

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>I.</b>	<b>PEN</b>
<b>DAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A.	Latar
Belakang Masalah .....	1
B.	Rum
usan Masalah dan Ruang Lingkup .....	3
C.	Tujua
n Penelitian .....	4
D.	Kegu
naan Penelitian .....	5
<b>II.</b>	<b>TINJ</b>
<b>AUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
A.	Perja
njan dan Kontrak .....	7
1.	Peng
ertian Perjanjian dan Kontrak .....	7
2.	Asas
Hukum Perjanjian .....	8
2.1.	Asas
Kebebasan berkontrak. ....	8
2.2.	Asas
Konsensualisme .....	9
2.3.	Asas
Obligator .....	9

2.4.	Asas	
Pelengkap .....	9	
3.	Syara	
t Sah Perjanjian .....	10	
3.1.	Syara	
t Subyektif. ....	10	
3.1.1.	Sepa	
kat mereka mengikatkan dirinya .....	10	
3.1.2.	Caka	
p untuk membuat suatu Perjanjian .....	11	
3.2.	Syara	
t Obyektif. ....	12	
3.2.1.	Meng	
eni suatu hal tertentu .....	12	
3.2.2.	Suatu	
sebab yang halal .....	12	
4.	Maca	
m-Macam Perjanjian Standar .....	14	
5.	Wan	
prestasi .....	16	
B.	Tinja	
uan Mengenai E-Commerce. ....	19	
1.	Peng	
ertian E-commerce. ....	19	
2.	Jenis-	
Jenis E-commerce .....	20	

2.1.	<i>Business to Business (B2B)</i>	<i>Business</i>	20
2.2.	<i>Business to Consumer (B2C)</i>	<i>Business</i>	21
2.3.	<i>Consumer to Consumer (C2C)</i>	<i>Consumer</i>	22
2.4.	<i>Consumer to Business (C2B)</i>	<i>Consumer</i>	22
2.5.	<i>Business Electronic Commerce</i>	<i>Non-</i>	23
2.6.	<i>Business (Organizational) Electronic Commerce</i>	<i>Intrabusiness</i>	23
3.	<i>Mekanisme Transaksi Komersial E-Commerce.</i>	<i>Mekanisme</i>	23
3.1.	<i>Perencanaan</i>	<i>Penerapan</i>	23
3.2.	<i>Penerimaan</i>	<i>Penerimaan</i>	24
3.3.	<i>Penyempurnaan Tujuan Calon Pembeli</i>	<i>Persepsi</i>	24
4.	<i>Proses Jual Beli Melalui Media Elektronik.</i>	<i>Proses</i>	24
4.1.		<i>Telex</i>	
4.2.		<i>Fax</i>	
4.3.		<i>EDI</i>	
4.4.	<i>Internet</i>	<i>Internet</i>	26

5.	Metode Pembayaran Dalam Transaksi <i>E-Commerce</i>	26
C.	Tanda Tangan Digital	28
1.	Pengertian Tanda Tangan Digital.	28
2.	Fungsi Tanda Tangan Digital.	29
3.	Manfaat Tanda Tangan Digital	29
3.1.	Autenticity	30
3.2.	Integrity	30
3.3.	Non-Repudiation	30
3.4.	Confidentiality	31
D.	Perlindungan Konsumen	31
1.	Pengertian Konsumen	31
2.	Hak Dan Kewajiban Konsumen	32
2.1.	Hak Konsumen	32

2.2.	Kewa
jiban Konsumen .....	33
3.	Hak
Dan Keajiban Pelaku Usaha .....	34
3.1.	Hak
Pelaku Usaha .....	34
3.2.	Kewa
jiban Pelaku Usaha .....	34
4.	Ganti
Rugi .....	35
E.	Kera
angka Pikir. ....	38

<b>III.</b>	<b>MET</b>
<b>ODE PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
A.	Jenis
Penelitian .....	40
B.	Tipe
Penelitian .....	40
C.	Pend
ekatan Masalah .....	40
D.	Data
dan Sumber Data .....	41
E.	Meto
de Pengumpulan Data .....	42
F.	Peng
olahan Data .....	42
G.	Anali
sis Data .....	43

IV.		HAS	
	<b>IL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>44</b>
A.		Kontrak	
	Perdagangan Melalui <i>E-Commerce</i> Ditinjau		
	dari Hukum Perjanjian. ....		44
1.		Pemenuh	
	an terhadap Syarat Sahnya Suatu		
	Perjanjian .....		44
1.1.		Sepa	
	kat Mereka yang Mengikatkan Dirinya .....		46
1.1.1.		Teori	
	Penawaran dan Penerimaan ( <i>offer and</i>		
	<i>acceptance</i> ) .....		47
1.1.2.		Teori	
	Pernyataan ( <i>verklarings theorie</i> ) .....		47
1.1.3.		Teori	
	Konfirmasi .....		48
1.1.4.		Kontrak	
	melalui <i>chatting</i> dan <i>video</i>		
	<i>conference</i> .....		49
1.1.5.		Kontr	
	ak melalui <i>e-mail</i> .....		50
1.1.6.		Kontr	
	ak melalui <i>web</i> (situs) .....		50
1.2.		Keca	
	kapan untuk Membuat Suatu Perikatan .....		51

1.3.	Suatu
Hal Tertentu .....	56
1)	eBay.....
2)	Ama
zon .....	58
3)	Gram
edia Toko Buku <i>Online</i> .....	59
1.4.	Suatu
Sebab yang Halal .....	60
2.	Peme
nuhan Asas-asas Perjanjian dalam KUH Perdata .....	63
2.1.	Asas
Kebebasan Berkontrak .....	63
2.2.	Asas
Konsensualisme .....	65
2.3.	Asas
Kekuatan Mengikat .....	67
2.4.	Asas
Obligator .....	68
<b>B.</b>	<b>Keabsaha</b>
n Tanda Tangan Digital menurut Undang-Undang	
Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)	
Nomor 11 Tahun 2008. ....	68
1.	Jami
nan Integritas dari Tanda Tangan Elektronik .....	69
2.	Pengi
dentifikasian Penulis Tanda Tangan Elektronik .....	69

1)	Sertif	
ikat Elektronik .....		71
2)	Penyelen	
ggara Sertifikasi Tanda Tangan Elektronik ..		73
3.	Pembukti	
an dan Keabsahan Tanda Tangan Elektronik		
menurut UU ITE .....		73
C.	Bentuk	
Perlindungan Hukum Yang Dapat Ditawarkan Kepada		
Konsumen Pengguna Transaksi Elektronik. ....		78
1.	Fase-fase	
Perlindungan Hukum Yang Diterapkan		
Kepada Konsumen Pengguna Transaksi Elektronik.....		78
1.1.	Perli	
ndungan Hukum Sebelum Transaksi .....		78
1.1.1.	Membent	
uk Lembaga Perlindungan		
Konsumen .....		79
1.1.2.	Pendi	
dikan Konsumen E-Commerce .....		80
1.1.3.	<i>Self-</i>	
<i>Regulation</i> Oleh Pelaku Usaha .....		81
1.	Tang	
gung Jawab Atas Informasi .....		81
a.	Tang	
gung Jawab Atas Informasi Iklan		
di Internet .....		81



	b.	Tanggung Jawab Informasi Atas Kontrak Elektronik .....	82
	c.	Tanggung Jawab Informasi Atas Upaya Penyelesaian Sengketa .....	83
	2.	Tanggung Jawab Atas Keamanan .....	83
1.2.		Perindungan Hukum Pada Saat Transaksi .....	84
	1.1.1.	Keaslian <i>Data message</i> .....	84
	1.1.2.	Keabsahan Kontrak .....	85
	1.1.3.	Kerahasiaan .....	85
	1.1.4.	Ketersediaan .....	86
	1.1.5.	Pembayaran .....	87
1.1.		Perlindungan Hukum Pasca Transaksi (Penyelesaian Sengketa) .....	88
	1.	Alternatif Penyelesaian Sengketa (APS) .....	89
	2.	Online Dispute Resolution (ODR) .....	91
	1.	Negosiasi <i>Online</i> .....	92

a.	Assis	
ted Negotiation .....		93
b.	Auto	
pmated Negotiation .....		93
2.	Medi	
asi <i>Online</i> .....		94
3.	Arbit	
rase <i>Online</i> .....		95
2.	Bentuk-	
bentuk Kerugian Konsumen dalam		
<i>E-Commerce</i> .....		96
2.1.	Wan	
prestasi .....		96
1.	Tidak	
Melakukan Apa yang Disanggupi Akan		
Dilakukan .....		97
2.	Melaksan	
akan Apa yang Diajnjukan tetapi		
Tidak Seusai dengan Apa yang Dijanjiakan .....		98
3.	Melaksan	
akan Apa yang Dijanjikan Tetapi		
Terlambat .....		98
4.	Melakuka	
n Sesuatu yang Menurut Perjanjian		
Tidak Boleh Dilakukan .....		99
2.2.	Keru	
gian Akibat <i>Cyber Crimes</i> .....		99
3.	Upaya	
Hukum yang Dapat Ditempuh Konsumen		
Apabila Terjadi Kerugian dalam <i>E-Commerce</i> .....		100

3.1.		Upay
	a Hukum Preventif .....	100
3.2.		Upay
	a Hukum Represif .....	104
4.		Upaya
	Hukum Bagi Transaksi <i>E-Commerce</i> yang Terjadi di Indonesia .....	105
4.1.		Non
	Litigasi .....	105
4.2.		Litig
	asi .....	108

<b>V.</b>		<b>SIM</b>
	<b>PULAN DAN SARAN .....</b>	<b>112</b>
A.		Simp
	ulan .....	112
B.		Saran.....

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**