

**KEBERADAAN PERJANJIAN JUAL BELI
BARANG DAN JASA YANG DILAKUKAN
MELALUI INTERNET**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi
syarat-syarat untuk menyelesaikan program
studi Ilmu Hukum dan mencapai
gelar Sarjana Hukum

Oleh :

Agung Budhy Satriawan

NIM. 9407100181

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS HUKUM**

2000

34602
SRI
K
2000

**KEBERADAAN PERJANJIAN JUAL BELI
BARANG DAN JASA YANG DILAKUKAN
MELALUI INTERNET**



KEBERADAAN PERJANJIAN JUAL BELI
BARANG DAN JASA YANG DILAKUKAN
MELALUI INTERNET

Skripsi

Oleh :

Agung Budhy Satriawan
NIM. 9407100181

PEMBIMBING

WIDHY SUHARSOJO.W.SAPARI, S.H.
NIP. 130 368 778

PEMBANTU PEMBIMBING

EDY SRIONO, S.H.
NIP. 131 368 656

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL RI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS HUKUM

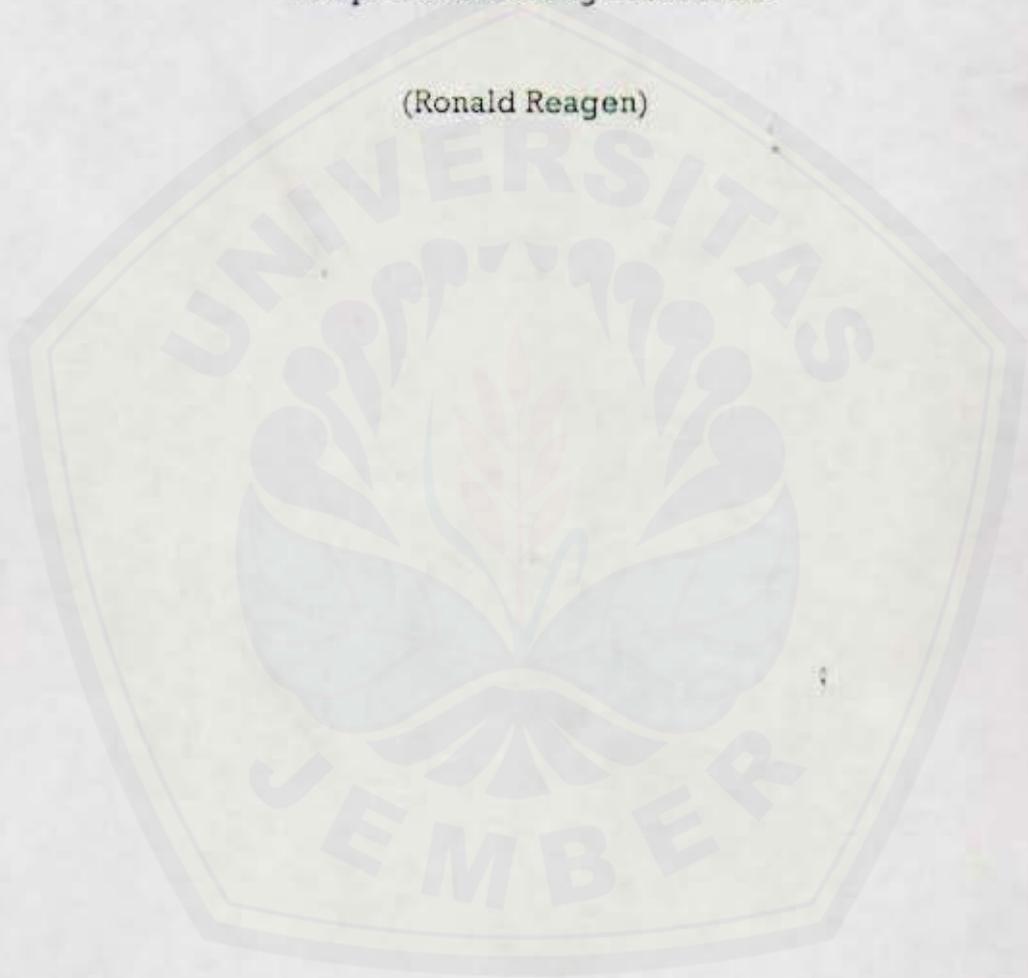
2000

MOTTO

"The Future does not Belong to the Faint Hearted, it Belongs to the Brave"

Masa Depan Bukanlah Milik Seorang Penakut,
Tetapi Milik Seorang Pemberani

(Ronald Reagen)



Tanadi Santoso, 2000, **The New Internet Rules**, Makalah Seminar
E-Commerce, Surabaya

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Papa Tjandra dan Mama Mucharomah tercinta;
2. Almamater;
3. Guru-guru yang telah memberi teladan dan ilmu;
4. IMPA AKASIA.

PERSETUJUAN

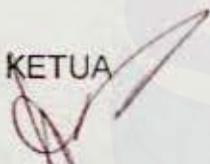
Dipertahankan dihadapan Panitia Penguji pada :

Hari :
Tanggal :
Bulan :
Tahun :

Diterima oleh Panitia Penguji Fakultas Hukum Universitas Jember

PANITIA PENGUJI

KETUA



HJ. SAADIAH TERUNA, S.H.
NIP. 130 674 837

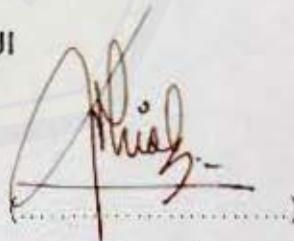
SEKRETARIS



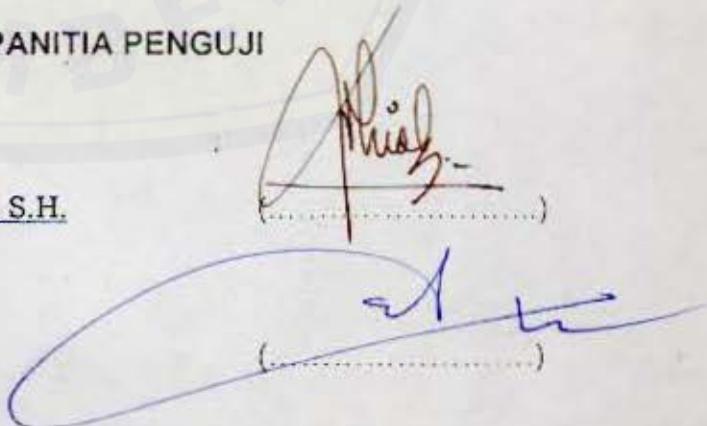
ANTONIUS SULARSO, S.H., M.H.
NIP. 130 889 546

ANGGOTA PANITIA PENGUJI

1. WIDHY SUHARSOJO, W. SAPARI, S.H.
NIP. 130 368 778



2. EDY SRIONO, S.H.
NIP. 131 368 656



PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

KEBERADAAN PERJANJIAN JUAL BELI BARANG DAN JASA YANG
DILAKUKAN MELALUI INTERNET

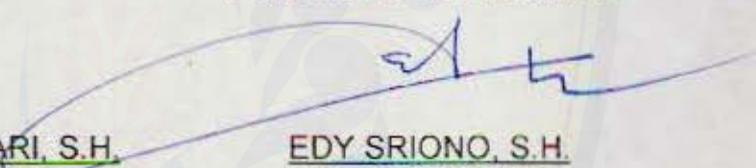
Oleh :

Agung Budhy Satriawan
NIM. 9407100181

PEMBIMBING

PEMBANTU PEMBIMBING


WIDHY SUHARSOJO.W.SAPARI, S.H.
NIP. 130 368 778


EDY SRIONO, S.H.
NIP. 131 368 656

Mengesahkan

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL RI
UNIVERSITAS JEMBER ;
FAKULTAS HUKUM

DEKAN




SOEWONDHO, S.H., M.S.
NIP. 130 879 632

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur yang tak terkira, terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia yang tak pernah bisa hamba duga. Ucap syukur yang tiada henti dari hamba pada-Mu, berkat bimbingan-Mu juga tugas akhir ini mampu terselesaikan.

Bukan tanpa bantuan bila skripsi dengan judul “KEBERADAAN PERJANJIAN JUAL BELI BARANG DAN JASA YANG DILAKUKAN MELALUI INTERNET” ini telah mampu saya selesaikan. Berbagai pihak telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran guna membimbing, membantu dan memberi dorongan semangat pada saya dalam pengerjaan skripsi ini. Atas segala yang telah saya terima, seharusnya saya mengucapkan terima kasih, karena tanpa mereka penulis tak akan mampu mengerjakan ini semua.

Terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Widhy Suharsojo.W.Sapari, S.H., selaku Pembimbing dalam penyusunan skripsi ini;
2. Bapak Edy Sriono, S.H., selaku Pembantu Pembimbing dalam penyusunan skripsi ini;
3. Ibu Saadiyah Teruna, S.H., selaku Ketua Penguji yang telah meluangkan waktunya;
4. Bapak Anton Sularso, S.H., M.H., selaku Sekretaris Penguji yang telah meluangkan waktunya;
5. Bapak Soewondo, S.H., M.S., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Jember, beserta Pembantu Dekan I, II dan III;
6. Ibu Antikowati, S.H., selaku Dosen Wali;
7. Bapak dan Ibu dosen di lingkungan Fakultas Hukum Universitas Jember;

8. Semua karyawan dan karyawan serta segenap unsur civitas akademik di lingkungan Fakultas Hukum Universitas Jember;
9. Pimpinan YLKI Surabaya, yang telah meluangkan waktu untuk saya berkonsultasi dan memberikan data, keterangan, informasi dan literatur yang saya perlukan;
10. Bapak Tjandra Sugiono dan Ibu Mucharomah, terima kasih sekali lagi pada Tuhan Yang Maha Esa telah menitipkan hamba pada dua manusia yang luar biasa;
11. Taruna dan Yulian; adik-adikku yang paling aku sayangi, mesin pendorong semangatku;
12. Lestari Sri Palupi, terima kasih.
13. Darto, Rudy, Catur, Eko, Copon dan semua saudaraku di IMPA AKASIA, persaudaraan kita tidak akan pernah putus.
14. Ahmad, Gunang, terima kasih atas semangat serta persahabatan yang tidak mungkin terlupakan
15. Mas Afid, Agus, Tri, Indra dan semua teman-teman Sumatra 92 terima kasih untuk persahabatan, dorongan semangat, segala bantuan, dan ikatan batin yang terjalin selama ini;
16. Mas Awiek, Mas Penceng, Mas Yok, dan semua anggota Meganet.

Semoga Tuhan senantiasa melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya kepada Bapak, Ibu dan rekan-rekan semuanya. Akhirnya semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Jember, Oktober 2000

Penyusun

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
RINGKASAN	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penulisan.....	5
1.4 Metode Penulisan.....	5
1.4.1 Pendekatan Masalah	6
1.4.2 Sumber Data	6
1.4.3 Prosedur Pengumpulan Data	7
1.4.4 Analisis Data	7
1.5 Ruang Lingkup Penulisan.....	7
BAB II : PERJANJIAN JUAL BELI DAN E-COMMERCE	
2.1 Fakta.....	9

2.2	Dasar Hukum.....	12
2.3	Landasan Teori	13
2.3.1	Pengertian Jual Beli Barang Dan Jasa Menurut KUHPerdata.....	13
2.3.2	Pengertian Wanprestasi.....	15
2.3.3	Pengertian Internet.....	15
2.3.4	Pengertian E-Commerce.....	16
2.3.5	Pengertian Jual Beli Barang Dan Jasa Dengan Menggunakan Internet.....	19

BAB III : ANALISIS PERJANJIAN JUAL BELI MELALUI INTERNET

3.1	Keberadaan Perjanjian Jual Beli Barang dan Jasa Dalam E-Commerce.....	21
3.1.1	Perkembangan E-Commerce Dewasa Ini	21
3.1.2	Proses Transaksi Melalui Internet	27
3.1.3	Proses Pembayaran Yang Dikenal Dalam Transaksi Jual Beli Dalam E-Commerce.....	28
3.1.4	Perjanjian Jual Beli Barang Dan Jasa Dalam E-Commerce.....	35
3.2	Keabsahan Dan Penerapan Perjanjian jual Beli Barang Dan Jasa Dalam Transaksi E-Commerce	37

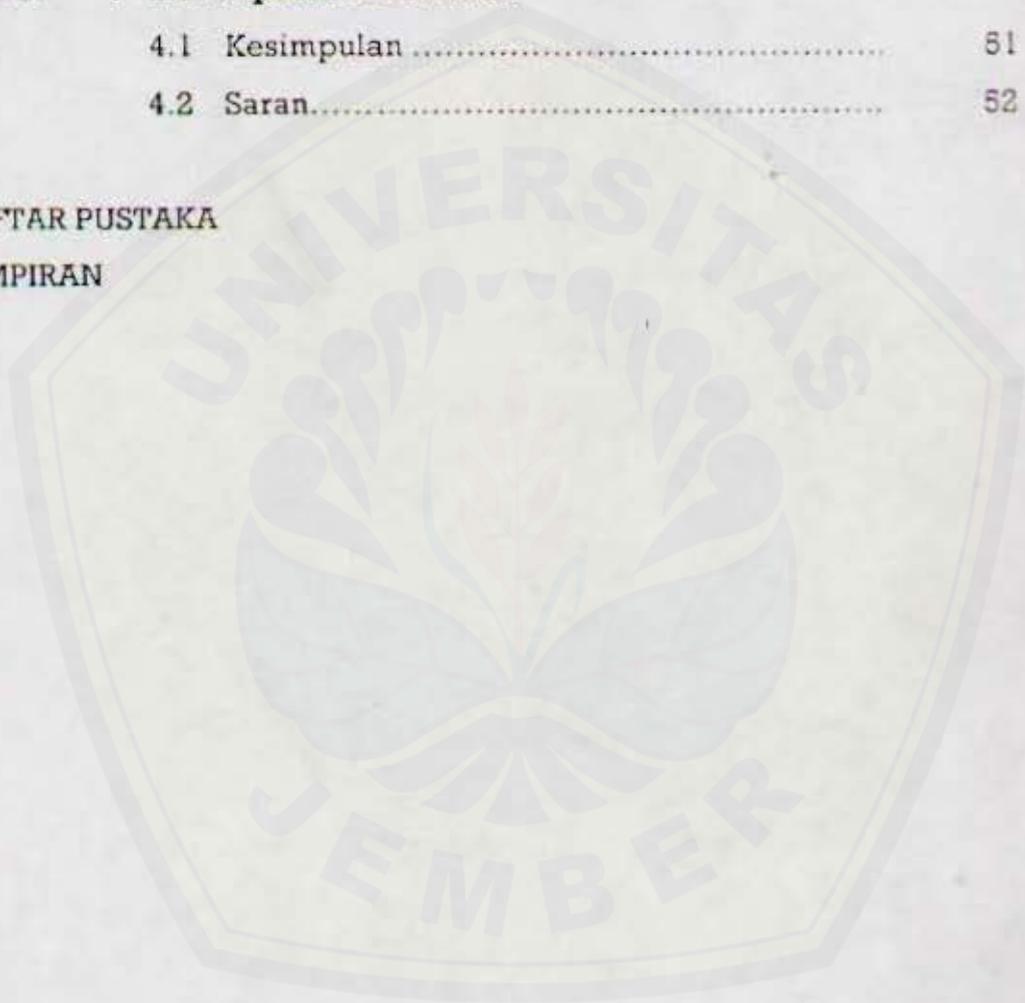
3.3 Akibat Hukum Yang Mungkin Timbul Dalam Perjanjian Jual Beli Barang Dan Jasa Dalam Transaksi E-Commerce	48
--	----

BAB IV : Kesimpulan Dan Saran

4.1 Kesimpulan	51
4.2 Saran.....	52

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR LAMPIRAN

1. Skema alur transaksi jual beli barang dan jasa dalam E-Commerce.
2. Skema alur transaksi jual beli barang dan jasa dalam E-Commerce dengan skenario formulir HTML.
3. Skema alur transaksi jual beli barang dan jasa dalam E-Commerce dengan skenario kupon elektronik.
4. Skema alur transaksi jual beli barang dan jasa dalam E-Commerce dengan menggunakan skenario *Secure Electronic Transaction (SET)*.
5. Skema alur transaksi jual beli barang dan jasa dalam E-Commerce dengan skenario Cybercash dengan Cybercoin.
6. Skema alur transaksi jual beli barang dan jasa dalam E-Commerce dengan skenario Cybercash dengan kartu kredit.
7. Skema alur transaksi jual beli barang dan jasa dalam E-Commerce dengan skenario Digi-Cash.

RINGKASAN

Di era kehidupan modern kebutuhan akan informasi menjadi hal yang penting. Manusia selalu berusaha untuk selalu mendapatkan informasi terbaru dengan cara semudah mungkin. Untuk dapat melakukan hal itu, berbagai macam usaha dilakukan termasuk dibidang teknologi dan komunikasi. Perkembangan teknologi memungkinkan seseorang untuk dapat melakukan komunikasi dan bertukar Informasi. Melalui komunikasi, interaksi antar manusia menyebabkan segala aspek kehidupan memungkinkan untuk dilakukan, termasuk jual beli.

Dengan adanya teknologi Internet, memungkinkan seseorang untuk berkomunikasi dan bertukar informasi. Kelebihan dari teknologi ini membuat manusia berpikir untuk mempermudah menjalankan aktivitasnya. E-Commerce sebagai salah satu hasil penggabungan dari teknologi komunikasi, informasi dan perdagangan, memberikan berbagai dampak baik negatif maupun positif.

Hukum yang berfungsi sebagai penyeimbang dan mengatur masih belum mampu mengatur hal tersebut. Hal ini disebabkan banyaknya berbagai aspek yang harus dipertimbangkan. Peran hukum dalam bidang E-Commerce di Indonesia masih sangat kecil, terbukti dengan tidak adanya upaya hukum dari sengketa perdagangan yang berhubungan dengan E-Commerce. Di Indonesia, regulasi pemerintah terhadap bidang E-Commerce masih belum ada, sehingga penerapan aturan atas berbagai sengketa dalam perjanjian jual beli dalam E-Commerce didasarkan pada peraturan perundang undangan yang ada. Atas dasar hal tersebut skripsi berjudul **"KEBERADAAN PERJANJIAN JUAL BELI BARANG DAN JASA YANG DILAKUKAN MELALUI INTERNET"** mencoba mengkaji mengenai keberadaan, keabsahan dan akibat hukum yang mungkin

timbul pada perjanjian jual beli barang dan jasa dalam transaksi melalui Internet.

Skripsi ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui dan mempelajari lebih dalam mengenai perjanjian jual beli barang dan jasa yang dilakukan melalui Internet. Lebih jauh lagi berusaha untuk mengetahui bagaimana peraturan perundang-undangan yang ada mampu berperan dalam jual beli melalui Internet.

Metode yang digunakan dalam skripsi ini adalah yuridis sosiologis dengan didukung data yang didapat melalui wawancara secara bebas dan mendalam serta surfing secara langsung di Internet. Melalui analisa data deskriptif kualitatif dengan pengambilan keputusan secara deduktif, diharapkan mampu untuk memecahkan berbagai permasalahan yang sedang dibahas.

Setelah dilakukan penelitian dan pembahasan dari permasalahan, dapat diambil kesimpulan bahwa perjanjian jual beli melalui Internet benar-benar ada dan dapat dilakukan. Keabsahan dari perjanjian tersebut bersifat relatif seperti perjanjian jual beli barang dan/atau jasa pada umumnya. Ketentuan dari Pasal 1320KUHPerdata dapat dijadikan dasar dari penetapan keabsahan perjanjian jual beli yang dilakukan melalui Internet. Akibat hukum dari perjanjian jual beli tersebut antara lain para pihak selain terikat pada perjanjian jual beli tersebut seperti undang-undang, juga terikat pada kepatutan, kebiasaan dan undang-undang; pelaksanaan dari perjanjian haruslah dilakukan dengan itikad baik serta perjanjian yang dibuat berlaku sejak terjadi kesepakatan.

Akhirnya penulis menyarankan, agar tidak terjadi sengketa baik penjual atau pembeli hendaklah memberikan identitas yang jelas sebelum dilakukan transaksi. Selain itu diharapkan agar dibuat suatu halaman khusus dalam tiap situs yang melakukan transaksi, yang berisi berbagai

klausula perjanjian seperti perjanjian jual beli pada umumnya. Pemerintah sebagai lembaga yang berwenang, hendaknya segera me-regulasikan berbagai hal yang menyangkut E-Commerce dan Internet.





BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sepanjang perjalanan hidup manusia tidak akan lepas dari informasi. Seiring dengan perkembangan budaya dan pola pikir manusia, cara penyampaian informasi telah dilakukan dengan berbagai macam cara. Didukung oleh perkembangan teknologi, pengiriman serta penerimaan informasi telah banyak mengalami perubahan, baik secara teknis/proses, bentuk maupun materi dari informasi itu sendiri.

Perkembangan teknologi sekarang ini, khususnya di bidang komputer, berjalan sangat cepat dan sudah mulai mempengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia. Berbagai bidang sudah mulai memanfaatkan teknologi komputer, baik dalam bidang perdagangan, komunikasi, pendidikan, pertanian, bahkan di bidang kesehatan dan hiburan pun memanfaatkan komputer, karena dianggap mempermudah pekerjaan dengan cepat dan tepat.

Komputer yang dulu hanya berfungsi sebagai alat hitung, saat ini sudah mulai digunakan untuk membantu menyelesaikan berbagai pekerjaan. Hal ini terbukti dengan diciptakannya berbagai alat bantu seperti printer, *CD ROM (Compact Disk Read Only Memory)*, *Scanner* dan berbagai program (perangkat lunak) untuk memudahkan proses administrasi dan analisis data

Dewasa ini dikenal suatu teknologi yang disebut dengan *network komputer*. Sistem ini lebih populer dengan sebutan *Lokal Area Network* atau *LAN (Jaringan Komputer Lokal)* yang selalu hanya terdiri atas dua jenis komputer yaitu komputer *server* (penyedia data) yang bertugas mengirimkan permintaan data atau informasi dari dan ke komputer lain,

dan komputer *client/workstation* (komputer yang digunakan oleh user/pemakai) yang bertugas menampilkan serta memproses hasil pengiriman data dari komputer *server*. Untuk suatu jaringan dengan area yang sangat luas dan berskala internasional, digunakan Internet (*International Network*) yang merupakan jaringan komputer dunia yang menghubungkan jaringan komputer regional di seluruh dunia (Wahana Komputer Semarang, 2000 :53).

Sejak mulai diperkenalkan di Indonesia sekitar tahun 90-an di kalangan riset dan akademisi, saat ini Internet bukanlah suatu hal yang asing bagi masyarakat dan merupakan teknologi yang mampu diterima (*acceptable*). Hal ini terbukti dengan banyak dijumpainya Warung Internet (Warnet) diberbagai kota di Indonesia dan pemanfaatan teknologi ini dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Mengapa menggunakan Internet, apa kelebihanannya dibandingkan dengan teknologi lain? Pada dasarnya Internet merupakan salah satu dari berbagai bentuk media penyampaian informasi seperti halnya telepon, telegram, televisi, radio dan lain-lain. Internet memanfaatkan perangkat komputer dalam mengirim serta menerima informasi dan menggunakan saluran telepon untuk jalur komunikasinya. Maka dengan menggunakan Internet, hubungan atau penyampaian informasi dapat dilakukan dua arah bahkan lebih, hal ini disebabkan karena Internet memanfaatkan karakteristik dari saluran telepon yang mampu berkomunikasi dua arah secara simultan dan hampir mendekati tepat waktu (*real time*).

Berdasarkan karakteristik yang dimiliki oleh teknologi Internet ini, maka masyarakat memandang bahwa teknologi ini dapat dimanfaatkan untuk membantu menyelesaikan serta mempercepat berbagai pekerjaan di berbagai bidang. Saat ini Internet telah banyak berpengaruh terhadap berbagai bidang dalam kehidupan masyarakat, sehingga dengan Internet

kita tidak perlu lagi pergi ke gedung bioskop untuk menikmati film-film terbaru, atau dengan mudah melakukan pembayaran berbagai rekening (telepon, air atau listrik) tanpa harus mengantri di loket. Di bidang perdaganganpun seseorang dapat berbelanja secara *online* tanpa harus keluar rumah.

Di bidang perdagangan, waktu adalah uang. Sesuai dengan prinsip ekonomi (dengan pengeluaran sekecil-kecilnya, mendapat hasil sebesar-besarnya), maka para produsen selalu berusaha untuk menekan biaya produksi sekecil mungkin dan sebisa mungkin memangkas jalur proses produksi. Munculnya teknologi Internet, kalangan usahawan merasakan keuntungan yang sangat besar sekali dalam operasional usahanya, antara lain melakukan dalam promosi, penjualan, pemesanan, atau mengontrol usaha tanpa harus keluar kantor dan semuanya dapat dilakukan hanya dengan duduk di depan komputer. Hal serupa juga dirasakan oleh konsumen, mereka dapat melakukan transaksi, pembayaran rekening sampai pada belanja kebutuhan sehari-hari tanpa harus meninggalkan rumah.

Memang sangat memungkinkan dilakukan transaksi melalui Internet. Pertanyaan yang timbul adalah "Amankah transaksi yang dilakukan melalui Internet?", mengingat banyak/berbagai macam kejahatan yang timbul di dunia maya ini mulai dari pencurian nomor kartu kredit sampai pada pembajakan transaksi. Tentunya para pembeli tidak akan mau melakukan transaksi melalui Internet bila tidak aman. Salah satu usaha untuk menjamin keamanan transaksi agar tidak merugikan pembeli atau penjual adalah dengan dibuatnya perjanjian jual beli, baik berupa barang maupun jasa. Sayangnya perjanjian tersebut tidak dinyatakan dalam suatu akta tertulis seperti pada perjanjian sebenarnya dan hanya bersifat pemberitahuan. Mengingat transaksi dilakukan dari jarak jauh, dalam hal

jual beli barang selalu dilakukan proses pengiriman barang dan uang. Begitu pula untuk transaksi jasa, penikmatannya pun tidak dapat seketika dirasakan. Hal ini sangatlah rentan untuk terjadinya wanprestasi. Sampai dengan penulisan skripsi ini, masih belum ada peraturan perundang-undangan yang jelas baik yang mengatur mengenai jual beli barang dan jasa yang dilakukan melalui Internet ataupun mengenai Internet itu sendiri dalam sistem hukum di Indonesia.

Berdasarkan uraian diatas, karena banyak timbul berbagai permasalahan hukum dari perjanjian jual beli melalui Internet, saya mencoba untuk membahas masalah tersebut di atas dengan menyusun skripsi yang berjudul : **“KEBERADAAN PERJANJIAN JUAL BELI BARANG DAN JASA YANG DILAKUKAN MELALUI INTERNET”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada judul di atas, maka muncul berbagai permasalahan. Agar permasalahan yang timbul dapat lebih terfokus untuk dipecahkan, maka ditetapkan 3 (tiga) rumusan masalah, yaitu :

1. bagaimana keberadaan perjanjian jual beli barang dan jasa dalam transaksi melalui Internet ?
2. bagaimana keabsahan perjanjian jual beli barang dan jasa dalam transaksi melalui Internet ?
3. akibat hukum apa sajakah yang mungkin timbul dalam perjanjian jual beli barang dan jasa yang dilakukan melalui Internet?

1.3 Tujuan Penulisan

Di dalam penyusunan skripsi ini tujuan yang hendak dicapai adalah :

Tujuan umum :

1. sebagai syarat dalam mendapatkan gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Jember;
2. diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi dan pertimbangan dibidang teknologi informasi dan komputer, khususnya *E-Commerce* perlu atau tidaknya pembuatan perjanjian jual beli barang dan jasa melalui Internet;
3. diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang positif di bidang hukum, dalam kaitannya dengan perkembangan teknologi;
4. diharapkan dapat berguna bagi penulis/peneliti lain yang memilih hal serupa baik dari disiplin ilmu yang sama, maupun dari disiplin ilmu lainnya, sebagai tambahan informasi.

Tujuan khusus :

1. untuk mengetahui dan mempelajari lebih mendalam mengenai keberadaan perjanjian jual beli barang dan jasa dalam transaksi melalui Internet;
2. untuk mengetahui keabsahan dan penerapan perjanjian jual beli barang dan jasa yang dilakukan dengan melalui Internet;
3. untuk mengetahui akibat hukum apa sajakah yang mungkin timbul dalam perjanjian jual beli barang dan jasa yang dilakukan melalui Internet.

1.4 Metode Penulisan

Penulisan suatu karya ilmiah diperlukan suatu cara dalam mencari dan mendapatkan serta mengumpulkan data. Data yang telah terkumpul diolah dengan menggunakan metode tertentu, sehingga akan menghasilkan satu

karya ilmiah yang memiliki nilai kebenaran yang optimal, sehingga demikian penulisan ini akan mengandung unsur-unsur kebenaran yang nyata dan memang demikian kenyataannya yang terjadi di masyarakat.

1.4.1 Pendekatan Masalah

Pendekatan masalah yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah yuridis sosiologis, yaitu suatu pendekatan masalah dengan melakukan pengamatan dan pengambilan data secara langsung di lapangan (Ronny Hanitijo Soemitro, 1990:10). Dari hasil yang didapatkan dihubungkan dengan permasalahan yang menjadi pokok pembahasan. Pendekatan ini dilakukan guna mendapatkan kajian secara teoritis dengan mengetahui kenyataan yang berlaku di masyarakat untuk membahas dan memecahkan masalah yang ada.

1.4.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini terdiri dari :

A. Sumber data primer yaitu :

1. wawancara, dengan melakukan tanya jawab secara bebas dan mendalam kepada para ahli baik dibidang hukum maupun komputer khususnya Internet;
2. *surfing Internet*, dengan melakukan *Browsing* (menelusuri) berbagai alamat yang ada di *Internet* untuk mendapatkan data atau informasi yang diperlukan.

B. Sumber data sekunder yaitu :

1. peraturan perundang-undangan dan peraturan lain yang ada hubungannya dengan materi penyusunan skripsi;
2. pendapat para sarjana atau ahli hukum dan atau ilmu pengetahuan lain, serta doktrin-doktrin yang secara langsung ataupun tidak langsung berhubungan dengan materi penyusunan skripsi;

3. buku-buku literatur, makalah seminar dan media tulisan lainnya yang menunjang penyusunan skripsi (Marzuki, 1995:57).

1.4.3 Prosedur Pengumpulan Data

Untuk keperluan proses pengumpulan dan pengolahan data yang digunakan memecahkan masalah dalam skripsi ini didapat selain dengan cara melakukan tanya jawab langsung (wawancara) dengan para ahli dan *Surfing* secara langsung di *Internet*, juga melalui studi kepustakaan untuk mempelajari dan menganalisis tulisan ilmiah, pendapat ahli, hasil penelitian kemudian menggabungkan dan mengembangkannya.

1.4.4 Analisis Data

Didalam menganalisis data dan permasalahan yang dibahas menggunakan analisis diskriptif kualitatif, yaitu suatu cara untuk mendapatkan gambaran yang rasional dan obyektif tentang permasalahan yang sedang dibahas dengan memaparkan fakta dan data yang diperoleh, baik dari hasil studi lapangan (data primer) maupun dari studi pustaka (data sekunder) untuk dianalisis dan dituangkan dalam suatu uraian logis dan sistematis. Hal ini dilakukan untuk memperoleh kejelasan dari penyelesaian masalah yang pada akhirnya ditarik kesimpulan secara deduktif, yaitu dari hal yang bersifat umum menuju pada hal yang bersifat khusus (Ronny Hanitijo Soemitro, 1990:138).

1.5 Ruang Lingkup Penulisan

Agar dalam pembahasan dapat lebih terarah dan tidak terlalu luas, maka perlu diuraikan mengenai ruang lingkup dari materi yang akan dibahas. Ruang lingkup dari pembahasan materi skripsi ini adalah sistem jual beli barang dan jasa serta sistem *Internet* yang ada dan terjadi di Indonesia, dan masih dalam wilayah sistem hukum yang berlaku di Indonesia. Cakupan pembahasan dari materi adalah materi hukum

perdata yang tidak menutup kemungkinan mencakup pula materi hukum pidana.



BAB II

PERJANJIAN JUAL BELI DAN E-COMMERCE

2.1 Fakta

Menurut Antok, seorang mahasiswa di salah satu perguruan tinggi swasta di Surabaya, menyatakan bahwa melakukan transaksi melalui Internet adalah suatu hal yang merugikan. Hal ini diungkapkannya karena ia telah kehilangan uang sebesar 75 dolar atau setara dengan Rp.637.500,00 (kurs 1 dolar = Rp. 8.500,00) saat ia membeli sebuah komponen komputer dan beberapa *Compact Disk (CD)*. Pada awalnya Antok tertarik pada sebuah iklan dari *HardwareShop.co.id* (yang beralamat di [Http://www.HardwareShop.co.id](http://www.HardwareShop.co.id)), saat ia menelusuri Internet di *Yahoo.com* (situs pencari alamat) pada tanggal 23 Agustus 2000 di Surabaya, yang menawarkan berbagai komponen komputer dengan harga yang sangat murah, sampai dengan di bawah harga pasar yang ada di Indonesia. Karena tertarik dengan berbagai barang yang ditawarkan, maka ia segera masuk ke alamat situs *HardwareShop.co.id* tersebut. Setelah ia memilih barang yang diinginkan, segera ia meng-Klik gambar komponen yang ia maksud. Proses selanjutnya ia menekan tombol *Payment* (pembayaran) yang berarti proses pemilihan barang telah selesai dan akan dilaksanakan prosedur pembayaran, setelah dikonfirmasi jenis barang dan total belanja.

Di dalam formulir pembayaran, Antok diminta memasukkan beberapa informasi tentang dirinya dan jenis pembayaran apa yang ia inginkan. Di salah satu bagian dari formulir pembayaran tersebut, terdapat tulisan yang menyatakan bahwa situs tersebut mampu memproses berbagai bentuk pembayaran dan mampu berhubungan dengan semua bank yang ada di

dunia. Berdasarkan informasi tersebut, maka Antok merasa yakin bahwa melalui bank tempat ia membuka rekening dapat dilakukan transaksi. Setelah ia mengisi formulir tersebut dan memeriksa kembali input yang telah ia masukkan, maka ia menekan tombol *Submit*. Proses berikutnya, Antok dipersilahkan menunggu karena informasi yang ia masukkan sedang diproses. Proses yang memakan waktu lebih kurang 3 menit tersebut, memverifikasi nomor rekening yang diberikan Antok pada situs tersebut. Setelah proses selesai, muncul pemberitahuan bahwa barang yang telah dipilih akan dikirimkan kepada alamat Antok paling lambat dua minggu sejak transaksi dilakukan.

Setelah ditunggu lebih dari satu bulan, barang yang dibeli tidak datang, maka Antok segera menghubungi kembali *HardwareShop.co.id* untuk menanyakan hal tersebut. Ketika program Browser Antok menemukan alamat *HardwareShop.co.id*, situs tersebut telah berganti *Content* (isi tampilan) menjadi situs porno. Pada saat Antok melakukan transaksi, tidak terdapat informasi harus menghubungi siapa bila terjadi masalah, sedangkan pada *Website* yang baru hanya terdapat informasi untuk menghubungi *webmaster*-nya. Terhadap *webmaster* (perancang situs), Antok melakukan konfirmasi melalui *E-Mail* (Surat Elektronik) dan mendapat jawaban bahwa ia tidak pernah merancang situs belanja untuk alamat *HardwareShop.co.id* seperti yang dimaksud Antok.

Sampai dengan tiga bulan berikutnya, barang yang telah dibeli Antok tidak datang juga. Akhirnya Antok menutup rekeningnya dan memindahbukukan seluruh sisa saldo pada rekening baru. Hal itu dilakukan Antok untuk menghindari penggunaan rekening oleh orang lain yang tidak berhak. (Wawancara dengan Antok Priambodo, mahasiswa Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen Universitas Dr. Soetomo Surabaya angkatan 1997, pada tanggal 20 September 2000, di Surabaya)

Pada tanggal 5 Juni 2000, Ferri Limputra (yang berdomisili di Jakarta) melakukan transaksi di sebuah perusahaan jasa online bernama *Travoo.com* (dengan alamat [Http://www.Travoo.com](http://www.Travoo.com)). Perusahaan ini merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa wisata yang juga melayani pemesanan tiket berbagai alat transportasi, serta berbagai keperluan wisata lainnya (hotel, persewaan mobil, paket perjalanan wisata dan lain-lain).

Pada halaman depan dari situs *Travoo.com* ini menampilkan formulir pernyataan pemesanan atau reservasi. Halaman ini menyatakan bahwa "saya akan melakukan perjalanan dari Jakarta ke Singapura pada tanggal 20 Juni 2000 pukul 06.00 WIB". Setelah menekan tombol *Next* (lanjut), kemudian ditampilkan halaman konfirmasi dari halaman depan. Hal ini dimaksudkan untuk meyakinkan kembali kepada konsumen, bahwa informasi yang diberikan adalah benar. Halaman berikutnya adalah halaman pilihan alat transportasi yang dapat digunakan konsumen. Di dalam hal ini, Ferri memilih pesawat udara yang segera ditampilkan pilihan jadwal penerbangan sesuai waktu keberangkatan yang telah diinformasikan. Setelah Ferri memilih jasa penerbangan yang diinginkan, halaman berikutnya menampilkan seluruh informasi tentang keberangkatan Ferri dan menanyakan kepada alamat mana tiket akan dikirim, serta nama yang tercantum pada kartu kredit yang digunakan sebagai alat pembayaran.

Halaman proses transfer rekening melalui *BII Secure Pay Site* ditampilkan, setelah Ferri menekan tombol *Submit*. *BII Secure Pay Site* merupakan situs milik Bank Internasional Indonesia (BII) yang memberikan pelayanan pembayaran melalui Internet. Situs ini merupakan situs lain yang menjadi rujukan *Travoo.com* untuk menangani masalah pembayaran transaksi yang terjadi di situsnya. Setelah proses

pembayaran melalui situs BII selesai, kembali ditampilkan situs *Travoo.com* yang berisi ucapan selamat dan terima kasih berikut berbagai tawaran untuk menjadi anggota dan lain sebagainya. Dengan demikian transaksi selesai dan Ferri tinggal menunggu kiriman tiket keberangkatannya.

Tiga hari sebelum keberangkatan Ferri (tanggal 17 Juni 2000), bagian *Delivery Service* dari *Travoo.com* mengantarkan ticket pesawat yang telah dibeli Ferri lewat Internet. (Wawancara dengan Ferri Limputra, 29th, Assisten Manajer Pemasaran perusahaan Advertising di Jakarta, melalui Internet Chatting pada tanggal 8 Agustus 2000 dari Surabaya)

2.2 Dasar Hukum

Pembahasan dan analisis dari permasalahan yang diangkat pada skripsi ini didasarkan atas berbagai dasar hukum, yaitu :

1. Pasal 1233 KUHPerdara

Tiap² perikatan dilahirkan baik karena perjanjian, baik karena undang².

2. Pasal 1313 KUHPerdara

Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih

3. Pasal 1320 KUHPerdara

Untuk sahnya perjanjian² diperlukan empat syarat :

1. sepakat mereka yang mengikatkan dirinya;
2. kecakapan untuk membuat suatu perikatan;
3. suatu hal tertentu;
4. suatu sebab yang halal.

4. Pasal 1321 KUHPerdato

Tiada sepakat yang sah apabila sepakat itu diberikan karena kekhilafan, atau diperolehnya dengan paksaan atau penipuan.

5. Pasal 1338 KUHPerdato

- (1) Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang² bagi mereka yang membuatnya.
- (2) Perjanjian² itu tidak dapat ditarik kembali selain dengan sepakat kedua belah pihak, atau karena alasan² yang oleh undang-undang dinyatakan cukup untuk itu.
- (3) Perjanjian² harus dilaksanakan dengan itikad baik.

6. Pasal 1457 KUHPerdato

Jual beli adalah suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan sesuatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.

2.3 Landasan Teori

2.3.1 Pengertian perjanjian jual beli barang dan jasa menurut KUHPerdato

Pengertian perjanjian jual beli menurut Pasal 1457 KUHPerdato yaitu "jual beli adalah suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan sesuatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan."

Pasal 1457 KUHPerdato dapat diuraikan bahwa unsur-unsur perjanjian jual beli adalah :

1. subyek perjanjian jual beli, terdiri atas :

a. penjual (kreditur /pihak yang berpiutang)

Penjual adalah pihak atau orang yang menjalankan usaha atau tidak yang menawarkan suatu barang dan/atau jasa kepada orang atau pihak lain dengan maksud untuk mendapatkan sejumlah uang

b. pembeli (debitur/pihak yang berutang)

Pembeli adalah pihak atau orang yang menjalankan usaha atau tidak yang menerima tawaran suatu barang dan/atau jasa dari orang atau pihak lain dan menyetujui untuk melepaskan sejumlah uang atas barang dan/atau jasa yang diterimanya.

2. obyek perjanjian jual beli

Obyek perjanjian jual beli dapat berupa barang bergerak maupun tidak bergerak atau suatu jasa.

3. pelaksanaan prestasi dari para pihak

Menurut Wirjono Prodjodikoro (2000:49) yang dimaksud dengan prestasi adalah suatu hal yang harus dilaksanakan sebagai isi dari suatu perjanjian. Bila diterapkan dalam perjanjian jual beli, pelaksanaan prestasi adalah pelaksanaan atas beban kewajiban yang harus dilaksanakan oleh para pihak. Hal ini berarti bahwa prestasi baru dapat dikatakan terlaksana jika pembeli telah membayar harga dan penjual telah menyerahkan barang dan/atau jasa sesuai dengan yang diperjanjikan.

Pasal 1457 KUHPerdota memberikan pengertian bahwa perjanjian jual beli membebankan dua kewajiban, yaitu:

- a. kewajiban pihak penjual menyerahkan barang dan/atau jasa kepada pembeli;
- b. kewajiban pembeli untuk membayar harga kepada penjual.

2.3.2 Pengertian Wanprestasi

Menurut Wirjono Prodjodikoro (2000:49), yang dimaksud dengan wanprestasi adalah ketiadaan suatu prestasi. Bila dalam Bahasa Indonesia prestasi diartikan sebagai suatu janji, maka wanprestasi dapat diartikan sebagai ketiadaan pelaksanaan janji. Wanprestasi dapat berwujud tiga macam, yaitu :

1. sama sekali tidak melaksanakan janji,
2. terlambat dalam melaksanakannya,
3. melaksanakannya, tetapi tidak secara yang semestinya dan/atau tidak sebaik-baiknya.

2.3.3 Pengertian Internet

Pada awalnya Internet merupakan jaringan komputer lokal yang digunakan oleh Lembaga Pertahanan AS. Beberapa tahun kemudian, sistem ini dikembangkan menjadi suatu jaringan yang mampu berhubungan dengan berbagai komputer yang ada di setiap tempat di dunia. Sifatnya yang universal dan internasional memunculkan istilah *Internasional Network/Internet* (Jaringan Komputer Internasional).

Definisi Internet menurut Ahmad Bustani (1999:10) adalah suatu jaringan global yang terdiri dari ratusan bahkan ribuan komputer, termasuk jaringan lokal, melalui saluran telepon. Definisi tersebut mungkin benar, bila yang dimaksud adalah Internet di Indonesia. Di negara lain, mampu dilakukan koneksi ke Internet melalui satelit dan sedang dikembangkan koneksi melalui frekuensi radio (tanpa melalui saluran telepon).

Menurut Awiek, di dalam dunia komputer dikenal tiga istilah dasar yaitu *Hardware* (perangkat keras), *Software* (perangkat lunak) dan *Brainware* (perangkat otak atau manusia). Internet, tidak termasuk salah

satu dari ketiga perangkat di atas. Yang perlu dipahami dan merupakan hal yang sangat mendasar adalah bahwa Internet merupakan suatu sistem. (Wawancara dengan Awiek, Programmer Warnet MegaNet Jember, 26 Juli 2000 di Jember).

Beberapa istilah yang digunakan dalam Internet, khususnya di bidang E-Commerce antara lain :

1. *Website/Homepage/Sites* (Situs)

Situs adalah suatu program Internet baik berupa tulisan ataupun gambar yang menyajikan berbagai informasi. Tampilan ini berbentuk halaman-halaman web dan disimpan pada komputer server. Situs akan muncul pada komputer lain bila komputer yang bersangkutan menghubungi (mengakses) komputer server tersebut, melalui suatu alamat tertentu.

2. *Browser*

Pada awalnya *Browser* merupakan suatu program komputer khusus yang digunakan untuk mengakses, menampilkan dan menjelajahi belantara informasi di Internet. (Wahana Komputer Semarang, 2000:10)

Program ini juga merupakan penghubung suatu komputer ke jaringan Internet. Perkembangan teknologi baru-baru ini, memungkinkan untuk menempatkan *Browser* pada perangkat lain seperti telepon selular (*Hand Phone*), televisi, lemari es, mobil bahkan jam tangan.

2.3.4 Pengertian E-Commerce

Bila seseorang melakukan koneksi (hubungan) ke Internet, dapat dipastikan orang tersebut sedang menggunakan suatu perangkat elektronik. Teknologi Internet didasarkan pada hubungan melalui satelit. Untuk mengirim dan menerima sinyal digunakan suatu perangkat

elektronik. Di dalam Internet, fasilitas yang dapat dinikmati sangat beraneka ragam. Salah satu fasilitas yang terdapat di Internet adalah E-Commerce, yang menawarkan sekian banyak kelengkapan, kemudahan serta update teknologi yang semakin cepat. Apalagi masalah efisiensi dan efektifitas yang semakin menjadi prioritas.

Istilah E-Commerce dapat pula disebut dengan *E-Business* yang berarti *Business (E-Business is Business)* (Travoo.com, Makalah Seminar E-Commerce, 2000, halaman 2). Huruf "E" yang menjadi awalan dari kata E-Commerce atau *E-Business* merupakan singkatan dari kata "*electronic*". Bila kedua kata tersebut digabungkan menjadi *Electronic Commerce* (Elektronik Komersial) atau *Electronic Business* (Elektronik Bisnis) yang berarti melakukan usaha komersial atau berbisnis melalui perangkat elektronik.

Di dunia perdagangan (bisnis) istilah E-Commerce berarti suatu usaha perdagangan dengan menggunakan sarana elektronik dalam pelaksanaannya. Ini berarti proses transaksi yang terjadi dilakukan secara elektronis melalui media elektronik (dalam hal ini dapat berupa komputer, televisi, telepon selular dan lain-lain).

E-Commerce muncul dan berkembang menjadi suatu model bisnis (*Business Model*) tersendiri dalam bidang perdagangan. *Business Model* yang terjadi dalam E-Commerce adalah :

1. *BtoB (Business to Business)*

BtoB merupakan hubungan dagang antar badan usaha dalam proses jual beli barang dan/atau jasa.

2. *BtoC (Business to Consumer)*

BtoC merupakan bentuk hubungan dagang antara penjual (badan usaha atau perseorangan) dengan konsumen. Istilah konsumen disini

dalam arti perseorangan sebagai pengguna akhir suatu produk barang dan/atau jasa.

3. *BtoG (Business to Government)*

BtoG merupakan hubungan dagang antara badan usaha dengan pemerintah, baik pemerintah negara dari badan usaha yang bersangkutan maupun pemerintah negara lain. Dalam BtoG pemerintah bertindak sebagai konsumen.

4. *GtoB (Government to Business)*

GtoB merupakan hubungan dagang antara pemerintah dengan badan usaha. Dalam GtoB pemerintah bertindak sebagai penjual.

5. *GtoC (Government to Consumer)*

GtoC merupakan hubungan perdagangan yang dilakukan oleh pemerintah suatu negara dengan konsumen baik dalam negeri ataupun luar negeri.

6. *GtoG (Government to Government)*

GtoG merupakan hubungan dagang antara pemerintah suatu negara dengan pemerintah negara lain.

Perkembangan teknologi yang demikian cepat dewasa ini mengubah pengertian istilah E-Commerce menjadi hubungan antara pelaku bisnis dengan konsumen saja. Pada kenyatannya di Internet, transaksi *BtoC (Business to Consumer)* hanya 20% dari total model bisnis yang terjadi. Kontribusi terbesar dalam E-Commerce adalah bentuk perdagangan *BtoB (Business to Business)* (Onno.W.Purbo, dalam *Mikrodata Volume 3 Seri 15*, 2000, halaman 50).

2.3.5 Pengertian Jual Beli Barang dan Jasa Dengan Menggunakan Internet

Seorang dapat melakukan berbagai hal, salah satunya adalah transaksi jual beli barang dan/atau jasa dengan menggunakan Internet. Proses transaksi jual beli barang dan/atau jasa dengan menggunakan Internet, sama halnya dengan jual beli pada umumnya, yaitu penjual menawarkan barang dan/atau jasa kepada konsumen.

Penjual pada situs belanja yang terdapat di Internet, hampir selalu diibaratkan (berbentuk) sebagai sebuah toko (*mall*) yang menjual berbagai jenis barang dan/atau jasa, atau suatu toko khusus yang menjual satu jenis barang dan/atau jasa tertentu saja dengan banyak pilihan variasi. Konsumen diibaratkan sebagai pembeli yang berbelanja dengan menggunakan kereta belanja (*Shopping Chart*). Pembayaran dapat dilakukan langsung pada penjual melalui transfer antar bank atau dengan menggunakan bantuan pihak ketiga. (Komputek, No.164 Minggu II Mei 2000, halaman 22)

Menurut Wicaksono, yang dimaksud dengan jual beli dengan menggunakan Internet adalah merupakan transaksi atau kegiatan dagang yang dilakukan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan Internet sebagai sarannya (Wawancara dengan Wicaksono, mahasiswa jurusan Teknik Informatika Lembaga Pendidikan SCOMTECH Surabaya, pada tanggal 20 September 2000, di Surabaya).

Sedangkan menurut Wiratmo, yang dimaksud dengan jual beli dengan menggunakan Internet adalah merupakan transaksi dagang jarak jauh yang dilakukan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan alat elektronik melalui jaringan Internet sebagai medianya (Wawancara dengan Wiratmo, staf pemasaran sekuritas Money Mall Surabaya, pada tanggal 23 September 2000 di Surabaya).

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat dikatakan bahwa perjanjian jual beli barang dan/atau jasa dengan menggunakan Internet merupakan suatu bentuk transaksi dagang secara elektronik dengan menggunakan komputer atau alat elektronik lainnya, dengan memanfaatkan jaringan komputer global/internasional.



BAB III
ANALISIS PERJANJIAN JUAL BELI
MELALUI INTERNET

3.1. Keberadaan Perjanjian Jual Beli Barang dan Jasa Dalam E-Commerce

Berkaitan dengan bidang komersial yang ada dalam Internet, bentuk hubungan dagang yang paling sering terjadi adalah BtoB (*Business to Business*) dan BtoC (*Business to Consumer*), oleh karena itu pembahasan mengenai keberadaan perjanjian jual beli ini dibatasi pada bentuk hubungan dagang BtoB dan BtoC saja.

3.1.1. Perkembangan E-Commere Dewasa Ini

Berkaitan dengan perbedaan waktu yang ada di dunia, Internet merupakan media yang mampu melayani selama 24 jam sehari, tanpa henti. *E-Mail* (Surat Elektronik), *E-Commerce*, *TeleConference* (telekonferensi melalui Internet), *E-book* dan lain sebagainya, merupakan fasilitas-fasilitas atau bidang yang berkaitan dengan Internet.

Sampai dengan tahun 2000 jumlah pengguna Internet di dunia sudah hampir mencapai angka lebih dari 200 juta orang. Di Indonesia, menurut hasil survey MARS Indonesia pada bulan Mei 1999 jumlah pengguna Internet pada akhir tahun 1999 diperkirakan mencapai 320.000 orang, akan sampai pada angka 1 juta orang pada akhir tahun 2000, dan di akhir tahun 2003 jumlah pengguna Internet di Indonesia sekitar 2,2 juta orang dengan pertumbuhan 23% pertahun (Komputek, No. 171 Minggu IV Juni 2000, halaman 25).

Jumlah pengguna Internet yang ada di Indonesia komposisinya terdiri atas pengguna universitas 29,5 %, riset 20,9%, pemerintah 5,8%,

komersial 42,8% dan 1% pengguna jenis lain (Onno W. Purbo, dalam Mikrodata Volume3 Seri 15 2000:56).

Data statistik yang diperoleh dari International Data Corporation ([Http://www.idc.com](http://www.idc.com)) memproyeksikan 46 juta orang Amerika akan membeli melalui E-Commerce berbagai barang senilai 16 juta Dolar AS di tahun 2001, dan 54 juta dolar AS ditahun 2002. Sedangkan Forrester Research ([Http://www.forrester.com](http://www.forrester.com)) memprediksikan *Sales E-Commerce* sekitar 7 juta dolar AS di tahun 2000 (Onno W. Purbo, dalam Mikrodata Volume 3 Seri 15 2000, halaman 51).

Menurut Julian Ardianto, pembicara pada seminar tentang E-Commerce di Hotel Equator Surabaya tanggal 11-12 Agustus 2000, beberapa faktor penyebab pelaku bisnis masih enggan melakukan penjualan secara *Online* (melalui Internet) adalah :

1. Adanya ketakutan akan keamanan menggunakan kartu kredit

Kepercayaan konsumen merupakan hal yang sangat penting untuk dijaga oleh produsen. Salah satu cara untuk membangun kepercayaan konsumen adalah dengan menggunakan sistem pembayaran yang benar-benar aman dan mudah (biasanya menggunakan sistem transfer rekening bank, kartu kredit atau pembayaran pada saat barang diterima/*Offline*). Sistem pembayaran yang paling banyak digunakan oleh penjual untuk menjaga keamanan transaksi dan melindungi identitas dan privasi konsumen adalah dengan menggunakan kartu kredit (*Credit Card*). Bila kartu kredit digunakan sesuai dengan aturan, maka sistem pembayaran ini merupakan sistem pembayaran yang aman. Sedangkan yang dimaksud dengan aman disini adalah bahwa identitas dari pemilik kartu disandikan sehingga otentifikasi berupa informasi nomor, nama pemegang dan tanggal berlaku kartu tidak diketahui oleh siapapun

Perkembangan teknologi yang sangat cepat, memungkinkan terjadinya kejahatan terhadap kartu kredit, yaitu pencurian nomor kartu kredit (aktivitas ini juga dilakukan melalui media Internet). Apabila pembeli melakukan transaksi melalui suatu situs, dan sekali saja terjadi pencurian pada kartu kredit milik pembeli, situs tersebut akan diklaim sebagai situs yang tidak aman. Lebih jauh lagi, tidak akan ada pengguna Internet lain yang akan melakukan transaksi melalui situs tersebut akibat hilangnya rasa percaya konsumen.

2. Langkah permulaan (*Start-up*) yang dianggap sulit dan memakan biaya yang besar.

Pada waktu membuka suatu situs penjualan (*toko Online*), diasumsikan sama dengan membuka suatu toko baru, yang mengharuskan penjual untuk menyiapkan berbagai faktor pendukung serta investasi baru. Langkah-langkah pendahuluan seperti penyediaan perangkat keras (*hardware*), yaitu komputer beserta perlengkapannya, pengurusan kerjasama dengan bank penyelenggara kartu kredit (untuk otorisasi pemegang kartu), biaya pembuatan perangkat lunak berupa desain situs dan biaya akses Internet dan lain sebagainya, dianggap suatu langkah permulaan yang cukup sulit dan rumit.

3. Kultur atau budaya dan kebiasaan yang sulit untuk ditinggalkan

Penjual masih merasa enggan meninggalkan berbagai bentuk budaya dan kebiasaan dalam melakukan transaksi, misalnya masalah negosiasi harga barang (Travoo.com, Makalah Seminar E-Commerce, 2000, halaman 7).

Dari pihak pembeli, keraguan dalam melakukan transaksi melalui Internet disebabkan oleh :

1. Biaya pengiriman

Di dalam hal melakukan pembelian satu barang atau jasa, pembeli masih dikenakan biaya pengiriman, sehingga biaya yang dikeluarkan oleh pembeli menjadi lebih besar.

2. Tidak dapat merasakan dan menyentuh barang yang akan dibeli

Pembeli tidak dapat merasakan atau menyentuh barang atau jasa yang akan dibelinya, sebab yang mampu ditangkap oleh panca indera pembeli hanyalah gambar serta penjelasan yang ditampilkan di layar monitor. Hal ini berhubungan dengan keyakinan konsumen atas mutu dari barang tersebut.

3. Sulit melakukan pengembalian barang

Jarak yang terbentang antara penjual dan pembeli relatif cukup jauh, sehingga terjadi kesulitan dalam pengembalian barang yang tidak sesuai dengan yang diiklankan atau ditampilkan dalam situsnya.

4. Adanya ketakutan atas penggunaan kartu kredit

Bila informasi nomor kartu kredit diketahui oleh orang lain, maka informasi tersebut dapat digunakan untuk melakukan transaksi seakan-akan yang melakukan transaksi adalah pemegang kartu. Di dalam kasus seperti ini jelas pembeli akan dirugikan, meskipun bukan oleh penjual atau produsen.

5. Tidak dapat dengan bebas bertanya pada penjual

Pembeli tidak dapat dengan bebas bertanya untuk mendapatkan informasi lebih jelas mengenai barang yang akan dibeli. Di dalam seperangkat komputer program berjalan secara otomatis sesuai dengan apa yang diprogramkan, sehingga hubungan yang terjadi

secara fisik bukan orang dengan orang melainkan orang dengan program atau mesin.

6. Memakan waktu lama untuk menampilkan informasi barang dalam komputer

Pembeli yang mengutamakan waktu, proses penampilan halaman situs dianggap terlalu lama, sehingga dianggap terlalu menyita waktu dan pembeli enggan melakukannya.

7. Kekhawatiran akan jangka waktu pengiriman

Interaksi secara fisik yang terjadi adalah pembeli dengan program. Setelah transaksi terjadi, komputer akan mencatat siapa pemesan barang dan barang apa yang dipesan. Mengingat jarak yang cukup jauh, maka pengiriman barang akan selalu memakan waktu. Tergantung dari penjual dalam memanfaatkan jasa kiriman barang. Situs yang menjual barang yang sama mungkin akan memerlukan waktu pengiriman yang berbeda. Jangka waktu pengiriman inilah yang menjadi pertimbangan dengan kebutuhan pembeli dalam menggunakan barang yang dibelinya itu

8. Lebih menikmati belanja secara *Offline* (secara nyata).

Maka dengan berbagai pertimbangan di atas, konsumen lebih dapat merasakan kenikmatan dalam berbelanja bila dilakukan secara riil (*Offline*) (Travoo.com, Makalah Seminar E-Commerce, 2000, halaman 7).

Pernyataan 10 responden yang ditemui, 8 orang menyatakan bahwa mereka lebih cenderung melakukan transaksi melalui Internet dengan mengindahkan berbagai resiko yang mungkin timbul, 2 orang masih mengkhawatirkan mengenai berbagai hal yang mungkin terjadi baik penipuan, pencurian nomor kartu, barang tidak dikirim, dan lain sebagainya.

Berdasarkan data di atas dapat dikatakan bahwa pertumbuhan pengguna Internet sangat cepat, dan bidang E-Commerce adalah bidang yang sedang berkembang dengan dominasi yang terus meningkat. Secara kuantitatif jumlah pengguna Internet di Indonesia masih tergolong kecil, demikian juga E-Commerce-nya. Bila ditinjau kembali sifat Internet yang sedemikian babas dan luas, para pengguna yang ada di Indonesia juga dapat mengikuti serta menikmati E-Commerce yang terjadi di belahan dunia lain. Hal ini bukan tidak mungkin akan menjadi faktor pendorong pertumbuhan pengguna Internet dan E-Commerce di Indonesia. Faktor lain yang turut memacu pertumbuhan dan perkembangan pengguna Internet dan E-Commerce adalah bidang telekomunikasi dan pemerintah/hukum.

Bidang telekomunikasi menjadi faktor pendorong pertumbuhan pengguna Internet dan E-Commerce, karena pada dasarnya konsep dari Internet adalah telekomunikasi. Pihak-pihak yang terkait dengan Internet ini pun adalah mereka yang bergerak di bidang telekomunikasi, seperti carier, operator, provider dan lain-lain. Berkembangnya teknologi telekomunikasi melahirkan berbagai solusi alternatif dari penggunaan sistem komunikasi yang sedang digunakan. Dukungan infrastruktur telekomunikasi yang baik (misalnya kecepatan akses yang tinggi, daya tampung lalu lintas data (*Bandwidth*) yang besar dan lain sebagainya), akan meningkatkan perfoma sistem, yang pada akhirnya diikuti dengan peningkatan pengguna Internet dan E-Commerce.

Campur tangan pemerintah juga merupakan faktor pendukung peningkatan jumlah pengguna Internet dan kesuksesan E-Commerce. Regulasi pemerintah sangat diperlukan untuk memecahkan berbagai permasalahan hukum yang timbul (*CyberLaw*). Masalah-masalah yang timbul seperti pada transaksi elektronik, paten dan merek, penggunaan

tanda tangan digital (*Digital Signature*), perlindungan data (*Data Protection*) dan lain-lain, akan dapat diatasi. Adanya dasar hukum yang jelas, masyarakat tidak akan takut dan ragu-ragu dalam memanfaatkan Internet dalam kehidupan sehari-hari, dengan demikian akan semakin meningkatkan jumlah pengguna Internet dan E-Commerce.

Sampai saat ini, masih belum ada suatu bentuk peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang Internet, bahkan E-Commerce, sehingga pembahasan mengenai berbagai masalah yang mungkin timbul menggunakan berbagai peraturan perundang-undangan yang ada.

3.1.2. Proses Transaksi Melalui Internet

Secara garis besar sistem transaksi yang dilakukan melalui Internet, sama dengan sistem transaksi jual beli pada umumnya. Setelah memilih barang atau jasa yang dikehendaki, pembeli membayar harga barang atau jasa tersebut. Setelah diproses oleh penjual, maka barang akan dikirimkan pada pembeli.

Beberapa perbedaan yang mencolok pada sistem jual beli dalam E-Commerce dengan sistem jual beli pada umumnya adalah :

1. dalam E-Commerce semua proses dilakukan melalui sebuah perangkat yang dapat terhubung ke Internet, baik komputer, handphone, televisi ataupun peralatan elektronik lain;
2. dalam E-Commerce hampir semua bentuk barang dan jasa dapat ditransaksikan. Pada jual beli secara umum tidak akan ditemui seseorang yang menjual sepotong gambar saja atau seseorang yang menyewakan sebagian kecil media penyimpanan (*spasi harddisk*);
3. dalam E-Commerce sistem pembayaran lebih aman. Berkembangnya teknologi yang sedemikian cepat, serta tuntutan akan privasi yang

semakin penting, seseorang dapat melakukan pembayaran tanpa identitasnya diketahui oleh orang lain.

Secara garis besar alur transaksi jual beli barang dan/atau jasa dalam E-Commerce dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. pembeli melakukan koneksi ke Internet dan membuka situs penjual, memilih barang, memasukkan identitas (baik identitas pribadi maupun kartu kredit) termasuk alamat pada formulir yang telah disediakan oleh situs yang bersangkutan;
- b. setelah penjual menerima masukan informasi dari pembeli, penjual melakukan otorisasi pemegang kartu kredit kepada bank penyelenggara kartu kredit yang bersangkutan;
- c. bank melakukan otorisasi terhadap kartu kredit yang digunakan oleh pembeli. Setelah pihak bank menyatakan kebenaran atas informasi kartu kredit yang digunakan, informasi otorisasi dikembalikan pada penjual. Dengan demikian penjual yakin bahwa uang yang akan ditransfer oleh pembeli dapat dicairkan;
- d. penjual melakukan pengiriman barang yang dipesan ke alamat yang diinginkan oleh pembeli;
- e. pembeli menerima barang yang telah dibeli yang dikirimkan oleh penjual (Komputek, No. 159 Minggu I April 2000, halaman 4).

3.1.3 Proses Pembayaran Yang Dikenal Dalam Transaksi Jual Beli Dalam E-Commerce

Pada proses transaksi barang dan/atau jasa dalam E-Commerce, hal yang sangat berperan adalah sistem pembayaran. Berkembangnya sistem komunikasi dan informasi, terdapat beberapa sistem pembayaran yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi dalam E-Commerce. Sistem tersebut antara lain :

1. Formulir HTML (*Hyper Text Markup Language*)

HTML merupakan sebuah bahasa pemrograman untuk merancang atau membangun halaman-halaman pada sebuah situs Internet. Program yang dibuat dengan bahasa ini tidak memerlukan penterjemahan menjadi bahasa mesin dan hanya dapat dijalankan pada *Browser*.

a. Alur transaksi

- 1) Konsumen memilih barang menggunakan *Browser* dari *Website* yang dikunjungi. Setelah harga barang ditotal, konsumen mengisikan informasi kartu kreditnya pada formulir/slip pembelian yang disediakan oleh penjual.
- 2) Informasi tersebut dikirimkan pada komputer penjual/pedagang (komputer server), bersama dengan informasi pembelian lainnya.
- 3) Informasi yang datang pada penjual, diuraikan dan dimintakan otentifikasi kartu kredit pada bank penerbit kartu kredit yang bersangkutan.
- 4) Setelah otentifikasi disetujui, maka penjual mengirimkan barang atau melaksanakan jasa seperti yang telah dibeli konsumen. (Skema alur transaksi dapat dilihat pada lampiran 2)

b. Pencatatan

Komputer pembeli tidak mencatat transaksi yang sedang berlangsung. Pencatatan hanya dilakukan pada komputer server milik pedagang (Komputek edisi 164 Minggu II Mei 2000, halaman 22).

2. Kupon Elektronik

Sistem pembayaran jenis ini menggunakan kupon elektronik yang dikirimkan oleh penjual pada pembeli, untuk digunakan melakukan transaksi atau belanja melalui situs penjual yang menerbitkan kupon.

Tiap-tiap kupon yang diterbitkan penjual memiliki nilai tertentu, baik berupa mata uang atau berupa point.

a. Alur transaksi

- 1) Pedagang mencetak kupon dan mensandikan dengan kunci privat milik pedagang. Jika kupon tersebut memiliki sertifikat, maka sertifikat juga disertakan pada kupon.
- 2) Kupon diedarkan pada konsumen. Pengedaran dapat dikirimkan melalui *E-Mail* atau dengan membeli pada penjual (menggunakan cara apapun), dan dapat dibelanjakan sewaktu-waktu.
- 3) Kupon yang diterima oleh konsumen diperiksa keabsahannya dengan kunci publik penjual yang disertakan pada saat mendapatkan kupon. Bila disertai sertifikat, maka konsumen juga harus menelusuri sertifikat tersebut untuk memastikan keabsahannya.
- 4) Kupon dikembalikan pada penjual dengan menyisipkannya pada saat pengisian informasi konsumen pada *Website* penjual. Bersama dengan itu dapat disertakan alamat konsumen.
- 5) Kupon yang diterima kembali oleh penjual diperiksa keabsahannya dengan membandingkan tanda tangan penjual dengan hasil pemeriksaan keabsahan yang telah dilakukan oleh konsumen.
- 6) Jika kupon yang diterima oleh penjual terbukti keabsahannya, penjual mengirimkan barang pada konsumen. (Skema alur transaksi dapat dilihat pada lampiran 3)

b. Pencatatan

Pencatatan dilakukan pada komputer server milik penjual. Bila pembeli ingin melakukannya, diperlukan perangkat lunak khusus. Pencatatan berupa nomor seri kupon yang telah diterbitkan dan yang

telah digunakan. Sebagai tambahan dicatat pula data transaksi yang dilaksanakan (Komputek edisi 165 Minggu III Mei 2000, halaman 22)

3. *VISA/MasterCard SET (Secure Electronic Transaction)*

Sistem pembayaran jenis ini dibuat berdasarkan atas beberapa kebutuhan bisnis yang perlu ditangani. Sistem ini menggunakan kartu kredit *Visa* dan atau *MasterCard* dalam proses pembayarannya.

a. Alur transaksi

- 1) Penjual dan pembeli harus mendapatkan terlebih dahulu sertifikat dari Otoritas Sertifikat (OS). Pembeli harus mengetikkan *Personal Account Number/PAN* (Nomor **A**ccount **P**ribadi) dan informasi jati dirinya, demikian juga dengan penjual.
- 2) Setelah proses di atas dilakukan, pembeli dapat mulai berbelanja. Jika proses pemilihan barang selesai dilakukan, pembeli membuat *Order Instruction/OI* (Instruksi Pemesanan) dan *Payment Instruction/PI* (Instruksi Pembayaran) dan dikirimkan pada penjual. Penjual hanya dapat membaca informasi dari *OI* tanpa dapat melihat informasi *PI*, sebab telah disandikan dengan kunci publik dari Gerbang Pembayaran (*Payment Gateway/Aquirer*). Hal ini berarti pembeli wajib memiliki kunci publik dari Gerbang Pembayaran.
- 3) *OI* diproses penjual, *PI* diotorisasi melalui Gerbang Pembayaran yang dikirimkan oleh penjual.
- 4) Gerbang Pembayaran mengotorisasi kartu kredit dengan jaringan privat kartu kredit.
- 5) Bila disetujui, maka Gerbang Pembayaran menginstruksikan pada penjual untuk mengirimkan dagangannya pada pembeli.
- 6) Pembeli menerima barang yang dibelinya.

- 7) Penjual menerima pembayaran melalui Gerbang Pembayaran.
- 8) Setiap terjadi transaksi, para pihak dapat menggunakan sertifikat digital pihak lain dengan menghubungi *Otoritas Sertifikat (OS)*.
(Skema alur transaksi dapat dilihat pada lampiran 4)

b. Pencatatan

Pencatatan pada transaksi ini dilakukan oleh kedua belah pihak, baik pada komputer penjual ataupun komputer pembeli (Komputek edisi 166 Minggu IV Mei 2000 : 22).

4. *CyberCash*

CyberCash adalah sebuah perusahaan yang ada di Internet yang menyediakan suatu sistem pembayaran yang aman bagi pembeli dan penjual. Sistem ini terdiri atas dua macam cara yaitu *CyberCoin* (Koin Maya/Koin Semu) dan menggunakan Kartu Kredit. Skenario ini mewajibkan pengguna layanan ini untuk men-*Download*(menyalin/meng-copy file dari Internet ke komputer lokal) program *Wallet*(dompet) yang langsung dijalankan otomatis oleh *Browser* saat pembeli melakukan transaksi. Seperti biasa, sebelum dapat melakukan pembayaran, dompet harus diisi terlebih dahulu, baik dengan uang atau kartu kredit. Uang yang diisikan dalam program *Wallet* disebut dengan *Cyber Coin*. Pembeli dapat memiliki *Cyber Coin* dengan membelinya pada *CyberCash* menggunakan kartu kredit, atau menggunakan rekening bank yang turut berpartisipasi dalam skenario ini. Rekening bank tersebut harus dipertalikan dengan program *Wallet*, sehingga program *Wallet* sudah mengetahui rekening siapa yang harus digunakan. Sejumlah uang senilai *CyberCoin* yang dibeli akan didebet langsung dari rekening bank pembeli. Seperti halnya pembeli, penjual juga harus mendaftarkan diri pada *CyberCash*.

a. Alur transaksi *CyberCoin*

- 1) Pembeli mengisi *Wallet*-nya dengan *CyberCoin*.
- 2) Pembeli dapat berbelanja pada situs penjual yang mendukung skenario ini (sudah terdaftar pada *CyberCash*). Setelah pemilihan barang selesai, komputer penjual menginstruksikan *Browser* pembeli untuk menjalankan program *Wallet* yang ada pada komputer pembeli. Setelah menekan tombol *Pay* (bayar), informasi pembayaran dikirim pada penjual.
- 3) Penjual menambahkan beberapa informasi, dan mengirimkan pada komputer *CyberCash*. *CyberCash* hanya memiliki rekapitulasi dari transaksi yang dilakukan, sedangkan detil transaksi tetap ditangan penjual.
- 4) *CyberCash* akan memeriksa jumlah transaksi dan jumlah *CyberCoin* yang dimiliki oleh pembeli pada rekening bank melalui jaringan perbankan.
- 5) Jika jumlah *CyberCoin* yang dimiliki pembeli masih mencukupi untuk membayar transaksi, maka *CyberCash* memerintahkan penjual untuk mengirim barang pada pembeli.
- 6) Pembeli menerima barang dagangannya. (Skema alur transaksi dapat dilihat pada lampiran 5)

b. Alur transaksi Kartu Kredit.

- 1) Kartu kredit yang digunakan oleh pembeli dipertalikan pada program *Wallet*. Informasi kartu kredit disandikan (dienkripsi) dengan menggunakan kata kunci (*password*). Hal ini cukup dilakukan sekali.
- 2) Setelah memilih barang pada *Website* penjual yang menggunakan sistem pembayaran ini, komputer penjual menginstruksikan

Browser pembeli menjalankan program *Wallet*. Setelah menekan *Pay*, informasi kartu kredit dikirim pada penjual. Sandi pada informasi kartu kredit hanya bisa dibuka oleh *CyberCash*.

- 3) Penjual menambahkan informasi tambahan pada transaksi itu dan mengirimkannya pada *CyberCash*.
- 4) *CyberCash* akan memeriksa otorisasi kartu kredit melalui jaringan kartu kredit.
- 5) *CyberCash* akan mengirimkan hasil otorisasi pada pedagang dan diteruskan pada *Wallet* pembeli.
- 6) Setelah otorisasi disetujui, *CyberCash* memerintahkan pada penjual untuk mengirim barang pada pembeli (Skema alur transaksi dapat dilihat pada lampiran 6) (Komputek, edisi 167 Minggu V Mei 2000, halaman 22).

5. *Digi-Cash*

Pada dasarnya *Digi-Cash* tidak banyak berbeda dengan uang yang dikenal sehari-hari, hanya saja bentuknya elektronik. Berbeda dengan skenario pembayaran dengan *CyberCash*, skenario ini benar-benar memindahkan kepingan uang elektronik dari satu tempat ke tempat lain. *Digi-Cash* dapat dibeli di bank yang menerbitkannya. Oleh pembuatnya, uang elektronik ini diberi nama "*Ecash*"

a. Alur transaksi

- 1) Pembeli mengambil *Ecash* dari bank, dengan cara membeli menggunakan kartu kredit atau mendebet dari rekening. Setelah koin di-*Download* pada media penyimpanan (*harddisk*) pembeli, koin-koin dengan nilai nominal tertentu dimasukkan pada komputer pembeli. Tiap koin memiliki nilai tertentu, sehingga jika pembeli tidak memiliki pecahan nominal yang diperlukan untuk berbelanja,

perangkat lunak akan menginstruksikan untuk menghubungi bank penerbit koin untuk melakukan penukaran.

- 2) Pembeli dapat memulai berbelanja. Setelah memilih barang atau jasa yang dikehendaki, penjual akan menagih pembayaran. Sejumlah uang dari koin-koin yang dimiliki pembeli dikirim pada komputer penjual. Sedangkan uang yang berada pada komputer pembeli dihapus.
- 3) Ketika penjual menerima *Ecash* dari pembeli, perangkat lunak penjual segera menghubungi bank untuk memeriksa keabsahan *Ecash* pembeli.
- 4) Bank milik pedagang meneruskan otorisasi pada bank pembeli. Hasil otorisasi dikirim kembali pada bank penjual, bila *Ecash* tersebut sah, dapat langsung dikredit pada rekening penjual.
- 5) Penjual mendapat pemberitahuan dari bank penjual bahwa *Ecash* yang diterima sah. Penjual melakukan kewajibannya untuk mengirim barang pada pembeli. (Skema alur transaksi dapat dilihat pada lampiran 7)

b. Pencatatan

Pembeli mencatat transaksi pada program *Wallet*-nya, sedangkan pihak bank mencatat kepingan uang mana saja yang telah diuangkan berdasarkan nomor seri yang ada pada *Ecash* (Komputek, 168 Minggu 1 Juni 2000, halaman 22).

3.1.4 Perjanjian Jual Beli Barang Dan Jasa Dalam E-Commerce

Saat dilakukan wawancara oleh penulis terhadap 20 responden pelaku transaksi jual beli melalui Internet, 16 orang menyatakan bahwa transaksi yang mereka lakukan didasarkan atas kebutuhan, 4 orang mendasarkan atas efisiensi dan kemudahan.

Sesuai dengan Pasal 1457 KUHPerdeata, pada kasus Antok maupun Ferri telah memenuhi unsur perjanjian jual beli yang menimbulkan kewajiban di antara para pihak, obyek yang diperjanjikan serta pelaksanaan prestasi dari masing masing pihak. Kewajiban-kewajiban yang dipikul oleh kedua belah pihak, baik penjual maupun pembeli, menimbulkan suatu perikatan di antara para pihak untuk melaksanakan prestasi. Jadi perikatan yang timbul dari transaksi yang dilakukan oleh Antok dan Ferri merupakan suatu perikatan yang timbul dari perjanjian jual beli yang mereka buat. Perikatan yang timbul akibat perjanjian jual beli tersebut, merupakan jenis perikatan yang lahir dari perjanjian seperti yang disebutkan dalam Pasal 1233 KUHPerdeata. Kenyataan yang terjadi adalah perjanjian jual beli melalui Internet memang benar-benar ada dan dapat dilaksanakan.

Abdul Kadir Muhammad (1986:139) mengemukakan bahwa suatu perjanjian dapat dilakukan secara tertulis atau lesan. Bila suatu perjanjian pokok memerlukan suatu syarat tegas yang rumit dan resiko yang mungkin timbul sangat besar, maka dapat dibuat suatu perjanjian tertulis. Perjanjian tersebut selain dimaksudkan sebagai pembuktian juga diperlukan untuk menentukan jangka waktu berlakunya perjanjian. Perjanjian melalui tulisan tidak diperlukan bila proses pelaksanaan prestasi dapat dilakukan secara langsung, sehingga tidak diperlukan persyaratan yang terperinci dan cukup dilakukan dengan lesan.

Perjanjian yang dibuat dengan tertulis dan ditandatangani oleh para pihak, merupakan sebuah akta dan mempunyai kekuatan pembuktian. Pasal 1874 KUHPerdeata mewajibkan penandatanganan terhadap suatu akta. Demikian pula dalam perjanjian jual beli, bila diperlukan dibuat suatu perjanjian secara tertulis. Agar dapat digunakan sebagai alat bukti, harus

ditandatangani oleh para pihak yang melakukan perjanjian, yang berarti perjanjian tersebut merupakan suatu akta.

Perjanjian jual beli barang dan/atau jasa yang dilakukan melalui Internet, merupakan perjanjian yang cukup unik. Perjanjian tersebut tidak termasuk dalam bentuk perjanjian lesan, karena pelaksanaan prestasi tidak dapat dilakukan secara langsung dan memerlukan berbagai syarat tegas serta resiko yang besar. Hal demikian, bukanlah berarti perjanjian jual beli barang dan/atau jasa yang dilakukan melalui Internet termasuk bentuk perjanjian tertulis, sebab perjanjian tertulis harus ditandatangani. Tanda tangan yang terdapat pada perjanjian tertulis merupakan suatu bentuk perwujudan kesepakatan. Perwujudan lain dari adanya kesepakatan adalah dengan pernyataan langsung (dengan lesan). Kedua bentuk perwujudan persetujuan tersebut di atas tidak mungkin untuk dilakukan. Perwujudan kesepakatan dalam Internet dilakukan dengan menekan tombol yang ada pada papan tombol (*keyboard*) atau dengan menekan tombol setuju, *OK*, *agree*, *submit* dan sebagainya yang ada pada layar. Jadi dari perjanjian jual beli barang atau jasa yang dilakukan melalui Internet tidak termasuk bentuk perjanjian tertulis ataupun lesan.

Hasil pengamatan yang dilakukan terhadap berbagai situs belanja yang terdapat pada Internet, tidak satupun terdapat suatu halaman yang berisi berbagai klausula seperti layaknya yang terdapat pada sebuah perjanjian tertulis pada umumnya.

3.2. Keabsahan Dan Penerapan Perjanjian Jual Beli Barang Dan Jasa Dalam Transaksi E-Commerce

Telah disebutkan pada pembahasan sebelumnya, bahwa perjanjian jual beli barang dan/atau jasa melalui Internet bebar-benar ada dan dapat dilaksanakan. Mengenai keabsahan dari perjanjian jual beli barang dan

jasa yang dilakukan melalui Internet dapat ditinjau pada Pasal 1320 yang mengatur tentang syarat sahnya perjanjian.

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya.

Syarat pertama ini merupakan syarat obyektif yaitu syarat yang berhubungan dengan subyek pembuat perjanjian. Sedangkan yang dimaksud pada syarat ini adalah bahwa pada setiap perjanjian yang dibuat haruslah merupakan suatu kesepakatan antara masing-masing pihak, dengan kata lain bahwa suatu perjanjian tidak dapat dibuat secara sepihak.

Perjanjian jual beli barang dan/atau jasa dalam E-Commerce bentuk perwujudan kesepakatan yang terjadi antara para pihak tidak seperti bentuk kesepakatan yang selama ini dikenal (baik tanda tangan atau ucapan lisan). Bentuk kesepakatan dari perjanjian jual beli ini adalah dengan menekan (meng-Klik) tombol yang ada pada papan tombol (*keyboard*) atau layar monitor. Ketika aktivitas ini dilakukan oleh pembeli berarti telah terjadi pertemuan/persesuaian kehendak. Kehendak dari penjual adalah saat ditampilkannya gambar atau keterangan suatu barang dan/atau jasa yang disertai dengan harga, sedangkan kehendak dari pembeli dinyatakan dengan menekan tombol dari tiap-tiap barang dan/atau jasa yang ditawarkan. Hal ini dapat diartikan bahwa pembeli sepakat atas harga yang ditawarkan penjual. Secara teori, bentuk kesepakatan ini dapat dikategorikan pada *Teori saat mengirim surat penerimaan (Verzendingstheorie)* (R.Setiawan, 1979:59). Kekurangan dari teori ini adalah saat surat dikirimkan, pengirim kehilangan kekuasaan atas surat tersebut telah terjawab. Bila pemikiran tersebut dianalogikan pada perjanjian jual beli barang dan jasa yang dilakukan melalui Internet, maka tidaklah demikian adanya. Pengirim (dalam hal ini pembeli) tetap mempunyai kekuasaan

terhadap pengiriman penerimaan penawaran yang ia lakukan. Hal ini disebabkan aktivitas seseorang dalam melakukan koneksi ke Internet selalu akan terekam pada komputer atau perangkat lain yang digunakan, berikut alamat situs yang dikunjungi.

Perkembangan sistem pembuatan perjanjian dewasa ini memungkinkan dibuatnya suatu standart perjanjian (perjanjian baku) yang dikenal dengan *Standart Contract*. Perjanjian jual beli barang dan/atau jasa dalam E-Commerce menggunakan cara ini. Sehingga tidak dimungkinkan terjadi tawar menawar antara penjual dan pembeli (E.H.Hondius, dalam Az. Nasution, 1995:95).

Penjual memasang label harga pada gambar barang dan/atau jasa yang terdapat pada halaman di situsnya. Hal ini berarti penjual telah menyatakan kehendaknya. Bila ada pengunjung situs yang memilih gambar barang dan/atau jasa dengan meng-Klik gambar barang dan/atau jasa tersebut, maka pembeli dianggap telah setuju dengan harga barang dan/atau jasa tersebut.

Dari penjelasan di atas, dapat dikatakan bahwa terdapat suatu kesepakatan pada perjanjian jual beli barang dan/atau jasa dalam E-Commerce. Kesepakatan dalam E-Commerce mempunyai bentuk perwujudan yang berbeda dengan pernyataan sepakat pada perjanjian jual beli secara umum, yaitu dengan menekan tombol(elektronis).

2. Kecakapan dalam membuat suatu perikatan.

Pembahasan mengenai kecakapan dalam suatu perjanjian sama halnya dengan membahas masalah subyek hukum. Hal ini disebabkan subyek hukum adalah sesuatu yang dapat melakukan perbuatan hukum atau menjadi pihak/subyek dalam suatu perbuatan hukum atau apapun

yang cakap (berkapasitas) untuk membuat suatu perjanjian. Diantara ahli hukum mengenal pembagian subyek hukum menjadi dua yaitu :

- a. orang-orang pribadi (*Natuurlijk Persoon*);
- b. badan hukum (*Recht Persoon*) (Hardijan Rusli, 1996:74).

Pasal 1329 KUHPerdota menyatakan bahwa "Setiap orang adalah cakap untuk membuat perikatan-perikatan bila ia oleh undang-undang tidak dinyatakan tidak cakap." Pasal ini merupakan dasar hukum bahwa orang merupakan subyek hukum. Pasal 1654 KUHPerdota adalah dasar hukum yang menyatakan badan apa saja yang merupakan badan hukum atau badan yang dapat melakukan perbuatan hukum atau menjadi pihak atau subyek hukum dalam suatu hubungan hukum.

Mengenai hal kecakapan yang merupakan salah satu syarat sahnya suatu perjanjian atau perikatan, diatur dalam Pasal 1330 KUHPerdota :

Tidak cakap untuk membuat suatu perjanjian adalah :

- a. orang-orang yang belum dewasa;
- b. mereka yang ditaruh di bawah pengampuan; dan
- c. orang-orang perempuan, dalam hal-hal yang ditetapkan oleh undang-undang dan pada umumnya semua orang kepada siapa undang-undang telah melarang membuat perjanjian-perjanjian tertentu.

Berdasarkan Surat Edaran Mahkamah Agung (SEMA) No. 3/1963 dan Pasal 31 ayat 2 Undang-undang No.1/1974 Tentang Perkawinan, ketentuan mengenai orang-orang perempuan dicabut.

Perjanjian jual beli pada umumnya dapat dilakukan oleh setiap subyek hukum sepanjang tidak dinyatakan tidak cakap oleh hukum, dengan demikian jelas bahwa untuk melakukan suatu perjanjian jual beli, subyek hukum haruslah orang yang cakap. Hal ini berlaku juga pada perjanjian jual beli barang dan/atau jasa yang dilakukan melalui Internet.

Berbagai kelebihan yang ditawarkan oleh Internet bukan berarti tidak memiliki kekurangan. Salah satu kekurangannya adalah alat atau barang elektronik apapun yang digunakan untuk mengakses Internet, hanya mampu memproses data masukan dari pemakai, tanpa dapat melihat siapa pemakainya. Informasi yang dimasukkan pada komputer atau alat akses lainnya, mungkin adalah benar dan valid, tetapi apakah orang atau individu dari peng-input data tersebut adalah pemilik data, tidak dapat dipastikan. Atau dengan kata lain, bahwa informasi yang diterima pihak lain melalui Internet, mungkin saja benar, tetapi diberikan oleh orang yang tidak berhak memberikan informasi tersebut.

Kemajuan di bidang informasi dan teknologi (IT) mengutamakan faktor kemudahan dalam melakukan segala hal dan selalu mengusahakan agar se-interaktif mungkin. Pada awal tahun 90-an, perancangan suatu halaman situs web di Internet memerlukan suatu proses pemrograman pada komputer dengan menggunakan berbagai macam kode dan diterjemahkan dalam bahasa mesin (bahasa yang hanya dimengerti oleh komputer atau perangkat elektronik). Menginjak pertengahan tahun 90-an, proses pembuatan *Website* (Situs) dipermudah dengan dibuatnya suatu program yang dapat membangun suatu *Website* dengan hanya mengatur tampilan seperti layaknya seseorang menggambar. Pengerjaan pembangunan *Website* ini sedemikian interaktif sehingga mampu dikerjakan oleh seorang anak berumur 12 tahun.

Hal yang sama juga terjadi pada situs-situs yang ada di Internet. Interaktifitas suatu situs memungkinkan seorang anak yang belum dinyatakan cakap secara hukum, mampu melakukan transaksi melalui Internet. Maka dengan demikian suatu transaksi baik penjualan

ataupun pembelian dapat dilakukan oleh semua orang dalam kapasitasnya sebagai subyek hukum perseorangan (*Natuurlijk Persoon*).

Pada kapasitas sebagai badan hukum (*RechtPersoon*), hubungan hukum pada transaksi jual beli melalui Internet juga dapat dilakukan. Kenyataan yang terjadi adalah bahwa suatu perusahaan dapat berposisi sebagai penjual ataupun pembeli (*BtoB* atau *BtoC*).

Menurut Wiratmo, staf pemasaran sekuritas Money Mall Surabaya yang diwawancarai pada tanggal 23 September 2000 di Surabaya, sebagai penjual, sebuah perusahaan membuat suatu *Website* (situs) yang menjual berbagai barang dagangannya atau produknya, perusahaan mana berupa produsen, agen, atau retailer. Berdasarkan *Content* (isi) dan *Layout* (penampilan) dari suatu situs yang dibangun oleh perusahaan. Fungsi *Website* tersebut dapat berupa :

a. saran promosi

Website yang dibangun oleh sebuah perusahaan, hanya berfungsi untuk melakukan promosi terhadap barang dan/atau jasa. *Website* jenis ini tetap melakukan penjualan, tetapi hubungan dagang selain penjualan dilakukan secara *Offline* atau tidak melalui Internet.

b. perusahaan *Online*

Website yang dibangun oleh suatu perusahaan, berfungsi sebagai suatu perusahaan bayangan yang ditempatkan pada Internet. Fungsi seperti ini dapat dilihat dari *Content* (isi) pada *Website* yang bersangkutan, seolah-olah situs tersebut adalah suatu perusahaan maya yang berjalan secara otomatis. Dapat dikatakan suatu *Website* perusahaan yang ada di Internet juga merupakan suatu perusahaan atau badan usaha. Pada *Website* jenis ini berbagai

hubungan dagang (tidak hanya jual beli) dapat dilakukan secara *Online* (melalui Internet). Lebih jauh lagi, melalui Internet seseorang dapat mendirikan sebuah perusahaan maya yang hanya ada di Internet. Perusahaan atau badan hukum secara riil (dalam dunia nyata) tidak pernah ada.

Dari sisi pembeli, tidak terdapat perbedaan yang berarti antara pembeli sebagai perseorangan (*Natuurlijk Persoon*) ataupun sebagai badan hukum (*Recht Persoon*), karena posisi mereka adalah sama yaitu sebagai pembeli. Satu-satunya perbedaan yang ada hanyalah bentuk hubungannya. Penjual yang melakukan transaksi dengan pembeli yang berupa badan hukum, hubungan dagang yang terjadi adalah berbentuk BtoB (*Business to Business*). Hubungan dagang berbentuk BtoC (*Business to Consumer*) terjadi, bila penjual bertransaksi dengan pembeli perseorangan/konsumen akhir (*end user*). Pada kondisi ini, perbedaan subyek hukum pada posisi penjual tidak dibedakan, sebab baik badan hukum maupun perseorangan yang berposisi sebagai penjual dipandang sebagai suatu bisnis.

c. fasilitas perusahaan

Suatu perusahaan memanfaatkan E-Commerce sebagai salah satu fasilitas dari operasional perusahaannya. Misalnya suatu perusahaan asuransi yang membuat *Website*, memungkinkan para peserta asuransi untuk mengakses berbagai informasi seputar perusahaan tersebut dan memungkinkan melakukan transaksi atau pendaftaran secara *Online* anggota keluarga peserta yang mempunyai ijin akses sebagai peserta asuransi. Sistem seperti ini memfungsikan *Website* sebagai fasilitas suatu operasional perusahaan, dengan memanfaatkan E-Commerce (Wawancara

dengan Wiratmo, staf pemasaran sekuritas Money Mall Surabaya, pada tanggal 23 September 2000 di Surabaya).

Dari sini jelas bahwa syarat kecakapan akan dapat terpenuhi secara relatif. Menurut Wiratmo, sementara ini tolak ukur yang dapat digunakan untuk menentukan bahwa suatu *Website* penjualan dibuat oleh orang yang cakap atau tidak, ditentukan dari kompleksitas dan tingkat kesulitan pemrograman suatu *Website*. Biasanya suatu *Website* penjualan yang sederhana, dibuat oleh seorang anak yang belum dewasa (dalam taraf belajar). Kekurangan dari pengukuran kecakapan ini, hanya berlaku terhadap ketidakdewasaan saja. Untuk orang yang berada dalam pengampunan ukuran ini tidak dapat digunakan. Untuk ketidakdewasaanpun tidak sepenuhnya valid, sebab suatu *Website* yang sederhana juga dapat dibangun oleh seseorang cakap, yang baru belajar atau baru terjun di bidang E-Commerce. Sangat rendahnya tingkat akurasi dan sifat teknis dari tolak ukur yang digunakan, tidak memungkinkan seseorang pembeli yang akan melakukan transaksi untuk berpikir sejauh itu.

Menurut Awiek, tolak ukur lain yang dapat digunakan dalam hal menentukan kecakapan seseorang adalah dengan melihat sistem pembayaran yang digunakan oleh suatu *Website*. Untuk melakukan pembayaran dengan menggunakan jasa perbankan (baik kartu kredit atau uang elektronik), dapat dipastikan bahwa penjual adalah orang yang cakap. Untuk mendapat otorisasi atau melakukan kerjasama dengan bank (untuk menerima pembayaran) harus orang yang cakap. Sistem pembayaran lain terdapat kemungkinan penjual atau pembuat *Website* adalah bukan orang yang cakap (Wawancara

dengan Awiek, Programmer Warnet MegaNet Jember, 26 Juli 2000 di Jember).

Dari sisi pembeli, syarat kecakapan sudah jelas terpenuhi, sebab proses pembayaran tiap transaksi selalu menggunakan sistem perbankan. Untuk mendapatkan rekening pada suatu bank, tidak mungkin dilakukan oleh orang yang tidak cakap.

Kasus yang dialami oleh Candra adalah kartu kredit miliknya digunakan anaknya yang berumur 18 tahun untuk membeli sebuah jaket pada suatu *Website* yang ada di Indonesia. Pada kasus ini syarat kecakapan tetap terpenuhi, sebab identitas atau informasi yang masuk ke komputer atau yang digunakan dalam melakukan transaksi adalah informasi milik Candra (sesuai dengan yang tercantum pada kartu kredit). Perjanjian jual beli yang terjadi adalah antara Candra dengan penjual, bukan anak Candra dengan penjual. Berdasarkan contoh kasus di atas, syarat kecakapan dari sisi pembeli akan tetap terpenuhi.

3. Suatu hal tertentu.

Suatu perjanjian tidak dapat dikatakan sah bila syarat ketiga dari Pasal 1320 KUHPerdara ini tidak dipenuhi. Di dalam perjanjian jual beli, hal tertentu yang dimaksudkan menjadi lebih sempit yaitu suatu barang dan/atau jasa. Perjanjian jual beli baik lisan atau tertulis, suatu hal tertentu yang dimaksudkan telah jelas yaitu berupa barang (alat elektronik, kebutuhan rumah tangga, gambar dan lain-lain) atau jasa (jasa perawatan data, asuransi, dan sebagainya). Obyek perjanjian selain barang dan/atau jasa dalam E-Commerce adalah data atau program komputer.

'Data dan program' komputer sebaiknya ditafsirkan secara ekstensif sebagaimana *Hoge Raad* menafsirkan aliran listrik sebagai suatu barang sehingga dapat menjadi obyek delik kekayaan seperti penggelapan dan pencurian. Tetapi jauh sebelum Arrest listrik itu, semasa masih berlakunya *Code Penal*, menurut van Doorst telah diterapkan pencurian pada gas sebagai suatu benda (*enig goed*) oleh pengadilan tinggi provinsi di Belanda selatan tahun 1863 (Andi Hamzah, 1993:26).

Pada tanggal 27 Oktober 1983 Pengadilan Tinggi Arnhem memutuskan, data komputer (*computer gegevens*) sama dengan barang. Alasannya data komputer dapat dikuasai, dialihkan, digandakan dan dapat memiliki harga secara hubungan ekonomi sehingga dapat dipandang sebagai benda (Andi Hamzah, 1992:60).

Dari penjelasan di atas dapat dikatakan bahwa perjanjian jual beli dalam E-Commerce dengan suatu hal tertentu berupa data atau program, dapat dikatakan perjanjian tersebut merupakan perjanjian jual beli barang. Dengan demikian tidak mungkin terjadi suatu perjanjian jual beli dalam E-Commerce tanpa suatu hal yang menjadi obyek perjanjian.

4. Suatu sebab yang halal (*Causa*)

Suatu perjanjian timbul karena suatu sebab yang melatarbelakangi lahirnya perjanjian tersebut. Syarat keempat dari sahnya suatu perjanjian ini merupakan syarat obyektif, yang berarti tanpa dipenuhinya syarat ini, maka perjanjian yang terjadi adalah batal dengan sendirinya/batal demi hukum.

Pengertian mengenai sebab yang halal diatur dalam Pasal 1337 KUHPerdara yaitu:

- a. sebab yang tidak terlarang atau tidak bertentangan⁴ dengan undang-undang;

- b. sebab yang sesuai dengan kesusilaan yang baik;
- c. sebab yang sesuai dengan ketertiban umum (Hardijan Rusli, 1996:98-99).

Pengertian Pasal 1337 KUHPerdara ini berlaku pada semua jenis perjanjian, termasuk perjanjian jual beli dalam E-Commerce. Perjanjian jual beli barang dan/atau jasa dalam E-Commerce dianggap tidak sah bila bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, misalnya transaksi jual beli narkoba yang memanfaatkan *E-mail* (Komputek, No. 139 Minggu II Nopember 1999, halaman 4).

Hal yang bertentangan dengan kesusilaan misalnya transaksi gambar atau video porno pada *Website* porno yang ada di Internet. Hal yang tidak sesuai dengan ketertiban umum. Contohnya adalah jual beli sumber program (berupa kode-kode yang masih dapat dimodifikasi sebelum diterjemahkan ke dalam bahasa mesin) yang dibuat khusus untuk mengganggu aktivitas komputerisasi seseorang atau alat elektronika lainnya.

Kesimpulannya tidak semua perjanjian jual beli dalam E-Commerce memiliki *causa* atau sebab yang halal. Perjanjian jual beli dalam E-Commerce ada yang bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan, atau ketertiban umum.

Pernyataan sah atau tidaknya suatu perjanjian jual beli yang dilakukan dalam E-Commerce tidak dapat dilakukan dengan membebankan pada perjanjian jual belinya itu sendiri, melainkan harus dilihat dahulu dari berbagai unsur sesuai dengan syarat sahnya perjanjian. Perjanjian jual beli barang dan/atau jasa dalam E-Commerce dapat dikatakan sah bila memenuhi syarat sahnya perjanjian yaitu :

1. Pembuat situs (penjual) adalah orang yang cakap. Hal ini dapat dipastikan bila situs tersebut menggunakan jasa perbankan dalam

pembayaran berbagai barang atau jasa yang dijualnya (menggunakan kartu kredit atau uang elektronik).

2. Terdapat sebab yang halal. Proses transaksi yang tidak mengindahkan aturan pada Pasal 1337 KUHPerdara tidak dapat dikatakan suatu perjanjian yang sah, atau batal demi hukum (Hardijan Rusli, 1996:44).

Syarat lain sahnya perjanjian, dalam perjanjian jual beli dalam E-Commerce telah terpenuhi.

3.3. Akibat Hukum Yang Mungkin Timbul Dalam Perjanjian Jual Beli Barang Dan Jasa Dalam Transaksi E-Commerce

Beberapa hal yang dianggap penting pada perjanjian jual beli dalam E-Commerce yaitu :

1. berbagai sistem yang berkembang menyebabkan perjanjian jual beli dalam E-Commerce tidak selalu dapat dinyatakan sebagai perjanjian yang sah;
2. bentuk perwujudan kesepakatan yang terjadi pada jual beli dalam E-Commerce berbeda dengan bentuk kesepakatan pada perjanjian jual beli pada umumnya, yaitu dengan menekan tombol;
3. perjanjian jual beli dalam E-Commerce tidak termasuk perjanjian lesan maupun tulisan;
4. saat berlakunya perjanjian adalah saat terjadi kesepakatan;
5. interaktifitas hubungan yang terjadi adalah pembeli dengan program komputer, maka hubungan hukum yang terjadi diarahkan pada hubungan antara pembeli (orang) dengan pembuat program (orang).

Keabsahan suatu transaksi jual beli dalam E-Commerce bersifat relatif, sebab harus dilihat dahulu apakah memenuhi unsur-unsur syarat sahnya perjanjian atau tidak. Perjanjian jual beli dalam E-Commerce yang

dianggap sah, akan menimbulkan perikatan yang melahirkan akibat-akibat hukum.

Perjanjian jual beli dalam E-Commerce yang sah, menimbulkan hak dan kewajiban yang saling berkebalikan. Penjual wajib memberikan barang dan/atau jasa yang menjadi obyek jual beli dan berhak menerima pembayaran harga. Pembeli wajib membayar harga dan berhak menerima barang dan/atau jasa yang dibelinya. Dengan demikian perjanjian jual beli dalam E-Commerce adalah perjanjian timbal balik.

Bentuk perjanjian jual beli barang dan/atau jasa melalui E-Commerce, masih belum dapat ditentukan bentuknya (tertulis atau lesan). Perjanjian ini merupakan perjanjian yang dibuat dengan serta-merta. Sedangkan yang dimaksud dengan serta-merta di sini adalah perjanjian tersebut lahir dan mengikat para pihak saat suatu perbuatan selesai dilakukan. Alasan lain adalah dalam proses terjadinya perjanjian tersebut, tidak dimungkinkan terjadinya komunikasi langsung antara penjual dengan pembeli, sehingga tidak dapat terjadi proses tawar-menawar.

Saat berlakunya perjanjian jual beli ini adalah ketika komputer memproses pelaksanaan transaksi, tepat setelah pembeli menekan tombol *bayar*, *submit*, *OK*, atau yang lain sejenisnya. Maka dengan demikian saat tombol ditekan (baik melalui *Keyboard* atau layar monitor), maka perjanjian jual beli tersebut telah berlaku (Hardijan Rusli, 1996:107).

Telah dijelaskan di atas bahwa perjanjian jual beli dalam E-Commerce adalah perjanjian timbal balik dengan kewajiban-kewajiban pokok yang saling mengikat para pihak, dengan demikian perjanjian jual beli ini termasuk dalam perjanjian *obligatoir*. Perikatan yang lahir dari perjanjian seperti ini adalah perikatan positif, yaitu perikatan untuk melaksanakan sesuatu dari perikatan yang timbul. Timbulnya dan beban pada masing-

masing pihak, memungkinkan terjadinya berbagai akibat hukum. Kemungkinan akibat-akibat hukum tersebut adalah :

1. Terikatnya para pihak. Para pihak yang terlibat dalam perjanjian jual beli melalui Internet (dalam hal ini penjual dan pembeli) terikat satu sama lain untuk melaksanakan suatu prestasi. Sedangkan atas perjanjian jual beli yang telah lahir, berlaku dan mengikat para pihak sebagai undang-undang (Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara).
2. Perjanjian jual beli tersebut harus dilaksanakan dengan itikad baik (Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara). Sedangkan yang dimaksud dengan itikad baik adalah dalam pelaksanaan prestasi perjanjian, para pihak harus didasari oleh niat baik. Menurut R.Setiawan (1979:64), maksud dari Pasal 1338 ayat (3) tersebut adalah menjelaskan persetujuan/perjanjian menurut kepatutan dan keadilan. Hoge Raad berpendapat bahwa ketentuan mengenai itikad baik adalah ketentuan yang menyangkut ketertiban umum dan kesusilaan yang tidak boleh dikesampingkan oleh para pihak.
3. Perjanjian jual beli yang dibuat hanya berlaku pada⁴ para pihak yang membuatnya (Pasal 1340 KUHPerdara). Berlakunya perjanjian adalah terhadap penjual dan pembeli. Walaupun proses pembayaran yang digunakan memanfaatkan jasa pihak ketiga, perjanjian yang terjadi adalah perjanjian jual beli antara penjual dan pembeli.

DAFTAR PUSTAKA

- Bustani, Ahmad, 1999, **Internet Homesite dan HTML**, Jakarta : Dinastindo.
- Hamzah, Andi, 1993, **Hukum Pidana Yang Berkaitan Dengan Komputer**, Jakarta: Sinar.
- Marzuki, 1995, **Metodologi Riset**, Yogyakarta : Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Muhammad, Abdulkadir, 1986, **Hukum Perjanjian**, Bandung : Alumni.
- Nasution, Az., 1995, **Konsumen dan Hukum**, Jakarta : Pustaka Sinar Harapan.
- Prodjodikoro, Wirjono, 2000, **Azas-Azas Hukum Perjanjian**, Bandung : Mandar Maju.
- Rusli, Hardijan, 1992, **Hukum Perjanjian dan Common Law**, Jakarta : Pustaka Sinar Harapan.
- Setiawan, R, 1979, **Pokok-Pokok Hukum Perikatan**, Bandung : Binacipta.
- Soemitro, Ronny Hanijjo, 1990, **Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri**, Semarang : Ghalia Indonesia.
- Subekti, R. dan R. Tjitrosudibio, 1992, **Kitab Undang-Undang Hukum Perdata**, Jakarta : PT. Pradnya Paramita.
- Wahana Komputer Semarang, 2000, **Kamus Istilah Internet**, Yogyakarta : Andi.
- Purbo, W. Onno, 1999, "**10 Pertanyaan Tentang E-Commerce**", dalam Mikrodata Volume 3 Seri 15, halaman: 50-54.
- , 1999, "**Cyber Marketing**", dalam Mikrodata Volume 3 Seri 15, halaman: 56.
- Transaksi Narkoba Via Internet Kecoh Aparat Anti Narkoba ?**, dalam Komputek No. 139 Minggu II Nopember 1999, halaman: 4.

bukti dalam pengadilan dapat dipertimbangkan oleh hakim, mengingat tanda tangan digital dan berbagai hal yang berkaitan dengan Internet/E-Commerce masih belum ada peraturan perundang-undangan yang jelas.

2. Penjual juga harus menyertakan berbagai informasi mengenai jati dirinya, baik mengenai status usaha, badan usaha, detil informasi mengenai barang atau jasa yang dijual dan berbagai hal yang memungkinkan pembeli untuk menghubungi penjual secara *Offline* dalam *Website*-nya. Hal ini dimaksudkan agar bila terjadi wanprestasi dapat ditelusuri dengan siapa pembeli melakukan transaksi.
3. Masih belum adanya peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang hal itu, maka pemerintah sebagai lembaga yang berkaitan erat dengan perkembangan hukum hendaknya segera me-regulasi E-Commerce. Melalui peraturan yang jelas, permasalahan hukum baik berupa wanprestasi, pelanggaran hak cipta dan lain sebagainya, dalam proses peradilan ataupun proses penyelesaiannya tidak akan mengalami kesulitan, karena dasar hukum sudah jelas.

DAFTAR PUSTAKA

- Bustani, Ahmad, 1999, **Internet Homesite dan HTML**, Jakarta : Dinastindo.
- Hamzah, Andi, 1993, **Hukum Pidana Yang Berkaitan Dengan Komputer**, Jakarta: Sinar.
- Marzuki, 1995, **Metodologi Riset**, Yogyakarta : Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Muhammad, Abdulkadir, 1986, **Hukum Perjanjian**, Bandung : Alumni.
- Nasution, Az., 1995, **Konsumen dan Hukum**, Jakarta : Pustaka Sinar Harapan.
- Prodjodikoro, Wirjono, 2000, **Azas-Azas Hukum Perjanjian**, Bandung : Mandar Maju.
- Rusli, Hardijan, 1992, **Hukum Perjanjian dan Common Law**, Jakarta : Pustaka Sinar Harapan.
- Setiawan, R, 1979, **Pokok-Pokok Hukum Perikatan**, Bandung : Binacipta.
- Soemitro, Ronny Haniijo, 1990, **Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri**, Semarang : Ghalia Indonesia.
- Subekti, R. dan R. Tjitrosudibio, 1992, **Kitab Undang-Undang Hukum Perdata**, Jakarta : PT. Pradnya Paramita.
- Wahana Komputer Semarang, 2000, **Kamus Istilah Internet**, Yogyakarta : Andi.
- Purbo, W. Onno, 1999, "10 Pertanyaan Tentang E-Commerce", dalam Mikrodata Volume 3 Seri 15, halaman: 50-54.
- , 1999, "Cyber Marketing", dalam Mikrodata Volume 3 Seri 15, halaman: 56.
- Transaksi Narkoba Via Internet Kecoh Aparat Anti Narkoba ?**, dalam Komputek No. 139 Minggu II Nopember 1999, halaman: 4.

Jurus-Jurus Jitu Bangun E-Commerce Datangkan Keuntungan Luar Biasa, dalam Komputek No. 164 Minggu II Mei 2000, halaman: 4.

Membandingkan Sistem Perdagangan di Internet (I) Form HTML Kurang Aman, dalam Komputek No. 164 Minggu II Mei 2000, halaman: 22.

Membandingkan Sistem Perdagangan di Internet (II) Kupon Elektronik: Canggih, Aman dan Sederhana, dalam Komputek No. 165 Minggu III Mei 2000, halaman: 22.

Membandingkan Sistem Perdagangan di Internet (III) Visa/Master Card SET Dapat Banyak Dukungan, dalam Komputek No. 166 Minggu IV Mei 2000, halaman: 22.

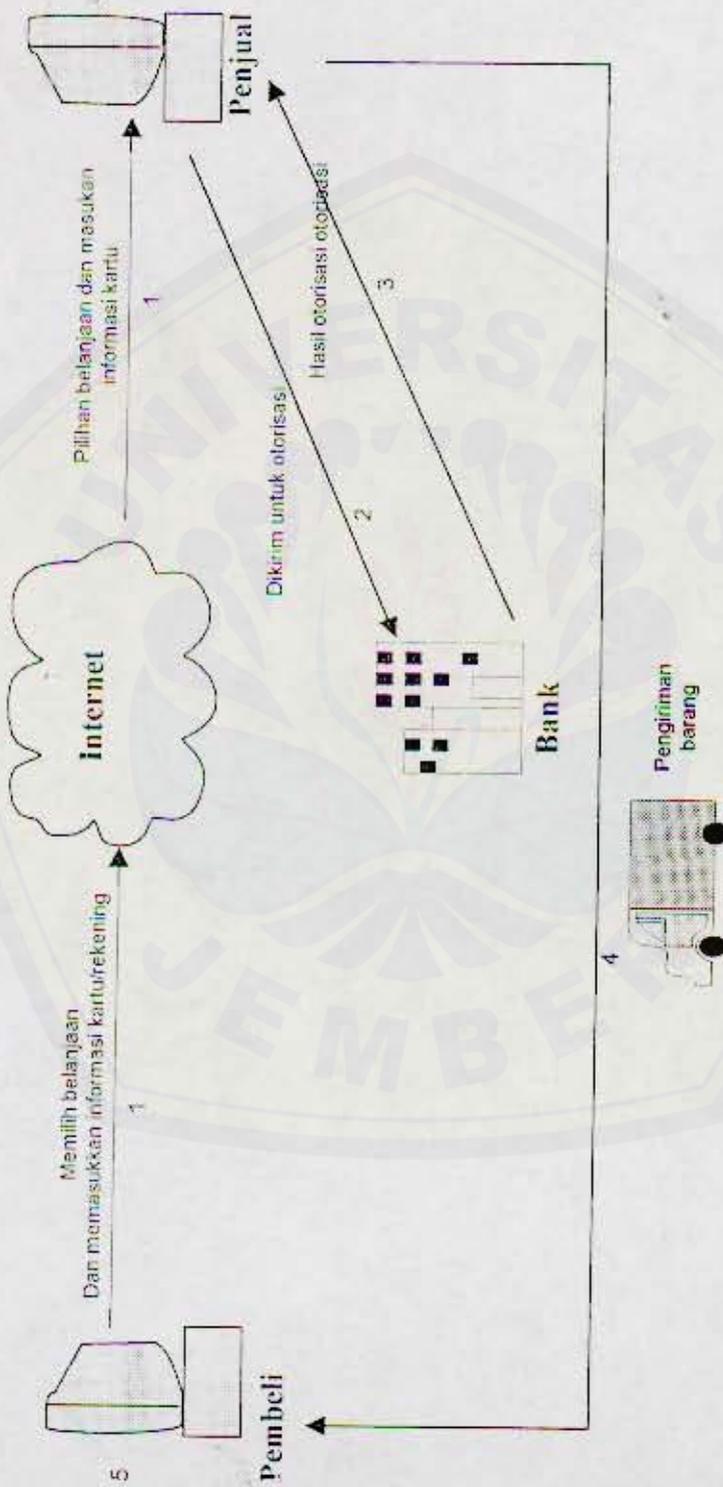
Membandingkan Sistem Perdagangan di Internet (IV) CyberCash: Cocok Untuk Transaksi Uang Recehan, dalam Komputek No. 167 Minggu V Mei 2000, halaman: 22.

Membandingkan Sistem Perdagangan di Internet (V) DigiCash Ecash: Derajat Anonimitasnya Tinggi, dalam Komputek No. 168 Minggu I Juni 2000, halaman: 22.

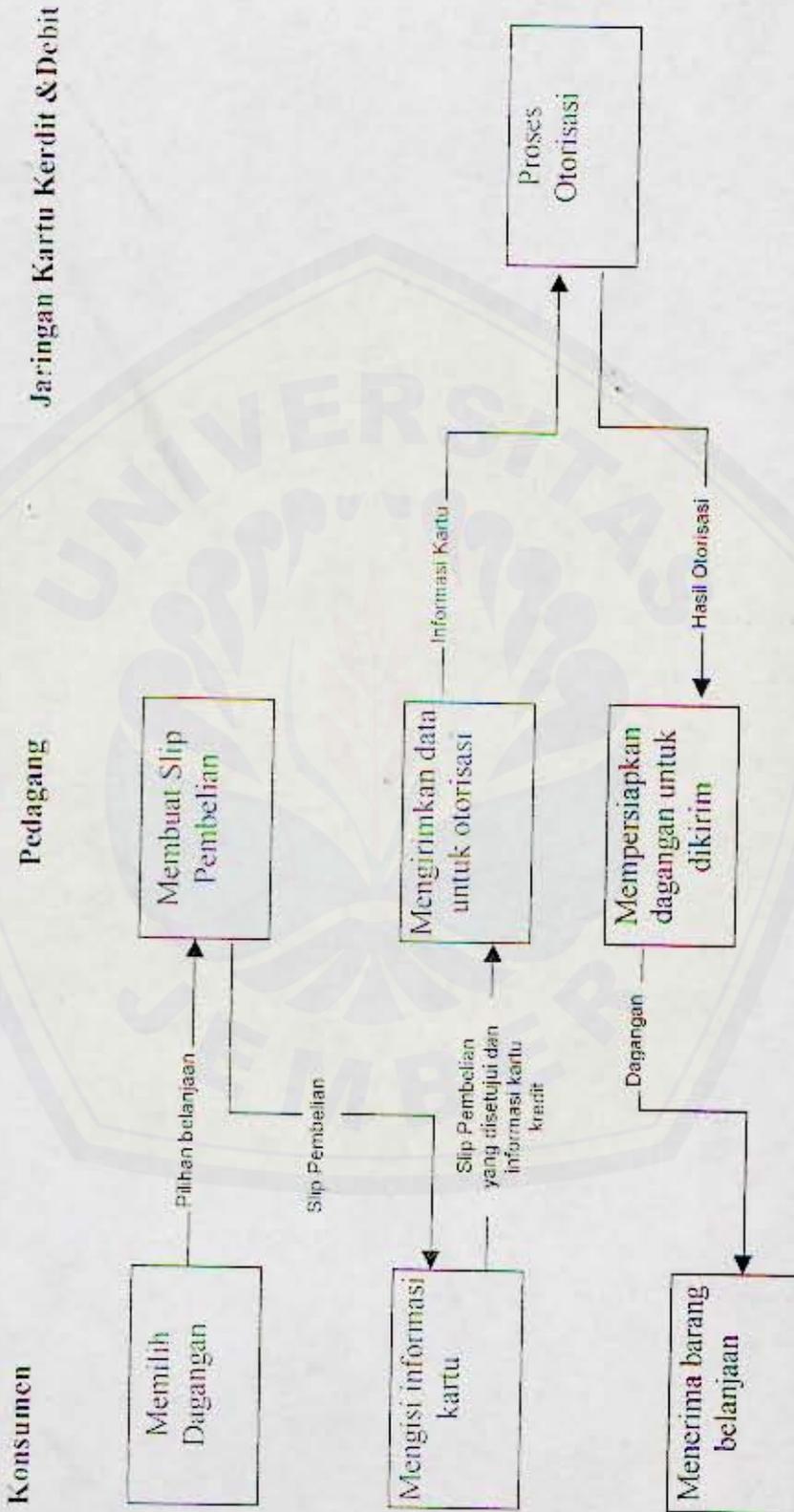
Berapa Sih Jumlah Pengguna Internet di Indonesia ?, dalam Komputek No. 171 Minggu IV Juni 2000, halaman: 25.

Travoo.Com., 2000, **Pengalaman Penerapan Ide E-Business Travoo.Com. Indonesia's First E-Travel Site With Real Time Flight Reservation**, Makalah Seminar E-Commerce, Surabaya.

SKEMA ALUR TRANSAKSI JUAL BELI
BARANG DAN JASA DALAM E-COMMERCE

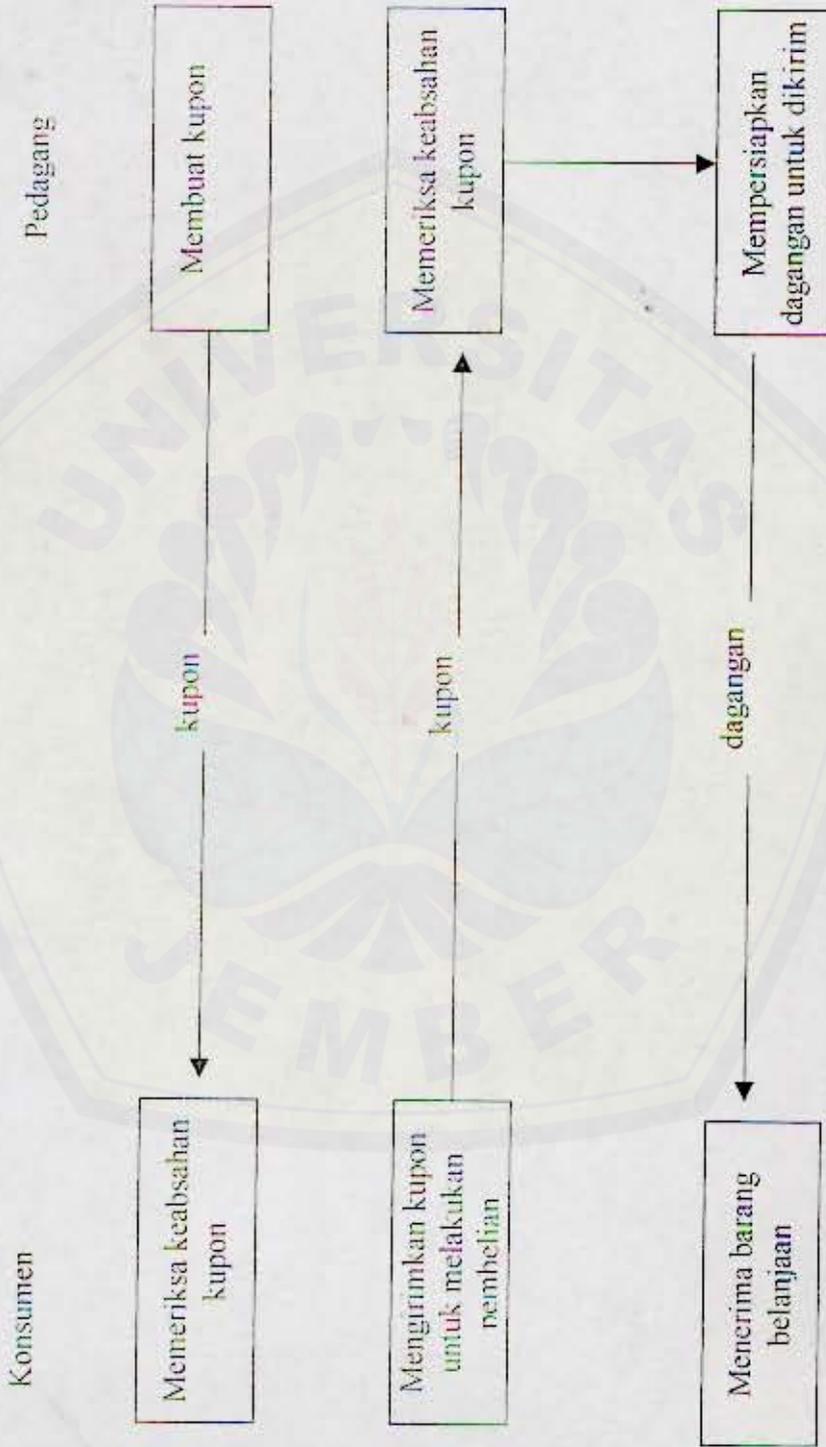


SKEMA ALUR TRANSAKSI JUAL BELI BARANG DAN JASA DALAM
E-COMMERCE DENGAN SKENARIO FORMULIR HTML



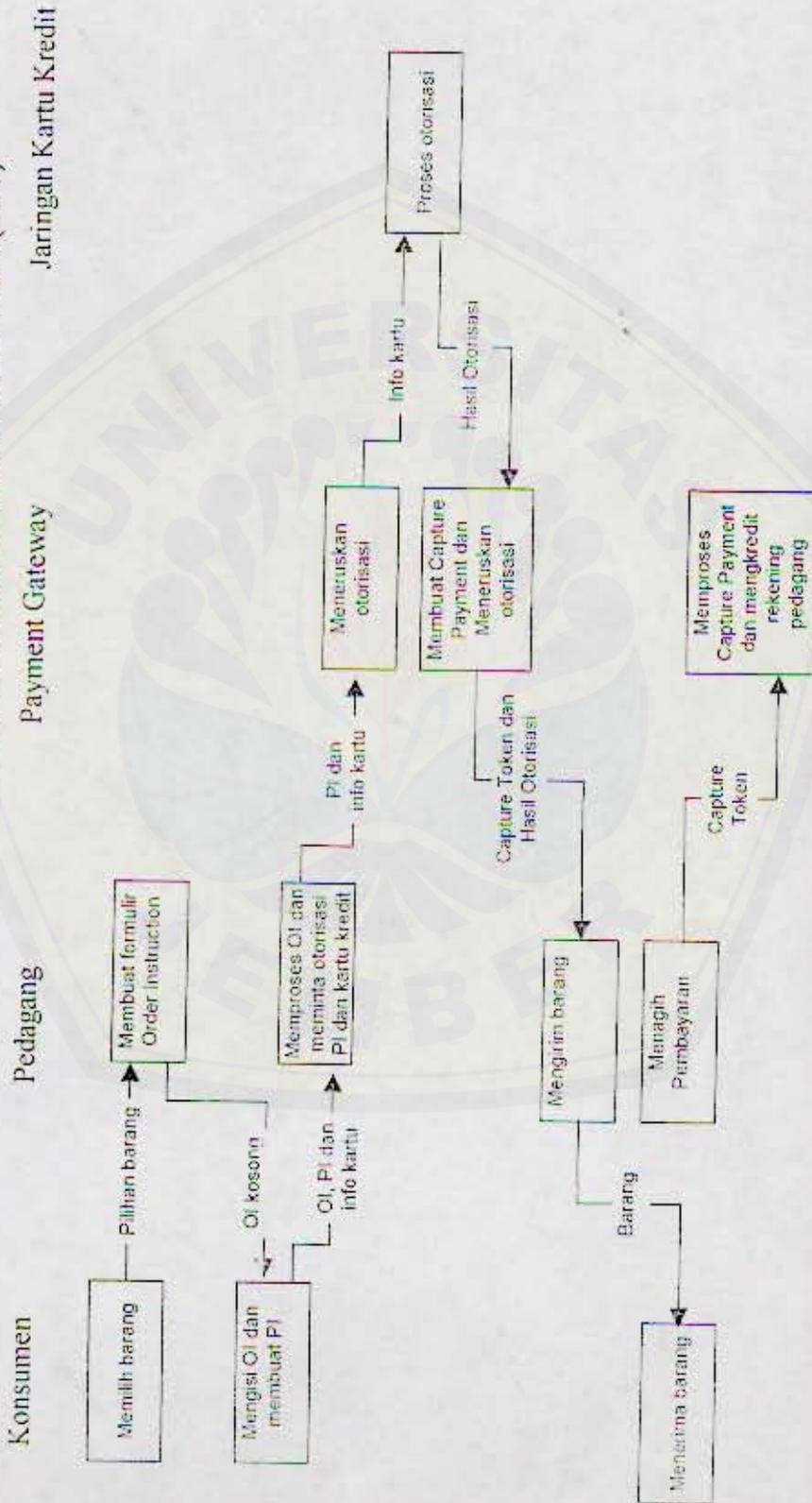
Sumber : Komputek, edisi 164 Minggu 11 Mei 2000, halaman 22

SKEMA ALUR TRANSAKSI JUAL BELI BARANG DAN JASA DALAM
E-COMMERCE DENGAN SKENARIO KUPON ELEKTRONIK



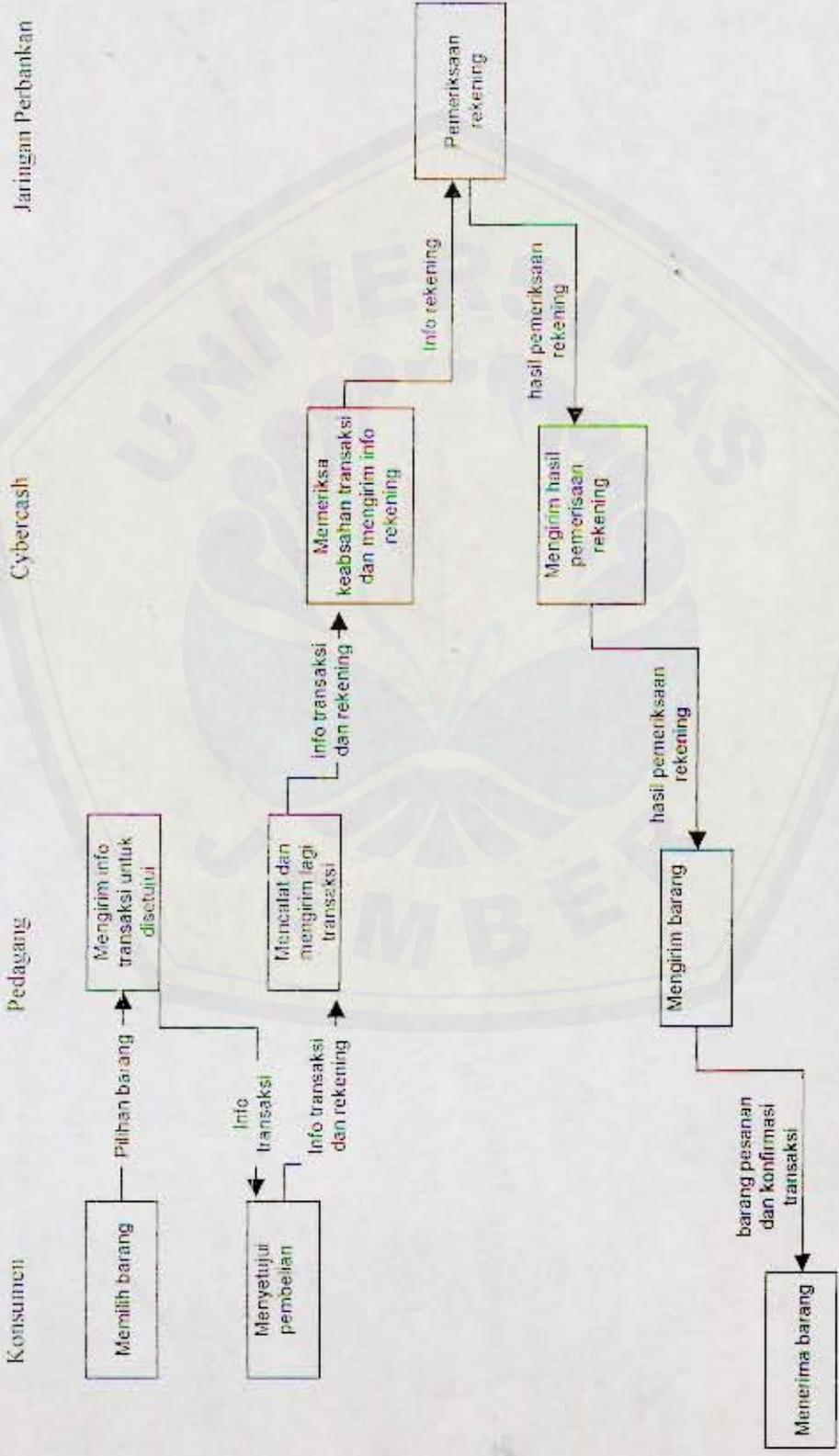
Sumber : Komputek, edisi 165 Minggu III Mei 2000, halaman 22

**SKEMA ALUR TRANSAKSI JUAL BELI
BARANG DAN JASA DALAM E-COMMERCE DENGAN
MENGGUNAKAN SKENARIO SECURE ELECTRONIC TRANSACTION (SET)**



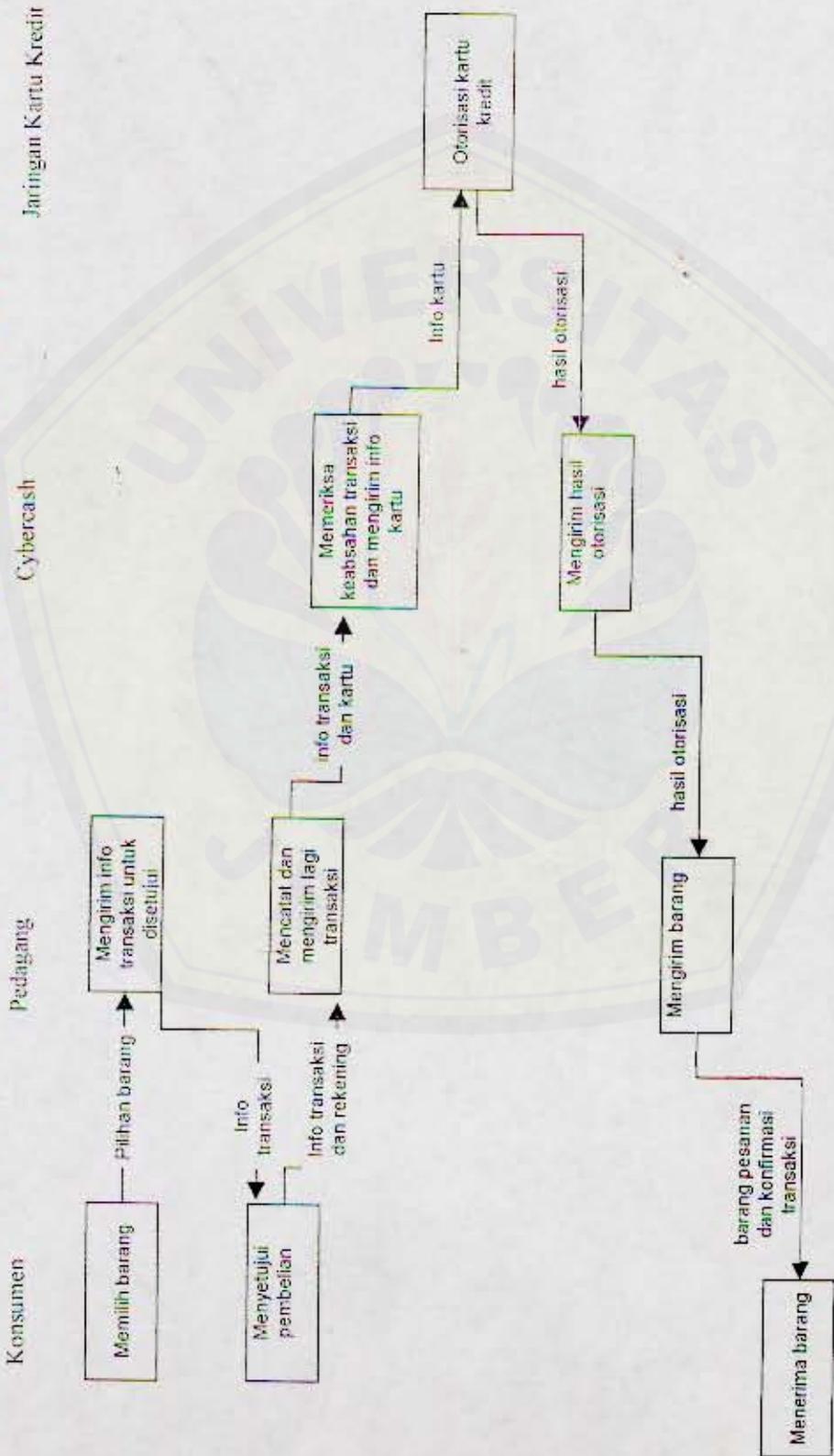
Sumber : Komputek, edisi 165 Minggu IV Mei 2000, halaman 22

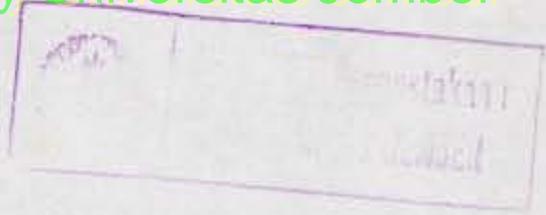
SKEMA ALUR TRANSAKSI JUAL BELI BARANG DAN JASA DALAM E-COMMERCE DENGAN SKENARIO CYBERCASH DENGAN CYBERCOIN



Sumber : Komputek, edisi 167 Minggu V Mei 2000, halaman 22

SKEMA ALUR TRANSAKSI JUAL BELI BARANG DAN JASA DALAM E-COMMERCE DENGAN SKENARIO CYBERCASH DENGAN KARTU KREDIT





SKEMA ALUR TRANSAKSI JUAL BELI BARANG DAN JASA DALAM E-COMMERCE DENGAN SKENARIO DIGI-CASH

