa pemilik dan penerbit *voucher* adalah *merchant* atau restoran dan sebagai pemilik dan penerbit *voucher*, *merchant* atau restoran bertanggung jawab secara penuh atas setiap dan semua cedera, penyakit, kerusakan, klaim, kewajiban, dan kerugian uang yang diderita oleh pelanggan. Restoran atau *merchant* akan sepenuhnya bertanggung jawab atas kewajiban yang timbul dari properti yang tidak diklaim, *voucher* yang tidak dapat ditukarkan atau bagian daripadanya.<sup>121</sup>

Melihat keterangan yang terungkap diatas dapat ditentukan bahwa antara *merchant* dan situs terdapat hubungan perwakilan dimana situs *www.LivingSocial.co.id* yang merupakan badan usaha diluar perusahaan *merchant* melakukan kegiatan jual beli *voucher* milik *merchant* untuk dan atas nama *merchant* yang bersangkutan. *Merchant* menjual *voucher*-nya melalui situs *www.LivingSocial.co.id*. *Merchant* bertanggung jawab atas segala hal sebagaimana yang telah disebutkan diatas khususnya dalam menyediakan produk barang atau jasa untuk setiap *voucher* yang ditukarkan kepadanya. Jika melihat balas jasa yang diterima situs *www.LivingSocial.co.id* baik yang tertuang dalam situs<sup>122</sup> maupun dalam wawancara CEO *www.LivingSocial.co.id* yang dahulu

---

<sup>121</sup> "Ketentuan Penjualan", [http://www.livingsocial.co.id/jakarta/terms\\_sale/](http://www.livingsocial.co.id/jakarta/terms_sale/), diunduh pada 1 Maret 2012

bernama *www.dealkeren.com* di beberapa media berita internet adalah berupa komisi yang dihitung sesuai jumlah *voucher* yang terjual dengan presentase tertentu yang telah disepakati dengan masing-masing *merchant*.<sup>123</sup>

### 3. Hubungan Hukum Antara *User* (Konsumen) Dengan *Merchant*

Seperti dapat dilihat dari yang telah disebutkan sebelumnya, bahwa konsumen membeli *online voucher* yang memberikan mereka harga lebih murah dari harga sesungguhnya dari situs, dan jika melihat hubungan antara *merchant* dan situs yang juga telah dipaparkan di atas maka yang menjadi pertanyaan selanjutnya adalah bagaimana hubungan antara *merchant* dengan konsumen sendiri. Disini *merchant* adalah sebagai produsen atau pemilik barang atau jasa dan dapat juga dikatakan sebagai penjual yang menjual produk barang atau jasa dengan harga yang lebih murah melalui bentuk *voucher* yang dijual oleh situs sebagai perantara. Konsumen yang membeli dan membayar *voucher* melalui situs dapat menukarkannya kepada *merchant* untuk mendapatkan produk barang atau jasa yang sesuai dengan yang tertera pada *voucher*. Sebagai produsen atau pemilik produk barang atau jasa yang dijual melalui bentuk *voucher* yang memberikan harga lebih murah, *merchant* bertanggung jawab menyediakan barang atau jasa kepada konsumen untuk setiap *voucher* yang ditukarkan oleh *user* atau konsumen tersebut. Selain itu, dalam situs juga disebutkan bahwa *merchant* akan sepenuhnya bertanggung jawab atas kewajiban yang timbul dari properti yang tidak diklaim, atau apabila konsumen atau *user* tidak bisa menggunakan *voucher* (karena kondisi tertentu dan kendala dari pihak *merchant*) hingga batas akhir penggunaan *voucher*.<sup>124</sup>

#### 4.3.2 *www.eVoucherCity.com.sg*

---

<sup>122</sup> "Untuk Bisnis" <http://www.livingsocial.co.id/jakarta/businesses/>, disebutkan bahwa *merchant* tidak dipungut biaya muka. Biaya baru dibayarkan saat [livingsocial.co.id](http://www.livingsocial.co.id) memberikan pelanggan kepada *merchant*.

<sup>123</sup> "Cara Baru *www.dealkeren.com* Menjaring Pengiklan", <http://swa.co.id/updates/cara-baru-dealkeren-com-menjaring-pengiklan>, diunduh pada 28 April 2012

<sup>124</sup> "Ketentuan Penjualan", [http://www.livingsocial.co.id/jakarta/terms\\_sale/](http://www.livingsocial.co.id/jakarta/terms_sale/)

## 1. Hubungan Hukum Antara *User* (Konsumen) Dengan Penyelenggara Situs

Situs *www.eVoucherCity.com.sg* menyediakan (dan menjual) kepada para konsumen sebuah kesempatan untuk merasakan pengalaman mendapatkan produk dan jasa dari perusahaan lokal dengan harga diskon (*deals*). Situs *www.eVoucherCity.com.sg* menjual (diskon) dalam bentuk *voucher* yang dapat ditukarkan dengan produk atau jasa dari suatu *merchant* sebagaimana konsumen membeli produk atau jasa dari sebuah *merchant*.<sup>125</sup>

Serupa dengan situs *www.LivingSocial.co.id* di Indonesia, diskon atau potongan harga yang dijual oleh *www.eVoucherCity.com.sg* dituang dalam bentuk *voucher* yang dibeli oleh konsumen, dengan sistem pembayaran melalui *paypal*, untuk kemudian ditukar dengan produk dan jasa yang bersangkutan kepada *merchant* tertentu sesuai dengan apa yang tertera pada *voucher*.

Hukum kontrak penjualan yang berlaku di Singapura sendiri adalah Undang-Undang Jual Beli Barang yang berlaku di Inggris atau *English Sales of Goods Act 1979* (“SGA” 1979), sebagai akibat diberlakukannya AELA 1993 (*Application of English Law Act 1993*).<sup>126</sup>

Kontrak penjualan barang adalah kontrak dimana penjual mengalihkan atau sepakat untuk mengalihkan hak milik atas barangnya kepada pembeli dengan uang sebagai imbalannya.<sup>127</sup> Meskipun para pihak dibebaskan untuk bersepakat menetapkan hak dan kewajiban masing-masing dalam kontrak, SGA mengatur beberapa ketentuan yang sudah lazim yang tidak perlu dinyatakan oleh para pihak karena sudah dipahami sebagai aturan yang tetap dalam kontrak penjualan barang seperti mengenai kewajiban kedua belah pihak sebagai penjual dan pembeli yang diatur dalam Article 27 sampai 37 SGA 1979. Penjual memiliki kewajiban untuk menyerahkan barang sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati di kontrak, apakah dikirim dari tempat penjual ke tempat pembeli atau langsung diambil oleh

---

<sup>125</sup> “*Terms and Conditions*”, <http://www.eVoucherCity.com.sg/singapore/page/term-and-condition>, diunduh pada 2 Maret 2012

<sup>126</sup> Walter Woon ed., hlm 65

<sup>127</sup> Section 2 (1) SGA 1979

pembeli dari tempat penjual.<sup>128</sup> Sedangkan untuk kewajiban pembeli, pembeli memiliki kewajiban untuk menerima barang dan membayarnya berdasarkan ketentuan yang telah disepakati.<sup>129</sup>

## 2. Hubungan Hukum Antara Penyelenggara Situs Dengan *Merchant*

Keagenan yang sesungguhnya menurut sistem *common law* khususnya Singapura harus dibedakan dengan transaksi “*back-to-back*”. Misalnya Abel meminta Beta untuk mendapatkan 50 pasang sepatu untuknya. Melihat situasi ini, Beta dapat memenuhi permintaan Abel dengan 2 (dua) cara yaitu: Beta mendapatkan sepatu tersebut untuk dan atas kepentingan Abel atau dengan membeli sepatu tersebut dari penyuplai untuk kemudian dijual kembali kepada Abel. Cara yang pertama merupakan keagenan yang sesungguhnya menurut sistem *common law*, dimana Beta bertindak hanya sebagai agen dari Abel dan kontrak sesungguhnya terjadi antara Abel dengan penyuplai. Beta untuk ini mendapatkan balas jasa berupa komisi. Sedangkan pada cara yang kedua, Beta masuk sebagai pihak dalam kontrak baik kontrak penjualan dengan Abel dan kontrak pembelian dari penyuplai, yang mana inilah yang disebut dengan istilah “*back-to-back*” dimana Beta mendapat keuntungan dari margin antara harga beli dan harga jual.<sup>130</sup>

Keagenan menurut sistem *common law* dapat lahir karena hukum atau melalui perjanjian diantara para pihaknya. Keagenan yang terjadi karena hukum contohnya adalah seorang direktur dari sebuah perusahaan yang melakukan transaksi untuk kepentingan perusahaan atau dalam urusan persekutuan usaha, dimana masing-masing anggota menjadi agen dari anggota yang lainnya.

Keagenan pada umumnya memang merupakan hubungan kontraktual, dimana para pihak harus mempunyai maksud untuk terikat dalam kontrak keagenan. Jadi bukanlah sebuah kontrak keagenan apabila, masih dengan contoh diatas, Beta masuk pada sebuah kontrak dengan penyuplai sepatu karena pada saat

---

<sup>128</sup> Section 27 SGA 1979

<sup>129</sup> Section 27 (1) SGA

<sup>130</sup> Walter Woon ed., hlm. 53



itu harga sedang murah, atas nama dan kepentingan Abel tanpa izin atau sepengetahuan Abel. Hal itu karena Abel masih memiliki pilihan apakah akan menerima transaksi tersebut atau menolaknya yang sudah tentu dengan demikian tidak akan ada kontrak keagenan.

Jadi, antara agen dan prinsipal terdapat *fiduciary relationship* yaitu agen bertindak atas nama prinsipal dan berada dibawah pengawasan prinsipal yang berarti tanpa ijin dari prinsipal yang diberikan setelah mendapat informasi, agen dilarang menempatkan dirinya dalam posisi dimana kewajiban-kewajibannya kepada prinsipal dapat berbenturan dengan kepentingannya sendiri. Selain itu apabila agen melebihi kewenangan yang diberikan kepadanya dan hal ini menyebabkan kerugian pada prinsipal, maka prinsipal dapat menuntut agennya.

Jika melihat dalam keterangan yang terungkap dalam situs [www.eVoucherCity.com.sg](http://www.eVoucherCity.com.sg), konsep keagenan secara tersirat terjadi diantara pengelola situs dan *merchant*. Hal itu dapat dilihat dengan pernyataan bahwa situs [www.eVoucherCity.com.sg](http://www.eVoucherCity.com.sg)<sup>131</sup> menawarkan dan menjual produk milik *merchant* dalam bentuk sebuah *voucher*. Selanjutnya dikatakan bahwa untuk itu *merchant* tidak perlu membayar apapun, kecuali apabila situs berhasil memberikan konsumen kepada *merchant* dengan perhitungan sebesar bagian tertentu dari setiap *voucher* yang berhasil dijual. Begitu pula, karena pada situs ini untuk bisa terjadi *deals* dan diskon harus dipenuhi jumlah minimum pemesanan atau pembelian, apabila target tidak tercapai maka *deals* dan diskon tidak akan dilepas dan *merchant* tidak perlu membayar situs untuk itu.

Selain itu masih dalam situs yang sama pada bagian *terms of sale*,<sup>132</sup> dikatakan bahwa yang menjual produk sesungguhnya adalah *merchant*, sehingga *merchant* bertanggung jawab penuh terhadap penukaran *voucher* konsumen (*user*) dengan produk barang atau jasa dari *merchant* yang bersangkutan dan dikarenakan *voucher* yang dibeli oleh konsumen sehubungan dengan pembelian

---

<sup>131</sup> "For Business", <http://www.eVoucherCity.com.sg/singapore/page/merchant>, diunduh pada 2 Maret 2012

<sup>132</sup> "Terms of Sale" <http://www.eVoucherCity.com.sg/singapore/page/term-and-conditions> , diunduh pada 2 Maret 2012

atas barang atau jasa dari suatu *merchant*. Sebagaimana situs di di Indonesia, disini *merchant* juga bertanggung jawab terhadap semua cedera, penyakit, kerugian, klaim dan kewajiban yang diderita konsumen termasuk klaim dari *voucher* yang tidak ditukarkan.

### 3. Hubungan Hukum Antara *User* (Konsumen) Dengan *Merchant*

Apabila melihat dan merujuk pada pemaparan dari 2 (dua) hubungan sebelumnya, dimana konsumen membeli *voucher* yang dapat ditukarkan dengan produk barang atau jasa sebuah *merchant* tertentu dari atau melalui situs [www.eVoucherCity.com.sg](http://www.eVoucherCity.com.sg) dan ada konsep keagenan antara *merchant* dengan situs tersebut. Dengan demikian hubungan hukum antara konsumen dengan *merchant* dapat juga dikatakan terdapat hubungan jual beli. *Merchant*, sebagai produsen yang dapat juga selaku penjual dari produk barang atau jasa, juga memiliki tanggung jawab kepada konsumen yang telah membeli *voucher* atas produk atau jasa milik *merchant* yaitu bertanggung jawab untuk menyediakan produk dan jasa kepada konsumen dari setiap *voucher* yang ditukarkan kepadanya. *Merchant* juga bertanggung jawab terhadap semua cedera, penyakit, kerugian, klaim dan kewajiban yang diderita konsumen termasuk klaim dari *voucher* yang tidak ditukarkan.

#### 4.4 Keabsahan *Voucher*

Sebagaimana layaknya sebuah *voucher* yang sudah sering beredar pada umumnya dimana terdapat kode atau sandi dengan simbol khusus, seperti *barcode*, atau tertentu yang dibuat oleh pihak yang mengeluarkannya, begitu halnya dengan *online voucher* yang dibeli dari situs [www.LivingSocial.co.id](http://www.LivingSocial.co.id) dan situs [www.eVoucherCity.com.sg](http://www.eVoucherCity.com.sg). Pada situs [www.LivingSocial.co.id](http://www.LivingSocial.co.id) menggunakan *barcode* batang sedangkan pada situs [www.eVoucherCity.com.sg](http://www.eVoucherCity.com.sg) menggunakan *barcode* gambar. Berdasarkan jawaban atau keterangan dari kedua situs tersebut, yang penulis dapatkan via *e-mail*, ditambah dengan penulis mencoba untuk membeli *voucher* dari kedua situs, terdapat sandi atau kode khusus yang tertera di *voucher* yang telah dicetak. Untuk mengetahui keaslian *voucher* ini dapat

langsung, konsumen dapat menunjukkan *voucher* yang terdapat *barcode* didalamnya di *merchant* yang bersangkutan seperti saat akan melakukan penukaran. Jadi saat terjadi penukaran *voucher* di tempat *merchant*, khususnya untuk *voucher* dengan *barcode* batangan seperti di situs [www.LivingSocial.co.id](http://www.LivingSocial.co.id), *user* atau konsumen menunjukkan *voucher* yang bersangkutan kepada *merchant* untuk diperiksa atau dipindai dengan mesin khusus yang dapat membaca kode pada *voucher* sesuai dengan nilai serta syarat dan ketentuan yang berlaku pada *voucher*. Selain terdapat kode, pada *voucher* juga tertera nama *user* karena pada saat melakukan pemesanan dan pembelian *voucher* harus dengan *sign in* sesuai dengan akun yang telah didaftarkan di awal.

Menurut UU ITE Pasal 5 ayat (1), (2), dan (3) dikatakan bahwa informasi elektronik dan/atau hasil cetaknya, selama menggunakan sistem elektronik yang sesuai dengan ketentuan undang-undang ini, merupakan alat bukti hukum yang sah yang merupakan perluasan dari alat bukti yang sah menurut hukum acara yang berlaku di Indonesia. Sedangkan menurut ETA dan *Evidence Act* di Singapura dikatakan bahwa ETA mengakui kabsahan dan keberlakuan tanda tangan pada dokumen elektronik sama dengan tanda tangan pada kertas biasa secara konvensional yang ditulis dengan tangan, termasuk dokumen elektronik atau sesuatu yang merupakan hasil yang dikeluarkan oleh sistem komputer baik berupa suara, gambar, grafik, cetak, tertulis atau tidak, dapat juga dibawa ke muka pengadilan baik perdata maupun pidana. Dalam hal ini, dapat dikatakan bahwa *online voucher* bisa dianggap sebagai alat bukti apabila kedepannya terdapat masalah yang dibawa ke muka pengadilan.

Sekedar untuk diketahui juga, meskipun dikatakan bahwa *voucher* ini dapat dipindahtangankan ke orang lain dan memiliki nilai uang yang dapat ditukarkan dengan produk barang dan jasa, akan tetapi *voucher* ini bukanlah merupakan surat berharga sebagaimana yang dikenal dalam hukum dagang. Purwosutjipto membedakan antara surat berharga (*commercial papers* atau *negotiable instruments*) dengan surat yang berharga (*commercial documents* atau *letter of value*). KUHD sendiri tidak memberikan definisi surat berharga, tetapi dapat dilihat dari ciri-ciri atau syarat-syarat yang ditetapkan dalam pasal-pasalanya. Pada intinya, perbedaan keduanya adalah bahwa surat berharga dapat dengan

mudah dipindahtangankan atau diperjualbelikan yang dibuat atau diterbitkan untuk menggantikan uang tunai sebagai alat pembayaran atau memberikan hak tagih pada pemegangnya atas sebuah pembayaran sejumlah uang seperti contohnya yang diatur dalam KUHD yaitu cek, wesel, surat sanggup, sertifikat deposito, dan yang lainnya yang diatur di luar KUHD seperti di Undang-Undang Perbankan atau Pasar Modal. Sedangkan surat yang berharga adalah merupakan surat atau dokumen yang membuktikan hak kepemilikan harta kekayaan tertentu yang diterbitkan bukan untuk diperjualbelikan dan bukan untuk sebagai pembayaran, seperti misalnya saham, obligasi, atau sertifikat tanah dan rumah, STNK (Surat Tanda Nomor Kendaraan) atau BPKB (Bukti Pemilikan Kendaraan Bermotor), dan lain-lain.<sup>133</sup>

Serupa dengan di Singapura, dimana ketentuan tentang surat berharga dapat ditemukan dalam *Bills of Exchange Act* (Cap 23) (“BEA”) yang bersumber pada *UK Bills of Exchange Act 1882* dan *UK Cheques Act 1957*. Menurut hukum Singapura karakteristik surat berharga (*negotiable instruments*) adalah dapat dengan mudah dipindahtangankan, orang yang memegang surat tersebut atau yang namanya tercantum di dalam surat berhak menuntut suatu pembayaran, dan yang lainnya. Contoh dari surat berharga ini menurut hukum Singapura antara lain *bills of exchange* (wesel), *cheques* (cek), dan *promissory notes* (surat sanggup).<sup>134</sup>

---

<sup>133</sup> Muhammad, Abdulkadir. *Hukum Dagang Tentang Surat-Surat Berharga*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1993, hlm 6-8

<sup>134</sup> Walter Woon ed., hlm. 103

## BAB 5 PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

1. Kegiatan atau transaksi *e-commerce*, para pihaknya memiliki hubungan yang didasarkan pada perjanjian atau kontrak, khususnya jual beli, yang dilakukan secara elektronik, yang salah satunya adalah transaksi jual beli *voucher* secara *online* atau elektronik. Perjanjian ini dilakukan melalui atau dengan memanfaatkan teknologi internet sehingga disebut dengan istilah kontrak elektronik. Baik di Indonesia maupun negara tetangga Singapura yang telah memiliki peraturan undang-undang mengenai transaksi elektronik, ternyata menyamakan kontrak elektronik ini dengan kontrak konvensional pada umumnya. Hal ini dikarenakan pada undang-undang yang ada di masing-masing negara belum mengatur mengenai kontrak elektronik sepenuhnya melainkan hanya mengakui keberlakuan kontrak elektronik yang mengikat bagi para pihak yang membuatnya. Untuk dapat berlaku secara sah dan mengikat bagi para pihak, sebagaimana kontrak konvensional pada umumnya, kontrak elektronik harus sesuai dengan syarat sah perjanjian yang diatur dalam hukum perjanjian di masing-masing negara. Indonesia sebagai negara *civil law* mengenal syarat sah perjanjian yang diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdara yaitu sepakat, kecakapan, mengenai hal tertentu, dan sebab yang halal. Sedangkan Singapura sebagai negara *common law* yang banyak berkiblat pada hukum kontrak di Inggris, mengenal syarat sah perjanjian yaitu kesepakatan, kecakapan, maksud untuk terikat, dan *consideration*.
2. Pada transaksi jual beli *voucher* secara *online*, baik di Indonesia maupun Singapura, dimana ada 3 pihak yang saling berhubungan yaitu *user* sebagai konsumen, penyelenggara situs *online voucher*, dan *merchant* yang memiliki produk barang atau jasa. Sebagai transaksi utama disini adalah kontrak jual beli yang dilakukan antara penyelenggara situs dengan *user* sebagai konsumen yang memperjualbelikan *voucher* secara *online*

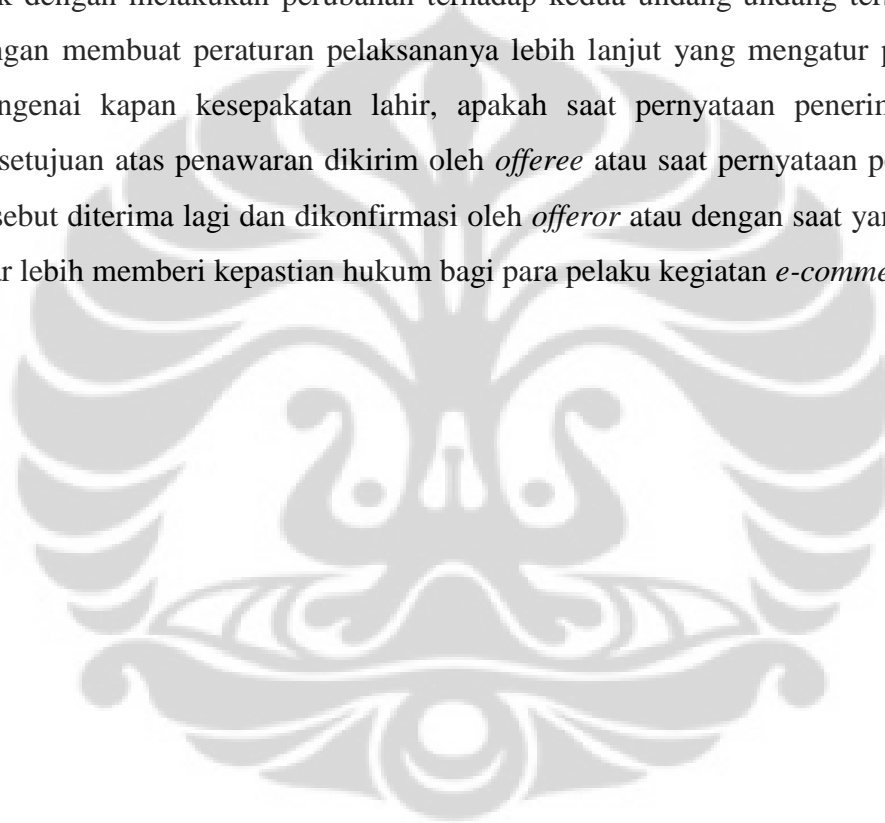
yang dapat ditukarkan produk atau jasa suatu *merchant* dengan harga yang lebih murah dari harga asli produk dan jasa tersebut. Diantara keduanya lalu terdapat hubungan penjual dan pembeli, dimana penyelenggara situs harus menyerahkan *voucher* kepada pembeli yang telah menjalankan kewajiban untuk membayar. Di sisi lain, penyelenggara situs yang menjual *voucher* kepada *user* (konsumen) tidak bertanggung jawab atas segala klaim atau penukaran terhadap produk barang atau jasa kepada konsumen melainkan itu semua menjadi tanggung jawab *merchant* yang bersangkutan. Hal tersebut dikarenakan ternyata terdapat hubungan yang serupa dengan keagenan antara penyelenggara situs dengan *merchant* sebagai produsen atau pemilik barang atau jasa, dimana penyelenggara situs membantu *merchant* mempromosikan dan menjual produk *merchant* dalam bentuk *voucher* yang dapat ditukarkan dengan produk milik *merchant* tersebut. Dengan demikian, antara *merchant* dengan *user* (konsumen) juga terdapat hubungan antara penjual (yang sesungguhnya) dan pembeli dimana *merchant* harus menyerahkan produk barang atau jasa sesuai dengan *voucher* yang ditukarkan oleh konsumen kepadanya.

3. Mengenai keabsahan *voucher*, baik yang dibeli dari situs [www.LivingSocial.co.id](http://www.LivingSocial.co.id) maupun situs [www.eVoucherCity.com.sg](http://www.eVoucherCity.com.sg) terdapat kode atau sandi digital khusus pada *voucher* berupa kode batang dan gambar, dimana saat konsumen menukarkan *voucher* tersebut di tempat *merchant* tertentu sesuai dengan yang tertera pada *voucher*, oleh *merchant* yang bersangkutan akan dicek apakah *voucher* tersebut asli atau tidak dan akan dicek juga apakah *voucher* tersebut sudah pernah digunakan atau belum.

## 5.2 Saran

Meskipun masing-masing negara yaitu Indonesia dan Singapura telah memiliki peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang transaksi dan kontrak elektronik yang mengakui keabsahan dan keberlakuan kontrak elektronik selayakanya kontrak konvensional pada umumnya, keduanya belum mengatur

kapan saat terjadinya kesepakatan secara jelas atau detail dan pasti, mengingat dalam *e-commerce*, kontrak elektronik merupakan hal terpenting karena para pihak yang terlibat dalam transaksi tidak bertemu secara langsung. UNCITRAL *Model Law on Electronic Commerce with Guide to Enactment 1996* mungkin telah mengatur bahwa mengenai kontrak elektronik, pengaturannya kembali kepada keadaan hukum kontrak konvensional di negara masing-masing. Namun menurut penulis, akan lebih baik dalam ETA atau UU ITE diatur dengan lebih detail dan jelas mengenai kapan lahirnya kesepakatan dalam kontrak elektronik, baik dengan melakukan perubahan terhadap kedua undang-undang tersebut atau dengan membuat peraturan pelaksanaannya lebih lanjut yang mengatur penjelasan mengenai kapan kesepakatan lahir, apakah saat pernyataan penerimaan atau persetujuan atas penawaran dikirim oleh *offeree* atau saat pernyataan persetujuan tersebut diterima lagi dan dikonfirmasi oleh *offeror* atau dengan saat yang lainnya agar lebih memberi kepastian hukum bagi para pelaku kegiatan *e-commerce*.



## DAFTAR REFERENSI

### **BUKU:**

Asyhadie, Zaeni. *Hukum Bisnis, Prinsip dan Pelaksanaannya*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006.

Badruzaman, Mariam Darus. *Kitap Undang-Undang Hukum Perdata Buku III Tentang Hukum Perikatan dengan Penjelasan*. Bandung: Penerbit Alumni, 1983.

Ding, Julian. *E-commerce: Law & Practice*. Malaysia: Sweet & Maxwell Asia 1999.

Duxbury, Robert. *Nutshells Contract Law*. London: Sweet & Maxwell, 1997.

Efraim Turban, Jae Lee, dkk. *Electronic Commerce : A Management Perspective* New Jersey: Prentice Hall Inc, 2000.

Elliot, Catherine dan Frances Quinn. *Contract Law*. Great Britain: Pearson Education Limited, 2001.

Endeshaw, Assafa. *Hukum E-Commerce Dan Internet Dengan Fokus Di Asia Pasifik (Internet and E-Commerce Law: with a focus on Asia Pacific)*. Diterjemahkan oleh Siwi Purwandari dan Mursyid Wahyu Hananto. Jogjakarta: Pustaka Pelajar, 2007.

Enterprise, Jubilee. *Trik Membuat Situs Deals & Diskon*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2011.

Fuady, Munir. *Hukum Kontrak (Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis)*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2001.



\_\_\_\_\_. *Perbandingan Hukum Perdata*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2005.

Gerarld R Ferrera, et.al. *Cyber Law*. Ohio: South-Western College Publishing, 2000.

Harahap, M. Yahya. *Segi-segi Hukum Perjanjian*. Bandung: Penerbit Alumni, 1986.

Hartini, Rahayu. *Hukum Komersial*. Malang: UMM Press, 2005.

Kantaatmadja, Mieke Komar et. al. *Cyberlaw: Suatu Pengantar*. Tanpa Kota: ELIPS II, 2002.

Kienan, Brenda. *Small Business Solutions E-Commerce E-Commerce Untuk Perusahaan Kecil*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2001.

Makarim, Edmon. *Pengantar Hukum Telematika Suatu Kompilasi Kajian*. Jakarta: PT RajaGrafindo, 2005.

Mertokusumo, Sudikno. *Hukum Acara Perdata Indonesia*. Yogyakarta: Liberty, 1987.

Muhammad, Abdulkadir. *Hukum Dagang Tentang Surat-Surat Berharga*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1993.

Muljadi, Kartini dan Gunawan Widjaja. *Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian*. Jakarta: Rajawali Pers, 2006

Purwosutjipto, HMN. *Pengertian Hukum Dagang Indonesia*. Jakarta: Djambatan, 1991.

Rusli, Hardijan. *Hukum Perjanjian Indonesia dan Common Law*. Jakarta: PT Midas Surya Grafindo, 1996.

Sardjono, H.R. dan Frieda Husni Hasbullah. *Bunga Rampai Perbandingan Hukum Perdata*. Jakarta: Indo-Hill-Co, 2003.

Simatupang, Richard Burton. *Aspek Hukum Dalam Bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2003.

Sjahdeini, Sutan Remi. *E-commerce Tinjauan Dari Perspektif Hukum Dalam Kompilasi Hukum Perikatan*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti 2001.

Sri Mamudji, et. al., *Metode Penelitian dan Penulisan Hukum*. Jakarta: Badan Penerbit Fakultas Hukum Universitas Indonesia. 2005.

Subekti, R. *Aneka Perjanjian*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1995.

\_\_\_\_\_. *Hukum Perjanjian*. Jakarta: PT. Intermasa, 2002.

\_\_\_\_\_ dan R. Tjitrosudibio. *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*. Jakarta: Pradnya Paramita, 2008.

Suharnoko. *Hukum Perjanjian Teori dan Analisis Kasus*. Jakarta: Kencana, 2004.

Sunarti, Andi, *Seluk Beluk E-Commerce*. Jogjakarta: Garailmu, 2009.

Woon, Walter ed. *Basic Business Law in Singapore*. Singapore: Prentice Hall, 2000.

### **JURNAL:**

Agustina, Rosa. “Kontrak Elektronik (*E-Contract*) Dalam Sistem Hukum Indonesia)” *Gloria Juris*. No. 1 Vol. 8 April 2008: 8

Abrams, Howard E. and Richard L. Doenberg. "How Electronic Commerce Works". *Tax Notes International*. May 1997: 1573.

Bell, Gary F. "Comparative contract law (with a few insight on evidence)", hlm 17, disampaikan di Fakultas Hukum Universitas Indonesia pada 19 Mei 2005.

Endeshaw, Assafa. "The Singapore E-Commerce 'Code'". *Information & Communications Technology Law*, No. 3 Vol. 8. October 1999: 191-194.

Rodan, Garry. "The Internet and Political Control in Singapore". *Political Science Quarterly*. No. 1 Vol. 113. Spring 1998: 69-70.

Sanusi, M. Asyad "Transaksi Bisnis dalam Electronic Commerce (E-Commerce): Studi tentang Permasalahan Hukum dan Solusinya", *Jurnal Hukum* No. 16 Vol. 8 Maret 2001: 13

Sjahdeini, Sutan Remy. "Sistem Pengamanan E-Commerce", *Jurnal Hukum Bisnis*, Vol 18, Maret 2002: 10

**Peraturan Perundang-undangan:**

Indonesia. *Undang-Undang Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik*. UU No. 11 Tahun 2008. LN No.58 Tahun 2008. TLN 4843.

Subekti dan R. Tjitrosudibio. *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*. Jakarta: Pradnya Paramita. 2008.

*Singapore Electronic Transaction Act 2010 (Cap 88)*

*English Sale of Goods Act 1979*

**Internet:**

- ”Cara Baru *www.dealkeren.com* Menjaring Pengiklan”. <http://swa.co.id/updates/cara-baru-dealkeren-com-menjaring-pengiklan>. Diunduh pada 28 April 2012
- “Diakuisisi, DealKeren Targetkan Untung US\$ 500 Ribu Per Bulan”. <http://swa.co.id/updates/daikuisisi-dealkeren-targetkan-untung-us-500-ribu-per-bulan>. Diunduh pada 3 April 2012
- “e-Bisnis, e-Shop, e-Commerce”. <http://www.kabarinvest.com/e-bisnis-e-shop-e-commerce/> . Diunduh pada 26 Januari 2012
- “E-Commerce”. Deris Stiawan. 2002. [deris.unsri.ac.id/materi/deris/ecommerce\\_deris.pdf](http://deris.unsri.ac.id/materi/deris/ecommerce_deris.pdf). Diunduh pada 29 Februari 2012
- “Electronic Transaction Act”. <http://www.ida.gov.sg/Policies%20and%20Regulation/20060420164343.aspx> . Diunduh pada 5 Maret 2012
- Ellen Liena Christine. “Hubungan Hukum Antara Pelaku E-Commerce”. <http://www.scribd.com/doc/25286713/Hukum-Ecommerce>. Diunduh pada 29 Januari 2012
- ”eVoucher, Tren Belanja OnLine Terbaru”. <http://www.detikinet.com/adsread/produk/342/evoucher-tren-belanja-online-terbaru>. Diunduh pada 26 Januari 2012
- “For Business”. <http://www.eVoucherCity.com.sg/singapore/page/merchant>. Diunduh pada 2 Maret 2012
- “How It Works”. [http://www.eVoucherCity.com.sg/singapore/page/how\\_it\\_works](http://www.eVoucherCity.com.sg/singapore/page/how_it_works). Diunduh pada 2 Maret 2012

”Hemat Berbelanja dengan Online Voucher”. <http://female.kompas.com/read/2011/02/10/19025070/Hemat.Berbelanja.dengan.Voucher.Online>.

Diunduh pada 26 Januari 2012

“*Invitation To Treat*”. <http://www.4lawschool.com/contracts101/invitation.htm>.

Diunduh pada 21 Maret 2012

“Kebijakan Privasi: Pengenalan”. [http://www.livingsocial.co.id/jakarta/kebijakan\\_privasi/](http://www.livingsocial.co.id/jakarta/kebijakan_privasi/). Diunduh pada 1 Maret 2012

”Ketentuan Penjualan”. [http://www.livingsocial.co.id/jakarta/terms\\_sale/](http://www.livingsocial.co.id/jakarta/terms_sale/). Diunduh pada 1 Maret 2012

“Pertanyaan yang sering ditanyakan”. <http://www.livingsocial.co.id/jakarta/faq/>. Diunduh pada 1 Maret 2012

“Syarat dan Ketentuan”. [http://www.livingsocial.co.id/jakarta/terms\\_conditions/](http://www.livingsocial.co.id/jakarta/terms_conditions/). Diunduh pada 1 Maret 2012

“Tanya Jawab Seputar UU ITE”. <http://www.batan.go.id/sjk/uu-ite.html>. Diunduh pada 24 Februari 2012

“Terms and Conditions”. <http://www.eVoucherCity.com.sg/singapore/page/term-and-condition>. Diunduh pada 2 Maret 2012

“Terms of Sale”. <http://www.eVoucherCity.com.sg/singapore/page/term-and-conditions>. Diunduh pada 2 Maret 2012

“The Law of Contract”. <http://www.singaporelaw.sg/content/ContractLaw.html>. Diunduh pada 18 Februari 2012

“Untuk Bisnis”. <http://www.livingsocial.co.id/jakarta/businesses/>. Diunduh pada 1 Maret 2012

**TESIS:**

Hanifah, Amalia. Kontrak Dagang Elektronik (*e-commerce*) Sebagai Suatu Bentuk Perjanjian Yang Melahirkan Perikatan. Tesis. Fakultas Hukum Universitas Indonesia. Depok. Jawa Barat. 2004



dealkeren is now

livingsocial<sup>®</sup>

**Voucher senilai Rp 50.000 untuk menu makanan @ Gelatissimo Pacific Place (Gelatissimo Pacific Place)**

Gelatissimo Pacific Place

PURCHASED BY:

**Ria Astuti**

VOUCHER NUMBER:

**004935-000249**

CUSTOMER ID:

**253877**

REDEMPTION CODE:

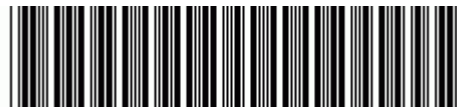
**N/A**

VALID FROM:

**30 Mei 2012 to 29 Jul 2012**

**Need Assistance?**

Call: 021 2907 5200 | Email: support@dealkeren.com

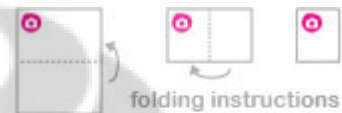


IVR CODE  
004935820603

BARCODE  
425263566358

**How to use this:**

1. Cetak voucher Anda
2. Berikan voucher ke Gelatissimo Pacific Place
3. Selamat menikmati



**Fine Print:**

- Bebas jumlah penggunaan voucher/transaksi
- **Voucher Value senilai Rp 50.000 untuk semua pilihan Gelato dan Sorbetto**
- **Tidak berlaku untuk menu minuman**
- **Berlaku di outlet Gelatissimo Pacific Place**
- **Berlaku untuk dine-in dan take away**
- Tidak dapat digabungkan dengan voucher/promosi lainnya
- Voucher asli yang sudah dicetak harus dibawa dan diberikan ketika datang ke outlet Gelatissimo Pacific Place
- Dapat dipindahtangankan dan digunakan sebagai hadiah
- Tidak dapat diuangkan untuk nilai yang tidak digunakan
- Tidak dapat ditukar dengan uang dan dikembalikan ke pihak LivingSocial

**Location:**

Gelatissimo Pacific Place

**Other:**

**Gelatissimo Pacific Place**

Jl. Jend. Sudirman Kav. 52 – 53  
Jakarta Selatan



#000ca900-1

**66% Off. \$9.90 instead of \$29.50 for 5 Elishacoy Organic Essences Masks Set + FREE Delivery by Registered Mail! \*RAVED BY SG BLOGGER DAWN YANG!\***

**Recipient:**

RiaAstutiAdipuri

**Valid From:**

May 24, 2012 11:00 PM

**Expires:**

Jun 30, 2012 12:00 AM

**Fine Print:**

Not to be combined with any other certificates, coupons, or other offers/promotion. Multiple eVouchers can be purchased either for personal use or as a gift. FREE DELIVERY via registered mail only to all Singapore Addresses. To process the service delivery order, after purchase, E--Mail: Name, NRIC No., Contact Number and Mailing Address to enquiry@secertive.sg. And forward the original eVoucher. Your order will be mailed out 1 week after the end of the campaign period and only with full information of the buyer being provided. Delivery will take about 3 business days from date of posting. Delivery will be made during weekdays in accordance to Singapore Post's guideline. If you prefer self collection, please Call 6899 0128 for appointment before collection (9am-12pm & 2pm-5pm daily except for weekends and PH). No change, cash back, or credit will be issued. eVoucher is not refundable or exchangeable. The product not refundable or exchangeable for cash or other products. Secretive Pte Ltd (Formerly known as Lush

**Purchased:**

Jun 01, 2012 11:14 PM

**Redeem At #1:**

Secretive Pte Ltd  
2 Jurong East Street 21, #02-175 IMM  
Building  
Singapore  
Singapore (Singapura)  
609601



01215905



Group Pte Ltd) Singapore | Malaysia2 Jurong  
East Street 21, #02-175 IMM Building, Singapore  
609601 Tel +65 6899 0128 | Fax +65 6899 1718

### Universal Fine Print:

Not valid for cash back (unless required by law). Must use in one visit. Doesn't cover tax or gratuity. Can't be combined with other offers.

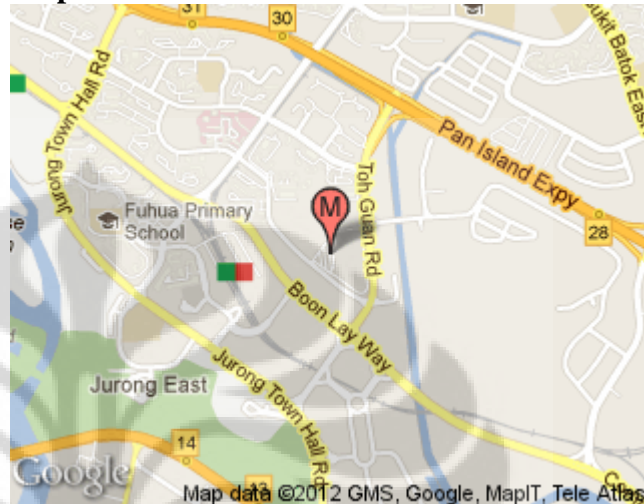
### How to use this:

Print your eVoucherCity Present eVoucherCity upon arrival. Enjoy!

\*Remember:

eVoucherCity customers tip on the full amount of the pre-discounted service (and tip generously). That's why we are the coolest customers out there.

### Map:



Email eVoucherCity: [evouchercity@evouchercity.com.sg](mailto:evouchercity@evouchercity.com.sg)

### Legal Stuff We Have To Say:

General terms applicable to all Vouchers (unless otherwise set forth below, in eVoucherCity Terms of Sale, or in the Fine Print): Unless prohibited by applicable law the following restrictions also apply. See below for further details. However, even if the promotional offer stated on your eVoucherCity has expired, applicable law may require the merchant to allow you to redeem your Voucher beyond its expiration date for goods/services equal to the amount you paid for it. If you have gone to the merchant and the merchant has refused to redeem the cash value of your expired Voucher, and if applicable law entitles you to such redemption eVoucherCity will refund the purchase price of the Voucher per its Terms of Sale. Partial Redemptions: If you redeem the Voucher for less than its face value, you only will be entitled to a credit or cash equal to the difference between the face value and the amount you redeemed from the merchant if applicable law requires it. If you redeem this eVoucherCity Voucher for less than the total face value, you will not be entitled to receive any credit or cash for the difference between the face value and the amount you redeemed, (unless otherwise required by applicable law). You will only be entitled to a redemption value equal to the amount you paid for the eVoucherCity less the amount actually redeemed. The redemption value will be reduced by the amount of purchases made. This eVoucherCity expiration date above, the merchant will, in its discretion: (1) allow you to redeem this Voucher for the product or service specified on the Voucher or (2) allow you to redeem the Voucher to purchase other goods or services from the merchant for up to the amount you paid for the Voucher. This Voucher can only be used for making purchases of goods/services at the named merchant. Merchant is solely responsible for Voucher redemption. Vouchers cannot be redeemed for cash or applied as payment to any account unless required by applicable law. Neither eVoucherCity, Inc. nor the named merchant shall be responsible for eVoucherCity Vouchers that are lost or damaged. Use of Vouchers are subject to eVoucherCity Terms of Sale

## **Syarat & Ketentuan**

### 1. Pengenalan

LivingSocial, (selanjutnya disebut LivingSocial) termasuk anak perusahaan dan afiliasi memberikan Anda, perusahaan Jasa (selanjutnya disebut sebagai "Situs") dengan ketentuan sebagai berikut.

Silakan baca persyaratan berikut dengan seksama. Jika Anda tidak setuju dengan kebijakan Ketentuan & Kondisi Anda tidak dapat memasukkan atau menggunakan Website ini. Jika Anda terus mencari dan menggunakan Website ini Anda setuju untuk mematuhi dan terikat oleh persyaratan dan ketentuan berikut penggunaan, yang bersama-sama dengan kebijakan privasi kami mengatur LivingSocial dan penggunaannya oleh Anda sehubungan dengan situs ini.

### 2. Informasi Website

Sementara setiap upaya dilakukan untuk memperbarui informasi yang terdapat di website ini, baik LivingSocial atau pihak ketiga atau data atau penyedia konten membuat representasi atau jaminan, apakah menyatakan, terkandung dalam hukum atau sisa seperti untuk urutan, ketepatan, kelengkapan atau keandalan informasi, pendapat, informasi harga, penelitian informasi, data dan / atau konten yang terdapat pada situs web (termasuk namun tidak terbatas pada informasi yang mungkin disediakan oleh pihak ketiga atau data atau penyedia konten) dan tidak akan terikat di cara apapun oleh informasi yang terdapat dalam Website. LivingSocial berhak setiap saat untuk mengubah atau menghentikan tanpa pemberitahuan, setiap aspek atau fitur dari website ini. Tidak ada informasi yang harus ditafsirkan sebagai saran dan informasi adalah ditawarkan untuk tujuan informasi saja dan tidak dimaksudkan untuk tujuan diperdagangkan. Anda dan perusahaan Anda mengandalkan informasi yang terdapat pada situs ini dengan resiko sendiri. Jika Anda menemukan kesalahan atau kelalaian di situs ini, silakan beritahu kami.

### 3. Trade Marks

Merek dagang, nama, logo, dan merek layanan (secara kolektif disebut "merek dagang") yang ditampilkan pada Website ini semua terdaftar dan tidak terdaftar di LivingSocial.

Tidak ada yang terkandung pada website ini harus ditafsirkan sebagai pemberian lisensi atau hak untuk menggunakan merek dagang apapun tanpa izin tertulis dari LivingSocial.

#### 4. Link Eksternal

Pranala luar dapat disediakan untuk kenyamanan Anda, tetapi mereka berada di luar kendali LivingSocial dan representasi tidak dilakukan untuk konten mereka. Gunakan atau kepercayaan pada link eksternal dan di atasnya konten yang disediakan adalah risiko Anda sendiri. Ketika Anda mengunjungi link eksternal harus mengacu pada syarat dan ketentuan penggunaan untuk itu Website eksternal. Tidak ada link hypertext akan diciptakan dari setiap Website dikendalikan oleh Anda atau ke Website ini tanpa izin tertulis sebelumnya dari LivingSocial. Silakan hubungi kami jika Anda ingin link ke website ini atau ingin meminta link ke website anda.

#### 5. Forum Publik dan Penyebaran Materi

LivingSocial tidak bertanggung jawab atas materi yang disampaikan ke daerah-daerah publik oleh Anda (yang termasuk papan buletin, host halaman, chat room, atau area publik lainnya ditemukan di situs web. Setiap material (baik yang diajukan oleh Anda atau pengguna lain) adalah tidak didukung, ditinjau atau disetujui oleh LivingSocial. cadangan hak untuk menghapus materi yang disampaikan atau diposting oleh Anda di tempat umum, tanpa pemberitahuan kepada Anda, jika sudah sadar dan menentukan, dalam kebijakan tunggal dan mutlak bahwa Anda atau ada kemungkinan bahwa Anda mungkin, termasuk tetapi tidak terbatas pada –

5.1 Pencemaran nama baik, penyalahgunaan, melecehkan, mengganggu, mengancam atau melanggar hak pengguna yang lain atau pihak ketiga lainnya.

5.2 Menerbitkan, memposting, mendistribusikan atau menyebarkan fitnah, materi yang tidak senonoh, tidak layak dan tidak sah.

5.3 posting atau upload file yang berisi virus, file rusak atau perangkat lunak atau program serupa lainnya yang dapat merusak operasi LivingSocial dan / atau sistem komputer pihak ketiga dan / atau jaringan;

5.4 melanggar hak cipta, merek dagang, Indonesia yang berlaku lainnya atau hukum internasional atau hak kekayaan intelektual LivingSocial atau pihak ketiga lainnya;

5.5 Memasukan konten pemasaran atau promosi yang bertujuan untuk menguntungkan bisnis.

## 6. Keanggotaan

Deal Website Keren tidak tersedia bagi pengguna di bawah usia 18, di luar target demografis, atau ada anggota yang sebelumnya dilarang oleh LivingSocial. Pengguna yang diizinkan hanya satu akun yang aktif. Melanggar kondisi ini dapat mengakibatkan pemutusan akun.

LivingSocial pada kesempatan akan menawarkan anggotanya promosi. Sehubungan dengan promosi ini, setiap pengguna yang menerima Hadiah (hadiah, kredit, kartu hadiah, kupon atau manfaat lain) dari LivingSocial melalui penggunaan beberapa akun, alamat email, memalsukan informasi atau melakukan penipuan, akan mengabaikan apapun seperti Hadiah yang diperoleh melalui kegiatan dan dapat bertanggung jawab atas sipil dan / atau sanksi pidana oleh hukum.

Dengan menggunakan LivingSocial Situs Web, Anda mengakui bahwa Anda berada pada usia hukum untuk membentuk perjanjian yang mengikat dan bukan merupakan orang yang dilarang untuk menerima Layanan berdasarkan undang-undang Indonesia atau yurisdiksi lain yang berlaku. Anda setuju untuk memberikan informasi yang benar dan akurat tentang diri sendiri ketika diminta oleh LivingSocial Website. Jika Anda memberikan informasi yang tidak benar, tidak tepat, atau tidak lengkap, LivingSocial berhak untuk menangguhkan atau mengakhiri akun Anda dan menolak untuk menggunakan layanan masa depan. Anda bertanggung jawab untuk menjaga kerahasiaan akun Anda dan password, dan menerima semua bertanggung jawab untuk aktivitas yang terjadi dalam akun Anda.

## 7. Pembatalan Karena Kesalahan

LivingSocial berhak untuk membatalkan perintah kapan saja karena kesalahan ketik atau tak terduga yang menghasilkan produk (s) di situs yang tercantum tidak akurat (memiliki harga yang salah atau deskripsi dll). Dalam hal terjadi pembatalan dan pembayaran untuk pesanan sudah diterima, LivingSocial menerbitkan pengembalian dana penuh untuk produk dalam jumlah tersebut.

## 8. Penggunaan Spesifik

Anda selanjutnya setuju untuk tidak menggunakan Situs Web untuk mengirim atau posting pesan atau material yang melanggar hukum, melecehkan, memfitnah, kasar, tidak

senonoh, mengancam, berbahaya, vulgar, cabul, berorientasi seksual, rasial menyinggung, tidak senonoh, pornografi atau melanggar hukum yang berlaku dan Anda dengan ini membebaskan LivingSocial atas setiap kerugian, kewajiban, kerusakan atau biaya apapun alam yang LivingSocial atau pihak ketiga mungkin menderita yang disebabkan oleh atau timbul, baik secara langsung atau tidak langsung, penggunaan Anda atas Situs Web untuk mengirim atau posting apapun seperti pesan atau materi.

#### 9. Jaminan

LivingSocial tidak memberikan jaminan, representasi, pernyataan atau jaminan (apakah mengungkapkan, tersirat dalam hukum atau sisa) tentang situs, informasi yang terkandung di situs, Anda atau informasi pribadi perusahaan Anda atau material dan informasi yang dikirimkan melalui sistem kami.

#### 10. Permohonan Pertanggungjawaban

LivingSocial tidak bertanggung jawab untuk dan menolak semua tanggung jawab atas setiap kerugian, kewajiban, kerusakan (baik langsung, tidak langsung atau konsekuensial), cedera pribadi atau biaya apapun juga sifatnya yang mungkin diderita oleh Anda atau pihak ketiga (termasuk perusahaan Anda) . Seiring dengan hasil atau yang mungkin timbul, langsung atau tidak langsung, untuk mengakses dan menggunakan situs web ini, setiap informasi yang terdapat dalam Situs Web, Anda atau informasi pribadi perusahaan Anda atau material dan informasi yang dikirimkan melalui sistem kami. Secara khusus, tidak LivingSocial atau pihak ketiga atau data atau penyedia konten akan bertanggung jawab dengan cara apapun kepada Anda atau kepada orang lain, perusahaan atau perusahaan apapun atas setiap kerugian, kewajiban, kerusakan (baik langsung atau konsekuensial), atau cedera pribadi biaya apapun juga sifatnya yang timbul dari keterlambatan, ketidakakuratan, kesalahan, atau kelalaian dari informasi harga saham atau transmisi daripadanya, atau tindakan apapun yang dilakukan di atasnya bergantung atau disebabkan demikian atau dengan alasan non-kinerja atau interupsi, atau penghentian daripadanya.

Program Kredit Referral dan Program Hadiah serta berbagai keuntungannya ditawarkan sepenuhnya atas kebijaksanaan LivingSocial. LivingSocial mempunyai hak untuk mengubah atau menghentikan, sementara atau selamanya jasa yang ditawarkan, secara keseluruhan atau sebagian dengan alasan apapun dan atas kebijaksanaannya sendiri,

dengan atau tanpa pemberitahuan sebelumnya kepada anggota LivingSocial. LivingSocial bisa; diantara lain; menarik, membatasi, mengubah, menaikkan/ menurunkan kredit yang dibutuhkan untuk penawaran spesial apapun yang berhubungan dengan Kredit Referral dan Program Hadiah. Dengan menjadi anggota LivingSocial, Anda setuju bahwa Program Kredit Referral dan Program Hadiah tidak akan bertanggungjawab kepada Anda atau pihak ketiga lainnya untuk perubahan atau penghentian program terkait.

#### 11. Ganti Rugi

Pengguna bersedia membebaskan dan tidak terus LivingSocial (dan karyawan, direktur, pemasok, anak perusahaan, usaha patungan, dan mitra hukum) dari setiap klaim atau permintaan. Termasuk biaya pengacara yang wajar, dari dan terhadap semua kerugian, biaya, kerugian dan biaya yang timbul dari pelanggaran syarat dan kondisi atau segala kegiatan yang terkait dengan akun pengguna keanggotaan karena tindakan kelalaian atau kesalahan.

#### 12. Penggunaan Website

LivingSocial tidak membuat jaminan apapun atau representasi informasi bahwa pada situs web ini sesuai untuk digunakan dalam setiap yurisdiksi (Republic of Indonesia). Dengan mengakses situs web ini, Anda menjamin dan mewakili untuk LivingSocial bahwa Anda secara hukum berhak untuk melakukannya dan untuk memanfaatkan informasi yang tersedia melalui Website.

#### 13. Ketentuan Umum

13.1 Keseluruhan Perjanjian. Istilah-istilah Website dan kondisi merupakan satu-satunya catatan perjanjian antara Anda dan LivingSocial dalam kaitannya dengan penggunaan Anda atas Situs. Baik Anda maupun LivingSocial akan terikat oleh setiap tersurat maupun tersirat representasi, jaminan, atau berjanji tidak dicatat di sini. Kecuali dinyatakan secara khusus lain, istilah-istilah Website dan kondisi mengalihkan dan menggantikan semua komitmen sebelumnya, usaha atau pernyataan, baik tertulis atau lisan, antara Anda dan LivingSocial sehubungan dengan penggunaan Anda atas Situs.

13.2 Perubahan. Keren Deal dapat setiap saat memodifikasi persyaratan dan kondisi yang relevan, kebijakan atau pemberitahuan. Anda mengakui bahwa dengan mengunjungi Situs Web dari waktu ke waktu, Anda akan menjadi terikat pada versi saat ini persyaratan

dan kondisi yang relevan (versi "saat ini") dan, kecuali dinyatakan dalam versi sekarang, semua versi sebelumnya akan diganti oleh versi saat ini. Anda akan bertanggung jawab untuk meninjau versi sekarang setiap kali Anda mengunjungi situs web.

13.3 Konflik. Jika ada konflik atau pertentangan diantara peraturan-peraturan, syarat dan ketentuan yang berlaku di website atau syarat dan ketentuan yang berlaku, maka kami akan memberlakukan peraturan yang relevan dengan kasus Anda.

13.4 Pelepasan. Tidak kegemaran atau perpanjangan waktu yang anda atau mungkin Keren Deal hibah untuk yang lain akan merupakan pengabaian atau, baik oleh hukum atau sebaliknya, membatasi hak yang ada atau yang akan datang pemberi hibah dalam ketentuan tersebut, simpan dalam peristiwa atau sejauh pemberi telah menandatangani dokumen tertulis tegas waiving atau membatasi hak tersebut.

13.5 Aneksasi. LivingSocial berhak untuk membagi, menetapkan dan mendelegasikan semua atau sebagian hak dan kewajibannya dalam hal syarat dan kondisi yang relevan, kebijakan dan pemberitahuan kepada pihak ketiga.

13.6 Pemisahan Peraturan. Ketentuan dari istilah atau kondisi setiap peraturan tidak berhubungan dengan penggrupuan atau penghubungan peraturan tersebut secara gramatikal. Jika ada ketentuan atau istilah dari salah satuperaturan yang tidak bisa digunakan di wilayah yurisdiksi manapun dikarenakan tidak ada ikatan legal, tidak valid, tidak legal, melawan hukum atau alasan apa pun, maka hanya peraturan tersebut yang tidak bisa diberlakukan. Kondisi tersebut tidak menyebabkan seluruh ketentuan atau peraturan tidak berlaku atau tidak dapat digunakan.

13.7 Berlaku hukum. Setiap kondisi dan persyaratan, kebijakan dan pemberitahuan akan diatur oleh dan ditafsirkan sesuai dengan hukum Republik Indonesia tanpa mempengaruhi prinsip-prinsip konflik hukum. Anda dengan ini setuju pada yurisdiksi eksklusif pengadilan Republik Indonesia sehubungan dengan setiap perselisihan yang timbul sehubungan dengan situs web, atau persyaratan dan kondisi yang relevan, kebijakan dan pemberitahuan atau segala sesuatu yang berhubungan dengan atau yang berhubungan dengannya.

13.8 Komentar atau Pertanyaan. Silahkan hubungi kami jika Anda mempunyai pertanyaan atau komentar seputar website, peraturan, syarat dan ketentuan serta cara kami menangani data pribadi Anda.

## 14. Penghentian

Syarat dan ketentuan berlaku kepada Anda setelah Anda mengakses LivingSocial Website dan / atau menyelesaikan proses registrasi atau belanja. Syarat dan ketentuan ini, atau salah satu dari mereka, dapat dimodifikasi atau dihentikan oleh LivingSocial tanpa pemberitahuan setiap saat dengan alasan apapun. Ketentuan yang berkaitan dengan Hak Cipta dan Merek Dagang, Disclaimer, Klaim, Batasan Kewajiban, Ganti Rugi, Hukum yang Berlaku, Arbitrase dan Umum, akan tetap penghentian.

#### 15. Pembatalan dan Pengembalian

Pesanan dapat dibatalkan jika voucher mereka belum diserahkan. Setelah voucher dikirim ke akun pengguna, mereka tidak lagi diijinkan untuk membatalkan. Setiap kembali setelah yang ditangani berdasarkan kasus per kasus. Dalam alasan, kita akan melakukan apa yang kami bisa untuk memastikan kepuasan pelanggan. Kecuali ada sesuatu yang salah dengan pembelian, kita umumnya tidak dapat menawarkan pengembalian dana.

#### 16. Kredit

16.1 Program Kredit Referral dan Program Hadiah serta berbagai keuntungannya ditawarkan sepenuhnya atas kebijaksanaan LivingSocial. LivingSocial mempunyai hak untuk mengubah atau menghentikan, sementara atau selamanya jasa yang ditawarkan, secara keseluruhan atau sebagian dengan alasan apapun dan atas kebijaksanaannya sendiri, dengan atau tanpa pemberitahuan sebelumnya kepada anggota LivingSocial.

LivingSocial bisa; diantara lain; menarik, membatasi, mengubah, menaikkan/ menurunkan kredit yang dibutuhkan untuk penawaran spesial apapun yang berhubungan dengan Kredit Referral dan Program Hadiah. Dengan menjadi anggota LivingSocial, Anda setuju bahwa Program Kredit Referral dan Program Hadiah tidak akan bertanggungjawab kepada Anda atau pihak ketiga lainnya untuk perubahan atau penghentian program terkait.

16.2 LivingSocial berhak memblokir penggunaan Kredit LivingSocial milik Anda secara sepihak tanpa pemberitahuan apapun apabila Anda diduga melakukan penyalahgunaan dalam bentuk apapun untuk fitur "Undang Teman/Credit Referral".

#### **Ketentuan Penjualan**

Semua voucher yang dicetak dari situs kami atau situs lainnya yang terkait dengan LivingSocial Indonesia (selanjutnya disebut "Voucher") dibeli dari pihak merchant yang berpartisipasi ("Merchant") melalui LivingSocial Indonesia. Semua voucher harus ditukarkan dengan barang dan jasa yang di diskon dari biaya asli mereka. Untuk memesan voucher dari



merchant melalui LivingSocial Indonesia, Anda harus membeli voucher berdasarkan syarat dan ketentuan yang dinyatakan di bawah ini. Anda diminta untuk membuat akun untuk membeli voucher apa pun. Hal ini diperlukan agar kami dapat member Anda akses mudah untuk mencetak voucher, melihat pembelian masa lalu Anda, mengubah preferensi Anda, dan untuk memastikan tata cara penggunaan voucher. Untuk informasi lebih lanjut tentang informasi tersebut, silakan meninjau Kebijakan Privasi kami.

Voucher yang Anda beli melalui LivingSocial Indonesia dapat ditukarkan dengan barang atau jasa dengan Merchant. Merchant menjual voucher kepada Anda melalui LivingSocial Indonesia. Merchant yang bersangkutan bertanggung jawab untuk menyediakan Anda produk dan jasa untuk setiap voucher yang Anda beli dan tukarkan dengan mereka. Baik pihak merchant maupun LivingSocial Indonesia tidak bertanggung jawab atas kehilangan atau pencurian voucher yang telah diberikan kepada Anda atau ketika sudah berada di tangan Anda.

### **1. Syarat dan Ketentuan untuk Voucher Restoran**

Sebagai penjelasan tambahan, "restoran" didefinisikan sebagai Merchant yang menawarkan makanan dan minuman untuk dijual selama masa operasionalnya, dan menawarkan makanan dan minuman yang tersedia bagi pembeli voucher.

- Tata cara penggunaan voucher ditentukan oleh pihak restoran dan ketentuannya dicantumkan di voucher
- Penggunaan voucher restoran khusus untuk minuman beralkohol ditentukan berdasarkan kebijaksanaan tunggal dari restoran tersebut dan tunduk terhadap hukum yang berlaku
- Voucher tidak dapat digabungkan dengan sertifikat pihak ketiga lainnya, kupon atau promosi lainnya, kecuali dinyatakan secara khusus oleh restoran
- Voucher restoran tidak dapat digunakan untuk kas, pajak, pajak pelayanan, atau kredit kecuali diizinkan oleh restoran
- Pemberian kredit restoran adalah kebijakan tunggal dari restoran kecuali jika diisyaratkan oleh hukum yang berlaku
- Berlaku untuk makan di tempat saja, kecuali dinyatakan selainnya
- Baik LivingSocial Indonesia atau pihak restoran tidak bertanggung jawab atas kehilangan atau pencurian voucher restoran atau nomor kode voucher
- Reproduksi, penjualan ulang atau penukaran voucher restoran dilarang kecuali diperbolehkan oleh peraturan atau hukum yang berlaku

- Upaya penggunaan voucher tanpa mengikuti syarat dan ketentuan yang berlaku dapat menyebabkan voucher restoran tersebut tidak dapat digunakan
- Voucher tidak berlaku apabila melanggar hukum yang berlaku

## **2. Syarat dan Ketentuan untuk Voucher Merchant Non-Restoran**

- Voucher retail hanya dapat ditukarkan dengan produk yang dijual oleh merchant dan tidak dapat digunakan sebagai biaya untuk pengiriman
- Batas penggunaan jumlah voucher adalah 1 voucher per transaksi kecuali dibebaskan oleh tata cara penggunaan voucher yang ditentukan oleh pihak merchant
- Pemberian kredit adalah kebijakan tunggal dari pihak merchant kecuali jika diisyaratkan oleh hukum yang berlaku
- Baik LivingSocial Indonesia atau pihak merchant tidak bertanggung jawab atas kehilangan atau pencurian voucher atau nomor kode voucher
- Voucher tidak dapat digabungkan dengan sertifikat pihak ketiga lainnya, kupon atau promosi lainnya, kecuali dinyatakan secara khusus oleh pihak merchant
- Reproduksi, penjualan ulang atau penukaran voucher dilarang kecuali diperbolehkan oleh peraturan atau hukum yang berlaku
- Upaya penggunaan voucher tanpa mengikuti syarat dan ketentuan yang berlaku dapat menyebabkan voucher restoran tersebut tidak dapat digunakan
- Voucher tidak berlaku apabila melanggar hukum yang berlaku

## **3. Syarat dan Ketentuan Tambahan untuk Semua Voucher LivingSocial Indonesia**

Semua voucher harus tunduk pada syarat dan ketentuan LivingSocial Indonesia dan restoran atau merchant yang berpartisipasi. Merchant atau restoran yang berpartisipasi adalah penjual produk atau jasa yang Anda beli.

Pemilik dan penerbit voucher restoran adalah restoran. Pemilik dan penerbit voucher merchant adalah merchant. Sebagai pemilik dan penerbit dari voucher, restoran atau merchant bertanggung jawab penuh atas setiap dan semua cedera, penyakit, kerusakan, klaim, kewajiban dan kerugian uang yang diderita oleh pelanggan. Restoran atau merchant akan sepenuhnya bertanggung jawab atas kewajiban yang timbul dari properti yang tidak diklaim, voucher yang tidak ditukarkan atau bagian daripadanya. Anda dengan ini membebaskan LivingSocial Indonesia serta pejabat, direksi, karyawan dan agen dari, klaim, kewajiban, kerugian atau cedera yang timbul dari atau berkaitan dengan perbuatan atau kelalaian dari merchant atau restoran sehubungan dengan *voucher*. Voucher restoran dan merchant dapat

digunakan secara keseluruhan pada saat yang bersamaan dan tidak bisa digunakan secara bertahap.

Menurut hukum yang berlaku, merchant dapat bertanggung jawab untuk memungkinkan Anda untuk mengembalikan voucher dan menukarkannya dengan uang sesuai dengan harga asli voucher pada kondisi tertentu (Contoh: Jika Anda membayar Rp100.000 untuk voucher senilai Rp200.000, tetapi pada kenyataannya Anda sebenarnya hanya membayar Rp 100.000 untuk produk atau jasa yang nilainya dicantumkan Rp 200.000). Periode penggunaan voucher yang tertera di voucher LivingSocial Indonesia mengindikasikan masa berlaku voucher, akan tetapi hukum yang berlaku menentukan bahwa pihak merchant bertanggung jawab untuk mengembalikan uang Anda jika Anda tidak bisa menggunakan voucher (karena kondisi tertentu dan kendala dari pihak merchant) hingga batas akhir penggunaan voucher. Jika hal tersebut terjadi, harap menghubungi pihak LivingSocial Indonesia untuk mengembalikan uang Anda dalam bentuk Kredit LivingSocial Indonesia ke akun Anda.

## **Kebijakan Privasi**

### **Pengenalan**

LivingSocial Company Limited, (selanjutnya disebut LivingSocial Indonesia) termasuk anak perusahaan dan afiliasi yang melayani dan menyediakan jasa untuk Anda, (selanjutnya disebut sebagai "Situs") mematuhi Kebijakan Privasi yang tercantum disini.

Terima kasih telah mengunjungi situs kami (LivingSocial.co.id). Kebijakan privasi ini memberitahu Anda bagaimana kami menggunakan informasi pribadi yang dikumpulkan di situs ini. Silakan baca kebijakan privasi ini sebelum menggunakan situs atau mengirimkan informasi pribadi apapun. Dengan menggunakan situs ini, Anda menerima semua kegiatan yang dijelaskan dalam kebijakan privasi. Kegiatan ini dapat diubah, tetapi perubahan akan diumumkan dan perubahan hanya akan berlaku untuk kegiatan dan informasi yang akan datang, bukan yang sudah terjadi. Anda dianjurkan untuk membaca kebijakan privasi setiap kali Anda mengunjungi situs untuk memastikan bahwa Anda memahami bagaimana informasi pribadi yang Anda berikan akan digunakan.

Catatan: tata cara privasi yang ditetapkan dalam kebijakan privasi ini berlaku untuk situs ini saja. Jika Anda mengakses situs lain, harap membaca kebijakan privasi yang terpampang pada situs tersebut.

### **Koleksi Informasi**

LivingSocial Indonesia mengumpulkan informasi pribadi, seperti nama, alamat untuk bersurat, alamat email, dll, ketika diajukan secara sukarela oleh pengunjung kami. Informasi yang Anda berikan digunakan untuk memenuhi permintaan khusus Anda. Informasi ini hanya digunakan untuk memenuhi permintaan khusus Anda, kecuali Anda memberikan izin kepada kami untuk menggunakannya untuk kepentingan lain, seperti menambahkan Anda ke salah satu mailing list kami.

### **Pelacakan (Cookie) Teknologi**

Situs LivingSocial Indonesia dapat menggunakan cookie dan teknologi pelacakan tergantung pada fitur yang ditawarkan. Teknologi pelacakan dan cookie bermanfaat untuk mengumpulkan informasi seperti jenis browser dan system operasional, mendata jumlah pengunjung situs dan memahami cara pengunjung menggunakan situs. Cookie juga dapat membantu menyesuaikan situs untuk pengunjung. Informasi pribadi tidak dapat dikumpulkan melalui cookie dan teknologi pelacak lainnya. Namun, jika Anda sebelumnya memberikan informasi identitas pribadi, cookie dapat terhubung ke informasi tersebut. Jenis cookie agregat dan pelacakan informasi dapat diinformasikan dengan pihak ketiga.

### **Distribusi Informasi**

LivingSocial Indonesia dapat berbagi informasi dengan instansi pemerintah atau perusahaan lainnya yang membantu kami dalam hal mencegah penipuan atau investigasi. Kami dapat melakukannya ketika: (1) diizinkan atau diharuskan oleh hukum, atau, (2) mencoba untuk melindungi atau mencegah penipuan atau hal yang berpotensi untuk berujung pada penipuan atau transaksi yang tidak sah, atau, (3) menyelidiki penipuan yang telah terjadi. Informasi ini tidak diberikan kepada perusahaan-perusahaan lain untuk kepentingan pemasaran.

### **Komitmen untuk Keamanan Data**

Informasi pribadi Anda disimpan secara aman. Hanya karyawan, agen dan kontraktor (yang telah setuju untuk menyimpan informasi Anda secara aman dan rahasia) akan memiliki akses ke informasi ini. Semua email dan newsletter dari situs ini memberikan pilihan kepada Anda untuk tidak disertakan ke dalam daftar mailing list berikutnya.

### **Privasi Kontak Informasi**

Jika Anda memiliki pertanyaan, keluhan atau komentar tentang kebijakan privasi kami, Anda dapat menghubungi kami dengan menggunakan informasi di bawah ini:

## **FAQ**

1. Apakah livingsocial.co.id itu?

Livingsocial.co.id adalah situs Daily Deals yang menawarkan diskon fantastis untuk restoran, kecantikan, hiburan, produk-produk terbaru, gadgets dan jalan-jalan di dalam dan luar negeri setiap hari. Kami menawarkan diskon terbaik untuk semua anggota. Tujuan kami adalah untuk mendapatkan deal eksklusif yang tidak didapatkan di tempat lain.

2. Dimanakah LivingSocial Indonesia itu?

LivingSocial Indonesia mempunyai 3 cabang kantor di Indonesia yaitu di Jakarta, Bandung dan Surabaya.

3. Apakah ada biaya untuk menjadi anggota?

Tidak – Anda dapat mendaftar GRATIS dan hanya membayar bila membeli voucher.

4. LivingSocial Indonesia menawarkan deal dari kota mana saja setiap harinya?

LivingSocial Indonesia saat ini tidak hanya menawarkan deal dari Jakarta tetapi juga deal dari kota Bandung dan Surabaya. Selain itu, Anda juga bisa jalan-jalan di dalam dan luar negeri dengan deal Travel dari kami.

5. Apakah LivingSocial Indonesia itu aman?

Ya - data anggota LivingSocial Indonesia sangat aman. Semua data pribadi Anda, seperti nomor telepon, nomor rekening bank pribadi dan alamat, kami simpan di data base LivingSocial Indonesia yang tidak akan kami buka untuk publik atau berikan ke pihak merchant. LivingSocial Indonesia hanya memberikan daftar nama dan nomor voucher Anda ke pihak merchant sebagai bukti Anda telah memperoleh voucher yang asli dari LivingSocial Indonesia.

6. Apa yang akan Anda lakukan dengan kartu kredit dan informasi billing saya?

Kami tidak menyimpan informasi kartu kredit Anda. Kami menggunakan partner banking kami (Paypal dan bank lokal lainnya) untuk menangani penyimpanan informasi secara aman.

7. Apa yang LivingSocial Indonesia lakukan dengan email kami?

Kami menjaga informasi pribadi Anda dan menggunakannya hanya untuk memberitahu Anda tentang penawaran diskon kami, notifikasi pembelian dan atau bertanya tentang pendapat Anda demi meningkatkan layanan kami. Silakan baca kebijakan privasi kami untuk informasi lebih lanjut.

8. Bagaimana saya membeli Deal di LivingSocial Indonesia?

Pastikan Anda sudah login terlebih dahulu ke situs LivingSocial Indonesia dengan memasukan alamat email dan password yang sebelumnya Anda cantumkan ke situs LivingSocial Indonesia pada saat pendaftaran. Anda dapat mengklik tombol "BELI" kapanpun dan dimanapun, sebelum deal berakhir. Silakan mengikuti proses pembelian yang tersedia setelah Anda mengklik tombol "BELI".

9. Apa yang harus saya lakukan lagi setelah klik "BELI"?

Jika Anda membayar voucher melalui transfer ATM ke nomor rekening bank LivingSocial Indonesia (BCA, BNI, Mandiri, pastikan Anda melakukan konfirmasi pembayaran di akun Anda setelah mentrasfer pembayaran voucher melalui bank LivingSocial Indonesia yang sudah dipilih. Klik "Akunku" dan pilih menu "Kuponku" untuk mengkonfirmasi pembayaran di link "Konfirmasi Pembayaran" yang tersedia di kolom voucher Anda. Mohon cantumkan nomor order Anda di kotak pesan yang tersedia di formulir konfirmasi pembayaran.

10. Bagaimana saya melakukan konfirmasi pembayaran jika saya membayar melalui setor tunai dan ATM Bersama?

Jika Anda membayar melalui setor tunai atau ATM Bersama, mohon kirimkan bukti pembayaran Anda beserta nomor order Anda dan nomor telpon yang bisa kami hubungi via fax ke (021) 2907 5202. Proses ini sangat penting mengingat bank statement LivingSocial Indonesia tidak mencantumkan nama pemilik rekening, nomor rekening, dan dana tersebut untuk pembayaran apa jika Anda membayar melalui setor tunai atau ATM Bersama sehingga akan mempersulit proses verifikasi pembayaran.

11. Berapa lama proses yang dibutuhkan untuk saya menerima voucher LivingSocial Indonesia?

Setelah Anda melakukan konfirmasi pembayaran, pembayaran Anda akan kami verifikasi dengan proses paling lama 2 X 24 jam pada hari dan jam kerja (Senin – Jumat pukul 09:00 –

18:00 WIB). Setelah pembayaran Anda diverifikasi, kami akan mengirimkan email pemberitahuan bahwa voucher sudah tersedia untuk dicetak.

12. Apa itu Instant Payment?

Instant Payment adalah cara pembayaran/ transaksi melalui salah satu channel instant payment partner kami, yaitu: KlikBCA, BCA KlikPay, Mandiri Visa Credit Card, T-Cash, Keuntungan tambahan lain yang bisa Anda dapatkan dari cara pembayaran ini adalah Voucher akan segera Anda peroleh setelah transaksi pembayaran dilakukan. Anda cukup memilih option instant payment partner yang tersedia dan mengikuti instruksi tata cara melakukan transaksi yang akan tersedia langsung setelah Anda menentukan pilihan Anda.

13. Bagaimana cara saya mendapatkan voucher dari LivingSocial Indonesia?

Voucher LivingSocial Indonesia bisa Anda cetak atau dikirimkan via SMS ke handphone Anda dengan mengklik "Akunku" dan pilih menu "Kuponku". Link untuk mencetak atau mengirim voucher via SMS tersedia di bawah logo voucher Anda. Voucher LivingSocial Indonesia dapat Anda cetak berwarna atau hitam putih. LivingSocial Indonesia menyediakan voucher berukuran A4 serta mencantumkan ketentuan dan cara menggunakan voucher untuk mempermudah Anda menukarkan voucher dengan merchant yang bersangkutan.

14. Apakah saya harus menggunakan voucher LivingSocial Indonesia pada hari yang sama dengan waktu saya beli?

Tidak. Voucher LivingSocial Indonesia dapat digunakan kapan saja sesuai dengan masa berlakunya voucher. Harap baca ketentuan yang tertera di voucher untuk keterangan lebih lengkapnya.

15. Dapatkah saya memberikan Voucher LivingSocial Indonesia sebagai hadiah meskipun nama saya tertera di voucher tersebut?

Ya! Voucher LivingSocial Indonesia dapat digunakan sebagai hadiah untuk siapa pun juga.

16. Apabila saya tidak menggunakan seluruh nilai voucher saya, apakah saya bisa menggunakannya kembali di kesempatan lain?

Umumnya Anda tidak dapat menggunakan sisa nilai pada voucher. Silakan lihat ketentuan voucher tersebut.

17. Dapatkah saya menggunakan Voucher LivingSocial Indonesia untuk penawaran atau promosi lain?

Umumnya Voucher LivingSocial Indonesia tidak dapat digunakan untuk promosi lain. Silakan periksa ketentuan voucher tersebut.

18. Dapatkah saya mengembalikan atau membatalkan pesanan saya?

Anda dapat membatalkan pesanan selagi masih dalam proses verifikasi pembayaran. Apabila pesanan Anda telah selesai dan voucher telah tersedia, Anda tidak lagi dapat membatalkan pesanan.

19. Apa yang terjadi apabila saya membeli Voucher LivingSocial Indonesia dan ternyata bisnis merchant bangkrut?

Apabila merchant tersebut bangkrut sebelum batas tanggal masa berlaku voucher dan anggota tidak dapat menggunakan voucher tersebut, maka LivingSocial Indonesia akan mengembalikan uang Anda.

20. Bagaimana caranya saya menerima kredit dengan mengundang teman?

Silakan kunjungi "Undanganku" di bagian "Akunku" untuk mempostinglink undangan yang tersedia melalui facebook, twitter, email, blog, Google Buzz atau IM Anda. Apabila teman Anda menjadi anggota dan membeli voucher di LivingSocial Indonesia, kami akan menambahkan kredit senilai Rp 20.000 pada akun Anda. Referral yang tidak berasal dari akun Anda tidak dapat dijadikan sebagai kredit. Pastikan Anda dan teman Anda sudah memverifikasi nomor telepon di akun Anda masing-masing agar sistem Undang Teman bekerja. Untuk mengetahui cara menggunakan kredit, silakan klik di sini

21. Berapa banyak anggota yang dapat saya undang?

Anda dapat mengundang teman sebanyak-banyaknya! Kami akan memantau referral Anda dan memberikan Rp 20.000 bila mereka membeli. Sistem pemberian kredit hanya berlaku untuk pembelian pertama oleh referral Anda.

22. Saya menerima undangan dari 3 orang – apakah mereka semua akan mendapatkan Rp 20.000 ketika saya membeli?

Tidak, hanya undangan yang paling pertama Anda klik yang menerima kredit Rp 20.000.



23. Bagaimana saya memverifikasi nomor telepon saya di situs LivingSocial Indonesia?  
Anda bisa memverifikasi nomor telepon Anda dengan mengklik "Akunku" lalu klik "Profilkku" untuk memverifikasi nomor telepon Anda. Verifikasi nomor telepon diperlukan agar sistem menerima kredit dengan mengundang teman berhasil.

24. Berapa banyak dari pembelian saya yang disumbangkan oleh LivingSocial Indonesia ke yayasan sosial?

Kami percaya bahwa tanggung jawab sosial adalah upaya yang baik. Tiap bulan kami menyumbangkan sebesar 3% dari hasil penjualan kami kepada yayasan-yayasan sosial.

25. Kapanakah LivingSocial Indonesia ada di kota saya?

LivingSocial Indonesia berkembang sangat cepat. Selain kota Jakarta, saat ini LivingSocial Indonesia juga sudah hadir di kota Bandung dan Surabaya. Jika Anda ingin LivingSocial Indonesia Ada di kota Anda, silakan beritahu kami.

26. Bagaimana caranya agar saya menjadi partner merchant di LivingSocial Indonesia?

Silakan klik [di sini](#) untuk informasi lebih lanjut. Terimakasih!

27. Apakah itu Promo Code? Bagaimana cara menggunakannya?

Silakan klik [di sini](#) untuk informasi lebih lanjut. Terima kasih!

### **Untuk Bisnis**

LivingSocial untuk mempromosikan bisnis anda

LivingSocial menawarkan jalur promosi bisnis Anda dengan efisien dan dengan biaya yang terjangkau untuk membawa customer baru untuk bisnis Anda.

### **Menciptakan Brand Awareness dan Konsumen Baru**

LivingSocial mempunyai pengunjung yang banyak yang aktif bersosialisasi secara online. Ribuan pengguna akan membagi promosi Anda dengan teman-teman, keluarga dan rekan kerja mereka. Anda dan pelanggan Anda juga berkontribusi besar untuk membantu orang lain.

**Memantau dan Melihat Hasil**

Anda bisa mengetahui persis jumlah pelanggan yang bisa diekspektasi dan bagaimana bisnis Anda diuntungkan dari kerjasama dengan LivingSocial secara online.

**Beriklan Bebas Biaya**

Tidak ada uang muka! Anda hanya dikenai biaya jika kami memberikan Anda pelanggan. Silahkan menghubungi kontak di bawah ini untuk mempromosikan usaha Anda di LivingSocial. Salah satu dari Account Manager kami akan segera menghubungi Anda!



<http://evouchercity.com.sg/>

## **Terms and Conditions**

### **TERMS OF USE**

Welcome to eVoucherCity.com.sg. By using this site (the “Site”), you (or “User”) agree to the terms and conditions that we (“eVoucherCity.com.sg”) have provided. If you do not agree to these terms, you must cease use of the Site.

#### **General**

eVoucherCity.com.sg may change the Terms of Use and/or our Privacy Policy from time to time and at any time, and without actual notice to you. All such changes to these Terms of Use will appear on eVoucherCity.com.sg. If we make changes to our Terms of Use and Privacy Policy and you continue to use our Site, you are impliedly agreeing to the Terms of Use and Privacy Policy expressed herein.

The Site may be unavailable from time to time for any reason. You understand and acknowledge that due to circumstances both within and outside of the control of eVoucherCity.com.sg access to the Site may be interrupted, suspended or terminated from time to time. eVoucherCity.com.sg shall have the right at any time to change or discontinue any aspect or feature of eVoucherCity.com.sg.

You and we are independent contracts, and nothing in these Terms of Use creates a partnership, employment relationship or agency. There are no third-party beneficiaries of these Terms of Use. You may not assign these Terms of Use, in whole or in part, to any third party without our prior, written consent, and any attempt by you to do so will be invalid. Should any part of these Terms of Use be held invalid or unenforceable, that portion will be construed consistent with applicable law and the remaining portions will remain in full force and effect. Our failure to enforce any provision of these Terms of Use will not be considered a waiver of the right to enforce such provision. Our rights under these Terms of Use will survive any termination of these Terms of Use.

These Terms of Use, together with the Privacy Policy and any other legal notices published by eVoucherCity.com.sg on eVoucherCity.com.sg, shall constitute the entire agreement between you and eVoucherCity.com.sg concerning eVoucherCity.com.sg.

**YOU AND EVOUCHERCITY.COM.SG AGREE THAT ANY CAUSE OF ACTION ARISING OUT OF OR RELATED TO EVOUCHERCITY.COM.SG MUST COMMENCE**

WITHIN ONE (1) YEAR AFTER THE CAUSE OF ACTION ACCRUES. OTHERWISE, SUCH CAUSE OF ACTION IS PERMANENTLY BARRED.

You are legally able to accept these Terms of Use. You affirm that you are either more than 18 years of age, or an emancipated minor, or possess legal parental or guardian consent, and are fully able and competent to enter into the terms, conditions, obligations, affirmations, representations, and warranties set forth in these Terms of Use, and to abide by and comply with these Terms of Use.

### **General Rules of User Conduct**

We aim to make the use of our Site a positive experience for all of our Users, so we require that User restrict any and all activity in connection with the use of this Site to that which involves lawful purposes only. User shall not post or transmit through this Site any material which violates or infringes in any way upon the rights of others, or any material which is unlawful, harmful, threatening, abusive, harassing, tortuous, defamatory, vulgar, obscene, libelous, invasive of another's privacy or publicity rights, hateful, or racially, ethnically or otherwise objectionable, which encourages conduct that would constitute a criminal offense, give rise to civil liability or otherwise violate any law, or which, without eVoucherCity.com.sg's express prior, written approval, contains advertising or any solicitation with respect to any products or services. Any conduct by a User that in eVoucherCity.com.sg's exclusive discretion restricts or inhibits any other User from using or enjoying this Site is strictly prohibited. User agrees not to attempt to reverse engineer or jeopardize the correct functioning of the Site, or otherwise attempt to derive the source code of the software (including the tools, methods, processes, and infrastructure) that enables or underlies the Site. User must not upload or transmit any form of virus, worm, Trojan horse, or other malicious code.

You acknowledge and agree that eVoucherCity.com.sg may preserve information and content and may also disclose information and content if required to do so by law or in the good faith belief that such preservation or disclosure is reasonably necessary to: (a) comply with legal process; (b) enforce these Terms of Use; (c) respond to claims that any information or content violates the rights of third-parties; or (d) protect the rights, property, or personal safety of eVoucherCity.com.sg, its users or the public.

The foregoing provisions of this section apply equally to and are for the benefit of eVoucherCity.com.sg, its subsidiaries, affiliates and its third party content providers and

licensors, and each shall have the right to assert and enforce such provisions directly or on its own behalf.

### **eVoucherCity.com.sg's Proprietary Rights**

All materials contained in this Site, including, but not limited to images, illustrations, audio clips, and video clips, are the copyrighted property of eVoucherCity.com.sg or by other parties that have licensed their material to eVoucherCity.com.sg. As between eVoucherCity.com.sg and you, eVoucherCity.com.sg is the sole owner of all content on the Site, including without limitation, all applicable copyrights, trademarks, and trade secrets, and other intellectually property rights thereto. Any copying, reproducing, distributing, transmitting, posting, linking, deep linking, or otherwise modifying of this site without the express written permission of eVoucherCity.com.sg is strictly prohibited. Modification of the materials or use of the materials for any other purpose is a violation of the copyrights and other proprietary rights. For purposes of these Terms of Use, the use of any such material on any other web site or networked computer environment is prohibited.

### **Returns and Refunds**

Once you purchase a voucher/s for a deal from eVoucherCity, the purchase is final and binding. You are \*not\* entitled to any returns or refunds. Any refunds or returns administered after a voucher/s is purchased will be solely on discretion of eVoucherCity.

### **Terms of Sale**

eVoucherCity.com.sg provides consumers with opportunities to experience products and services from local businesses at a discount (a "Deal").

By placing an order for a given Deal, you make an offer to eVoucherCity.com.sg to purchase the Deals you have selected on the terms, restrictions and conditions associated with the Deal (such as the Key Details), subject to the initial requirements for that Deal being met. The Deal is not yours until we notify you via email that the requisite initial requirements (such as the minimum number \of people have signed up) have been met for a given Deal. The eVoucher you purchase is redeemable for goods or services by the seller of such goods and services, hereinafter defined as "Merchant." The Merchant, not eVoucherCity.com.sg, is the seller of the goods and services and is solely responsible for redeeming any eVoucher you purchase. eVoucherCity.com.sg sells a eVoucher that can be redeemed in connection with your purchase of the goods or services from Merchant.

You are required to create an account in order to purchase any Deal. This is required so we can provide you with easy access to print your Deals, view your past purchases, view your referral credits earned, modify your preferences, and to ensure permissible use of the Deal.

In addition the following rules apply to all Deals:

-- Merchant Deals may be applied only to merchandise sold by Merchant, and may not be applied to GST, service charges, shipping or handling charges unless otherwise noted.

-- No cash value for any Merchant Deal.

-- No cash back upon redemption or at any other time.

-- The issuing of credit is at the sole discretion of the Merchant unless otherwise required by law.

-- If you redeem the eVoucher for less than its face value, you will not be entitled to a credit, cash or new eVoucher equal to the difference between the face value and the amount you redeemed, unless otherwise required by law. For example, if you paid \$10 for eVoucher which entitles you to purchase \$40 of product and you make a purchase for \$30, you will not be entitled to a credit or cash equal to the difference between the \$40 face value and the amount you redeemed. You will not have any redemption value.

-- Neither the seller nor the Merchant is responsible for lost or stolen eVoucher or eVoucher's unique reference number.

-- eVoucher cannot be combined with any other gift certificates, third party certificates, coupons, or promotions.

-- Reproduction, sale or trade of this certificate is prohibited unless done so in compliance with the law.

-- The eVoucher expires on the date specified on the eVoucher, except that the Merchant may continue to redeem the unused cash value you paid for the eVoucher (which is usually less than the original face value of the eVoucher to the extent required by applicable law).

-- Any attempted redemption not consistent with these terms and conditions will render the eVoucher null and void to the extent prohibited by law.

-- Other restrictions may be noted within the Deal.

The Merchant shall be fully responsible for any and all injuries, illnesses, damages, claims, liabilities and costs suffered by or in respect of a customer, caused in whole or in part by the Merchant, as well as for any unclaimed property liability arising from unredeemed eVouchers. Merchant Deals are redeemable in their entirety only and may not be redeemed incrementally.

### **Linked Sites**

You may be able to link to third parties' Web Sites ("Linked Sites") from the eVoucherCity.com.sg Site. Linked Sites are not, however, reviewed, controlled, or examined by eVoucherCity.com.sg in anyway and eVoucherCity.com.sg is not responsible for the content, availability, advertising, products or other materials of any such Linked Sites, or any additional links contained therein. These links do not imply eVoucherCity.com.sg's endorsement of or association with the Linked Sites. It is your sole responsibility to comply with the appropriate terms of service of the Linked Sites as well as with any other obligation under copyright, secrecy, defamation, decency, privacy, security and export laws related to the use of such Linked Sites and any content contained there on. In no event shall eVoucherCity.com.sg be liable, directly or indirectly, to anyone for any loss or damage arising from or occasioned by the creation or use of the Linked Sites or the information or material accessed-through these Linked Sites. You should direct any concerns to that site's administrator or webmaster. eVoucherCity.com.sg reserves the exclusive right, at its sole discretion, to add, change, decline or remove, without notice, any feature or link to any of the Linked Sites from the eVoucherCity.com.sg Site and/or introduce different features or links to different users.

### **Disclaimer of Warranty; Limitation of Liability**

YOU AGREE THAT YOUR USE OF THIS SITE SHALL BE AT YOUR SOLE RISK. EVOUCHERCITY.COM.SG, ITS AFFILIATES OR ANY OF THEIR RESPECTIVE EMPLOYEES, AGENTS, THIRD PARTY CONTENT PROVIDERS OR LICENSORS MAKE NO WARRANTIES OR REPRESENTATIONS ABOUT THE ACCURACY OR COMPLETENESS OF THIS SITE'S CONTENT OR THE CONTENT OF ANY SITES LINKED TO THIS SITE AND ASSUMES NO LIABILITY OR RESPONSIBILITY FOR ANY (I) ERRORS, MISTAKES, OR INACCURACIES OF CONTENT, (II) PERSONAL INJURY OR PROPERTY DAMAGE, OF ANY NATURE WHATSOEVER, RESULTING FROM YOUR ACCESS TO AND USE OF OUR WEBSITE, (III) ANY UNAUTHORIZED ACCESS TO OR USE OF OUR SECURE SERVERS AND/OR ANY AND ALL PERSONAL INFORMATION AND/OR FINANCIAL INFORMATION STORED THEREIN, (IV) ANY INTERRUPTION OR CESSATION OF TRANSMISSION TO OR FROM OUR WEBSITE, (V) ANY BUGS, VIRUSES, TROJAN HORSES, OR THE LIKE WHICH MAY BE TRANSMITTED TO OR THROUGH OUR WEBSITE BY ANY THIRD PARTY, AND/OR (VI) ANY ERRORS OR OMISSIONS IN ANY CONTENT OR

FOR ANY LOSS OR DAMAGE OF ANY KIND INCURRED AS A RESULT OF THE USE OF ANY CONTENT POSTED, EMAILED, TRANSMITTED, OR OTHERWISE MADE AVAILABLE VIA [EVOUCHERCITY.COM.SG](http://EVOUCHERCITY.COM.SG). [EVOUCHERCITY.COM.SG](http://EVOUCHERCITY.COM.SG) DOES NOT WARRANT, ENDORSE, GUARANTEE, OR ASSUME RESPONSIBILITY FOR ANY PRODUCT OR SERVICE ADVERTISED OR OFFERED BY A THIRD PARTY THROUGH [EVOUCHERCITY.COM.SG](http://EVOUCHERCITY.COM.SG) OR ANY HYPERLINKED WEBSITE OR FEATURED IN ANY BANNER OR OTHER ADVERTISING, AND [EVOUCHERCITY.COM.SG](http://EVOUCHERCITY.COM.SG) WILL NOT BE A PARTY TO OR IN ANY WAY BE RESPONSIBLE FOR MONITORING ANY TRANSACTION BETWEEN YOU AND THIRD-PARTY PROVIDERS OF PRODUCTS OR SERVICES. AS WITH THE PURCHASE OF A PRODUCT OR SERVICE THROUGH ANY MEDIUM OR IN ANY ENVIRONMENT, YOU SHOULD USE YOUR BEST JUDGMENT AND EXERCISE CAUTION WHERE APPROPRIATE.

THIS SITE AND THE LINKED SITES ARE MADE ACCESSIBLE ON AN "AS IS" BASIS WITHOUT WARRANTIES OF ANY KIND, EITHER EXPRESS OR IMPLIED, INCLUDING, BUT NOT LIMITED TO, WARRANTIES OF TITLE OR IMPLIED WARRANTIES OF MERCHANTABILITY OR FITNESS FOR A PARTICULAR PURPOSE, OTHER THAN THOSE WARRANTIES WHICH ARE IMPLIED BY AND INCAPABLE OF EXCLUSION, RESTRICTION OR MODIFICATION UNDER THE LAWS APPLICABLE TO THESE TERMS OF USE.

THIS DISCLAIMER OF LIABILITY APPLIES TO ANY DAMAGES OR INJURY CAUSED BY ANY FAILURE OF PERFORMANCE, ERROR, OMISSION, INTERRUPTION, DELETION, DEFECT, DELAY IN OPERATION OR TRANSMISSION, COMPUTER VIRUS, COMMUNICATION LINE FAILURE, THEFT OR DESTRUCTION OR UNAUTHORIZED ACCESS TO, ALTERATION OF, OR USE OF RECORD, WHETHER FOR BREACH OF CONTRACT, TORTIOUS BEHAVIOR, NEGLIGENCE, OR UNDER ANY OTHER CAUSE OF ACTION. USER SPECIFICALLY ACKNOWLEDGES THAT [EVOUCHERCITY.COM.SG](http://EVOUCHERCITY.COM.SG) IS NOT LIABLE FOR THE DEFAMATORY, OFFENSIVE OR ILLEGAL CONDUCT OF OTHER USERS OR THIRD-PARTIES AND THAT THE RISK OF INJURY FROM THE FOREGOING RESTS ENTIRELY WITH USER.

IN NO EVENT SHALL [EVOUCHERCITY.COM.SG](http://EVOUCHERCITY.COM.SG), OR ANY PERSON OR ENTITY INVOLVED IN CREATING, PRODUCING OR DISTRIBUTING THIS SITE OR THE CONTENTS HEREOF, INCLUDING THE LINKED SITES AND ANY SOFTWARE, BE



LIABLE FOR ANY DAMAGES, INCLUDING, WITHOUT LIMITATION, DIRECT, INDIRECT, INCIDENTAL, SPECIAL, CONSEQUENTIAL OR PUNITIVE DAMAGES ARISING OUT OF THE USE OF OR INABILITY TO USE THIS SITE. USER HEREBY ACKNOWLEDGES THAT THE PROVISIONS OF THIS SECTION SHALL APPLY TO ALL CONTENT ON THIS SITE AND THE LINKED SITES.

EVOUCHERCITY.COM.SG IS NOT RESPONSIBLE FOR ANY CONTENT THAT A USER, SUBSCRIBER, OR AN UNAUTHORIZED USER MAY POST ON THIS SITE OR ANY OF THE LINKED SITES. ANY CONTENT THAT IS POSTED OR UPLOADED THAT IS OR MAY BE DEEMED UNSUITABLE CAN AND MAY BE REMOVED BY EVOUCHERCITY.COM.SG. IN ADDITION, EVOUCHERCITY.COM.SG RESERVES THE RIGHT TO EDIT, CHANGE, ALTER, AND DELETE AND PROHIBIT ANY AND ALL CONTENT THAT IT, EVOUCHERCITY.COM.SG, DEEMS UNSUITABLE.

### **Indemnification**

User agrees to defend, indemnify and hold harmless eVoucherCity.com.sg, its affiliates and their respective directors, officers, employees and agents from and against all claims and expenses, including attorneys' fees, arising out of the use of this Site and/or the Linked Sites by the User.

### **Invitation Rebate**

Users inviting themselves will not be eligible for invitation rebate. Invitations where the IP address of person sending the invitation and person accepting the invitation is same, will automatically be disqualified from receiving invitation rebate.

### **Termination**

We may change or discontinue the Site at any time without prior notice. We reserve the right to terminate these Terms of Use at our election and for any reason, without prior notice, and these Terms of Use will automatically terminate in the event that you violate any of the terms and conditions set forth below. In the event of any termination, you will immediately cease access to the Site.

### **For Business**

**We generate Sales & Brand awareness for You!**

RISK-FREE marketing and promotional activities online at NO COST!

**Everyday we will feature an offer and sell your product in form of eVouchers to hundreds or even thousands of customers!**

### **How do we do that?**

**Its simple and easy:** We will help you create an offer tailored to your needs. All that done without a single cent coming out from your pocket. In another words its FREE!!

### **How do we earn?**

We will take a small portion from every voucher that we sell. Which means, we only win if YOU WIN.

### **Why choose us?**

- Payments are process within 5 working days, a quick boost in cash flow.
- The portion that we take - very competitive.

### **How it works?**

- Our members will receive daily promotions in their inbox.
- They will read about your business and buy with few simple clicks. This can be done anywhere; at home, office or even on the go.
- To reach the minimum purchase our members uses effective social networking tools like facebook and tweeter. This will create your brand-awareness through-out the island.
- We will send you a list for you to check your new customers as they redeem their eVouchers.
- If they don't redeem their eVouchers before it expires, you still get to keep the money!
- If we are unable to reach the minimum required sales, you don't pay us anything.

### **How It Works**

eVoucherCity.com.sg offer you great discount vouchers every day! Just subscribe and check your email to make sure you won't miss any good deals.

1. To secure the deal, simply CLICK on 'BUY NOW". Every deal requires a minimum number of BUYERS. Once it is reached, the DEAL is confirmed.
2. Buzz anyone and share about the amazing deals that are going on! It helps to reach the minimum number of buyers faster.

3. Once you made a purchase (either for you or a purchase you made for friends), you can print the voucher from your account (go to sign-in), and bring it along to the merchant to redeem your purchase within the validity period.
4. What will happen to your money when the minimum number is not reached? No need to worry! We will refund your money back to you in full!

## **FAQ**

### ***1. What is eVoucherCity?***

eVoucherCity is a group buying website that offer great discount vouchers for people who loves to experience all the goods in life without spending too much money. Starting from fine dining experience, a day in the spa, recreational activities for families, the latest gadgets, and even discounts for dance classes are offered here in eVoucherCity

The game is simple, just make a hype around you to increase the buying power in numbers by inviting your friends to ‘SIGN UP’ on the Homepage, or by inviting your friends through Facebook, Twitter, and or email. When the minimum number of customers is reached and the deal is activated, you can definitely enjoy the discounts. If the minimum number of customers is not reached, or not enough people are present to sign up, then no one gets the deal and you will not be charged.

### ***2. How do I get and use the voucher?***

Click “BUY NOW” and finalise your payment through Paypal. Your voucher is available in your eVoucherCity. You can print the voucher from your account to redeem to the Merchant. Please have a look on the redemption terms on the eVoucher for any restrictions and expiration date. Enjoy!!!

### ***3. How does buying a gift work?***

Simple and easy. Click “Buy for a Friend”.

### ***4. Can I combine my Voucher with other offers or specials?***

No, unless stated otherwise

### ***5. Do I need to use the full value of my Voucher at one go?***

Yes, you need to use up all the value of the eVoucher at one go. Any leftover after the voucher that has been redeemed can no longer be used.

***6. My Voucher has my name on it. Can I give it to someone else?***

Definitely you can.

***7. What if the business for my eVoucher closes down?***

We are responsible to get you for full refund in the case of the eVoucher is not redeemed yet before the expiration date.



# Electronic Transactions Act 2010 (Cap. 88)

## PART I

### PRELIMINARY

#### Short title and commencement

1. This Act may be cited as the Electronic Transactions Act 2010 and shall come into operation on such date as the Minister may, by notification in the *Gazette*, appoint.

#### Interpretation

2. (1) In this Act, unless the context otherwise requires —

"addressee" , in relation to an electronic communication, means a party who is intended by the originator to receive the electronic communication, but does not include a party acting as an intermediary with respect to that electronic communication;

"authorised officer" , in relation to the exercise of any power or performance of any duty under this Act, means a person to whom the exercise of that power or performance of that duty has been delegated under section 27;

"automated message system" means a computer program or an electronic or other automated means used to initiate an action or respond to data messages or performances in whole or in part, without review or intervention by a natural person each time an action is initiated or a response is generated by the program or electronic or other means;

"communication" includes any statement, declaration, demand, notice, request, offer or the acceptance of an offer, that the parties are required to make or choose to make in connection with the formation or performance of a contract;

"Controller" means the Controller appointed under section 27(1) and includes a Deputy or an Assistant Controller appointed under section 27(3);

"electronic" means relating to technology having electrical, digital, magnetic, wireless, optical, electromagnetic or similar capabilities;

"electronic communication" means any communication that the parties make by means of electronic records;

"electronic record" means a record generated, communicated, received or stored by electronic means in an information system or for transmission from one information system to another;

"information" includes data, text, images, sound, codes, computer programs, software and databases;

"information system" means a system for generating, sending, receiving, storing or otherwise processing electronic records;

"originator" , in relation to an electronic communication, means a party by whom, or on whose behalf, the electronic communication has been sent or generated prior to storage, if any, but does not include a party acting as an intermediary with respect to that electronic communication;

"public agency" means a department or ministry of the Government, an Organ of State or a public authority established by or under a public Act;

"record" means information that is inscribed, stored or otherwise fixed on a tangible medium or that is stored in an electronic or other medium and is retrievable in perceivable form;

"rule of law" includes written law;

"secure electronic record" means an electronic record that is treated as a secure electronic record by virtue of section 17(1) or any other provision of this Act;

"secure electronic signature" means an electronic signature that is treated as a secure electronic signature by virtue of section 18 or any other provision of this Act;

"security procedure" means a procedure for the purpose of —

- (a) verifying that an electronic record is that of a specific person; or
- (b) detecting error or alteration in the communication, content or storage of an electronic record since a specific point in time,

which may require the use of algorithms or codes, identifying words or numbers, encryption, answerback or acknowledgment procedures, or similar security devices;

“signed” or “signature” and its grammatical variations means a method (electronic or otherwise) used to identify a person and to indicate the intention of that person in respect of the information contained in a record;

"specified security procedure" means a security procedure which is specified in the Second Schedule;

"specified security procedure provider" means a person involved in the provision of a specified security procedure.

(2) In this Act, “place of business”, in relation to a party, means —

(a) any place where the party maintains a non-transitory establishment to pursue an economic activity other than the temporary provision of goods or services out of a specific location; or

(b) if the party is a natural person and he does not have a place of business, the person's habitual residence.

(3) For the purposes of subsection (2) —

- (a) if a party has indicated his place of business, the location indicated by him is presumed to be his place of business unless another party proves that the party making the indication does not have a place of business at that location;
- (b) if a party has not indicated a place of business and has more than one place of business, then the place of business is that which has the closest relationship to the relevant contract, having regard to the circumstances known to or contemplated by the parties at any time before or at the conclusion of the contract;
- (c) a location is not a place of business merely because that location is —
  - (i) where equipment and technology supporting an information system used by a party in connection with the formation of a contract are located; or
  - (ii) where the information system may be accessed by other parties; and
- (d) the sole fact that a party makes use of a domain name or an electronic mail address connected to a specific country does not create a presumption that its place of business is located in that country.
- (4) Where an electronic communication does not relate to any contract, references to a contract in subsection (3) shall refer to the relevant transaction.

#### **Purposes and construction**

**3.** This Act shall be construed consistently with what is commercially reasonable under the circumstances and to give effect to the following purposes:

- (a) to facilitate electronic communications by means of reliable electronic records;
- (b) to facilitate electronic commerce, to eliminate barriers to electronic commerce resulting from uncertainties over writing and signature requirements, and to promote the development of the legal and business infrastructure necessary to implement secure electronic commerce;
- (c) to facilitate electronic filing of documents with public agencies, and to promote efficient delivery by public agencies of services by means of reliable electronic records;
- (d) to minimise the incidence of forged electronic records, intentional and unintentional alteration of records, and fraud in electronic commerce and other electronic transactions;
- (e) to help to establish uniformity of rules, regulations and standards regarding the authentication and integrity of electronic records;
- (f) to promote public confidence in the integrity and reliability of electronic records and electronic commerce, and to foster the development of electronic commerce through the use of electronic signatures to lend authenticity and integrity to correspondence in any electronic medium; and
- (g) to implement the United Nations Convention on the Use of Electronic Communications in International Contracts adopted by the General Assembly of the United Nations on 23rd November 2005 and to make the law of Singapore on electronic transactions, whether or not involving parties whose places of business are in different States, consistent with the provisions of that Convention.

### **Excluded matters**

4. —(1) The provisions of this Act specified in the first column of the First Schedule shall not apply to any rule of law requiring writing or signatures in any of the matters specified in the second column of that Schedule.

(2) The Minister may, by order published in the *Gazette*, amend the First Schedule.

### **Party autonomy**

5. —(1) Nothing in Part II shall affect any rule of law or obligation requiring the agreement or consent of the parties as to the form of a communication or record, and (unless otherwise agreed or provided by a rule of law) such agreement or consent may be inferred from the conduct of the parties.

(2) Nothing in Part II shall prevent the parties to a contract or transaction from —

(a) excluding the use of electronic records, electronic communications or electronic signatures in the contract or transaction by agreement; or

(b) imposing additional requirements as to the form or authentication of the contract or transaction by agreement.

(3) Subject to any other rights or obligations of the parties to a contract or transaction, the parties may, by agreement —

(a) exclude section 6, 11, 12, 13, 14, 15 or 16 from applying to the contract or transaction; or

(b) derogate from or vary the effect of all or any of those provisions in respect of the contract or transaction.

## **PART II**

### **ELECTRONIC RECORDS, SIGNATURES AND CONTRACTS**

#### **Legal recognition of electronic records**

6. For the avoidance of doubt, it is declared that information shall not be denied legal effect, validity or enforceability solely on the ground that it is in the form of an electronic record.

#### **Requirement for writing**

7. Where a rule of law requires information to be written, in writing, to be presented in writing or provides for certain consequences if it is not, an electronic record satisfies that rule of law if the information contained therein is accessible so as to be usable for subsequent reference.

#### **Requirement for signature**

8. Where a rule of law requires a signature, or provides for certain consequences if a



document or a record is not signed, that requirement is satisfied in relation to an electronic record if —

(a) a method is used to identify the person and to indicate that person's intention in respect of the information contained in the electronic record; and

(b) the method used is either —

(i) as reliable as appropriate for the purpose for which the electronic record was generated or communicated, in the light of all the circumstances, including any relevant agreement; or

(ii) proven in fact to have fulfilled the functions described in paragraph (a), by itself or together with further evidence.

### **Retention of electronic records**

**9.** —(1) Where a rule of law requires any document, record or information to be retained, or provides for certain consequences if it is not, that requirement is satisfied by retaining the document, record or information in the form of an electronic record if the following conditions are satisfied:

(a) the information contained therein remains accessible so as to be usable for subsequent reference;

(b) the electronic record is retained in the format in which it was originally generated, sent or received, or in a format which can be demonstrated to represent accurately the information originally generated, sent or received;

(c) such information, if any, as enables the identification of the origin and destination of an electronic record and the date and time when it was sent or received, is retained; and

(d) any additional requirements relating to the retention of such electronic records specified by the public agency which has supervision over the requirement for the retention of such records are complied with.

(2) An obligation to retain any document, record or information in accordance with subsection (1)(c) shall not extend to any information necessarily and automatically generated solely for the purpose of enabling a record to be sent or received.

(3) A person may satisfy the requirement referred to in subsection (1) by using the services of any other person, if the conditions in paragraphs (a) to (d) of that subsection are complied with.

(4) Nothing in this section shall apply to —

(a) any rule of law which expressly provides for the retention of documents, records or information in the form of electronic records; or

(b) any rule of law requiring that any document, record or information be retained (or which provides for consequences if not) that the Minister, by order published in the *Gazette*, excludes from the application of this section in respect of such document, record or information.

### **Provision of originals**

**10.** —(1) Where a rule of law requires any document, record or information to be

provided or retained in its original form, or provides for certain consequences if it is not, that requirement is satisfied by providing or retaining the document, record or information in the form of an electronic record if the following conditions are satisfied:

(a) there exists a reliable assurance as to the integrity of the information contained in the electronic record from the time the document, record or information was first made in its final form, whether as a document in writing or as an electronic record;

(b) where the document, record or information is to be provided to a person, the electronic record that is provided to the person is capable of being displayed to the person; and

(c) any additional requirements relating to the provision or retention of such electronic records specified by the public agency which has supervision over the requirement for the provision or retention of such records are complied with.

(2) For the purposes of subsection (1)(a) —

(a) the criterion for assessing integrity shall be whether the information has remained complete and unaltered, apart from the introduction of any changes that arise in the normal course of communication, storage and display; and

(b) the standard of reliability required shall be assessed in the light of the purpose for which the information was generated and in the light of all the relevant circumstances.

(3) A person may satisfy the requirement referred to in subsection (1) by using the services of any other person, if the conditions in paragraphs (a), (b) and (c) of that subsection are complied with.

(4) Nothing in this section shall apply to any rule of law requiring that any document, record or information be provided or retained in its original form (or which provides for consequences if not) that the Minister, by order published in the *Gazette*, excludes from the application of this section in respect of such document, record or information.

#### **Formation and validity of contracts**

**11.** —(1) For the avoidance of doubt, it is declared that in the context of the formation of contracts, an offer and the acceptance of an offer may be expressed by means of electronic communications.

(2) Where an electronic communication is used in the formation of a contract, that contract shall not be denied validity or enforceability solely on the ground that an electronic communication was used for that purpose.

#### **Effectiveness between parties**

**12.** As between the originator and the addressee of an electronic communication, a declaration of intent or other statement shall not be denied legal effect, validity or enforceability solely on the ground that it is in the form of an electronic communication.

#### **Time and place of despatch and receipt**

**13.** —(1) The time of despatch of an electronic communication is —

(a) the time when it leaves an information system under the control of the originator or of the party who sent it on behalf of the originator; or

(b) if the electronic communication has not left an information system under the control of the originator or of the party who sent it on behalf of the originator, the time when the electronic communication is received.

(2) The time of receipt of an electronic communication is the time when the electronic communication becomes capable of being retrieved by the addressee at an electronic address designated by the addressee.

(3) The time of receipt of an electronic communication at an electronic address that has not been designated by the addressee is the time when the electronic communication becomes capable of being retrieved by the addressee at that address and the addressee becomes aware that the electronic communication has been sent to that address.

(4) For the purposes of subsection (3), an electronic communication is presumed to be capable of being retrieved by the addressee when it reaches the electronic address of the addressee.

(5) An electronic communication is deemed to be despatched at the place where the originator has its place of business and is deemed to be received at the place where the addressee has its place of business.

(6) Subsections (2), (3) and (4) shall apply notwithstanding that the place where the information system supporting an electronic address is located may be different from the place where the electronic communication is deemed to be received under subsection (5).

#### **Invitation to make offer**

**14.** A proposal to conclude a contract made through one or more electronic communications which is not addressed to one or more specific parties, but is generally accessible to parties making use of information systems, including a proposal that makes use of interactive applications for the placement of orders through such information systems, is to be considered as an invitation to make offers, unless it clearly indicates the intention of the party making the proposal to be bound in case of acceptance.

#### **Use of automated message systems for contract formation**

**15.** A contract formed by the interaction of an automated message system and a natural person, or by the interaction of automated message systems, shall not be denied validity or enforceability solely on the ground that no natural person reviewed or intervened in each of the individual actions carried out by the automated message systems or the resulting contract.

#### **Error in electronic communications**

**16.** —(1) Where a natural person makes an input error in an electronic communication exchanged with the automated message system of another party and the automated message system does not provide the person with an opportunity to correct the error, that person, or the party on whose behalf that person was acting, has the right to withdraw the portion of the electronic communication in which the input error was made.

(2) Subsection (1) shall not apply unless the person, or the party on whose behalf that person was acting —

(a) notifies the other party of the error as soon as possible after having learned of the error and indicates that he made an error in the electronic communication; and

(b) has not used or received any material benefit or value from the goods or services, if any, received from the other party.

(3) Nothing in this section shall affect the application of any rule of law that may govern the consequences of any error other than as provided for in subsections (1) and (2).

### **PART III**

## **SECURE ELECTRONIC RECORDS AND SIGNATURES**

### **Secure electronic record**

**17.** —(1) If a specified security procedure, or a commercially reasonable security procedure agreed to by the parties involved, has been properly applied to an electronic record to verify that the electronic record has not been altered since a specific point in time, such record shall be treated as a secure electronic record from such specific point in time to the time of verification.

(2) For the purposes of this section and section 18, whether a security procedure is commercially reasonable shall be determined having regard to the purposes of the procedure and the commercial circumstances at the time the procedure was used, including —

- (a) the nature of the transaction;
- (b) the sophistication of the parties;
- (c) the volume of similar transactions engaged in by either or all parties;
- (d) the availability of alternatives offered to but rejected by any party;
- (e) the cost of alternative procedures; and
- (f) the procedures in general use for similar types of transactions.

### **Secure electronic signature**

**18.** —(1) If, through the application of a specified security procedure, or a commercially reasonable security procedure agreed to by the parties involved, it can be verified that an electronic signature was, at the time it was made —

- (a) unique to the person using it;
  - (b) capable of identifying such person;
  - (c) created in a manner or using a means under the sole control of the person using it; and
  - (d) linked to the electronic record to which it relates in a manner such that if the record was changed the electronic signature would be invalidated,
- such signature shall be treated as a secure electronic signature.

(2) Whether a security procedure is commercially reasonable shall be determined in accordance with section 17(2).

### **Presumptions relating to secure electronic records and signatures**

**19.**—(1) In any proceedings involving a secure electronic record, it shall be presumed, unless evidence to the contrary is adduced, that the secure electronic record has not been altered since the specific point in time to which the secure status relates.

(2) In any proceedings involving a secure electronic signature, it shall be presumed, unless evidence to the contrary is adduced, that —

(a) the secure electronic signature is the signature of the person to whom it correlates; and

(b) the secure electronic signature was affixed by that person with the intention of signing or approving the electronic record.

(3) In the absence of a secure electronic record or a secure electronic signature, nothing in this Part shall create any presumption relating to the authenticity and integrity of the electronic record or electronic signature.

## **PART IV**

### **REGULATION OF SPECIFIED SECURITY PROCEDURES AND SPECIFIED SECURITY PROCEDURE PROVIDERS**

#### **Interpretation of this Part**

**20.**—(1) In this Part, “designated person” means any member of a class of specified security procedure providers specified in the Fourth Schedule.

(2) For the avoidance of doubt, a reference to this Part shall include a reference to the Second, Third and Fourth Schedules.

#### **Specified security procedures**

**21.**—(1) The Minister may, by order published in the *Gazette*, amend the Second Schedule to add, delete or modify any specified security procedure for the purposes of this Act.

(2) The provisions set out in the Third Schedule shall apply to the corresponding specified security procedures.

(3) The Minister may, by order published in the *Gazette*, amend the Third Schedule to make provisions relating to any of the specified security procedures, including —

(a) specifying the conditions under which any electronic signature may be treated as a secure electronic signature;

(b) specifying the conditions under which any electronic record may be treated as a secure electronic record;

(c) prescribing the effect of and duties relating to the use of specified security procedures, including the rights and duties of any persons relating to the use of such procedures and specifying rules relating to the presumptions, assumption of risk, foreseeability of reliance and liability limits applicable to the use of specified security procedures; and

(d) prescribing offences in respect of the contravention of any provision in that Schedule, and prescribing fines not exceeding \$20,000 or imprisonment which may not exceed 2 years or both, that may, on conviction, be imposed in respect of any such offence.

(4) The Minister may, by order published in the *Gazette*, amend the Fourth Schedule.

### **Regulation of specified security procedures and specified security procedure providers**

**22.** —(1) The Minister may make regulations for the carrying out of this Part and, without prejudice to such general power, may make regulations for all or any of the following purposes:

(a) the regulation, licensing or accreditation of specified security procedure providers and their authorised representatives;

(b) safeguarding or maintaining the effectiveness and efficiency of the common security infrastructure relating to the use of secure electronic signatures and the authentication of electronic records, including the imposition of requirements to ensure interoperability between specified security procedure providers or in relation to any security procedure;

(c) ensuring that the common security infrastructure relating to the use of secure electronic signatures and the authentication of electronic records complies with Singapore's international obligations;

(d) prescribing the forms and fees applicable for the purposes of this Part.

(2) Without prejudice to the generality of subsection (1), the Minister may, in making regulations for the regulation, licensing or accreditation of specified security procedure providers and their authorised representatives —

(a) prescribe the accounts to be kept by specified security procedure providers;

(b) provide for the appointment and remuneration of an auditor, and for the costs of an audit carried out under the regulations;

(c) provide for the establishment and regulation of any electronic system by a specified security procedure provider, whether by itself or in conjunction with other specified security procedure providers, and for the imposition and variation of requirements or conditions relating thereto as the Controller may think fit;

(d) make provisions to ensure the quality of repositories and the services they provide, including provisions for the standards, licensing or accreditation of repositories;

(e) provide for the use of any accreditation mark in relation to the activities of specified security procedure providers and for controls over the use thereof;

(f) prescribe the duties and liabilities of specified security procedure providers registered, licensed or accredited under this Act in respect of their customers; and

(g) provide for the conduct of any inquiry into the conduct of specified security procedure providers and their authorised representatives and the recovery of the costs and expenses involved in such an inquiry.

(3) Without prejudice to the generality of subsection (1), the Minister may make regulations to provide for the cross-border recognition of specified security procedure

providers or specified security procedures or any processes or records related thereto, including any requirements —

- (a) relating to interoperability arrangements with the specified security procedure providers;
- (b) whether the specified security procedure providers satisfy certain requirements applicable to specified security procedure providers registered, accredited or licensed under this Act;
- (c) whether the specified security procedures, processes or records satisfy certain requirements applicable to specified security procedures, processes or records (as the case may be) under this Act;
- (d) that the processes or records have been guaranteed by a specified security procedure provider registered, accredited or licensed under this Act;
- (e) that —
  - (i) the specified security procedure providers have been registered, accredited or licensed;
  - (ii) the processes have been specified; or
  - (iii) the records have been registered, under a particular registration, accreditation or licensing scheme (as the case may be) established outside Singapore; or
- (f) that the specified security procedure providers, specified security procedures, processes or records have been recognised under a particular bilateral or multilateral agreement with Singapore.

(4) Regulations made under this section may provide that a contravention of a specified provision shall be an offence and may provide penalties for a fine not exceeding \$50,000 or imprisonment for a term not exceeding 12 months or both.

#### **Controller may give directions for compliance**

**23.** —(1) The Controller may, by notice in writing, direct any designated person, or any officer, employee or authorised representative of a designated person —

- (a) to take such measures or stop carrying on such activities as are specified in the notice if they are necessary to ensure compliance with this Part; or
- (b) to co-operate with any other designated persons or public agencies as the Controller thinks necessary in the case of a public emergency.

(2) Any person who fails to comply with any direction specified in a notice issued under subsection (1) shall be guilty of an offence and shall be liable on conviction to a fine not exceeding \$50,000 or to imprisonment for a term not exceeding 12 months or to both.

(3) If any doubt arises as to the existence of a public emergency for the purposes of subsection (1)(b), a certificate signed by the Minister delivered to the designated person shall be conclusive evidence of the matters stated therein.

#### **Power to investigate**

**24.** —(1) The Controller or an authorised officer may investigate the activities of any

designated person, or any officer, employee or authorised representative of a designated person, in relation to their compliance with this Part.

(2) For the purposes of subsection (1), the Controller may in writing issue an order to any designated person, or any officer, employee or authorised representative of a designated person, to further an investigation under this section or to secure compliance with this Part, including an order to produce records, accounts, data and documents kept by the designated person, and to allow the Controller or an authorised officer to examine and copy any of them.

## **PART V**

### **USE OF ELECTRONIC RECORDS AND SIGNATURES BY PUBLIC AGENCIES**

#### **Acceptance of electronic filing and issue of documents**

**25.**—(1) Any public agency that, pursuant to any written law —

- (a) accepts the filing of documents, or obtains information in any form;
- (b) requires that documents be created or retained;
- (c) requires documents, records or information to be provided or retained in their original form;
- (d) issues any permit, licence or approval; or
- (e) requires payment of any fee, charge or other amount by any method and manner of payment,

may, notwithstanding anything to the contrary in such written law, carry out that function by means of electronic records or in electronic form.

(2) In any case where a public agency decides to perform any of the functions in subsection (1) by means of electronic records or in electronic form, the public agency may specify —

- (a) the manner and format in which such electronic records shall be filed, created, retained, issued or provided;
- (b) where such electronic records have to be signed, the type of electronic signature required (including, if applicable, a requirement that the sender use a particular type of secure electronic signature);
- (c) the manner and format in which such signature shall be affixed to the electronic record, and the identity of or criteria that shall be met by any specified security procedure provider used by the person filing the document;
- (d) such control processes and procedures as may be appropriate to ensure adequate integrity, security and confidentiality of electronic records or payments; and



(e) any other required attributes for electronic records or payments that are currently specified for corresponding paper documents.

(3) For the avoidance of doubt, notwithstanding anything to the contrary in any written law but subject to any specification made under subsection (2), where any person is required by any written law to —

(a) file any document with or provide information in any form to a public agency;

(b) create or retain any document for a public agency;

(c) use a prescribed form for an application or notification to, or other transaction with, a public agency;

(d) provide to or retain for a public agency any document, record or information in its original form; or

(e) hold a licence, permit or other approval from a public agency,

such a requirement is satisfied by an electronic record specified by the public agency for that purpose and —

(i) in the case of a requirement referred to in paragraph (a), (c) or (d), transmitted or retained (as the case may be) in the manner specified by the public agency;

(ii) in the case of a requirement referred to in paragraph (b), created or retained (as the case may be) in the manner specified by the public agency; or

(iii) in the case of a requirement referred to in paragraph (e), issued by the public agency.

(4) Subject to sections 9 and 10, nothing in this Act shall by itself compel any public agency to accept or issue any document or information in the form of electronic records or to accept any payment in electronic form.

## PART VI

### LIABILITY OF NETWORK SERVICE PROVIDERS

#### Liability of network service providers

**26.** —(1) Subject to subsection (2), a network service provider shall not be subject to any civil or criminal liability under any rule of law in respect of third-party material in the form of electronic records to which he merely provides access if such liability is founded on —

(a) the making, publication, dissemination or distribution of such materials or any statement made in such material; or

(b) the infringement of any rights subsisting in or in relation to such material.

(2) Nothing in this section shall affect —

(a) any obligation founded on contract;

- (b) the obligation of a network service provider as such under a licensing or other regulatory regime established under any written law;
- (c) any obligation imposed under any written law or by a court to remove, block or deny access to any material; or
- (d) any liability of a network service provider under the Copyright Act (Cap. 63) in respect of —
  - (i) the infringement of copyright in any work or other subject-matter in which copyright subsists; or
  - (ii) the unauthorised use of any performance, the protection period of which has not expired.

(3) In this section —

“performance” and “protection period” have the same meanings as in Part XII of the Copyright Act;

"provides access" , in relation to third-party material, means the provision of the necessary technical means by which third-party material may be accessed and includes the automatic and temporary storage of the third-party material for the purpose of providing access;

"third-party" , in relation to a network service provider, means a person over whom the provider has no effective control.

## PART VII

### GENERAL

#### **Appointment of Controller and other officers**

**27.** —(1) The Minister may appoint any person to be the Controller for the purposes of this Act.

(2) The Controller shall, subject to any general or special directions of the Minister, perform such duties as are imposed and may exercise such powers as are conferred upon him by this Act or any other written law.

(3) The Controller may, after consultation with the Minister, appoint by name or office such number of Deputy Controllers, Assistant Controllers and other officers as the Controller considers necessary for the purpose of assisting him in the performance of his duties and the exercise of his powers under this Act.

(4) The Controller may delegate the exercise of all or any of the powers conferred or duties imposed upon him by this Act (except the power of delegation conferred by this subsection) to any officer appointed under subsection (3), subject to such conditions or limitations as the Controller may specify.

(5) In exercising any of the powers of enforcement under this Act, an authorised officer shall on demand produce to the person against whom he is acting the authority issued to him by the Controller.

(6) The Controller, every officer appointed under subsection (3) and every authorised officer shall be deemed to be a public servant for the purposes of the Penal Code (Cap. 224).

### **Obligation of confidentiality**

**28.**—(1) No person shall disclose any information which has been obtained by him in the performance of his duties or the exercise of his powers under this Act, unless such disclosure is made —

(a) with the permission of the person from whom the information was obtained or, where the information is the confidential information of a third person, with the permission of the third person;

(b) for the purpose of the administration or enforcement of this Act;

(c) for the purpose of assisting any public officer or officer of any other statutory board in the investigation or prosecution of any offence under any written law; or

(d) in compliance with the requirement of any court or the provisions of any written law.

(2) For the purposes of this section, the reference to a person disclosing any information includes his permitting any other person to have access to any electronic record, book, register, correspondence, information, document or other material which has been obtained by him in the performance of his duties or the exercise of his powers under this Act.

(3) Any person who contravenes subsection (1) shall be guilty of an offence and shall be liable on conviction to a fine not exceeding \$10,000 or to imprisonment for a term not exceeding 12 months or to both.

### **Access to computers and data**

**29.**—(1) The Controller or an authorised officer shall be entitled at any time to —

(a) have access to and inspect and check the operation of any computer system and any associated apparatus or material which he has reasonable cause to suspect is or has been in use in connection with any offence under this Act; and

(b) use or caused to be used any such computer system to search any data contained in or available to such computer system.

(2) The Controller or an authorised officer shall be entitled to require —

(a) the person by whom or on whose behalf the Controller or authorised officer has reasonable cause to suspect the computer is or has been so used; or

(b) any person having charge of, or otherwise concerned with the operation of, the computer, apparatus or material,

to provide him with such reasonable technical and other assistance as he may require for the purposes of subsection (1).

(3) Any person who —

- (a) obstructs the lawful exercise of the powers under subsection (1); or
- (b) fails to comply with a request under subsection (2),

shall be guilty of an offence and shall be liable on conviction to a fine not exceeding \$20,000 or to imprisonment for a term not exceeding 12 months or to both.

**Production of documents, etc.**

**30.** The Controller or an authorised officer shall, for the purposes of the execution of this Act, have power to do all or any of the following:

- (a) require the production of any identification document from any person in relation to any offence under this Act;
- (b) make such inquiry as may be necessary to ascertain whether the provisions of this Act have been complied with.

**Obstruction of Controller or authorised officer**

**31.** Any person who obstructs, impedes, assaults or interferes with the Controller or any authorised officer in the performance of his functions under this Act shall be guilty of an offence.

**Offences by bodies corporate, etc.**

**32.** —(1) Where an offence under this Act committed by a body corporate is proved —

- (a) to have been committed with the consent or connivance of an officer; or
- (b) to be attributable to any neglect on his part,

the officer as well as the body corporate shall be guilty of the offence and shall be liable to be proceeded against and punished accordingly.

(2) Where the affairs of a body corporate are managed by its members, subsection (1) shall apply in relation to the acts and defaults of a member in connection with his functions of management as if he were a director of the body corporate.

(3) Where an offence under this Act committed by a partnership is proved —

- (a) to have been committed with the consent or connivance of a partner; or
- (b) to be attributable to any neglect on his part,

the partner as well as the partnership shall be guilty of the offence and shall be liable to be proceeded against and punished accordingly.

(4) Where an offence under this Act committed by an unincorporated association (other than a partnership) is proved —

- (a) to have been committed with the consent or connivance of an officer of the unincorporated association or a member of its governing body; or
- (b) to be attributable to any neglect on the part of such an officer or member,

the officer or member as well as the unincorporated association shall be guilty of the offence and shall be liable to be proceeded against and punished accordingly.

(5) In this section —

"body corporate" includes a limited liability partnership;

"officer" —

(a) in relation to a body corporate, means any director, partner, member of the committee of management, chief executive, manager, secretary or other similar officer of the body corporate and includes any person purporting to act in any such capacity; or

(b) in relation to an unincorporated association (other than a partnership), means the president, the secretary, or any member of the committee of the unincorporated association, or any person holding a position analogous to that of president, secretary or member of a committee and includes any person purporting to act in any such capacity;

"partner" includes a person purporting to act as a partner.

(6) Regulations may provide for the application of any provision of this section, with such modifications as the Minister considers appropriate, to any body corporate or unincorporated association formed or recognised under the law of a territory outside Singapore.

### **General penalties**

**33.** Any person guilty of an offence under this Act for which no penalty is expressly provided shall be liable on conviction to a fine not exceeding \$20,000 or to imprisonment for a term not exceeding 6 months or to both.

### **Consent of Public Prosecutor**

**34.** No prosecution in respect of any offence under this Act shall be instituted except by or with the consent of the Public Prosecutor.

### **Jurisdiction of court**

**35.** Notwithstanding any provision to the contrary in the Criminal Procedure Code (Cap. 68), a District Court shall have jurisdiction to try any offence under this Act and shall have power to impose the full penalty or punishment in respect of the offence.

### **Composition of offences**

**36.** —(1) The Controller may, in his discretion, compound any offence under this Act which is prescribed as being an offence which may be compounded by collecting from the person reasonably suspected of having committed the offence a sum not exceeding —

(a) one half of the amount of the maximum fine that is prescribed for the offence; or

(b) \$5,000,

whichever is the lower.

(2) On payment of such sum of money, no further proceedings shall be taken against that person in respect of the offence.

(3) The Minister may make regulations prescribing the offences which may be compounded.

### **Power to exempt**

**37.** The Minister may, by order published in the *Gazette*, exempt, subject to such terms and conditions as he thinks fit, any person or class of persons from all or any of the provisions of this Act.

### **Regulations**

**38.** The Minister may make regulations to prescribe anything which is required to be prescribed under this Act (except section 22) and generally for the carrying out of the provisions of this Act (except section 22).

### **Repeal and transitional provisions**

**39.** —(1) The Electronic Transactions Act (Cap. 88) (referred to in this section as the repealed Act) is repealed.

(2) Subject to subsection (3), this Act shall apply to all acts or transactions done in relation to an electronic record, including the generation, signing or communication of an electronic record, made on or after the date of commencement of this Act.

(3) If, immediately before the date of commencement of this Act —

(a) by virtue of section 8 of the repealed Act, an electronic signature was treated as having satisfied a rule of law requiring a signature, or providing certain consequences if a document is not signed;

(b) by virtue of section 9 of the repealed Act, an electronic record was treated as having satisfied a rule of law requiring certain documents, records or information to be retained; or

(c) by virtue of section 15 of the repealed Act, an electronic record was treated as having been despatched or received,

the provisions of this Act shall not affect that treatment of the electronic signature or electronic record, as the case may be.

## **FIRST SCHEDULE**

Section 4

### **MATTERS EXCLUDED BY SECTION 4**

<i>First column</i> <i>Provision</i>	<i>Second column</i> <i>Matter</i>
1. Part II	The creation or execution of a will
2. Part II	Negotiable instruments, documents of title, bills of exchange, promissory notes, consignment notes, bills of lading, warehouse receipts or any transferable document or instrument that entitles the bearer or beneficiary to claim the delivery of goods or the payment of a sum of money
3. Part II	The creation, performance or enforcement of an indenture, declaration of trust or power of attorney, with the exception of implied, constructive and resulting

- trusts
4. Part II Any contract for the sale or other disposition of immovable property, or any interest in such property
5. Part II The conveyance of immovable property or the transfer of any interest in immovable property.

## SECOND SCHEDULE

Sections 2, 20 and 21

### SPECIFIED SECURITY PROCEDURES

1. Digital signatures, as defined in the Third Schedule.

## THIRD SCHEDULE

Sections 20 and 21 and paragraph 1 of the  
Second Schedule

### DIGITAL SIGNATURES

#### PART 1

#### GENERAL

#### Interpretation

1. —(1) In this Schedule, unless the context otherwise requires —
- "accredited certification authority" means a certification authority accredited by the Controller pursuant to any regulations made under section 22;
- "asymmetric cryptosystem" means a system capable of generating a secure key pair, consisting of a private key for creating a digital signature, and a public key to verify the digital signature;
- "certificate" means a record issued for the purpose of supporting digital signatures which purports to confirm the identity or other significant characteristics of the person who holds a particular key pair;
- "certification authority" means a person who issues a certificate;
- "certification practice statement" means a statement issued by a certification authority to specify the practices that the certification authority employs in issuing certificates;
- "correspond" , in relation to a private key or public key, means to belong to the same key pair;

"digital signature" means an electronic signature consisting of a transformation of an electronic record using an asymmetric cryptosystem and a hash function such that a person having the initial untransformed electronic record and the signer's public key can accurately determine —

(a) whether the transformation was created using the private key that corresponds to the signer's public key; and

(b) whether the initial electronic record has been altered since the transformation was made;

"hash function" means an algorithm mapping or translating one sequence of bits into another, generally smaller, set (the hash result) such that —

(a) a record yields the same hash result every time the algorithm is executed using the same record as input;

(b) it is computationally infeasible that a record can be derived or reconstituted from the hash result produced by the algorithm; and

(c) it is computationally infeasible that 2 records can be found that produce the same hash result using the algorithm;

"key pair" , in an asymmetric cryptosystem, means a private key and its mathematically related public key, having the property that the public key can verify a digital signature that the private key creates;

"operational period" , in relation to a certificate, means a period beginning on the date and time the certificate is issued by a certification authority (or on a later date and time if stated in the certificate), and ending on the date and time the certificate expires (as stated in the certificate) or is earlier revoked or suspended;

"private key" means the key of a key pair used to create a digital signature;

"public key" means the key of a key pair used to verify a digital signature;

"recognised certificate" means a certificate recognised pursuant to regulations made under section 22(3);

"recognised certification authority" means a certification authority recognised pursuant to regulations made under section 22(3);

"repository" means a system for storing and retrieving certificates or other information relevant to certificates;

"revoke" , in relation to a certificate, means to permanently end the operational period of the certificate from a specified time;

"subscriber" means a person who is the subject named or identified in a certificate issued to him and who holds a private key that corresponds to a public key listed in that certificate;

"suspend" , in relation to a certificate, means to temporarily suspend the operational period of the certificate from a specified time;

"trustworthy system" means computer hardware, software and procedures that —

(a) are reasonably secure from intrusion and misuse;

(b) provide a reasonable level of availability, reliability and correct operation;

(c) are reasonably suited to performing their intended functions; and

(d) adhere to generally accepted security procedures;

"valid certificate" means a certificate that a certification authority has issued and which the subscriber listed in it has accepted;



"verify a digital signature" , in relation to a given digital signature, record and public key, means to determine accurately that —

(a) the digital signature was created using the private key corresponding to the public key listed in the certificate; and

(b) the record has not been altered since its digital signature was created.

(2) In the application of this Act to certificates issued by the Controller and digital signatures verified by reference to those certificates, the Controller shall be deemed to be an accredited certification authority.

#### **Secure electronic record with digital signature**

2. The portion of an electronic record that is signed with a digital signature shall be treated as a secure electronic record if the digital signature is a secure electronic signature by virtue of paragraph 3.

#### **Digital signature treated as secure electronic signature**

3. When any portion of an electronic record is signed with a digital signature, the digital signature shall be treated as a secure electronic signature with respect to such portion of the record, if —

(a) the digital signature was created during the operational period of a valid certificate and is verified by reference to the public key listed in such certificate; and

(b) the certificate is considered trustworthy, in that it is an accurate binding of a public key to a person's identity because —

(i) the certificate was issued by an accredited certification authority operating in compliance with the regulations made under section 22;

(ii) the certificate was issued by a recognised certification authority;

(iii) the certificate was issued by a public agency approved by the Minister to act as a certification authority on such conditions as he may by regulations impose or specify; or

(iv) the parties have expressly agreed between themselves (sender and recipient) to use digital signatures as a security procedure, and the digital signature was properly verified by reference to the sender's public key.

#### **Presumptions regarding certificates**

4. It shall be presumed, unless evidence to the contrary is adduced, that the information (except for information identified as subscriber information which has not been verified) listed in a certificate issued by an accredited certification authority or a recognised certification authority, or in a recognised certificate, is correct if the certificate was accepted by the subscriber.

#### **Unreliable digital signatures**

5. Unless otherwise provided by law or contract, a person relying on a digitally signed electronic record assumes the risk that the digital signature is invalid as a signature or an authentication of the signed electronic record, if reliance on the digital signature is not reasonable under the circumstances having regard to the following factors:

(a) facts which the person relying on the digitally signed electronic record knows or has notice of, including all facts listed in the certificate or incorporated in it by reference;

(b) the value or importance of the digitally signed electronic record, if known;

(c) the course of dealing between the person relying on the digitally signed electronic record and the subscriber and any available indicia of reliability or unreliability apart from the digital signature; and

(d) any usage of trade, particularly trade conducted by trustworthy systems or other electronic means.

**Reliance on certificates foreseeable**

6. It is foreseeable that persons relying on a digital signature will also rely on a valid certificate containing the public key by which the digital signature can be verified.

**Prerequisites to publication of certificate**

7. No person may publish a certificate or otherwise make it available to a person known by that person to be in a position to rely on the certificate or on a digital signature that is verifiable with reference to a public key listed in the certificate, if that person knows that —

- (a) the certification authority listed in the certificate has not issued it;
- (b) the subscriber listed in the certificate has not accepted it; or
- (c) the certificate has been suspended or revoked, unless such publication is for the purpose of verifying a digital signature created prior to such suspension or revocation.

**Publication for fraudulent or unlawful purpose**

8. Any person who knowingly creates, publishes or otherwise makes available a certificate for any fraudulent or unlawful purpose shall be guilty of an offence and shall be liable on conviction to a fine not exceeding \$20,000 or to imprisonment for a term not exceeding 2 years or to both.

**False or unauthorised request**

9. Any person who knowingly misrepresents to a certification authority his identity or authorisation for the purpose of requesting for a certificate or for suspension or revocation of a certificate shall be guilty of an offence and shall be liable on conviction to a fine not exceeding \$10,000 or to imprisonment for a term not exceeding 6 months or to both.

**Recommended reliance limit**

10. —(1) An accredited certification authority or a recognised certification authority shall, in issuing a certificate to a subscriber, specify a recommended reliance limit in the certificate.

(2) The accredited certification authority or recognised certification authority may specify different reliance limits in different certificates as it considers fit.

**Liability limits for accredited certification authorities**

11. Unless an accredited certification authority or a recognised certification authority waives the application of this paragraph, an accredited certification authority or a recognised certification authority shall not be liable —

- (a) for any loss caused by reliance on a false or forged digital signature of a subscriber, if, with respect to the false or forged digital signature, the accredited certification authority or recognised certification authority complied with the requirements of this Act; or
- (b) in excess of the amount specified in the certificate as its recommended reliance limit for either —
  - (i) a loss caused by reliance on a misrepresentation in the certificate of any fact that the accredited certification authority or recognised certification authority is required to confirm; or
  - (ii) failure to comply with paragraphs 14 and 15 in issuing the certificate.

## PART II

## **DUTIES OF CERTIFICATION AUTHORITY**

### **Trustworthy system**

**12.** A certification authority must utilise trustworthy systems in performing its services.

### **Disclosure**

**13.** —(1) A certification authority shall disclose —

- (a) its certificate that contains the public key corresponding to the private key used by that certification authority to digitally sign another certificate (referred to in this paragraph as a certification authority certificate);
- (b) any relevant certification practice statement;
- (c) notice of the suspension or revocation of its certification authority certificate; and
- (d) any other fact that materially and adversely affects either the reliability of a certificate that the authority has issued or the authority's ability to perform its services.

(2) In the event of an occurrence that materially and adversely affects a certification authority's trustworthy system or its certification authority certificate, the certification authority shall —

- (a) use reasonable efforts to notify any person who is known to be or foreseeably will be affected by that occurrence; or
- (b) act in accordance with procedures governing such an occurrence specified in its certification practice statement.

### **Issuance of certificate**

**14.** —(1) A certification authority may issue a certificate to a prospective subscriber only after the certification authority —

- (a) has received a request for issuance from the prospective subscriber; and
- (b) has —
  - (i) if it has a certification practice statement, complied with all of the practices and procedures set forth in such certification practice statement including procedures regarding identification of the prospective subscriber; or
  - (ii) in the absence of a certification practice statement, complied with the conditions in sub-paragraph (2).

(2) In the absence of a certification practice statement, the certification authority shall confirm by itself or through its authorised agent that —

- (a) the prospective subscriber is the person to be listed in the certificate to be issued;
- (b) if the prospective subscriber is acting through one or more agents, the subscriber authorised the agent to have custody of the subscriber's private key and to request issuance of a certificate listing the corresponding public key;
- (c) the information in the certificate to be issued is accurate;

(d) the prospective subscriber rightfully holds the private key corresponding to the public key to be listed in the certificate;

(e) the prospective subscriber holds a private key capable of creating a digital signature;  
and

(f) the public key to be listed in the certificate can be used to verify a digital signature affixed by the private key held by the prospective subscriber.

### **Representations upon issuance of certificate**

**15.** —(1) By issuing a certificate, a certification authority represents to any person who reasonably relies on the certificate or a digital signature verifiable by the public key listed in the certificate that the certification authority has issued the certificate in accordance with any applicable certification practice statement incorporated by reference in the certificate, or of which the relying person has notice.

(2) In the absence of such certification practice statement, the certification authority represents that it has confirmed that —

(a) the certification authority has complied with all applicable requirements of this Act in issuing the certificate, and if the certification authority has published the certificate or otherwise made it available to such relying person, that the subscriber listed in the certificate has accepted it;

(b) the subscriber identified in the certificate holds the private key corresponding to the public key listed in the certificate;

(c) the subscriber's public key and private key constitute a functioning key pair;

(d) all information in the certificate is accurate, unless the certification authority has stated in the certificate or incorporated by reference in the certificate a statement that the accuracy of specified information is not confirmed; and

(e) the certification authority has no knowledge of any material fact which if it had been included in the certificate would adversely affect the reliability of the representations in sub-paragraphs (a) to (d).

(3) Where there is an applicable certification practice statement which has been incorporated by reference in the certificate, or of which the relying person has notice, sub-paragraph (2) shall apply to the extent that the representations are not inconsistent with the certification practice statement.

### **Suspension of certificate**

**16.** Unless the certification authority and the subscriber agree otherwise, the certification authority that issued a certificate shall suspend the certificate as soon as possible after receiving a request by a person whom the certification authority reasonably believes to be —

(a) the subscriber listed in the certificate;

(b) a person duly authorised to act for that subscriber; or

(c) a person acting on behalf of that subscriber, who is unavailable.

### **Revocation of certificate**

**17.** A certification authority shall revoke a certificate that it issued —

- (a) after receiving a request for revocation by the subscriber listed in the certificate; and confirming that the person requesting the revocation is the subscriber, or is an agent of the subscriber with authority to request the revocation;
- (b) after receiving a certified copy of the subscriber's death certificate, or upon confirming by other evidence that the subscriber is dead; or
- (c) upon presentation of documents effecting a dissolution of the subscriber, or upon confirming by other evidence that the subscriber has been dissolved or has ceased to exist.

### **Revocation without subscriber's consent**

**18.** —(1) A certification authority shall revoke a certificate, regardless of whether the subscriber listed in the certificate consents, if the certification authority confirms that —

- (a) a material fact represented in the certificate is false;
- (b) a requirement for issuance of the certificate was not satisfied;
- (c) the certification authority's private key or trustworthy system was compromised in a manner materially affecting the certificate's reliability;
- (d) an individual subscriber is dead; or
- (e) a subscriber has been dissolved, wound up or otherwise ceased to exist.

(2) Upon effecting such a revocation, other than under sub-paragraph (1)(d) or (e), the certification authority shall immediately notify the subscriber listed in the revoked certificate.

### **Notice of suspension**

**19.** —(1) Immediately upon suspension of a certificate by a certification authority, the certification authority shall publish a signed notice of the suspension in the repository specified in the certificate for publication of notice of suspension.

(2) Where one or more repositories are specified, the certification authority shall publish signed notices of the suspension in all such repositories.

### **Notice of revocation**

**20.** —(1) Immediately upon revocation of a certificate by a certification authority, the certification authority shall publish a signed notice of the revocation in the repository specified in the certificate for publication of notice of revocation.

(2) Where one or more repositories are specified, the certification authority shall publish signed notices of the revocation in all such repositories.

## **PART III**

### **DUTIES OF SUBSCRIBERS**

### **Generating key pair**

**21.** —(1) If the subscriber generates the key pair whose public key is to be listed in a certificate issued by a certification authority and accepted by the subscriber, the subscriber shall generate that key pair using a trustworthy system.

(2) This paragraph shall not apply to a subscriber who generates the key pair using a system approved by the certification authority.

### **Obtaining certificate**

**22.** All material representations made by the subscriber to a certification authority for purposes of obtaining a certificate, including all information known to the subscriber and represented in the certificate, shall be accurate and complete to the best of the subscriber's knowledge and belief, regardless of whether such representations are confirmed by the certification authority.

### **Acceptance of certificate**

**23.** —(1) A subscriber shall be deemed to have accepted a certificate if he —

(a) publishes or authorises the publication of the certificate —

(i) to one or more persons; or

(ii) in a repository; or

(b) otherwise demonstrates approval of the certificate while knowing or having notice of its contents.

(2) By accepting a certificate issued by himself or a certification authority, the subscriber listed in the certificate certifies to all who reasonably rely on the information contained in the certificate that —

(a) the subscriber rightfully holds the private key corresponding to the public key listed in the certificate;

(b) all representations made by the subscriber to the certification authority and material to the information listed in the certificate are true; and

(c) all information in the certificate that is within the knowledge of the subscriber is true.

### **Control of private key**

**24.** —(1) By accepting a certificate issued by a certification authority, the subscriber identified in the certificate assumes a duty to exercise reasonable care to retain control of the private key corresponding to the public key listed in such certificate and prevent its disclosure to a person not authorised to create the subscriber's digital signature.

(2) Such duty shall continue during the operational period of the certificate and during any period of suspension of the certificate.

### **Initiating suspension or revocation of certificate**

**25.** A subscriber who has accepted a certificate shall as soon as possible request the issuing certification authority to suspend or revoke the certificate if the private key corresponding to the public key listed in the certificate has been compromised.

## **FOURTH SCHEDULE**

Sections 20 and 21

### **DESIGNATED PERSONS**

1. Certification authorities, as defined in paragraph 1 of the Third Schedule.

