



SKRIPSI

**KEKUATAN PEMBUKTIAN ALAT BUKTI
DOKUMEN ELEKTRONIK DALAM
TRANSAKSI *E-COMMERCE***

Aasal :	Hadiah	Klass
	Pembelian	346.02
Terima gil :	28 FEB 2007	SAR
No induk :		k
Pengkatalog :		

INDRIANA SULISTIO SARI

NIM. 020710101003

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS HUKUM

2007

SKRIPSI

**KEKUATAN PEMBUKTIAN ALAT BUKTI
DOKUMEN ELEKTRONIK DALAM
TRANSAKSI E – COMMERCE**

INDRIANA SULISTIO SARI

NIM. 020710101003

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS HUKUM

2007

MOTTO

“ Ketika anda gagal dengan seorang costumer, jangan lari dari mereka. Larilah mengejar mereka.”

~ Tood Duncan ~

(Sukses menjual berkat kepercayaan 2002:313)

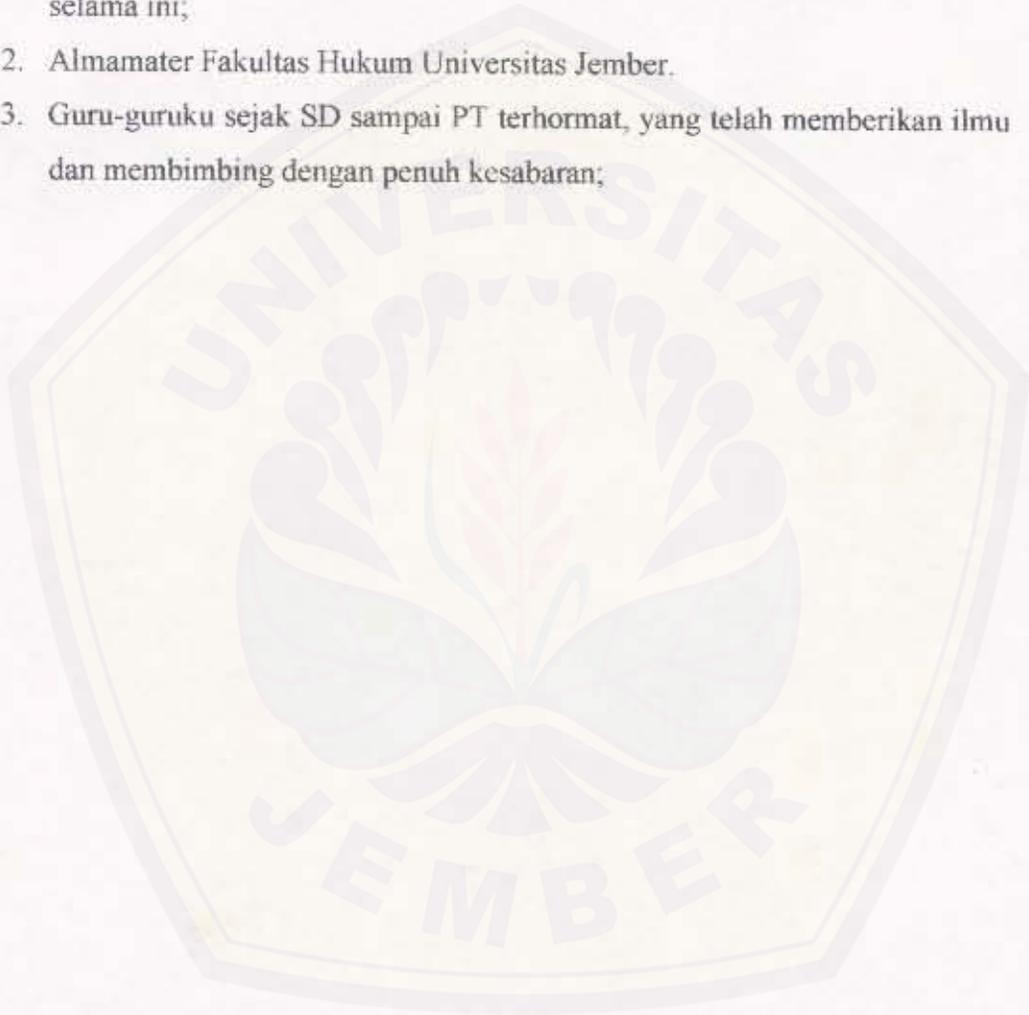
“ Keputusan adalah hal yang sangat strategis dan dampaknya luas sekali, hanya orang-orang yang berani mengambil risiko yang rela melibatkan diri dalam menentukannya.”

(Soesilo Irmim, dalam menuju puncak sukses, 2004:22)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Ibunda Nanik Sulistio Wati dan Ayahanda Soenarawadi, S.H tercinta, yang telah mendoakan dan memberi kasih sayang serta pengorbanan selama ini;
2. Almamater Fakultas Hukum Universitas Jember.
3. Guru-guruku sejak SD sampai PT terhormat, yang telah memberikan ilmu dan membimbing dengan penuh kesabaran;



PRASYARAT GELAR

**KEKUATAN PEMBUKTIAN ALAT BUKTI
DOKUMEN ELEKTRONIK DALAM
TRANSAKSI *E-COMMERCE***

SKRIPSI

Untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum dalam Program Studi Ilmu Hukum pada
Fakultas Hukum Universitas Jember

INDRIANA SULISTIO SARI

NIM. 020710101003

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS HUKUM
JEMBER
06 FEBRUARI 2007**

PERSETUJUAN

**SKRIPSI INI TELAH DISETUJUI
TANGGAL 06 FEBRUARI 2007**

Oleh

Pembimbing

I WAYAN YASA, S.H

NIP. 131 832 298

Pembantu Pembimbing

IKARINI DANI WIDIYANTI, S.H, M.H

NIP. 132 164 568

PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul :

**KEKUATAN PEMBUKTIAN ALAT BUKTI
DOKUMEN ELEKTRONIK DALAM
TRANSAKSI *E-COMMERCE***

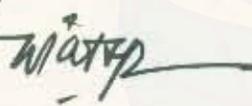
Oleh :

INDRIANA SULISTIO SARI

NIM. 020710101003

Pembimbing

Pembantu Pembimbing


IWAYAN YASA, S.H
NIP. 131 832 298


IKARINI DANI WIDIYANTI, S.H., M.H
NIP. 132 164 568

Mengesahkan:

Departemen Pendidikan Nasional Republik Indonesia

Universitas Jember

Fakultas Hukum

Dekan,




KOPONG PARON PIUS, S.H., S.U

NIP. 130 808 985

PENETAPAN PANITIA PENGUJI

Dipertahankan di hadapan Panitia Penguji pada:

hari : Selasa
tanggal : 06
bulan : Pebruari
tahun : 2007

Diterima oleh Panitia Penguji Fakultas Hukum Universitas Jember

Panitia Penguji

Ketua



MARDI HANDONO, S.H., M.H
NIP. 131 832 299

Sekretaris



R.A.J. ANGELICA INDRASWARI, S.H
NIP. 132 296 905

Anggota Penguji

I WAYAN YASA, S.II
NIP. 131 832 298



(.....)

IKARINI DANI WIDIYANTL S.H, M.H
NIP. 132 164 568



(.....)

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "*Kekuatan Pembuktian Alat Bukti Dokumen Elektronik Dalam Transaksi E – Commerce*". Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada jurusan Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Jember.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak I Wayan Yasa, S.H selaku Pembimbing dan Dosen Pembimbing Akademik yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian dalam penulisan skripsi ini;
2. Ibu Ikarini Dani Widiyanti, S.H, M.H selaku Pembantu Pembimbing yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian dalam penulisan skripsi ini;
3. Bapak Mardi Handono, S.H., M.H., selaku Ketua Penguji;
4. Ibu R.Aj. Angelica Indraswari, S.H., selaku Sekretaris Penguji;
5. Bapak Kopang Paron Pius, S.H., S.U selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Jember;
6. Bapak Totok Sudaryanto, S.H, M.S, selaku Pembantu Dekan Dekan I Fakultas Hukum Universitas Jember, Bapak I Ketut Suandra, S.H, selaku Pembantu Dekan II Fakultas Hukum Universitas Jember, Bapak Ida Bagus Oka Ana, S.H, M.M, selaku Pembantu Dekan III Fakultas Hukum Universitas Jember;
7. Bapak, Ibu Dosen dan segenap karyawan Fakultas Hukum Universitas Jember yang memberi ilmu pengetahuan dan bantuan selama penulis kuliah;
8. Ibundaku Nanik Sulistio Wati dan Ayahandaku Soenarwadi, S.H tercinta yang telah mendoakan dan memberi kasih sayang serta pengorbanan selama ini;

9. Tante dan Om Surabaya sekeluarga yang telah memberi dorongan semangat;
10. Adikku Rintan dan Mahendra tercinta yang telah memberi dorongan semangat dan kasih sayang;
11. "Sandaran Hatiku" M. Hakim Yunizar. D atas cinta kasih, harapan dan semangat yang tidak ada hentinya untuk mendorong penyelesaian skripsi ini, meskipun jauh tetap lekat dihati;
12. Adik-adik kos ku Yulvi, Fia, Dian, Kris, Winda, Etika, Emi, Wida, Viana atas kasih sayang dan perhatian yang diberikan, serta waktu yang selalu diluangkan untuk mendengarkan keluh kesahku;
13. Teman-teman seangkatan 2002 yang tidak dapat ku sebutkan satu persatu;
14. Semua pihak yang membantu penulisan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga segala amal yang baik telah mereka berikan dengan tulus dan ikhlas pada penulis mendapat balasan dari Allah SWT. Akhir kata, tidak berlebihan kiranya pada kesempatan ini penulis selipkan suatu harapan mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jember, 06 Februari 2007

Penulis

RINGKASAN

Kemajuan teknologi telah membuat informasi dan komunikasi antar manusia menjadi cepat dan mudah, terutama dalam dunia perdagangan. Fasilitas bisnis yang diperoleh dengan mudah melalui transaksi perdagangan secara elektronik (*e-commerce transaction*) memberi beberapa keuntungan, tetapi, pada waktu yang sama, juga memberi sejumlah permasalahan tentang pengaturannya diantaranya adalah mengenai masalah dokumen elektronik sebagai alat bukti dari adanya transaksi perdagangan secara elektronik (*e-commerce transaction*).

Keberadaan dokumen elektronik ini menjadi satu konsekuensi dengan perkembangan teknologi. Perlu ditegaskan disini, jika suatu praktek bisnis yang menggunakan perangkat elektronik (komputer) dalam kegiatan bisnis, maka tidak ada satu alasan untuk menyetarakan bukti dari transaksi yang dilakukan dengan bukti tulisan konvensional. Cakupannya begitu luas, seperti persetujuan, rekaman, kompilasi data dalam berbagai bentuk yang dihasilkan pada waktu transaksi itu dibuat atau yang dihasilkan melalui pertukaran informasi dengan menggunakan komputer.

Secara teknis, bila terdapat satu standar keamanan untuk memberikan jaminan keotentikan suatu dokumen, selayaknya transaksi maupun pertukaran informasi dalam transaksi perdagangan secara elektronik (*e-commerce transaction*) yang dilakukan oleh para pihak harus dinyatakan sah dan memiliki nilai pembuktian di Pengadilan. Standar keamanan ini penting, karena menyangkut persoalan siapa yang mengirimkan data atau dokumen elektronik tersebut. Dengan mengetahui siapa yang mengirimkan, penggugat dapat menjadikan bukti tersebut sebagai dasar untuk melakukan gugatan atau penuntutan.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk mengkaji dan menganalisa latar belakang munculnya dokumen elektronik serta kekuatan bukti dokumen elektronik sebagai alat bukti transaksi perdagangan secara elektronik (*e-commerce transaction*).

Metodologi yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah dengan pendekatan masalah secara yuridis normatif, cara pengumpulan data yang dilakukan yaitu studi literatur atau kepustakaan. Teknik analisis data dengan menggunakan pendekatan konseptual (*conceptual approach*), dan pendekatan kasus (*case approach*). Teknik penarikan kesimpulan yaitu dengan mengklasifikasikan dan menganalisis serta mensistematikkan ketentuan yang ada dalam KUHPerdota.

Penggunaan dokumen elektronik sebagai alat bukti apabila terjadi wanprestasi dalam transaksi perdagangan secara elektronik (*e-commerce transaction*) disebabkan karena ketiadaan alat bukti lain yang dapat digunakan sebagai alat bukti pada transaksi perdagangan secara elektronik (*e-commerce transaction*). Keberadaan dokumen elektronik sebagai alat bukti pada transaksi perdagangan secara elektronik (*e-commerce transaction*) dalam sistem Hukum Perdata Indonesia sampai dengan saat ini masih belum bisa diakui sebagai alat bukti yang mempunyai kekuatan pembuktian yang penuh layaknya dokumen konvensional (akta otentik), akan tetapi dapat dijadikan sebagai alat bukti pelengkap saja.

Perlu adanya suatu peraturan hukum yang khusus mengatur mengenai transaksi perdagangan secara elektronik (*e-commerce transaction*) utamanya mengenai dokumen elektronik sebagai alat bukti. Selain itu untuk mengatasi ketiadaan hukum ini para penegak hukum (polisi, jaksa, hakim dan pengacara) diharapkan untuk terus menambah pengetahuannya terutama tentang hukum yang berbasisan elektronik.

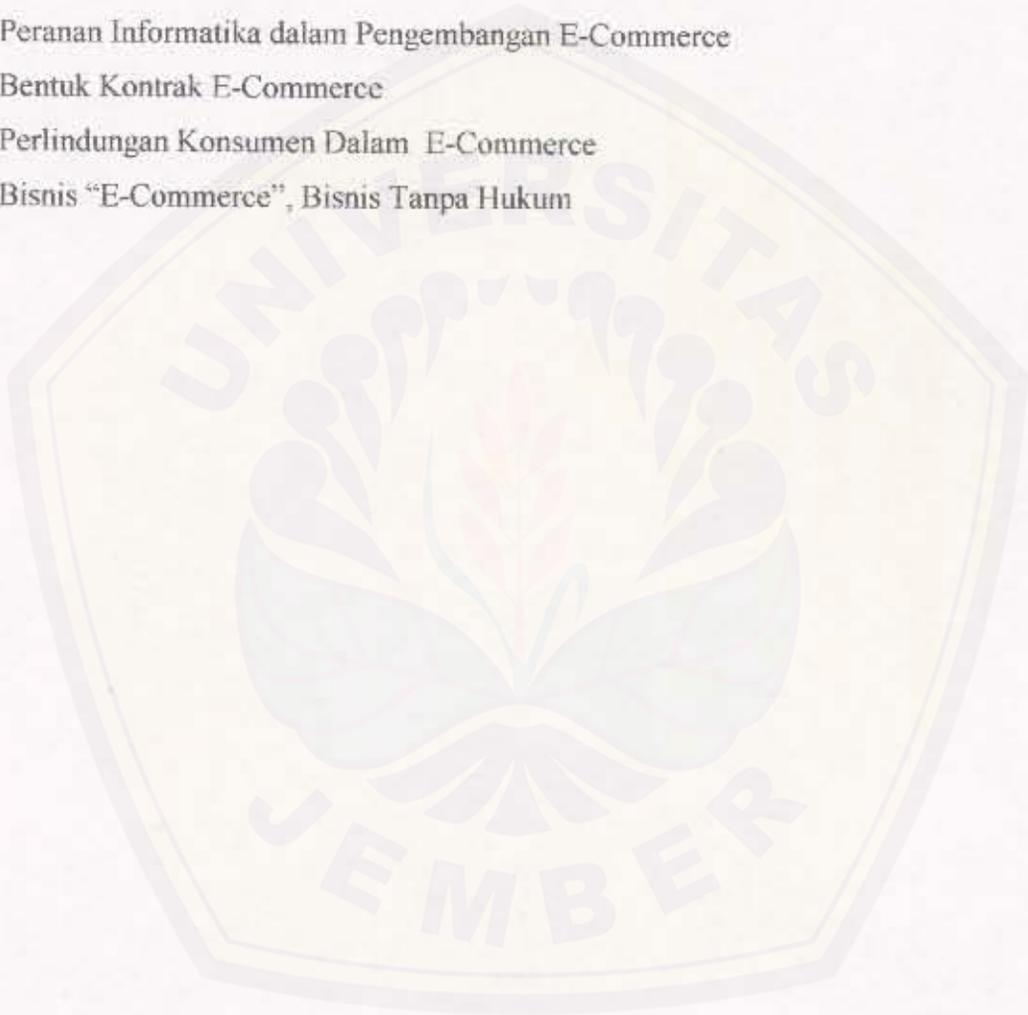
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN MOTTO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN PRASYARAT GELAR.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN.....	vi
HALAMAN PENGESAHAN.....	vii
HALAMAN PENETAPAN PANITIA PENGUJI.....	viii
HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	ix
HALAMAN RINGKASAN.....	xi
HALAMAN DAFTAR ISI.....	xiii
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penulisan.....	4
1.5 Metode Penulisan.....	5
1.5.1 Pendekatan Masalah.....	5
1.5.2 Sumber Bahan Hukum.....	6
1.5.3 Metode Pengumpulan Bahan Hukum.....	6
1.5.4 Metode Analisa Bahan Hukum.....	7
BAB 2 FAKTA, DASAR HUKUM DAN LANDASAN TEORI	
2.1 Fakta.....	8
2.2 Dasar Hukum.....	10
2.3 Landasan Teori.....	11
2.3.1 Transaksi Elektronik secara umum.....	11
2.3.1.1 Pengertian Internet.....	13

2.3.1.2 Pengertian Elektronik Commerce	14
2.3.1.3 Perlindungan Hukum Terhadap Transaksi Elektronik	16
2.3.2 Transaksi Perdagangan secara elektronik (<i>e-commerce Transaction</i>)	17
2.3.2.1 Mekanisme Perdagangan secara Elektronik (<i>e-commerce</i>)	18
2.3.2.2 Asas-asas Perjanjian	19
2.3.2.3 Bentuk Perjanjian Transaksi Perdagangan secara Elektronik (<i>e-commerce transaction</i>)	20
2.3.3 Dokumen Elektronik.....	21
2.3.3.1 Bentuk Dokumen Elektronik.....	21
2.3.3.2 Mekanisme Penyimpanan Dokumen Elektronik.....	21
2.3.4 Kekuatan Bukti Dokumen Elektronik	22
2.3.4.1 Pengertian Alat Bukti	22
2.3.4.2 Alat Bukti Dokumen Elektronik	23
BAB 3 PEMBAHASAN	
3.1 Latar Belakang Dokumen Elektronik Sebagai Bukti Transaksi Perdagangan Secara Elektronik (<i>E-Commerce Transaction</i>)	26
3.2 Kekuatan Bukti Dokumen Elektronik Ditinjau dari Sistem Hukum Perdata	30
3.3 Pertanggungjawaban Network Service Provider selaku Perantara	38
BAB 4 KESIMPULAN DAN SARAN	
4.1 Kesimpulan	42
4.2 Saran	43
DAFTAR BACAAN	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR LAMPIRAN

- A. Mengenal E-Commerce
- B. Tantangan Hukum Atas Aktivitas Internet
- C. Commerce Net Indonesia
- D. Peranan Informatika dalam Pengembangan E-Commerce
- E. Bentuk Kontrak E-Commerce
- F. Perlindungan Konsumen Dalam E-Commerce
- G. Bisnis “E-Commerce”, Bisnis Tanpa Hukum





BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan Teknologi Informasi dan telekomunikasi yang semakin pesat, telah mengakibatkan semakin beragamnya jasa fasilitas telekomunikasi yang ada, serta semakin canggihnya produk teknologi informasi yang mampu mengintegrasikan semua media informasi. Di tengah globalisasi teknologi komunikasi yang terpadu dengan semakin populernya internet seakan telah membuat dunia semakin sempit dan semakin memudar batas-batas negara berikut kedaulatan dan tatanan masyarakatnya. Ironisnya, dinamika masyarakat Indonesia yang masih baru tumbuh dan berkembang sebagai masyarakat industri dan masyarakat informasi, seolah masih tampak prematur untuk mengiringi perkembangan teknologi tersebut.

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat di bidang telekomunikasi, informasi dan komputer sedikit banyak telah menghasilkan permasalahan dalam aplikasinya. Konsekuensinya, terjadi pula dalam peri kehidupan manusia, termasuk didalamnya kegiatan industri dan perdagangan. Perubahan yang terjadi mencakup baik dari sisi lingkup jasanya, pelakunya, maupun konsumennya.

Komputer sebagai alat bantu manusia dengan didukung perkembangan teknologi informasi telah membantu akses ke dalam jaringan publik (*public network*) atau internet dalam melakukan pemindahan data dan informasi. Contohnya, dengan kemampuan komputer dan akses yang semakin berkembang maka transaksi perniagaan pun dilakukan di dalam internet tersebut. Dalam perkembangan selanjutnya melahirkan paradigma, tatanan sosial serta sistem nilai baru dalam bidang perdagangan.

Paradigma baru tersebut ditandai dengan mulai dilakukannya sistem perdagangan yang berbeda dari sistem perdagangan konvensional yang selama ini. Dalam sistem perdagangan konvensional mengharuskan antara penjual dan pembeli (bisa melalui perantara masing-masing pihak) bertemu disuatu tempat untuk melakukan proses jual beli, mulai tawar menawar, pembayaran dan bila

perlu dibuat suatu bukti berupa akta yang nantinya akan digunakan sebagai dokumen bagi kedua belah pihak atas proses jual beli tersebut, sedangkan dalam sistem perdagangan secara elektronik antara penjual dan pembeli hanya dihubungkan dengan sebuah media yaitu internet. Dalam sistem perdagangan secara elektronik pihak penjual hanya menawarkan produknya dalam bentuk visualisasi yang dapat disaksikan oleh calon pembeli melalui layar monitor disertai dengan detail harga dan spesifikasi dari produk yang ditawarkan tersebut.

Perdagangan melalui jaringan publik atau internet mempunyai keunggulan dibandingkan dengan perdagangan konvensional yaitu dengan adanya efisiensi biaya dan waktu. Meskipun demikian, harus disadari pula berkaitan dengan sifat internet yang mudah untuk diakses oleh setiap orang menjadikan hal ini sebagai kelemahan bagi jaringan itu. Hal ini karena bagaimanapun juga fakta menunjukkan bahwa internet adalah jaringan publik yang tidak memiliki fasilitas keamanan yang memadai.

Permasalahan lain yang timbul dalam internet adalah yang berkaitan dengan *e-commerce* yang dapat dikatakan sebagai suatu kegiatan transaksi perdagangan yang keseluruhan atau sebagian terjadi didalam dunia maya (*cyber space*) internet misalnya :

1. Penjualan barang dan jasa melalui internet;
2. Periklanan secara *online*;
3. Pembayaran dan pemesanan secara *online*;
4. Pemasaran dan sebagainya

E-Commerce pada dasarnya adalah kegiatan transaksi perdagangan melalui media elektronik. Dampaknya yang signifikan adalah tersingkirnya jejak kertas yang sebelumnya merupakan bagian tak terpisahkan dari transaksi tradisional. *E-commerce* juga kerap dipahami sebagai kegiatan distribusi yang dilakukan oleh pelaku usaha didunia maya untuk menjangkau konsumen akhir, atau dilakukan oleh suatu kegiatan usaha untuk melakukan suatu transaksi dengan kegiatan usaha lainnya.

Dalam hal ini yang menjadi permasalahannya adalah tingkat keamanan transaksi, bagi konsumen atau bagi penyedia jasa itu sendiri. Baik dalam hal

kerahasiaan transaksi yang tidak dapat dikatakan aman sepenuhnya mengingat internet adalah suatu jaringan publik yang dapat diakses oleh siapapun yang terhubung dengannya. Selain itu, menjaga keutuhan transaksi juga merupakan persoalan tersendiri karena seseorang dapat merubah data transaksi tanpa meninggalkan jejak sedikit pun. Oleh karena itu diperlukan suatu perlindungan terhadap hak dan kewajiban bagi para pihak yang terkait dalam transaksi tersebut. Disamping itu, sangat mungkin timbulnya sengketa dalam melakukan transaksi melalui *e-commerce*. Oleh karena itu, diperlukan cara atau proses penyelesaian sengketa yang terjadi sehingga menguntungkan semua pihak. Indonesia sudah mulai menggunakan cara perdagangan elektronis ini, maka untuk melindungi kepentingan hukum para pelaku bisnis tersebut diperlukan kerangka hukum mengenai pelaksanaan *e-commerce* termasuk didalamnya mengenai penyelesaian sengketa.

Berdasarkan hal-hal tersebut diatas dan mengingat pentingnya pembahasan mengenai jual beli lewat internet yang sering dilakukan pada akhir-akhir ini, maka penulis akan membahas tema tersebut dalam bentuk skripsi yang berjudul **“KEKUATAN PEMBUKTIAN ALAT BUKTI DOKUMEN ELEKTRONIK DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE*”**

1.2 Ruang Lingkup

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas maka, perlu adanya suatu batasan ruang lingkup dari materi yang akan dibahas dengan tidak mengurangi nilai-nilai ilmiahnya. Hal ini dilakukan untuk menghindari penafsiran yang menyimpang dari pokok permasalahan dan nantinya diharapkan akan tercapai maksud dan tujuan dari penulisan skripsi ini.

Ruang lingkup dari materi yang akan dibahas adalah mengenai latar belakang munculnya dokumen elektronik sebagai alat bukti transaksi perdagangan secara elektronik, mengkaji dan menganalisa kekuatan bukti dokumen elektronik dalam transaksi perdagangan secara elektronik, dan juga pertanggungjawaban dari *Network Service Provider* selaku perantara.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah yang menjadi latar belakang munculnya dokumen elektronik sebagai alat bukti transaksi perdagangan secara elektronik (*e-commerce transaction*) ?
2. Bagaimana kekuatan bukti dokumen elektronik dalam transaksi perdagangan secara elektronik (*ecommerce transaction*) ditinjau dari Hukum Perdata ?
3. Bagaimana pertanggungjawaban dari *Network Service Provider* selaku perantara ?

1.4 Tujuan Penulisan

Penulisan skripsi ini mempunyai dua (2) tujuan yaitu :

1.4.1 Tujuan Umum

1. Merupakan tujuan yang bersifat akademis yaitu untuk memenuhi dan melengkapi syarat-syarat yang diperlukan guna memperoleh gelar Sarjana Hukum di Fakultas Hukum Universitas Jember
2. Sebagai sumbangan pemikiran yang berguna bagi semua pihak yang memerlukan serta dapat menambah pengetahuan kita semua khususnya Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Jember.

1.4.2 Tujuan khusus

1. Untuk mengkaji dan menganalisa latar belakang munculnya dokumen elektronik sebagai alat bukti transaksi perdagangan secara elektronik (*e-Commerce Transaction*).
2. Untuk mengkaji dan menganalisa kekuatan bukti dokumen elektronik dalam transaksi perdagangan secara elektronik (*e-commerce transaction*) ditinjau dari Hukum Perdata.
3. Untuk mengkaji dan menganalisa pertanggungjawaban dari *Network Service Provider* selaku perantara.

1.5 Metode Penulisan

Penggunaan suatu metode dalam penulisan skripsi yang sifatnya ilmiah sangat diperlukan agar penganalisaan dapat dilakukan dengan benar dan baik, sehingga kesimpulan yang akan diambil juga tepat. Metode yang digunakan meliputi: pendekatan masalah, sumber bahan hukum, analisa bahan hukum yang telah diperoleh, kemudian diakhiri dengan pengambilan kesimpulan sebagai jawaban atas rumusan masalah.

1.5.1 Pendekatan Masalah

Pendekatan masalah yang digunakan penulis adalah:

1. Pendekatan konseptual (*conceptual approach*) adalah metode pendekatan dengan tidak beranjak dari aturan hukum yang ada, dalam hal ini dilakukan karena memang belum atau tidak ada aturan hukum untuk masalah yang dihadapi. Dimana dalam peraturan yang digunakan sebagai acuan tidak ditemukan pengertian yang dicari dan hanya makna yang bersifat umum yang tentunya tidak tepat untuk membangun argumentasi hukum, dan jika berpaling kepada peraturan lain juga tidak akan ditemukan. Oleh karena itu harus membangun suatu konsep untuk dijadikan acuan didalam penelitian yang beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum. (Marzuki, 2005:137)
2. Pendekatan kasus (*case approach*) adalah *ratio decidendi*, yaitu alasan-alasan hukum yang digunakan oleh hakim untuk sampai kepada putusannya. Menurut Goodheart, *ratio decidendi* dapat diketemukan dengan memerhatikan fakta materiil. Fakta-fakta tersebut berupa orang, tempat, waktu dan segala yang menyertainya asalkan tidak terbukti sebaliknya. Perlunya fakta materiil tersebut diperhatikan karena baik hakim maupun para pihak akan mencari aturan hukum yang tepat untuk dapat diterapkan kepada fakta tersebut. *Ratio decidendi* inilah yang menunjukkan bahwa ilmu hukum merupakan ilmu yang bersifat preskriptif bukan deskriptif. Oleh karena itulah pendekatan kasus bukanlah merujuk kepada diktum putusan pengadilan, melainkan merujuk kepada *ratio decidendi*.(Marzuki, 2005:119)

1.5.2 Sumber Bahan Hukum

Bahan Hukum dalam penulisan ini adalah:

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang bersifat *otoritatif* artinya mempunyai otoritas. Bahan hukum ini terdiri dari peraturan perundang-undangan, catatan-catatan resmi atau risalah dalam pembuatan undang-undang, dan putusan-putusan hakim. (Marzuki, 2005: 141)

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang berupa semua publikasi tentang hukum yang bukan dokumen-dokumen resmi. Meliputi buku-buku teks, kamus-kamus hukum, dan komentar atas putusan pengadilan. (Marzuki, 2005:141)

1.5.3 Metode Pengumpulan Bahan Hukum

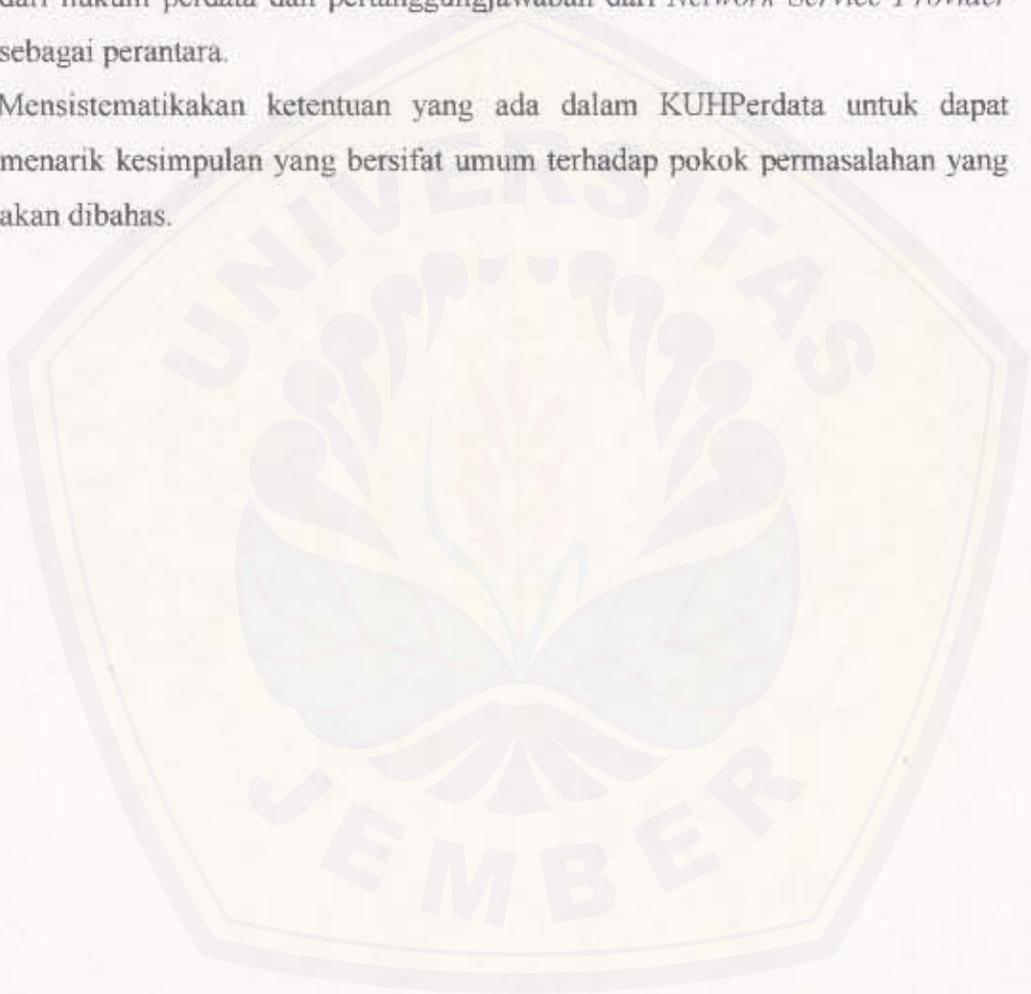
Langkah awal, dilakukan kajian terhadap bahan hukum primer. Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang bersifat *autoratif* artinya mempunyai otoritas. Adapun yang termasuk sebagai bahan hukum primer adalah perundang-undangan, catatan-catatan resmi atau risalah dalam pembuatan perundang-undangan dan putusan-putusan hakim.

Langkah selanjutnya adalah melakukan kajian terhadap bahan hukum sekunder, yang berupa semua publikasi tentang hukum yang bukan merupakan dokumen-dokumen resmi. Publikasi tentang hukum meliputi buku-buku teks, kamus-kamus hukum, jurnal-jurnal hukum, dan komentar-komentar atas putusan pengadilan. (Marzuki, 2005:141)

1.5.4 Analisa Bahan Hukum

Setelah bahan hukum diperoleh, maka dilakukan analisis dengan cara:

1. Mengklasifikasikan dan menganalisis untuk mendiskripsikan latar belakang munculnya dokumen elektronik sebagai alat bukti transaksi, kekuatan bukti dokumen elektronik dalam transaksi perdagangan secara elektronik ditinjau dari hukum perdata dan pertanggungjawaban dari *Network Service Provider* sebagai perantara.
2. Mensistematikakan ketentuan yang ada dalam KUHPerdata untuk dapat menarik kesimpulan yang bersifat umum terhadap pokok permasalahan yang akan dibahas.





BAB 2. FAKTA, DASAR HUKUM DAN LANDASAN TEORI

2.1 Fakta

Komputer dan telekomunikasi sebenarnya bukan masalah yang baru bagi Indonesia. Penulis mengenalnya sejak jaman Hindia Belanda dan merupakan salah satu Negara yang pertama mempunyai satelit di Asia. Perkembangan telematika yang sangat pesat telah mempengaruhi banyak aspek kehidupan masyarakat, antara lain dalam bidang perdagangan disebut sebagai *Electronic Commerce* atau yang biasa disebut penulis sebagai *e-commerce*. Bahkan secara umum juga telah mengubah perilaku masyarakat (*social behavior*) yang semula berbasis atas media kertas (*paper based*) kini menjadi berbasis sistem elektronik (*electronic based*).

Transaksi jual beli melalui *e-commerce* juga merupakan suatu perjanjian jual beli sama dengan jual beli konvensional yang biasa dilakukan masyarakat, hanya saja terletak perbedaan pada media yang digunakan. Pada transaksi *e-commerce*, yang digunakan adalah media elektronik yaitu internet, sehingga kesepakatan-kesepakatan atau perjanjian yang tercipta adalah melalui *on-line*.

Perkembangan pemakaian internet sebagai sarana untuk mengembangkan bisnis dari tahun ke tahun semakin meningkat. Hal ini seiring dengan perkembangan teknologi internet yang selalu berkembang. Pemakaian internet sebagai sarana penawaran suatu produk oleh produsen kepada konsumen semakin diminati. Bukan saja oleh produsen, tetapi juga oleh konsumen, karena pertimbangan efisiensi dan juga kelengkapan dari produk yang ditawarkan melalui internet, akan tetapi perkembangan bisnis yang dilakukan melalui internet (*e-commerce*) belum didukung oleh peraturan perundang-undangan yang secara khusus.

Meskipun pada dasarnya interaksi internet bersifat bebas (dengan adanya *civil cyberliberty*) dan pribadi (*privacy*), namun kebebasan siber dalam aktivitas internet itu haruslah dilakukan sedemikian rupa sehingga tidak merugikan kepentingan umum atau konsumen, melanggar hak pribadi (*privacy*) orang lain,

mengganggu keamanan nasional, mengancam integritas bangsa serta melanggar nilai dan norma kesusilaan (*decencies*) dan moralitas. (Kompas, 9 Juli 2000)

Bentuk transaksi yang dilakukan dalam *e-commerce* sendiri pada dasarnya dapat dibagi menjadi 2 (dua), yaitu *business to business* (B to B) dan *business to consumer* (B to C). B to B adalah transaksi antara perusahaan dengan perusahaan, sedangkan B to C adalah antara perusahaan dengan konsumen. Dalam transaksi yang dilakukan antara *business to consumer*, posisi konsumen sebagai *and user* berada pada posisi yang lemah, hal ini karena konsumen tidak mendapat perlindungan hukum secara pasti dari kecurangan atau itikat tidak baik dari produsen. (www.e-commerce.com: komputer No. 175 edisi Juli 2000:4)

Kurangnya perlindungan hukum terhadap konsumen dari penipuan oleh produsen dalam bisnis melalui *e-commerce* dapat dilihat dari kasus penipuan kejahatan korporasi, seperti di pasar modal lewat internet atau *e-commerce* juga pernah terjadi akan tetapi tidak mendapatkan sanksi hukum yang tegas. Misalnya, kejahatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan asing di bidang pertambangan, Bre-X Minerals.

Perusahaan itu secara aktif memberitahukan (*disclose*) kepada para calon investor lewat internet melalui situs *Silicon Investor Web Site* bahwa perusahaannya telah menemukan emas dalam jumlah besar dengan kualitas baik di daerah pertambangan Busang, Kalimantan. Akibat *disclosure* itu harga saham perusahaan melonjak drastis. Namun, setelah dilakukan penyelidikan terhadap jumlah dan kualitas emasnya, ternyata tidak demikian. Nilai saham pun jatuh.

Kejadian serupa juga dialami oleh PT Asuransi Lippo Life. Emiten dalam bidang asuransi mengeluarkan informasi (*disclosure*) bahwa perusahaan itu akan berubah nama menjadi PT Asuransi Lippo E-Net dan akan bergerak dalam bidang bisnis internet. Karuan saja nilai saham terdongkrak dari Rp 450 per lembar menjadi Rp 950 per lembar, meskipun kemudian jatuh.

Oleh karena itu perangkat legislasi sangat diperlukan untuk mengatur transaksi-transaksi bisnis dan perdagangan lewat *e-commerce*. Disatu sisi, pemerintah dan badan legislatif perlu mendukung pengaturan buat transaksi bisnis dan perdagangan lewat internet berkaitan langsung dengan jalannya roda

perekonomian. Begitu juga penegak hukum diharapkan mampu menegakkan hukum dan keadilan dalam hal terjadinya perselisihan hukum mengenai *e-commerce* dan dalam terjadinya siber (*cyber crime*), meskipun perangkat legislasi di bidang itu belum ada. *Due process of law* haruslah dilaksanakan dalam *cyber crime*. Perkembangan hukum melalui putusan-putusan hakim dalam *test case* haruslah dilakukan demi tegaknya supremasi hukum. (www.kompas.com: **Barita Saragih**, hakim asisten Wakil Ketua Mahkamah Agung, kandidat doctor di Leiden Universiteit, Belanda)

2.2 Dasar Hukum

Dasar hukum dalam penulisan skripsi ini menggunakan beberapa ketentuan hukum yang berkaitan dengan masalah yang dikaji dalam tulisan ini.

Beberapa ketentuan-ketentuan hukum tersebut adalah sebagai berikut :

Kitab Undang-undang Hukum Perdata

a. Pasal 1233

“Tiap-tiap perikatan dilahirkan baik karena persetujuan, baik karena undang-undang”.

b. Pasal 1313

“Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih”.

c. Pasal 1320

Untuk sahnya suatu perjanjian diperlukan empat syarat :

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya
2. Kecakapan untuk membuat perjanjian
3. Suatu hal tertentu
4. Suatu sebab yang halal

d. Pasal 1338

“Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”.

e. Pasal 1339

“Suatu perjanjian tidak hanya mengikat untuk hal-hal yang dengan tegas dinyatakan didalamnya, tetapi juga untuk segala sesuatu yang menurut sifat perjanjian, diharuskan oleh kepatutan, kebiasaan atau undang-undang”.

f. Pasal 1340

“Suatu perjanjian hanya berlaku antara pihak-pihak yang membuatnya”.

g. Pasal 1365

“tiap perbuatan melanggar hukum, yang membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut”.

h. Pasal 1866

Alat-alat bukti terdiri atas :

1. Bukti tulisan;
2. Bukti dengan saksi-saksi;
3. Persangkaan-persangkaan;
4. Pengakuan;
5. Sumpah.

i. Pasal 1867

“Pembuktian dengan tulisan dilakukan dengan tulisan-tulisan otentik maupun dengan tulisan-tulisan dibawah tangan”.

j. Pasal 1870

“Suatu akta otentik memberikan diantara para pihak beserta ahli waris-ahli warisnya atau orang yang mendapat hak dari mereka, suatu bukti yang sempurna tentang apa yang dimuat didalamnya”.

2.3 Landasan Teori

2.3.1 Transaksi Elektronik secara Umum

Transaksi elektronik dalam laporan penelitian lembaga kajian hukum Teknologi Fakultas Hukum Universitas Indonesia (LKHT-FHUI) didefinisikan sebagai: segala data, informasi, atau catatan elektronik yang berkenaan dengan dua orang atau lebih yang memiliki implikasi hukum, yang dimaksud dengan ‘berkenaan’ disini tidak berarti catatan itu harus dibuat oleh dua orang. Biarpun

dibuat oleh satu orang, namun kalau sudah berurusan dengan orang lain, catatan elektronik itu juga dapat dikategorikan sebagai transaksi elektronik. Hal ini mirip dengan perjanjian, dimana pada perjanjian bisa saja dibuat oleh satu orang, tetapi berakibat pada orang lain. (Khairandy, 2002:31-39)

Menurut definisi diatas transaksi elektronik, juga mencakup kontrak digital, dokumen-dokumen yang memiliki implikasi hukum dalam *hard disk* atau *floppy disk*, perintah transfer dana elektronik (misalnya pada EFT/ *Elektronik Funds Transfer*). Pesan-pesan (*data message*) EDI (*Elektronik Data Interchange*), informasi pada website internet, elektronik mail dan sebagainya.

UNCITRAL telah menetapkan suatu model law untuk *Electronic Commerce* pada tahun 1996 yang kemudian direvisi pada tahun 1998. Model hukum tersebut berisi panduan-panduan yang disarankan diikuti oleh Negara-negara anggota saat mereka membuat legislasi untuk *e-commerce* (atau transaksi secara umum). Adapun isi *model law* tersebut adalah:

1. Keberadaan dan pengakuan hukum transaksi elektronik;
2. Pengakuan konsep *incorporation by reference*;
3. Jaminan keamanan atas keaslian transaksi elektronik dengan tanda tangan elektronik ataupun dengan cara lainnya yang dapat dipercaya dan diandalkan;
4. Penggunaan salinan transaksi elektronik;
5. Pengarsipan transaksi elektronik;
6. Otomasi transaksi elektronik;
7. Hak dan kewajiban pengiriman transaksi elektronik dan penerima transaksi elektronik;
8. Tanda penerimaan tanda bukti (*acknowledgement of receipt*) sebagai tanda untuk mengeksekusi transaksi;
9. Kapan dikirim, diterima, terjadi dan berlakunya transaksi elektronik.

Model law ini sebelumnya dinamakan *model law for EDI (Electronic Data Interchange)*, namun pada suatu saat terakhir diganti namanya menjadi *model law on e-commerce*. Meskipun demikian prinsip-prinsip yang ada didalamnya juga dapat diterapkan untuk transaksi perdagangan elektronik secara umum. Salah satu

bentuk dari transaksi elektronik yang menjadi perhatian adalah perjanjian dalam bentuk elektronik. Perjanjian di era digital akan menggunakan data digital sebagai pengganti kertas sebagai media dari perjanjian tersebut. Penggunaan data digital sebagai media dalam melakukan perjanjian akan memberikan efisiensi yang sangat besar terutama bagi perusahaan-perusahaan yang setiap bulannya banyak membuat perjanjian, seperti *trading house*, pabrik dan juga bagi perusahaan-perusahaan yang menjalankan bisnisnya di internet.

Salah satu aspek yang sangat penting dalam transaksi elektronik adalah pentingnya pengakuan hukum atas suatu transaksi elektronik. Artinya, hukum tidak bisa menampilkan begitu saja bukti berupa transaksi elektronik di persidangan. Hal ini dijelaskan dalam model law untuk *e-commerce* UNCITRAL di pasal 5. Masalah apakah transaksi elektronik itu terjamin keasliannya atau tidak, hal tersebut merupakan masalah pembuktian di Pengadilan.

Transaksi elektronik dalam Pasal 6 UNCITRAL *model law for electronic commerce* juga diakui sederajat dengan 'tulisan'. Sekali lagi, masalah apakah transaksi elektronik itu terjamin keasliannya atau bukan, itu adalah masalah lain. Argumentasinya adalah tulisan biasa pun bisa asli, tetapi juga bisa palsu. Demikian pula halnya dengan transaksi elektronik dimana transaksi elektronik pun bisa terbuktikan keasliannya, atau sebaliknya terbukti palsu.

2.3.1.1 Pengertian Internet

Kemajuan teknologi informasi telah mengubah pandangan manusia tentang kegiatan yang selama ini hanya dimonopoli oleh aktifitas yang bersifat fisik belaka. Lahirnya internet mengubah paradigma komunikasi manusia dalam berbagai aspek kehidupan terutama di dunia bisnis. Internet mengubah konsep jarak dan waktu, sehingga dunia ini seolah-olah kecil dan terbatas. Setiap orang bisa melakukan hubungan, berbicara dan berbisnis dengan orang lain yang mempunyai jarak yang jauh.

Pada intinya internet merupakan jaringan komputer yang terhubung satu sama lain melalui media komunikasi, seperti kabel telephon, satelit maupun gelombang frekwensi. Jaringan komputer ini dapat berukuran kecil seperti *Local Area Network* (LAN), dan dapat juga berukuran besar seperti Internet. Hal yang

membedakan antara jaringan kecil dan jaringan besar adalah terletak pada ada tidaknya *Transmission Control Protocol/Internet Protocol* (TCP/IP). Internet adalah jaringan komputer antar Negara ataupun antar benua yang berbasis *Protocol Transmission Control Protocol/Internet Protokol* (TCP/IP) (Raharjo, 2002:60)

Internet e-commerce adalah penggunaan internet yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi untuk perdagangan. Kegiatan komersial ini seperti iklan dalam penjualan produk jasa. Transaksi yang dapat dilakukan di internet antara lain pemesanan/pembelian barang, setelah itu barang akan dikirim melalui pos atau sarana lain setelah uang ditransfer ke rekening penjual. Penggunaan internet sebagai media pemasaran dan saluran penjualan terbukti mempunyai keuntungan antara lain untuk beberapa produk tertentu lebih sesuai ditawarkan melalui internet, harga lebih murah mengingat membuat situs di internet lebih murah biayanya dibanding dengan membuka *outlet retail* diberbagai tempat. Internet merupakan media promosi perusahaan dan produk yang paling tepat dengan harga yang relatif lebih murah, serta pembelian melalui internet akan diikuti dengan layanan pengantaran barang sampai tempat pemesanan.

2.3.1.2 Pengertian Elektronik Commerce

Elektronik *Commerce* yang selanjutnya disebut dengan istilah *e-commerce* pada dewasa ini sudah tidak asing lagi di kalangan masyarakat Indonesia. Ada banyak pengertian untuk *e-commerce*, tapi umumnya *e-commerce* merujuk pada semua bentuk transaksi komersial yang menyangkut organisasi dan individu yang didasarkan pada pemrosesan dan transmisi data yang digitalisasikan, termasuk teks, suara dan gambar. Termasuk juga pengaruh bahwa pertukaran informasi komersial secara elektronik yang mungkin terjadi antara institusi pendukungnya dan aktifitas komersial pemerintah. Ini termasuk antara lain manajemen organisasi, negosiasi dan kontrak komersial, legal dan kerangka regulasi, penyusunan perjanjian keuangan, dan pajak satu sama lain. Sasaran *e-commerce* adalah menciptakan lingkungan komersial yang baru dalam segala bentuknya di era elektronik.

Definisi yang lebih sempit dikaitkan dengan transaksi elektronik *business to business* dan *business to consumer* adalah transaksi yang terjadi menyangkut beberapa jenis pembayaran elektronik. Sehubungan dengan hal itu, ada beberapa definisi mengenai *electronic commerce* yang mungkin dapat membuka gambaran lebih jauh mengenai apa yang dimaksud dengan *electronic commerce*. Pada saat internet memberdayakan seluruh penduduk dan mendemokratisasikan kehidupan sosial (*societies*), itu juga akan mengubah paradigma ekonomi klasik. Model baru interaksi komersial berkembang sewaktu kalangan bisnis dan *customer*/pelanggan-pelanggannya berpartisipasi dalam suatu pasar elektronik dan mencapai manfaat bersama.

Transaksi *e-commerce*, diterapkan secara terbatas pada beberapa perusahaan saja, memasuki suatu era baru dimana beberapa orang yang tidak spesifik misalnya pelanggan umum terkait dalam suatu jaringan. Isinya tidak hanya berupa transaksi data untuk menempatkan atau menerima order yang sederhana namun juga menyangkut kegiatan komersial umum seperti publikasi, iklan, negosiasi, kontrak dan *fund settlements*.

Electronic Commerce (Perniagaan Elektronik), sebagai bagian dari *Electronic business* (bisnis yang dilakukan dengan menggunakan *electronic transmission*), oleh para ahli dan pelaku bisnis dicoba dirumuskan definisinya. Secara umum *e-commerce* dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan/perniagaan barang atau jasa (*trade of goods and service*) dengan menggunakan media elektronik. Selain itu ada yang mendefinisikan bahwa *e-commerce* adalah suatu proses berbisnis dengan memakai teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik, dan pertukaran/penjualan barang, servis dan informasi secara elektronik. Dengan demikian, pada prinsipnya bisnis dengan *e-commerce* merupakan kegiatan bisnis tanpa menggunakan kertas (*paperless trading*) (Ustadiyanto, 2002:139)

Media elektronik yang sering digunakan adalah media internet alasan dari penggunaan internet dikarenakan internet memiliki kemudahan-kemudahan, antara lain:

1. Internet sebagai jaringan publik yang sangat besar (*huge/widespread network*), layaknya yang dimiliki suatu jaringan *public* elektronik, yaitu murah, cepat dan mudah untuk mengaksesnya.
2. Menggunakan elektronik data sebagai media penyampaian pesan atau data sehingga dapat dilakukan pengiriman dan penerimaan informasi secara mudah dan ringkas, baik dalam bentuk data elektronik analog maupun digital. (WWW.NOFIEIMAN.COM)

2.3.1.3 Perlindungan Hukum Terhadap Transaksi Elektronik

Internet, pada saat sekarang ini sudah menjadi suatu trend dalam masyarakat modern. Perkembangan pengetahuan dan berita dari berbagai bagian dunia dapat dengan mudah untuk disampaikan kepada seluruh masyarakat. Pengetahuan internet dari hari-kehari semakin bertambah, dahulu internet hanya digunakan oleh militer untuk melakukan komunikasi. Sekarang sudah menjadi bagian dari kehidupan yang tidak bisa dipisahkan dari keseharian masyarakat, perkembangan teknologi, pendidikan, perbankan sampai dengan bisnis.

Penggunaan internet oleh perbankan dan para pengusaha dirasakan lebih menguntungkan hal ini karena biaya yang diperlukan untuk mengakses internet sudah terjangkau oleh sebagian masyarakat, dan juga perkembangan internet saat ini sudah sampai pelosok pedesaan, jadi internet lebih memberikan kemudahan para pihak untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat.

Transaksi bisnis melalui internet semakin meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah pengguna internet. Persetujuan-persetujuan yang dibuat antara konsumen dengan pelaku usaha yang pada awalnya dilakukan secara langsung saling berhadapan, saat ini bisa dilakukan secara tidak langsung. Hal ini dimungkinkan dengan adanya revolusi dibidang teknologi informasi yang mampu mengubah persepsi manusia tentang jarak, ruang dan waktu.

Perlindungan mengandung arti “tempat perlindungan” atau dalam hal (perbuatan melindung), dan terkait kata hukum, dapat ditafsirkan disini bahwa hukum adalah sebagai tempat berlindung, yaitu tempat untuk melindungi para konsumen yang melakukan transaksi bisnis melalui *e-commerce*, dari segala resiko. Untuk itu kepentingan konsumen atas segala hak dan kewajibannya tidak terlepas dari peraturan-peraturan yang berlaku dan terlindungi hukum, karena dalam Negara hukum, pribadi maupun perseroan mendapatkan perlindungan hukum.

Menurut pasal 1365 Kitab Undang-undang Hukum Perdata, menyatakan bahwa tiap perbuatan-perbuatan melanggar hukum yang membawa kerugian kepada orang lain mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu mengganti kerugian tersebut. Apabila pihak produsen melakukan perbuatan yang membawa kerugian kepada konsumen karena hasil produksinya bermasalah atau tidak sesuai dengan spesifikasi produk, maka pihak produsen berkewajiban mengganti kerugian yang ditimbulkannya tersebut.

2.3.2 Transaksi Perdagangan Secara Elektronik (*E-Commerce Transaction*)

Transaksi perdagangan secara elektronik (*e-commerce transaction*) adalah setiap transaksi yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih melalui jaringan komputer atau media elektronik lainnya, dengan menggunakan sistem informasi elektronik yang menimbulkan hak dan kewajiban kepada masing-masing pihak berdampak pada timbulnya hubungan hukum antar pihak yang bertransaksi. Pengertian lain dari perdagangan secara elektronik adalah setiap perdagangan baik barang ataupun jasa yang dilakukan melalui jaringan komputer atau media elektronik lainnya, dengan sistem informasi elektronik. (Mukti Wibowo, 1999:3)

Media elektronik yang dibicarakan dalam penulisan kali ini hanya difokuskan dalam hal penggunaan media internet, mengingat internet saat ini paling populer digunakan banyak orang. Penggunaan internet dipilih oleh kebanyakan orang sekarang ini karena kemudahan-kemudahan yang dimiliki oleh jaringan internet:

1. Internet sebagai jaringan publik yang sangat besar layaknya yang dimiliki suatu jaringan publik elektronik, yaitu murah, cepat dan kemudahan akses.

2. Menggunakan data elektronik sebagai media penyampaian pesan/data sehingga dapat dilakukan pengiriman dan penerimaan informasi secara mudah dan ringkas, baik dalam bentuk data elektronik analog maupun digital. (Ifransah, 2001:4)

E-commerce transaction kini mencakup segala hal: perdagangan, pasar modal, asuransi, penerbangan, industri pariwisata, dan dengan nilai lebih cepat, mudah, canggih dan dapat dilakukan secara global tanpa batasan tempat dan waktu. Dengan *e-commerce*, transaksi barang atau jasa kini lebih praktis karena tidak perlu lagi kertas dan pena, tidak perlu lagi kontak *face to face*.

2.3.2.1 Mekanisme Perdagangan Secara Elektronik (*e-commerce*)

Pihak-pihak yang melakukan kegiatan transaksi perdagangan secara elektronik (*e-commerce transaction*) berhubungan melalui suatu jaringan internet untuk melakukan transaksi perdagangan. Telah dikemukakan di bagian awal tulisan, bahwa koneksi kedalam jaringan internet sebagai jaringan publik merupakan koneksi yang tidak aman. Hal ini menimbulkan konsekuensi bahwa transaksi perdagangan secara elektronik (*e-commerce transaction*) yang dilakukan dengan koneksi ke internet adalah merupakan bentuk transaksi beresiko tinggi yang dilakukan di media yang tidak aman.

Penyelenggaraan transaksi perdagangan secara elektronik (*e-commerce transaction*) pada prinsipnya bersifat terbuka, baik dalam lingkup publik maupun privat seperti halnya transaksi perdagangan konvensional. Para pihak yang akan melakukan transaksi perdagangan secara elektronik (*e-commerce transaction*) harus sepakat untuk menggunakan sistem elektronik tertentu. Transaksi perdagangan secara elektronik (*e-commerce transaction*) terjadi pada saat penawaran transaksi yang dikirim pengirim telah diterima dan disetujui penerima. Pengirim maupun penerima dapat melakukan transaksi elektronik melalui pihak yang dikuasakan olehnya atau melalui agen perdagangan secara elektronik menjadi tanggung jawab pemberikuasa. (Mukti Wibowo, 1999:27).

Para pihak yang ingin bertransaksi secara elektronis akan mengacu kepada kondisi dan persyaratan apapun yang mereka setuju bersama. Namun, pada akhirnya mengingat transaksi melibatkan banyak pihak, diperlukan kerangka

hukum komersial yang bersifat seragam dalam lingkup domestik dan global yang diperlukan bagi pihak yang bertransaksi sebagai dasar pembentukan perjanjian. Terpenting adalah soal penyusunan regulasi. Isu penting yang perlu diselesaikan dalam konteks global diantaranya adalah masalah keamanan bertransaksi yang menyangkut kepentingan umum, perlindungan hak-hak intelektual, perlindungan hak pribadi, dan perlindungan hak konsumen.

2.3.2.2 Asas-asas Perjanjian

Pengertian perjanjian diatur dalam Buku III KUHPerdara tentang Perikatan yaitu pasal 1313 KUH Perdata yang menyatakan bahwa:

“Perjanjian adalah suatu perbuatan hukum dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih”.

Pengertian tentang perjanjian bisa juga diartikan sebagai berikut:

Perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seorang berjanji kepada seorang yang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal. Dari peristiwa ini timbullah suatu hubungan antara dua orang tersebut yang dinamakan perikatan antara dua orang yang membuatnya. (Subekti, 1987:1)

Apabila antara dua orang atau lebih tercapai suatu persesuaian kehendak untuk mengadakan suatu ikatan, maka terjadilah antara mereka suatu persetujuan. Terjadinya persesuaian kehendak dapat dilakukan secara lisan dan tertulis. Dalam pengertian perjanjian menurut Subekti di atas dapat disebutkan unsur-unsur perjanjian yaitu:

1. Para pihak yang melakukan perjanjian sedikitnya dua orang yang masing-masing saling mengikatkan diri;
2. Adanya persetujuan timbal balik diantara dua orang tersebut;
3. Perjanjian tersebut mempunyai tujuan yang hendak dicapai;
4. Di dalamnya terdapat suatu hal yang harus dilaksanakan;
5. Mempunyai bentuk tertentu, yaitu dapat berbentuk tertulis atau lisan;
6. Terdapat syarat-syarat tertentu sebagai suatu perjanjian.

Hukum perjanjian memiliki beberapa asas yang penting yaitu:

a. Asas kebebasan berkontrak

Asas ini mempunyai arti bahwa setiap orang boleh membuat perjanjian apa saja walaupun belum atau tidak diatur dalam undang-undang. Asas ini dibatasi, yaitu tidak boleh bertentangan dengan undang-undang, kepentingan umum dan kesusilaan (Mustafa, 1985:82).

b. Asas itikad baik

Asas ini mempunyai arti bahwa setiap perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik, artinya bahwa pelaksanaan perjanjian itu tidak boleh bertentangan dengan kepatutan dan keadilan. (Mustafa, 1985:82).

c. Asas konsensualisme

Artinya bahwa untuk melahirkan perjanjian cukup dengan sepakat saja dan bahwa perjanjian itu sudah dilahirkan pada saat terjadinya kesepakatan tersebut. (Subekti, 1981:14).

d. Asas kekuatan mengikat

Artinya bahwa perjanjian yang dibuat secara sah akan mengikat para pihak dalam perjanjian yang bersangkutan sebagaimana mengikatnya undang-undang. Keterikatan para pihak dalam perjanjian tidak hanya terbatas pada apa yang diperjanjikan, tetapi juga terhadap segala sesuatu yang menurut sifat perjanjian diharuskan oleh kepatutan, kebiasaan atau undang-undang. (Subekti, 1981:14)

Menurut ketentuan pasal 1338 KUH Perdata, perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya, tidak dapat ditarik kembali tanpa adanya persetujuan kedua belah pihak atau karena alasan-alasan yang cukup menurut undang-undang dan harus dilaksanakan dengan itikad baik.

2.3.2.3 Bentuk Perjanjian Transaksi perdagangan Secara Elektronik (*e-commerce transaction*)

Transaksi perdagangan secara elektronik (*e-commerce transaction*) yang dituangkan dalam dokumen elektronik memberikan kekuatan mengikat para pihak. Pihak-pihak dalam perjanjian perdagangan secara elektronik (*e-commerce*) memiliki kewenangan untuk memilih hukum yang berlaku bagi perdagangan secara elektronik (*e-commerce transaction*) internasional yang dibuatnya dan

untuk menetapkan forum pengadilan, arbitrase atau lembaga penyelesaian sengketa alternative yang berwenang menangani sengketa yang mungkin timbul dari transaksi perdagangan secara elektronik (*e-commerce transaction*).

Dalam transaksi perdagangan secara elektronik (*e-commerce transaction*), kebiasaan dan praktek perdagangan yang tidak bertentangan dengan undang-undang ataupun peraturan tetap berlaku dalam lingkup perdagangan secara elektronik. Kenyataannya transaksi yang dilakukan dengan menggunakan media internet pembuktian terjadinya transaksi apabila salah satu pihak wanprestasi lebih sulit dibandingkan dengan transaksi perdagangan secara konvensional. Hal tersebut disebabkan perubahan media dari kertas menjadi elektronik yang sering menimbulkan permasalahan dalam hal kekuatan hukum dari alat bukti terjadinya transaksi perdagangan secara elektronik yang berupa dokumen elektronik.

2.3.3 Dokumen Elektronik

2.3.3.1 Bentuk Dokumen Elektronik

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia diberikan suatu definisi dari dokumen yaitu surat yang tertulis atau tercetak yang dapat dipakai sebagai bukti atau keterangan (seperti surat perjanjian, surat nikah), sedangkan untuk elektronika adalah sesuatu yang ada hubungannya atau bersangkutan dengan elektronik yaitu alat-alat yang dibuat berdasarkan prinsip elektronika. Dokumen elektronik menurut Penulis kurang lebih pengertiannya adalah surat yang tertulis atau tercetak yang dapat dipakai sebagai bukti atau keterangan yang dibuat berdasarkan prinsip elektronika.

Uncitral *Model Law on E-Commerce* tahun 1999 artikel 2 huruf a memberikan pengertian tentang pesan data yaitu suatu informasi yang diciptakan secara elektronik atau cara-cara yang sejenis termasuk didalamnya e-mail, telegram, telek. Keberadaan dokumen elektronik menjadi satu konsekuensi dengan perkembangan teknologi. Tidak ada alasan bagi perusahaan yang melakukan transaksi dengan perangkat komputer untuk menyetarakan dokumen elektronik dengan tulisan asli. Karena cakupannya begitu luas, seperti persetujuan, rekaman, kompilasi data dalam berbagai bentuk. (www.uncitral.org)

2.3.3.2 Mekanisme penyimpanan dokumen Elektronik

Dalam hal transaksi perdagangan secara elektronik (*e-commerce transaction*) penyimpanan data dilakukan dipusat data (*data base*), penyelenggara transaksi perdagangan secara elektronik maupun pihak ketiga yang terlibat dalam transaksi, dalam hal ini adalah lembaga sertifikasi tanda tangan digital (*certificate authority*) maupun lembaga keuangan (*acquirer*) dalam transaksi tersebut. *Data base* adalah pusat semua data yang terdapat dalam suatu organisasi terutama yang tersimpan dalam alat penyimpanan sistem komputer yang dapat diakses menggunakan ketentuan-ketentuan atau kaidah-kaidah tertentu. Sedangkan sistem informasi berarti suatu sistem untuk membangkitkan, mengirimkan, menerima, menyimpan atau memproses pesan data. (www.wired.com).

2.3.4 Kekuatan Bukti Dokumen Elektronik

2.3.4.1 Pengertian Alat Bukti

Sebagaimana diatur dalam Pasal 1866 KUHPerdara bahwa alat bukti terdiri atas:

1. Bukti tulisan;
2. Bukti dengan saksi-saksi;
3. Persangkaan-persangkaan;
4. Pengakuan;
5. Sumpah.

Berikut adalah pengertian dari alat bukti-alat bukti tersebut:

1. Bukti tulisan adalah segala sesuatu yang memuat tanda-tanda bacaan yang dimaksudkan untuk mencurahkan isi hati atau untuk menyampaikan buah pikiran seseorang dan dipergunakan sebagai pembuktian. (Mertokusumo, 1999:121)
2. Saksi adalah pernyataan seseorang mengenai sesuatu peristiwa atau kejadian. (Kansil, 1984:334)
3. Persangkaan adalah kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan peristiwa yang telah diketahui. (Kansil, 1984:334)
4. Pengakuan adalah keterangan sepihak, baik tertulis maupun lisan yang dinyatakan oleh salah satu pihak dalam perkara di persidangan yang

membenarkan sebagian atau seluruh peristiwa, hak atau hubungan hukum yang diajukan oleh lawannya yang mengakibatkan pemeriksaan lebih lanjut oleh hakim tidak perlu lagi. (Mertokusumo, 1999:149)

5. Sumpah adalah suatu pernyataan yang khidmat yang diberikan pada waktu memberi keterangan atau janji dengan mengingat akan sifat mahakuasa daripada Tuhan, dan percaya bahwa siapa yang memberi keterangan atau janji yang tidak benar akan dihukum olehnya. (Mertokusumo, 1999:121)

Yang penting dari sudut hukum pembuktian, menurut pasal 7 W.v.K. itu dapat diberikan kekuatan pembuktian kepada tulisan-tulisan yang dibuat oleh seorang untuk keuntungan sendiri, sedangkan pada umumnya tulisan-tulisan itu menjadi alat bukti justru terhadap si pembuatnya itu sendiri. Kekuatan pembuktian dari catatan-catatan itu terserah kepada hakim, artinya ia berkuasa untuk menganggap sebagai bukti yang cukup, ia berkuasa juga untuk tidak menerimanya.

2.3.4.2 Alat Bukti Dokumen Elektronik

Berkaitan dengan alat bukti dokumen elektronik, berikut dapat diberikan sedikit gambaran mengenai alat bukti tertulis atau surat dimana surat adalah merupakan suatu dokumen. Alat bukti tertulis atau surat adalah segala sesuatu yang memuat tanda-tanda bacaan yang dimaksudkan untuk mencurahkan isi hati atau untuk menyampaikan buah pikiran seseorang dan dipergunakan sebagai pembuktian. (Mertokusumo, 1999:121)

Surat sebagai alat bukti tertulis dibagi dua yaitu:

1. Surat yang merupakan akta yaitu surat yang diberi tanda tangan, yang memuat peristiwa yang menjadi dasar suatu hak atau perikatan, yang dibuat sejak semula dengan sengaja untuk pembuktian.
 - a. Akta otentik adalah akta yang dibuat dihadapan pejabat yang berwenang;
 - b. Akta dibawah tangan adalah akta yang dibuat tidak dihadapan pejabat yang berwenang.
2. Surat-surat lain yang bukan akta.

Meliputi surat-surat biasa, surat rumah tangga dan lain-lain tulisan. (Subekti, 1993:28).

Dalam transaksi perdagangan secara elektronik terdapat alat bukti yang disebut alat bukti elektronik yang meliputi: perangkat keras sistem komputer atau jaringan komputer, peralatan lain yang tersambung ke komputer, perangkat lunak yang dapat berupa sistem operasi, sistem data *base*, dan atau sistem aplikasi yang tersimpan atau terpasang dalam sistem komputer atau jaringan komputer.

Selain catatan elektronik dimaksud, maka dapat juga digunakan sebagai alat bukti dalam transaksi perdagangan secara elektronik meliputi :

1. Informasi yang diucapkan, dikirimkan, diterima atau disimpan secara elektronik atau yang serupa dengan itu.
2. Data, rekaman atau informasi yang dapat dilihat, dibaca dan atau didengar, yang dapat dikeluarkan dengan atau tanpa bantuan suatu sarana, baik yang tertuang diatas kertas, benda fisik apapun selain kertas, atau yang terekam secara elektronik, termasuk tetapi tidak terbatas pada :
 - a. Tulisan, suara atau gambar;
 - b. Peta, rancangan, foto atau sejenisnya;
 - c. Huruf, tanda, angka, simbol atau perforasi yang memiliki makna atau dapat dipahami oleh orang yang mampu membaca atau memahaminya (UU No. 15 tahun 2002, pasal 1 angka 7).

Dalam perdagangan dengan menggunakan media internet keberadaan suatu dokumen elektronik sangat penting karena sulitnya mendapatkan saksi yang mengetahui terjadinya pelanggaran hukum tersebut dalam internet tersebut, PBB telah mengeluarkan sebuah rekomendasi, pada halaman 40-71, paragraph 5(b), 11 Desember 1985 yang antara lain berisi sebagai berikut:

- a. Pada waktu yang bersamaan bahwa tidak ada kebutuhan untuk unifikasi terhadap peraturan dari bukti memperhatikan penggunaan rekman/catatan (*record computer*) pada perdagangan internasional, pengalaman menunjukkan bahwa perbedaan substansial/perbedaan paling penting terhadap peraturan dari bukti sebagaimana yang mereka ajukan terhadap sistem berdasarkan tertulis (*paper-based system*) dari dokumentasi sejauh ini telah menyebabkan tidak adanya bahaya yang dapat diperhatikan terhadap pembangunan perdagangan internasional.

- b. Pembangunan penggunaan *Automated Data Processing* adalah menciptakan sejumlah keinginan sistem hukum untuk sebuah adaptasi peraturan hukum yang tetap untuk pembangunan ini.
- c. Rekomendasi untuk pemerintah.
- d. Untuk *mereview* peraturan hukum mengenai penggunaan rekaman komputer sebagai bukti dalam litigasi untuk mengurangi rintangan/halangan yang tidak perlu untuk izin mereka, jaminan bahwa peraturannya konsisten dengan pembangunan teknologi, dan untuk menyediakan peralatan yang perlu bagi pengendalian untuk mengevaluasi kredibilitas data yang mengandung rekaman data tersebut.
- e. Untuk *mereview* persyaratan hukum bahwa transaksi dagang tertentu atau dokumen yang berhubungan dengan perdagangan yang dilakukan secara tertulis, apakah perlu untuk direkam dan ditransmisikan dalam bentuk *computer-readable* (dapat dibaca komputer) atau tidak.
- f. Untuk *mereview* persyaratan hukum dari tandatangan tertulis atau metode otensifikasi paper-based lainnya pada dokumen yang berhubungan dengan perdagangan dengan niat untuk mengizinkan.
- g. perdagangan dengan niat untuk mengizinkan.. Untuk *me-review* persyaratan hukum bahwa dokumen untuk diserahkan ke pemerintah dalam bentuk tertulis dan tertanda secara manual dengan niat untuk mengizinkan, apabila perlu, beberapa dokumen untuk diserahkan dalam bentuk *computer-readable* kepada pelayanan administrasi tersebut. (www.ictwatch.com)

Merekomendasikan kepada organisasi internasional untuk mengelaborasi teks-teks hukum (*legal text*) berkaitan dengan perdagangan untuk memperhatikan rekomendasi yang ada dalam mengadopsi teks tersebut dan, apabila perlu, untuk mempertimbangkan memodifikasi *legal text* sesuai dengan rekomendasi yang ada.



BAB 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasar apa yang telah diuraikan sebelumnya dalam skripsi ini dapat dirumuskan beberapa kesimpulan dan saran sebagai berikut, yaitu:

4.1 Kesimpulan

1. Ketiadaan alat bukti lain yang dapat digunakan sebagai alat bukti adanya suatu transaksi perdagangan secara elektronik (*e-commerce transaction*) merupakan hal yang melatarbelakangi digunakannya dokumen elektronik sebagai alat bukti apabila terjadi wanprestasi dalam transaksi perdagangan secara elektronik (*e-commerce transaction*).
2. Kekuatan dokumen elektronik ditinjau dari sistem hukum Perdata telah dikembangkan suatu dokumen dengan menggunakan tandatangan digital sebagai salah satu sarana pengamanan dalam melakukan suatu pertukaran informasi melalui internet termasuk diantaranya dalam melakukan transaksi perdagangan secara elektronik (*e-commerce*).
3. *Network Service Provider* selaku perantara bertanggungjawab terhadap transaksi jual beli melalui internet apabila timbul kerugian yang disebabkan adanya produk cacat tersembunyi. *Provider* harus tunduk pada aturan-aturan yang telah disepakati mengenai pemberian kuasa dari pihak produsen pada pihak konsumen, mengenai ganti kerugian terhadap cacat tersembunyi dapat diperoleh konsumen dengan cara mengembalikan barangnya dengan menuntut pengembalian harga pembelian barang tersebut atau tetap memiliki barang dengan menuntut pengembalian sebagian harga pembelian (Pasal 1507 KUHPerdata).

4.2 Saran

1. Dalam melakukan transaksi perdagangan secara elektronik (*e-commerce transaction*) diperlukan adanya alat bukti yang kuat untuk mengurangi terjadinya wanprestasi sehingga para pihak yang bertransaksi tidak saling dirugikan.
2. Bahwa dalam bertransaksi secara elektronik perlu adanya dokumen elektronik yang di tandatangi secara digital untuk mendapatkan kepastian siapa pengirimnya.
3. *Network Service Provider* selaku perantara untuk lebih meningkatkan tanggungjawabnya disaat pengiriman barang pada konsumen dalam transaksi jual beli (*e-commerce transaction*) melalui internet.

DAFTAR BACAAN

A. Buku

- Badan Penerbit Universitas Jember. 1998. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember
- Kansil, C.S.T. 1984. *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*. PN Balai Pustaka: Jakarta
- Kridalaksana, Harimukti. 1980. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka: Jakarta
- Marzuki, Peter Mahmud, 2005 *Penelitian Hukum*. Predana Media: Jakarta
- Mertokusumo, Sudikno. 1999 *Hukum Acara Perdata Indonesia*. Liberty. Yogyakarta
- Mulyadi. 1999. *Hukum Acara Perdata, Menurut Teori dan Praktek Peradilan Indonesia*. Djambatan.
- Mustafa, Bachsan. 1985. *Asas-asas Hukum Perdata dan Hukum Dagang*. Armico. Bandung
- Prodjodikoro, Wirjono. 1973. *Asas-asas Hukum Perjanjian*. Sumur Bandung. Bandung
- R Subekti. 1981. *Aneka Perjanjian*. alumni. Bandung
- , 1985. *Pokok-pokok Hukum Perdata*. Intermasa, Jakarta
- , 1987. *Hukum Perjanjian*. Intermasa. Jakarta
- , 1993. *Hukum Pembuktian*. Pradnya paramita. Jakarta
- Raharjo, Agus.2002. *Cybercrime Pemahaman dan Upaya Pencegahan Kejahatan Berteknologi*. Citra Aditya Bakti. Bandung
- Ustadiyanto, Riyeke.2002. *Framework E-commerce*. Andi. Yogyakarta

B. Peraturan Perundang-undangan

- R Subekti. Dan R. Tjitrosudibyo. 1999. *Kitab Undang-undang Hukum Perdata*. Pradnya Paramita. Jakarta

C. Lain-lain

Jurnal:

Khairandy, Ridwan. Jurnal Hukum Bisnis Volume 18 Edisi Maret 2002. halaman 31-39. *Pengakuan dan Keabsahan Digital Signature dalam Perspektif Hukum Pembuktian*. Jakarta.

Mudihardjo, Ropin. 23 Januari. 2003. *Data Elektronik sebagai Alat Bukti Masih Dipertanyakan*. Makalah pada seminar tentang Teknologi Informasi di ITB Bandung.

Mukti Wibowo, Arrianto. Juni 1999. *Kerangka Hukum digital Signature dalam Electronic commerce*. Makalah Seminar di Pusat Ilmu Komputer Universitas Indonesia, Depok, Jawa Barat.

Tuharea, S, Mohamad. 2003. *Keamanan Jaringan Informasi: Kajian Kerangka Hukum Digital signature (Sebuah Riset Untuk Keamanan Jaringan Informasi)*, ITB Press. Bandung

Internet:

Budi Raharjo.1999. *Kerangka Hukum Digital Signature dalam Electronic Commerce*. <http://wired.com/news/antitrust/html>. akses tanggal 9 Maret 2004

Iman Nofie. *Mengenal E-Commerce* (www.nofieiman.com)

Kompas, Minggu. 9 Juli 2000. *Tantangan Hukum Atas Aktivasi Internet*. (www.kompas.com)

www.ictwatch.com/paper/paper_015.htm. akses tanggal 25 Maret 2004

US Government.Uncitral Model Law.<http://www.uncitral.org> akses tanggal 12 Maret 2004

www.uncitral.org. *model law on e-commerce transaction* 1999

Muklis Ifransah. 2001. *Hubungan Hukum Antara Pelaku E-commerce Harus diperjelas*. http://www.novexcn.com/contract_law_1999.html. akses tanggal 5 Maret 2004.

Mengenal E-Commerce

Perdagangan sebenarnya merupakan kegiatan yang dilakukan manusia sejak awal peradabannya. Sejalan dengan perkembangan manusia, cara dan sarana yang digunakan untuk berdagang senantiasa berubah. Bentuk perdagangan terbaru yang kian memudahkan penggunanya kini ialah *e-commerce*. Makhluk apa sesungguhnya *e-commerce* itu, bagaimana ia dapat mempermudah penggunanya, serta peran pentingnya akan dibahas dalam tulisan ini.

◆ Pengertian E-Commerce

Electronic Commerce (Perniagaan Elektronik), sebagai bagian dari *Electronic Business* (bisnis yang dilakukan dengan menggunakan *electronic transmission*), oleh para ahli dan pelaku bisnis dicoba dirumuskan definisinya. Secara umum *e-commerce* dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan/perniagaan barang atau jasa (*trade of goods and service*) dengan menggunakan media elektronik. Jelas, selain dari yang telah disebutkan di atas, bahwa kegiatan perniagaan tersebut merupakan bagian dari kegiatan bisnis. Kesimpulannya, "*e-commerce is a part of e-business*".

Media elektronik yang dibicarakan di dalam tulisan ini untuk sementara hanya difokuskan dalam hal penggunaan media internet. Pasalnya, penggunaan internetlah yang saat ini paling populer digunakan oleh banyak orang, selain merupakan hal yang bisa dikategorikan sebagai hal yang sedang 'booming'. Perlu digarisbawahi, dengan adanya perkembangan teknologi di masa mendatang, terbuka kemungkinan adanya penggunaan media jaringan lain selain internet dalam *e-commerce*. Jadi pemikiran kita jangan hanya terpaku pada penggunaan media internet belaka.

Penggunaan internet dipilih oleh kebanyakan orang sekarang ini karena kemudahan-kemudahan yang dimiliki oleh jaringan internet, yaitu:

1. Internet sebagai jaringan publik yang sangat besar (*huge/widespread network*), layaknya yang dimiliki suatu jaringan publik elektronik, yaitu murah, cepat dan kemudahan akses.
2. Menggunakan *electronic data* sebagai media penyampaian pesan/data sehingga dapat dilakukan pengiriman dan penerimaan informasi secara mudah dan ringkas, baik dalam bentuk data elektronik analog maupun digital.

Dari apa yang telah diuraikan di atas, dengan kata lain: di dalam *e-commerce*, para pihak yang melakukan kegiatan perdagangan/perniagaan hanya berhubungan melalui suatu jaringan publik (*public network*) yang dalam perkembangannya terakhir menggunakan media internet.

E-commerce adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *service providers* dan pedagang perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*komputer networks*) yaitu internet. Julian Ding dalam bukunya *E-commerce: Law & Practice*, mengemukakan bahwa *e-commerce* sebagai suatu konsep yang tidak dapat didefinisikan. *E-commerce* memiliki arti yang berbeda bagi orang yang berbeda.¹

Sedangkan Onno W. Purbo dan Aang Wahyudi yang mengutip pendapatnya David Baum,² menyebutkan bahwa: "*e-commerce is a dynamic set of technologies, applications, and business processes that link enterprises, consumers, and communities through electronic transaction and the electronic exchange of goods, services, and information*". Bahwa *e-commerce* merupakan suatu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik.

E-commerce digunakan sebagai transaksi bisnis antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain, antara perusahaan dengan pelanggan (*customer*), atau antara perusahaan dengan institusi yang bergerak dalam pelayanan publik. Jika diklasifikasikan, *sistem e-commerce* terbagi menjadi tiga tipe aplikasi, yaitu:³

Electronic Markets (EMs). EMs adalah sebuah sarana yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk melakukan/menyajikan penawaran dalam sebuah segmen pasar, sehingga pembeli dapat membandingkan berbagai macam harga yang ditawarkan. Dalam pengertian lain, EMs adalah sebuah sistem informasi antar organisasi yang menyediakan fasilitas-fasilitas bagi para penjual dan pembeli untuk bertukar informasi tentang harga dan produk yang ditawarkan. Keuntungan fasilitas EMs bagi pelanggan adalah terlihat lebih nyata dan efisien dalam hal waktu. Sedangkan bagi penjual, ia dapat mendistribusikan informasi mengenai produk dan *service* yang ditawarkan dengan lebih cepat sehingga dapat menarik pelanggan lebih banyak.

¹ Sjahdeini, *Ibid*, hlm. 323.

² Purbo, Onno W., 2000. *Mengenal E-Commerce*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta, hlm. 2.

³ Nuryani, 2001. *E-Commerce*, dalam Berita Pajak No. 1438/Tahun XXXIII/1 Maret 2001, hlm. 30.

Electronic Data Interchange (EDI). EDI adalah sarana untuk mengefisienkan pertukaran data transaksi-transaksi reguler yang berulang dalam jumlah besar antara organisasi-organisasi komersial. Secara formal EDI didefinisikan oleh *International Data Exchange Association (IDEA)* sebagai "transfer data terstruktur dengan format standard yang telah disetujui yang dilakukan dari satu sistem komputer ke sistem komputer yang lain dengan menggunakan media elektronik". EDI sangat luas penggunaannya, biasanya digunakan oleh kelompok retail yang besar ketika melakukan bisnis dagang dengan para *supplier* mereka. EDI memiliki standarisasi pengkodean transaksi perdagangan, sehingga organisasi komersial tersebut dapat berkomunikasi secara langsung dari satu sistem komputer yang satu ke sistem komputer yang lain tanpa memerlukan *hardcopy*, faktur, serta terhindar dari penundaan, kesalahan yang tidak disengaja dalam penanganan berkas dan intervensi dari manusia. Keuntungan dalam menggunakan EDI adalah waktu pemesanan yang singkat, mengurangi biaya, mengurangi kesalahan, memperoleh respon yang cepat, pengiriman faktur yang cepat dan akurat serta pembayaran dapat dilakukan secara elektronik.

Internet Commerce. *Internet commerce* adalah penggunaan internet yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi untuk perdagangan. Kegiatan komersial ini seperti iklan dalam penjualan produk dan jasa. Transaksi yang dapat dilakukan di internet antara lain pemesanan/pembelian barang dimana barang akan dikirim melalui pos atau sarana lain setelah uang ditransfer ke rekening penjual. Penggunaan internet sebagai media pemasaran dan saluran penjualan terbukti mempunyai keuntungan antara lain untuk beberapa produk tertentu lebih sesuai ditawarkan melalui internet; harga lebih murah mengingat membuat situs di internet lebih murah biayanya dibandingkan dengan membuka outlet retail di berbagai tempat; internet merupakan media promosi perusahaan dan produk yang paling tepat dengan harga yang relatif lebih murah; serta pembelian melalui internet akan diikuti dengan layanan pengantaran barang sampai di tempat pemesan.

♣ Karakteristik E-Commerce

Berbeda dengan transaksi perdagangan biasa, transaksi *e-commerce* memiliki beberapa karakteristik yang sangat khusus, yaitu:⁴

- a. **Transaksi tanpa batas:** Sebelum era internet, batas-batas geografi menjadi penghalang suatu perusahaan atau individu yang ingin *go-international*. Sehingga, hanya perusahaan atau individu dengan modal besar yang dapat memasarkan produknya ke luar negeri. Dewasa ini dengan internet pengusaha kecil dan menengah dapat memasarkan produknya secara

⁴ Sakti, Nufansa Wira. 2001, *Perpajakan Dalam E-Commerce, Belajar Dari Jepang*, dalam Berita Pajak No. 1443/Tahun XXXIII/15 Mei 2001, hlm. 35.

internasional cukup dengan membuat situs web atau dengan memasang iklan di situs-situs internet tanpa batas waktu (24 jam), dan tentu saja pelanggan dari seluruh dunia dapat mengakses situs tersebut dan melakukan transaksi secara *on line*.

- b. **Transaksi anonim:** Para penjual dan pembeli dalam transaksi melalui internet tidak harus bertemu muka satu sama lainnya. Penjual tidak memerlukan nama dari pembeli sepanjang mengenai pembayarannya telah diotorisasi oleh penyedia sistem pembayaran yang ditentukan, yang biasanya dengan kartu kredit.
- c. **Produk digital dan non digital:** Produk-produk digital seperti software komputer, musik dan produk lain yang bersifat digital dapat dipasarkan melalui internet dengan cara mendownload secara elektronik. Dalam perkembangannya obyek yang ditawarkan melalui internet juga meliputi barang-barang kebutuhan hidup lainnya.
- d. **Produk barang tak berwujud:** Banyak perusahaan yang bergerak di bidang *e-commerce* dengan menawarkan barang tak berwujud seperti data, software dan ide-ide yang dijual melalui internet.

Implementasi *e-commerce* pada dunia industri yang penerapannya semakin lama semakin luas tidak hanya mengubah suasana kompetisi menjadi semakin dinamis dan global, namun telah membentuk suatu masyarakat tersendiri yang dinamakan Komunitas Bisnis Elektronik (*Electronic Business Community*). Komunitas ini memanfaatkan *cyberspace* sebagai tempat bertemu, berkomunikasi, dan berkoordinasi ini secara intens memanfaatkan media dan infrastruktur telekomunikasi dan teknologi informasi dalam menjalankan kegiatannya sehari-hari. Seperti halnya pada masyarakat tradisional, pertemuan antara berbagai pihak dengan beragam kepentingan secara natural telah membentuk sebuah pasar tersendiri tempat bertemunya permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*). Transaksi yang terjadi antara *demand* dan *supply* dapat dengan mudah dilakukan walaupun yang bersangkutan berada dalam sisi geografis yang berbeda karena kemajuan dan perkembangan teknologi informasi, yang dalam hal ini adalah teknologi *e-commerce*.⁵

Secara umum *e-commerce* dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis yaitu *Business to Business* (B2B) dan *Business to Consumer* (B2C).⁶ *Business to Business* (B2B) adalah sistem komunikasi bisnis *on line* antar pelaku bisnis, sedangkan *Business to Consumer* (B2C) merupakan mekanisme toko online (*electronic shopping mall*), yaitu transaksi antara *e-merchant* dengan *e-customer*. Dalam *Business to Business* pada umumnya transaksi dilakukan oleh para *trading partners* yang sudah

⁵ Indrajit, Richardus Eko, 2001, *Manajemen Sistem Informasi dan Teknologi Informasi*, Elex Media Komputindo, Jakarta, hlm. 259.

⁶ Purbo, Onno W., dan Aang Arif Wahyu, *Opcit*, 4.

saling kenal dengan format data yang telah disepakati bersama. Sedangkan dalam *Business to Customer* sifatnya terbuka untuk publik, sehingga setiap individu dapat mengaksesnya melalui suatu *web server*. Dalam kajian ini, untuk selanjutnya yang akan dibahas adalah *Business to Customer*.

♥ Mekanisme E-Commerce

Transaksi elektronik antara *e-merchant* (pihak yang menawarkan barang atau jasa melalui internet) dengan *e-customer*, (pihak yang membeli barang atau jasa melalui internet) yang terjadi di dunia maya atau di internet pada umumnya berlangsung secara *paperless transaction*, sedangkan dokumen yang digunakan dalam transaksi tersebut bukanlah *paper document*, melainkan dokumen elektronik (*digital document*).

Kontrak *on line* dalam *e-commerce* menurut Santiago Cavanillas dan A. Martinez Nadal, seperti yang dikutip oleh Arsyad Sanusi memiliki banyak tipe dan variasi yaitu:⁷

- a. Kontrak melalui *chatting* dan *video conference*;
- b. Kontrak melalui e-mail;
- c. Kontrak melalui web atau situs.

Chatting dan Video Conference adalah alat komunikasi yang disediakan oleh internet yang biasa digunakan untuk dialog interaktif secara langsung. Dengan *chatting* seseorang dapat berkomunikasi secara langsung dengan orang lain persis seperti telepon, hanya saja komunikasi lewat *chatting* ini adalah tulisan atau pernyataan yang terbaca pada komputer masing-masing. Sesuai dengan namanya, *video conference* adalah alat untuk berbicara dengan beberapa pihak dengan melihat gambar dan mendengar suara secara langsung pihak yang dihubungi dengan alat ini. Dengan demikian melakukan kontrak dengan menggunakan jasa *chatting* dan *video conference* ini dapat dilakukan secara langsung antara beberapa pihak dengan menggunakan sarana komputer atau monitor televisi.

Kontrak melalui **e-mail** adalah salah satu kontrak *on line* yang sangat populer karena pengguna *e-mail* saat ini sangat banyak dan mendunia dengan biaya yang sangat murah dan waktu yang efisien. Untuk memperoleh alamat *e-mail* dapat dilakukan dengan cara mendaftarkan diri kepada penyedia layanan *e-mail* gratis atau dengan mendaftarkan diri sebagai *subscriber* pada *server* atau ISP tertentu. Kontrak *e-mail* dapat berupa penawaran yang dikirimkan kepada seseorang atau

⁷ Sanusi, Arsyad M., 2001, *E-Commerce, Hukum dan Solusinya*, PT Mizan Grafika Sarana, Jakarta, hlm. 64.

kepada banyak orang yang tergabung dalam sebuah *mailing list*, serta penerimaan dan pemberitahuan penerimaan yang seluruhnya dikirimkan melalui *e-mail*. Di samping itu kontrak *e-mail* dapat dilakukan dengan penawaran barangnya diberikan melalui *situs web* yang memposting penawarannya, sedangkan penerimaannya dilakukan melalui *e-mail*.

Kontrak melalui **web** dapat dilakukan dengan cara *situs web* seorang *supplier* (baik yang berlokasi di *server supplier* maupun diletakkan pada *server* pihak ketiga) memiliki diskripsi produk atau jasa dan satu seri halaman yang bersifat *self-contraction*, yaitu dapat digunakan untuk membuat kontrak sendiri, yang memungkinkan pengunjung web untuk memesan produk atau jasa tersebut. Para *konsumen* harus menyediakan informasi personal dan harus menyertakan nomor kartu kredit.

Selanjutnya, mekanismenya adalah sebagai berikut:

- untuk produk *on line* yang berupa *software*, pembeli diizinkan untuk *download*-nya;
- untuk produk yang berwujud fisik, pengiriman barang dilakukan sampai di rumah *konsumen*;
- untuk pembelian jasa, *supplier* menyediakan untuk melayani konsumen sesuai dengan waktu dan tempat yang telah ditentukan dalam perjanjian.

Mekanisme transaksi elektronik dengan *e-commerce* dimulai dengan adanya penawaran suatu produk tertentu oleh penjual (misalnya bertempat kedudukan di USA) di suatu *website* melalui server yang berada di Indonesia (misalnya *detik.com*). Apabila konsumen Indonesia melakukan pembelian, maka konsumen tersebut akan mengisi *order mail* yang telah disediakan oleh pihak penjual. Selanjutnya cara pembayaran yang dapat dilakukan oleh konsumen tersebut dapat memilih dengan:

- a. transaksi model ATM;
- b. pembayaran langsung antara dua pihak yang bertransaksi tanpa perantara;
- c. dengan perantara pihak ketiga;
- d. dengan *micropayment*, dan
- e. dengan *Anonymous Digital Cash*.

Dewasa ini lembaga-lembaga pembiayaan, seperti *Visa* dan *Mastercard*, telah mengembangkan sistem pembayaran dengan *Secure Electronic Transaction* (SET). Dengan sistem ini transaksi akan melibatkan lembaga CA (Certificate of Authenticity) dan *payment gateway*. Uraian mengenai hal ini selanjutnya akan dibahas pada bagian terakhir bahasan Hukum dan Cyberlaw. Tetapi pada intinya mekanisme pembayaran dengan menggunakan SET ini melibatkan beberapa pihak yaitu:

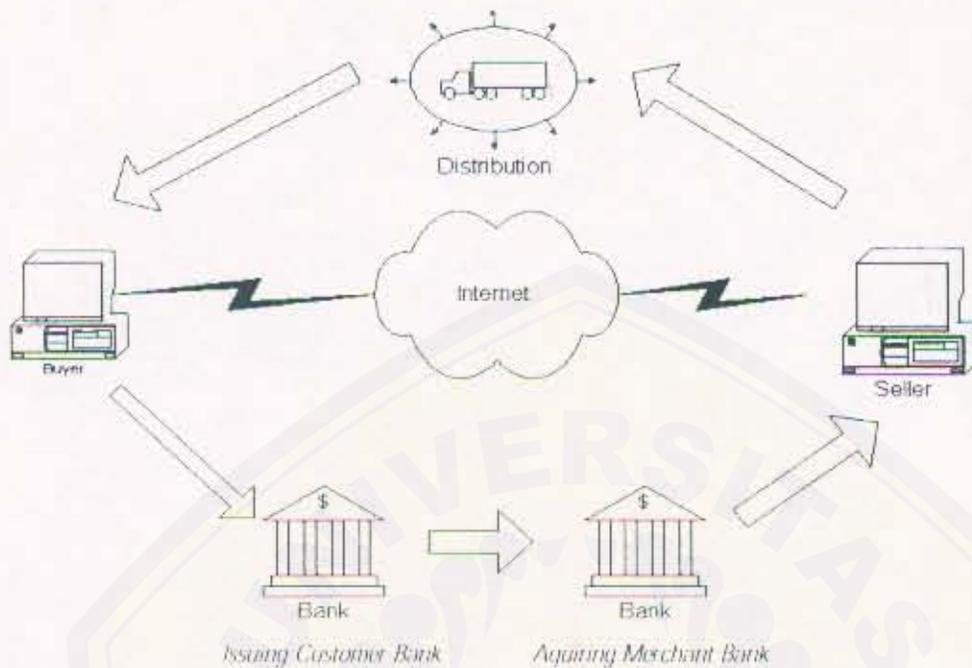
- a. *issuer*, yaitu institusi financial yang mengeluarkan kartu bank;
- b. *cardholder*, yaitu konsumen yang telah terdaftar di *issuer*;
- c. *merchant*, yaitu penjual barang atau jasa atau informasi;
- d. *acquirer*, yaitu institusi financial yang menyediakan pelayanan untuk memproses transaksi kartu bank;
- e. *CA*, yaitu lembaga yang memiliki otoritas untuk mengeluarkan sertifikat digital.

Apabila proses pembayaran tersebut telah diotorisasi, maka proses selanjutnya adalah pengiriman barang. Cara pengiriman barang tersebut disesuaikan dengan macam produk yang diperdagangkan. Untuk produk yang berupa barang-barang berwujud, maka pengirimannya dilakukan melalui pengiriman biasa, sedangkan untuk barang-barang tak berwujud seperti jasa, *software* atau produk digital lainnya maka pengirimannya melalui proses *download*.

Dalam proses terjadinya transaksi *e-commerce*, menurut Julian Ding sebagaimana dikutip oleh Marian Darus Badruzaman menentukan bahwa: "*A contract is a struck when two or more persons agree to a certain course of conduct*". Maksudnya, kontrak adalah sebagai pertemuan dalam dua atau lebih pihak setuju melakukan tindakan tertentu, sehingga pada saat itulah kesepakatan tercapai.⁶

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut di atas, maka secara umum mekanisme transaksi elektronik melalui *e-commerce* dapat digambarkan sebagai berikut:

⁶ Badruzaman, Mariam Darus, 2000, *Aspek Keperdataan Dari E-Commerce*, Makalah dalam Seminar Untuk Pembukaan Kantor Cabang Law Firm of Remy & Darus, Surabaya 6 September 2000, hlm. 11.



Berdasarkan gambar di atas maka tahapan dalam transaksi elektronik melalui *e-commerce* dapat diurutkan sebagai berikut:

- E-customer* dan *e-merchant* bertemu dalam dunia maya melalui server yang disewa dari *Internet Server Provider (ISP)* oleh *e-merchant*.
- Transaksi melalui *e-commerce* disertai *term of use* dan *sales term condition* atau klausula standar, yang pada umumnya *e-merchant* telah meletakkan klausula kesepakatan pada *website*-nya, sedangkan *e-customer* jika berminat tinggal memilih tombol *accept* atau menerima.
- Penerimaan *e-customer* melalui mekanisme "klik" tersebut sebagai perwujudan dari kesepakatan yang tentunya mengikat pihak *e-merchant*.
- Pada saat kedua belah pihak mencapai kesepakatan, kemudian diikuti dengan proses pembayaran, yang melibatkan dua bank perantara dari masing-masing pihak yaitu *acquiring merchant bank* dan *issuing customer bank*. Prosedurnya *e-customer* memerintahkan kepada *issuing customer bank* untuk dan atas nama *e-customer* melakukan sejumlah pembayaran atas harga barang kepada *acquiring merchant bank* yang ditujukan kepada *e-merchant*.
- Setelah proses pembayaran selesai kemudian diikuti dengan proses pemenuhan prestasi oleh pihak *e-merchant* berupa pengiriman barang sesuai dengan kesepakatan mengenai saat penyerahan dan spesifikasi barang.

>Minggu, 9 Juli 2000

Tantangan Hukum Atas Aktivitas Internet

MUNGKIN ungkapan Latin yang mengatakan *tempora mutantur, nos et mutamur in illis* (artinya zaman berubah dan kita juga berubah bersamanya) sangat relevan dalam era teknologi informasi global ini. Perkembangan teknologi komputer yang kian canggih memang telah memungkinkan para pemakai jasa komputer lewat internet dapat berkomunikasi atau berinteraksi secara global.

Di Indonesia, statistik menunjukkan bahwa transaksi bisnis elektronik atau *electronic commerce* kian meningkat bahkan dapat dikatakan sudah menjadi kebutuhan. Sampai tahun 2000 ini saja, pengguna jasa internet service provider (ISP) diperkirakan tumbuh sampai 400 persen dengan jumlah 1,5 juta orang.

Prinsip-prinsip dasar dari aktivitas elektronik melalui internet adalah transparansi, yaitu adanya keterbukaan dan kejelasan dalam setiap interaksi internet, keandalan (*betrouwbaarheid*) dengan informasi yang dapat dipercaya, serta kebebasan dimana para pelaku bisnis, konsumen ataupun pribadi dapat secara bebas mengakses atau bertransaksi tanpa adanya hambatan, kesulitan ataupun tekanan dalam bentuk apa pun.

Jadi teknologi komputer dan informasi telah memberikan kebebasan siber (*cyberliberty*) pada komunitas global. *Cyberliberty* ini bisa di bidang niaga (*commercial cyberliberty*) maupun perdata (*civil cyberliberty*).

E-commerce kini sudah mencakup segala hal: perdagangan, perbankan, pasar modal, asuransi, penerbangan, industri pariwisata, dan dengan nilai lebih: cepat, mudah, canggih, dan dapat dilakukan secara global tanpa batasan tempat dan waktu. Benar-benar suatu pasar di komputer.

Dengan *e-commerce*, transaksi barang atau jasa kini lebih praktis karena tidak perlu lagi kertas dan pena, tidak perlu lagi kontak *face-to-face*. Ia menjadi murah karena bersaing bebas dan dapat dilakukan setiap saat.

CIVIL cyberliberty atau kebebasan siber di bidang perdata memungkinkan komunitas global berkomunikasi (misalnya *chatting/ngobrol*), memiliki akses terhadap informasi serta ambil bagian dalam aktivitas atau interaksi internet lainnya sebagai ajang pertukaran pikiran, informasi, pengalaman dan pengetahuan. Internet adalah media komunikasi dan arsip global (*the global archive*) dalam sebuah perkampungan global (*the global village*).

Sayangnya, di Indonesia perkembangan teknologi komputer dan informasi serta perkembangan bisnis lewat internet atau *e-commerce* belum diikuti pengaturan hukum yang memadai dalam perangkat perundang-undangan.

Perundang-undangan yang ada seperti hukum kontrak (KUHPerdata) dan hukum dagang (KUHD) tidak lagi memadai untuk mengatur aktivitas-aktivitas internet, termasuk *e-commerce*. Untuk itu diperlukan adanya legislasi semata-mata demi kepastian hukum.

Masalah-masalah hukum muncul di bidang hukum kontrak dan dagang sehubungan dengan transaksi elektronik ini, seperti kapan saat sebuah kontrak ditutup (*tijdstip van sluiting van het contract*), keabsahan dokumen dan catatan elektronik tanpa tanda tangan, serta apakah obyek transaksi selain barang bergerak dan/atau jasa bisa juga mengenai barang tidak bergerak dan hak atas kekayaan intelektual seperti paten, merek dan hak cipta.

Masalah hukum lain adalah bagaimana peralihan hak (*levering* atau *transfer of title*) dilaksanakan, tuntutan hukum sehubungan dengan adanya wanprestasi/cedera janji (misalnya pembayaran dalam *e-commerce* dilakukan dengan kartu kredit curian atau barang yang diperjanjikan tidak sebagaimana yang dimaksudkan).

Pertanggungjawaban dari network service provider selaku perantara (*aansprakelijkheid van tussenpersonen*) serta hukum dan forum pengadilan mana yang berwenang dalam penyelesaian kasus-kasus yang timbul, juga perlu diatur.

BEBERAPA negara seperti di Amerika Serikat, sudah ada Uniform Computer Information Transactions Act dan Uniform Electronic Transactions Act. Demikian juga Negeri Belanda telah mengatur *e-commerce* dengan apa yang disebut de Code of Conduct voor Elektronisch Zakendoen.

Singapura telah memiliki Electronic Transaction Act dan the National Computer Board Act. Di tingkat Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), badan dunia ini juga telah mengeluarkan UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce.

Masyarakat Eropa (melalui Parlemen dan Dewan Uni Eropa) telah pula menerbitkan Richtlijn (garis arahan) bagi negara-negara anggota dalam mengatasi persoalan mengenai kapan sebuah kontrak dalam *e-commerce* secara hukum mengikat.

Richtlijn tersebut mengharuskan adanya sistem 3 klik dalam sebuah kontrak dalam *e-commerce*. Klik pertama, calon pembeli melihat tampilan penawaran dalam layar komputer. Klik kedua mengharuskan calon pembeli untuk merespon dengan penerimaan atas tawaran tersebut. Klik ketiga mensyaratkan adanya persetujuan dari penjual atas adanya penerimaan dari calon pembeli.

Meskipun pada dasarnya interaksi internet bersifat bebas (dengan adanya *civil cyberliberty*) dan pribadi (*privacy*), namun kebebasan siber dalam aktivitas internet itu haruslah dilakukan sedemikian rupa sehingga tidak merugikan kepentingan umum atau konsumen, melanggar hak pribadi (*privacy*) orang lain, mengganggu keamanan nasional, mengancam integritas bangsa serta melanggar nilai dan norma kesusilaan (*decencies*) dan moralitas.

Cyberliberty dalam internet dapat dipakai sebagai media yang efektif untuk melancarkan ancaman internet (*cyberthreat*), teror internet (*cyberterrorism*) serta pengintaian internet (*cyberstalking*). *Cyberliberty* juga memudahkan orang melakukan kejahatan yang merusak moralitas, nilai dan norma kesusilaan, seperti perjudian, prostitusi, maupun pornografi.

KEJAHATAN korporasi, seperti di pasar modal lewat internet atau *e-commerce* juga pernah terjadi akan tetapi tidak mendapatkan sanksi hukum yang tegas. Misalnya, kejahatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan asing di bidang pertambangan, Bre-X Minerals.

Perusahaan itu secara aktif memberitahukan (*disclose*) kepada para calon investor lewat internet melalui situs Silicon Investor Web Site bahwa perusahaannya telah menemukan emas dalam jumlah besar dengan kualitas baik di daerah pertambangan Busang, Kalimantan. Akibat disclosure itu harga saham perusahaan melonjak drastis. Namun, setelah dilakukan penyelidikan terhadap jumlah dan kualitas emasnya, ternyata tidak demikian. Nilai saham pun jatuh.

Kejadian serupa juga dialami oleh PT Asuransi Lippo Life. Emiten dalam bidang asuransi mengeluarkan informasi (*disclosure*) bahwa perusahaan itu akan berubah nama menjadi PT Asuransi Lippo e-Net dan akan bergerak dalam bidang bisnis internet. Karuan saja nilai

saham terdongkrak dari Rp 450 per lembar menjadi Rp 950 per lembar, meski kemudian jatuh.

Oleh karena itu perangkat legislasi sangat diperlukan untuk mengatur transaksi-transaksi bisnis dan perdagangan lewat *e-commerce*.

Di satu sisi, pemerintah dan badan legislatif perlu mendukung pengaturan buat transaksi bisnis dan perdagangan lewat internet. Ini penting karena bisnis lewat internet berkaitan langsung dengan jalannya roda perekonomian.

Begitu juga para penegak hukum diharapkan mampu menegakkan hukum dan keadilan dalam hal terjadinya perselisihan hukum mengenai *e-commerce* dan dalam hal kejahatan siber (*cyber crime*), meskipun perangkat legislasi di bidang itu belum ada. *Due process of law* haruslah dilaksanakan dalam *cyber crime*. Perkembangan hukum melalui putusan-putusan hakim dalam *test case* haruslah dilakukan demi tegaknya supremasi hukum.

(**Barita Saragih**, hakim asisten Wakil Ketua Mahkamah Agung, kandidat doktor di *Leiden Universiteit, Belanda*)





Berselancar Keliling

EDITOR: PSIKOLOGI CYBER BERSELANCAR KELILING PANCRAMA BISNIS KEGANANGAN DESAIN ULASAN PRODUK

Commerce Net Indonesia

yang sudah saatnya e-commerce di Indonesia harus dikembangkan lebih lanjut. Commerce Net Indonesia - yang beralamat di <http://isp.commerce.net.id/> - tampaknya berusaha mengambil peran penting dalam hal ini, sebagai Commerce Provider (CSP) pertama di Indonesia. Untuk itu, merupakan suatu langkah tepat, Commerce Net Indonesia bekerjasama dengan lembaga-lembaga yang berkaitan dengan e-commerce, yaitu PT Telkom dan Bank International Indonesia sebagai institusi finansial.

Yang diharapkan kualitas yang maksimal masih belum terdapat di sini bagi Commerce Net Indonesia. Apalagi CSP yang masih terbilang baru, sehingga masih banyak yang harus dibenahi, terutama dalam meningkatkan jumlah anggota. Sejauh ini ada 7 situs yang menjadi anggota Commerce Net Indonesia, yaitu Plasa.com, Interactive.com, 2000, Officeland, Kompas Cyber Media, Mizan Online (belum aktif), Telecommunication Mall (belum aktif) dan Trikonsel (belum aktif) - minimal terlihat dari menu *Our Customers*.



apa yang sebenarnya ditawarkan dari Commerce Net Indonesia?

Yang ditawarkan mereka menawarkan kemudahan dalam melakukan jual beli di internet, yang diharapkan dari suatu e-commerce. Salah satu keuntungan yang ditawarkan dari sebuah e-commerce lokal adalah masalah jarak secara fisik. Walaupun di internet dunia hanya sebesar "layar monitor" saja, namun jarak fisik tetap berpengaruh pada e-commerce, terutama sekali dalam hal waktu pengiriman dan ongkos pengiriman, terutama penjualan produk-produk fisik. Dengan kata lain, tidak ada yang mau membeli karangan bunga dari sebuah e-commerce yang kedudukannya di Amerika Serikat, sekalipun cara pembeliannya mudah sekali.

Mungkin masih ada orang yang pesimis perihal e-commerce di Indonesia. Untuk itu, Commerce Net Indonesia telah melampirkan sebuah artikel yang menarik dan berguna untuk mengerti sejauh mana e-commerce bermanfaat bagi kalangan bisnis di Indonesia.

Salah satu keuntungan dari jarak secara fisik, sistem keanggotaan untuk konsumen pada Commerce Net Indonesia memberikan keuntungan tersendiri. Biasanya setiap kali kita melakukan transaksi pada suatu situs e-commerce, kita dibebani untuk mengisi formulir yang meminta keterangan pribadi kita dan keterangan kartu kredit kita yang berguna sebagai alat pembayaran. Apabila kita melakukan transaksi secara berulang-ulang dari berbagai situs yang berbeda, maka kita harus mengulang-ulang proses yang sama. Dengan sistem keanggotaan pada Commerce Net Indonesia, proses tersebut itu dipotong sehingga lebih singkat. Tentu saja hal ini berlaku hanya pada situs-situs anggota Commerce Net Indonesia.

Salah satu hal yang menarik, yang sebenarnya bisa memberikan keuntungan secara finansial, yaitu fasilitas shopping bag (kantong belanja) atau mungkin dapat dipamakan seperti kereta dorong di supermarket untuk menaruh barang-barang yang kita akan beli. Dengan fasilitas ini, kita tidak perlu melakukan transaksi untuk barang-barang yang kita beli, melainkan kita dapat mengumpulkan semua yang akan kita beli, lalu melakukan transaksi untuk semuanya pada saat terakhir. Di satu sisi, tujuan itulah fasilitas shopping bag diadakan, paling tidak untuk sementara

akhirnya melihat CSP yang memakai kata "Indonesia", saya mempunyai harapan

g jauh lebih tinggi daripada itu. Sebagai CSP yang beranggotakan lebih dari satu mall (pusat perbelanjaan melalui jalur internet), fasilitas shopping bag bisa ditingkatkan lagi. Saya mencoba melakukan transaksi "bohong-bohongan" untuk melihat kualitas transaksi yang bisa dilakukan. Pertama, mendaftar sebagai konsumen di Commerce Net Indonesia. Kemudian, saya mencoba berkunjung salah satu situs yaitu Interactive Mall 2000, untuk membeli suatu barang. Saya taruh barang tersebut di shopping bag. Saya lihat sebentar shopping bag, ternyata barang yang akan saya beli ada di sana. Kemudian saya pindah ke situs lain (belum melakukan transaksi), saya menaruh suatu barang lain di shopping bag lagi. Dan ketika saya melihat ke dalam shopping bag, saya temukan hanya ada satu barang saja, yaitu barang terakhir yang saya masukkan. Barang yang saya letakkan sebelumnya ternyata sudah tidak ada di dalam shopping bag saya.

ternyata tampaknya fasilitas shopping bag ini hanya berlaku pada satu situs saja. Padahal bagi orang yang senang belanja atau suka berjalan-jalan di mall, kemungkinan besar akan aktif berpindah dari satu situs ke situs yang lain, baik untuk sekedar melihat-lihat atau memang berencana hendak berbelanja namun masih ragu-ragu. Fasilitas shopping bag mestinya mengakomodir hal itu.

Saya tidak tahu apakah hal itu pernah dilakukan atau tidak. Namun kalau ini bisa diakomodir oleh Commerce Net Indonesia atau CSP lain, akan memberikan sesuatu yang memuaskan konsumen. Karena seperti yang dikatakan oleh rekan saya, bahwa masyarakat di internet adalah fast moving community, di mana segala sesuatunya dikerjakan dengan cepat. Kalau tidak terdapat dukungan terhadap kecepatan dan kemudahan, hanya mengandalkan pada transaksi saja, bukanlah hal yang baru dalam e-commerce atau bahkan kita agak mundur ke belakang dalam e-commerce.

Ada satu kendala lain yang muncul selama saya berjalan-jalan di area Commerce Net Indonesia. Saya masih menemukan bahwa ada situs-situs yang agak mundur ke belakang. Misalnya, kalau kita ingin tahu tentang informasi lebih lanjut atau mengenai harga suatu barang, mereka mempersilahkan menghubungi via telepon (jika ada). Benar kita mempunyai keuntungan dari segi jarak, akan tetapi kalau kita masih juga mengandalkan telepon untuk lalu lintas informasi, lantas apa bedanya dengan memasang iklan di koran dan di majalah? Untuk kepentingan seperti ini, saya rasa tidak diperlukan situs untuk mempromosikan produk. Cukup digunakan banner

dan kata lain, masih ada situs-situs yang belum memaksimalkan kemampuan internet dalam melakukan transaksi dan komunikasi. Memang sangat disayangkan, meskipun saya sendiri berusaha mengerti mengapa hal itu terjadi. Apakah karena keterbatasan dana untuk membiayai suatu situs? Atau karena hal ini disengaja untuk menjaga rahasia dari toko lain mengenai harga (-hah?!)? Atau belum ada orang yang bersedia menjadi webmaster-nya? Banyak kemungkinan.

sekali lagi, sebagai Commerce Service Provider yang relatif baru, masih banyak pekerjaan rumah yang harus dilakukan, harus memperbanyak "toko", meningkatkan kualitas pelayanan dan sebagainya. Tapi secara pribadi, saya sendiri mempunyai harapan yang besar, bahwa Commerce Net Indonesia bisa menjadi perintis yang membawa prospek yang lebih cerah bagi e-commerce di Indonesia. Minimal saya berharap pada ungkapan yang ditulis dalam misi Commerce Net Indonesia, "memfasilitasi usaha kecil dan menengah", yang merupakan tema yang paling saya sukai saat ini, terutama pada saat Indonesia gonjang-ganjing akibat banyak kejadian krisis yang mencemaskan. Siapa yang tidak ingin negaranya maju, iya kan?

Orasi Ilmiah

Peranan Teknologi Informasi dalam Pengembangan E-Commerce

Oleh : DR.Ing. M.Sukrisno Mardiyanto

I. Pendahuluan

Millenium ke Tiga baru saja kita masuki. Dalam Millenium baru ini kehidupan manusia semakin bergantung kepada teknologi, satu di antaranya adalah Teknologi Informasi yang didukung oleh perkembangan teknologi elektronik dan telekomunikasi. Suatu kenyataan - bukan lagi impian - bahwa dalam kehidupan keseharian kita, secara sadar atau tidak, selama ini kita telah memanfaatkan layanan jasa yang berbasis Teknologi Informasi tersebut dalam berbagai bentuk kegiatan.

Sebagai contoh dalam pelayanan jasa Perbankan, hampir seluruh Bank telah menyediakan jasa transaksi elektronis. Melalui mesin ATM (Automatic Teller Machine) yang aktif selama 24 jam dan 7 hari dalam satu minggu, transaksi keuangan dilakukan secara cepat dan mudah. Hampir seperti bunyi sebuah iklan : "Kapan saja dan dimana saja" transaksi dapat dilakukan. Demikian pula pada aktivitas belanja sehari-hari. Kegiatan ini dipermudah dengan pembayaran melalui media elektronis, seperti penggunaan kartu kredit maupun kartu debit, merupakan suatu hal yang biasa. Dan dalam waktu dekat kita mungkin sudah dapat memanfaatkan uang elektronis (electronic money) untuk berbelanja di pusat-pusat perbelanjaan modern.

Dalam dunia perdagangan global saat ini, transaksi elektronis adalah suatu hal yang tidak mungkin terhindarkan. Electronic Commerce (E-Commerce) adalah suatu contoh produk dari kemajuan Teknologi Informasi, dimana transaksi bisnis tidak lagi dilakukan secara konvensional, yang mengharuskan pembeli berinteraksi langsung dengan penjual (secara fisik) atau adanya keharusan menggunakan uang tunai (cash). Tetapi penjual diwakili oleh suatu sistem yang melayani pembeli secara online dengan melalui media jaringan komputer. Dalam melakukan transaksi, pembeli "berhadapan" dan berkomunikasi dengan sistem yang "mewakili" penjual. Sudah barang tentu, E-Commerce ini membutuhkan sistem yang mampu menjamin keamanan transaksi tersebut.

Era Perdagangan Global membutuhkan dukungan Digital Economy yang tercermin dengan lahirnya aktivitas perdagangan secara elektronis (Electronic trading), dalam berbagai bentuk kegiatan seperti : perdagangan retail, pelepasan barang, penawaran jasa, dan sebagainya. Sebagai konsekwensinya, toko tradisional digantikan oleh toko elektronis yang dikenal dengan nama : Cyberstore, Virtual Store, Digital Market, Electronic Mall, dan sebagainya.

Pertumbuhan Digital economy ini tentunya memberikan dampak positif maupun negatif terhadap kehidupan ekonomi global yang tidak lagi mengenal batas teritorial suatu negara.

II. E-Commerce dan arah perkembangannya.

Perkembangan E-Commerce tidak terlepas dari kemajuan Teknologi Informasi. Tanpa adanya media komunikasi digital, perdagangan elektronis mustahil untuk diwujudkan. Perkembangan teknologi Komunikasi data dan Jaringan Komputer, yang didukung oleh kemajuan teknologi Telekomunikasi (antara lain Komunikasi Satelit), memungkinkan pertukaran data elektronis dan pemrosesan informasi / data secara cepat dan handal.

Sebagai contoh adalah perkembangan jaringan Internet, yang sekarang telah menjangkau hampir seluruh negara di dunia. Pertumbuhan jaringan Internet tergambar dari jumlah pengguna jaringan yang dari tahun ke tahun naik secara eksponensial. Pada tahun 1995, jumlah pengguna masih di bawah angka 1 juta. Dalam kurun waktu 4 tahun (pada awal tahun 1999) jumlah pelanggan menjadi sekitar 5 juta. Dan diperkirakan pada tahun 2002, jumlah pengguna Internet akan mencapai angka di atas 30 juta pelanggan. Pemicu pertumbuhan pengguna Internet adalah perluasan jangkauan jaringan, penambahan jenis layanan dan peningkatan jumlah situs WEB (WEB site) yang menyediakan berbagai jenis layanan tersebut. Salah satu contoh jenis layanan adalah perdagangan buku melalui Internet yang dirintis oleh Amazon.com (situs //www.amazon.com/)

Awal perdagangan digital atau E-commerce ditandai dengan berdirinya sejumlah "perusahaan elektronis" (E-company). Sebuah perusahaan elektronis tidak membutuhkan etalase untuk memajang dagangannya, tetapi cukup menayangkan gambar dan spesifikasi produk/barang dagangannya secara online melalui layar komputer yang terhubung ke Internet. Pembeli dapat memilih barang yang akan dibelinya dan menyimpannya pada "keranjang belanja maya", kemudian membayar secara elektronis dengan memberikan otorisasi pembayaran kartu kredit. Untuk menjamin keamanan transaksi, sejumlah prosedur otentikasi (authentication) dapat dilakukan oleh pembeli, guna menghindari pemalsuan jati diri si pembeli oleh orang

yang tidak berhak. Selanjutnya barang yang dibeli akan dikirim ke alamat si pembeli dengan bantuan jasa ekspedisi (freight forwarder) atau melalui pos.

Salah satu "perusahaan elektronis" yang merintis E-Commerce adalah Amazon.com yang didirikan pada tahun 1994, oleh pendirinya : Jeff Bezos, seorang sarjana Ilmu Komputer.

Dalam kurun waktu lima tahun, Amazon.com telah tumbuh pesat dan memperluas bidang bisnis-nya dengan meng-akuisisi beberapa E-company saingannya, antara lain : Drugstore.com, HomeGrocer.com, Gear.com. Jumlah pelanggan Amazon.com diperkirakan telah mencapai 12 juta E-shopper, dengan jumlah barang yang dijual sekitar 19 juta item barang. Proyeksi omset penjualan Amazon.com pada tahun ini adalah US\$ 1,4 milyar.

Perusahaan elektronis lainnya yang bergerak di bidang perdagangan sejemis adalah AOL (America Online), yang juga belum lama ini melakukan merger dengan perusahaan Time Warner.

11. E-Commerce : aspek pendukung, komponen dan lingkungannya.

3.1. Aspek pendukung E-Commerce.

Guna menjalankan bisnis elektronis, dibutuhkan aspek-aspek pendukung yang tidak persis sama dengan bisnis yang konvensional, olehkarena pembeli tidak secara langsung berinteraksi dengan penjual. Beberapa aspek yang penting untuk diperhatikan adalah :

- Aspek Hukum (Legal) : Hukum yang mengatur proses bisnis pada E-Commerce untuk melindungi hak pembeli dan perusahaan penjual, misalnya untuk menyatakan bahwa suatu transaksi dinyatakan sah atau tidak
- Aspek Etika Bisnis Elektronis : Kode etik yang harus dita'ati oleh perusahaan dalam kaitan dengan hubungan antar perusahaan elektronis ataupun antara perusahaan dengan pelanggan (misalnya tentang kerahasiaan identitas pelanggan).
- Aspek Teknologi : yang berkaitan dengan teknologi pendukung E-Commerce, baik perangkat keras (hardware), maupun perangkat lunak (software) yang handal (reliable) dan aman (secure).
- Aspek Ekonomi Global, untuk digunakan sebagai landasan yang berlaku universal di semua negara bagi para pelaku E-Commerce.

Keseluruhan aspek tersebut perlu dikaji secara mendalam dan dipersiapkan dengan baik untuk mendukung perkembangan E-Commerce.

3.2 Komponen E-Commerce

Ditinjau dari sisi Teknologi Informasi, kegiatan E-Commerce harus didukung oleh komponen-komponen perangkat keras (hardware) dan perangkat lunak (software) yang membangun :

- Situs WEB : merupakan sebuah sistem komputer yang bertindak sebagai server bagi transaksi bisnis dan dilengkapi sistem basis data untuk Datawarehouse.
- Jaringan komunikasi data (jaringan komputer) : sebagai media lalulintas data antara client (pembeli) dan server (situs WEB).
- Protokol komunikasi data : berupa kumpulan aturan komunikasi data yang mengendalikan pertukaran (pengiriman/penerimaan) data.
- Antarmuka pemakai (user interface) : pada sisi pengguna, sistem komputer client harus dilengkapi dengan perangkat lunak browser untuk mengakses data/informasi yang ada pada s.situs WEB (misal : Explorer, Netscape, ...).

Disamping komponen tersebut, tentu harus ada komponen lain yang mendukung dan mengendalikan kegiatan perdagangan, yakni :

- Manajemen perusahaan,
- Sistem pergudangan (product warehouse),
- Sistem distribusi barang, dan sebagainya.

3.3 Lingkungan E-Commerce.

Kegiatan E-Commerce membutuhkan dukungan lingkungan di luar perusahaan, baik untuk transaksi keuangan maupun untuk pengiriman barang. Seperti yang telah disinggung di atas, pembayaran dilakukan secara elektronis menggunakan jasa perbankan atau institusi finansial lainnya. Sedangkan

pengiriman barang melibatkan perusahaan ekspedisi barang (freight forwarder) yang memiliki jaringan luas atau jasa pos.

Dalam hal transaksi keuangan untuk pembayaran harga barang yang dibeli, perusahaan elektronik harus menggunakan jasa jaringan perbankan internasional, dimana pembayaran dilakukan dengan satu jenis mata uang yang disepakati sebagai alat pembayaran yang sah (dalam US\$ misalnya). Prosedur pembayaran tersebut tentu harus mengikuti aturan yang berlaku dalam sistem Perbankan Internasional.

Pengiriman barang dari gudang perusahaan ke tangan pembeli bukan suatu hal yang sederhana, karena pengiriman lintas negara harus mengikuti aturan bea-cukai di negara pengirim maupun penerima. Olehsebab itu jasa pengiriman barang ini menjadi sangat vital, karena membutuhkan jasa pengiriman yang cepat dan aman

IV. Peran Informatika dalam Pembangunan E-Commerce

Ditilik dari komponen pembangun E-Commerce, dimana hampir secara keseluruhan komponen E-Commerce dikendalikan oleh sistem komputer, maka sudah barang tentu peranan Informatika menjadi sangat penting..

Ilmu Ke-informatika-an yang dapat diterapkan meliputi rekayasa perangkat keras, rekayasa perangkat lunak, rekayasa sistem informasi dan rekayasa jaringan komputer/komunikasi data. Dalam hal ini, Informatikawan berperan mulai dari pembuatan landasan/konsep pembangunan E-Commerce sampai pada implementasi sistem, bahkan dalam pengoperasian dan perawatan sistemnya.

Dari uraian sebelumnya, telah tergambar dominasi peran Informatika dalam menjamin pelaksanaan transaksi E-Commerce yang tepat, cepat dan aman. Ketepatan dan kecepatan transaksi didukung oleh teknologi pemroses (CPU) yang berkapasitas besar dan berkecepatan tinggi (dalam waktu dekat akan mencapai 1 GHz). Disamping itu kemampuan grafis dan multimedia dari komputer memungkinkan penayangan gambar (video) yang berpresisi tinggi dan komunikasi suara (audio). Kemampuan tersebut sangat mendukung interaksi dengan pemakai. Peranan Informatikawan dalam kaitan ini adalah merancang sistem antar muka (user interface) yang mudah digunakan atau "user friendly".

Pencarian data/informasi produk yang dibutuhkan E-shopper harus didukung oleh "searching machine" (browser) yang handal, sehingga pembeli dapat dengan cepat memperoleh spesifikasi produk yang ia inginkan. Kecepatan transmisi data dalam hal ini menjadi sangat penting, olehkarena data yang dikirim bukan hanya teks tetapi juga berupa gambar ataupun suara. Teknik pemampatan data sangat membantu peningkatan kecepatan pengiriman data.

Dari segi keamanan transaksi, penggunaan sistem pengamanan jaringan dan protokol otentikasi (authentication protocol) dengan menggunakan sidik digital (digital signature) mutlak harus diterapkan untuk menghindari kemungkinan pemalsuan jatidiri pembeli dan penyalahgunaan kewenangan akses. Web site dapat dilindungi dengan sistem pengamanan jaringan, seperti firewall, dan sebagainya.

Jumlah data produk yang sangat besar membutuhkan penanganan tersendiri, sehingga dibutuhkan sistem manajemen data yang handal. Data warehousing adalah solusi yang tepat untuk diterapkan.

Di masa depan teknologi baru, seperti Virtual Reality, membuka peluang pengembangan E-Commerce yang lebih menggambarkan bentuk toko maya (Virtual Store) atau pusat perbelanjaan maya (Virtual Mall) dimana pembeli dapat merasakan suasana seperti berbelanja pada toko yang sesungguhnya.

V. Prospek E-Commerce di Indonesia.

Melihat kondisi perekonomian Indonesia pada sa'at ini, sulit untuk mengatakan seperti apa prospek E-Commerce di Indonesia. Akan tetapi untuk melihat ke depan secara optimis,

nyaan :

mana keabsahan suatu kontrak dan bentuk kontrak *e-commerce*, khususnya mengenai pembuktian dan tanda tangan digital (*digital signatur*)? Terimakasih

ban :

prinsipnya, menurut KUHPer, bentuk suatu perjanjian adalah bebas, tidak terikat pada bentuk tertentu. Namun, bila undang-undang menentukan syarat sahnya perjanjian seperti bila dibuat secara tertulis, atau bila perjanjian dibuat dengan akta notaris, perjanjian semacam itu memerlukan terpenuhinya kata sepakat terdapat kekecualian yang ditetapkan undang-undang pada formalitas-formalitas tertentu. Perjanjian semacam ini dikenal dengan perjanjian formil, bila formalitas-formalitas tersebut tidak dipenuhi, maka perjanjian tersebut akan terancam batal (seperti pendirian PT atau pengalihan hak atas tanah).

Untuk pengaturan *e-commerce* kita menerapkan KUHPer secara analogi, dimana terhadap ketentuan-ketentuan dari *e-commerce* diterapkan ketentuan dari Buku II tentang Hukum Perjanjian dan KUHPerdata. Dalam KUHPerdata ditentukan bahwa suatu persetujuan adalah sah apabila dibuat dengan bebas dan dengan mana suatu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih (ps.1313 KUHPer). Untuk sahnya suatu kontrak maka kita harus melihat kepada syarat-syarat yang diatur di dalam ps.1320 KUHPer yang menentukan bahwa syarat sahnya suatu perjanjian adalah sebagai berikut:

- a. kesepakatan para pihak;
- b. kecakapan untuk membuat perjanjian;
- c. suatu hal tertentu; dan
- d. suatu sebab yang halal.

Jika salah satu hal tidak terpenuhinya unsur pertama (kesepakatan) dan unsur kedua (kecakapan) maka kontrak tersebut dapat dibatalkan. Sedangkan apabila tidak terpenuhinya unsur ketiga (suatu hal tertentu) dan unsur keempat (suatu sebab yang halal) maka kontrak tersebut adalah batal demi hukum.

Suatu persetujuan tidak hanya mengikat apa yang dengan tegas ditentukan di dalamnya, melainkan juga segala sesuatu yang menurut sifatnya persetujuan dituntut berdasarkan kebiasaan, kebiasaan atau undang-undang (ps.1339 KUHPer). Syarat-syarat yang selalu dijanjikan menurut kebiasaan, harus dianggap telah termasuk dalam suatu persetujuan, meskipun tidak dengan tegas dimasukkan di dalamnya (ps.1347 KUHPer).

Di era ini, dengan makin pesatnya kemajuan teknologi informasi, dimana dengan adanya kemajuan tersebut orang dapat melakukan transaksi-transaksi perdagangan dengan tanpa kehadiran para pihak, seperti transaksi perdagangan dilakukan dengan *online trading*.

Menurut ajaran yang lazim dianut sekarang, perjanjian harus dianggap lahir pada saat pihak yang menawarkan (*offerte*) menerima jawaban yang termaktub dalam surat tersebut, sejak detik itulah yang dapat dianggap sebagai detik lahirnya kesepakatan. Walaupun kemudian mungkin yang bersangkutan tidak membuka surat itu, adalah menjadi tanggungannya sendiri. Sepantasnyalah yang bersangkutan membaca surat-surat yang dimilikinya dalam waktu yang sesingkat-singkatnya, karena perjanjian sudah lahir. Perjanjian yang sudah lahir tidak dapat ditarik kembali tanpa izin pihak lawan. Saat atau detik lahirnya perjanjian adalah penting untuk diketahui dan ditetapkan, berhubung adakalanya terjadi suatu perubahan undang-undang atau peraturan yang mempengaruhi nasib perjanjian tersebut, terutama dalam pelaksanaannya atau masalah beralihnya suatu risiko dalam suatu perjanjian jual beli.

Waktu yang dapat tinggal (*domisili*) pihak yang mengadakan penawaran (*offerte*) itu berlaku sebagai

pat lahirnya atau ditutupnya perjanjian. Tempat inipun menjadi hal yang penting untuk menetapkan hukum manakah yang akan berlaku.

Pada saat ini sistem pembuktian hukum privat masih menggunakan ketentuan yang diatur dalam KUHPer, HIR (untuk Jawa Madura) dan RBg (untuk luar Jawa Madura). Dalam hukum pembuktian ini, alat-alat bukti dalam perkara perdata terdiri dari: bukti tulisan, bukti saksi, persangkaan-persangkaan, pengakuan dan bukti sumpah (ps.1866 KUHPer atau 164

antara itu, dengan pesatnya Teknologi Informasi melalui Internet sebagaimana telah disebutkan, yaitu telah mengubah berbagai aspek kehidupan, diantaranya mengubah sistem perdagangan yang semula dilakukan dengan cara kontak fisik, kini dengan Internet sistem perdagangan dilakukan secara elektronik (*Electronic Commerce* atau *E-Commerce*) dan Bursa Efek dikenal dengan *online trading*.

Hal tersebut di atas belum mendapat pengaturan dalam sistem hukum pembuktian, sehingga sampai saat ini hukum pembuktiannya masih menggunakan ketentuan hukum yang ada (KUHPer, HIR, dan RBg). Namun demikian, keberadaan Undang-undang No.8 Tahun 1997 tentang Dokumen Perusahaan (UU Dokumen Perusahaan) telah mulai menjangkau ke arah pembuktian data elektronik.

Undang-undang, UU Dokumen Perusahaan tidak mengatur masalah pembuktian, namun UU ini telah memberi kemungkinan kepada dokumen perusahaan yang telah diberi kedudukan sebagai alat bukti tertulis otentik untuk diamankan melalui penyimpanan dalam mikro film. Selanjutnya, terdapat dokumen yang disimpan dalam bentuk elektronik (*paperless*) ini dapat dijadikan sebagai alat bukti yang sah. Di samping itu dalam ps.3 UU Dokumen Perusahaan telah memberi ruang luas terhadap pemahaman atas alat bukti, yaitu: "dokumen keuangan terdiri dari rekening, bukti pembukuan, dan data pendukung administrasi keuangan, yang merupakan bukti pelaksanaan hak dan kewajiban serta kegiatan usaha perusahaan". Selanjutnya, ps.4 UU tersebut menyatakan: "dokumen lainnya terdiri dari data atau setiap tulisan yang berisi keterangan yang mempunyai nilai guna bagi perusahaan meskipun tidak terkait langsung dengan dokumen perusahaan". Berdasarkan uraian tersebut, maka tampaknya UU ini telah memberi kemungkinan dokumen perusahaan untuk dijadikan sebagai alat bukti.

Dari perspektif hukum, *digital signature* adalah sebuah pengaman pada data digital yang dibuat dengan kunci tanda tangan pribadi (*private signature key*), yang penggunaannya tergantung pada kunci publik (*public key*) yang menjadi pasangannya. Eksistensi *digital signature* ini ditandai oleh keluarnya sebuah sertifikat kunci tanda tangan (*signature key certificate*) dari badan pembuat sertifikat (*certifier*). Dalam sertifikat ini ditentukan nama pemilik kunci tanda tangan dan karakter dari data yang sudah ditandatangani, untuk kekuatan pembuktian menurut Draft Digital signature Law, 1996).

Permasalahan yang mungkin timbul dari sistem *digital signature* ini terkait dengan sistem hukum yang sudah ada. Pada banyak negara, disyaratkan bahwa suatu transaksi haruslah dilakukan dengan bukti tertulis, dengan pertimbangan kepastian hukum.

Salah satunya, bagaimana sebuah dokumen elektronik yang ditandatangani dengan sebuah *digital signature* dapat dikategorikan sebagai bukti tertulis? Di Inggris, bukti tertulis haruslah berbentuk tulisan (*typing*), ketikan (*printing*), litografi (*lithography*), fotografi, atau bukti-bukti lain yang mempergunakan cara-cara lain, yang dapat memperlihatkan atau mengolah kata kata dalam bentuk yang terlihat secara kasat mata. Definisi dari bukti tertulis itu sendiri sudah luas hingga mencakup juga "telex, telegram, atau cara-cara lain dalam telekomunikasi yang menyediakan rekaman dan perjanjian" (UNCITRAL Model Law on International Commercial Arbitration, art.7 (2)).

enarnya, dari fakta-fakta tersebut dapatlah ditarik kesimpulan bahwa dokumen elektronik yang ditandatangani dengan sebuah *digital signature* dapat dikategorikan sebagai bukti tertulis. Tetapi, terdapat suatu prinsip hukum yang menyebabkan sulitnya pengembangan penggunaan dokumen elektronik atau *digital signature*, yakni adanya syarat bahwa dokumen tersebut harus dapat dilihat, dikirim dan disimpan dalam bentuk kertas.

Salah lain yang dapat timbul berkaitan dengan dokumen elektronik dan *digital signature* ini adalah masalah cara untuk menentukan dokumen yang asli dan dokumen salinan. Berkaitan dengan hal ini sudah menjadi prinsip hukum umum bahwa:

Dokumen asli mestilah dalam bentuk perjanjian tertulis yang ditandatangani oleh para pihak yang melaksanakan perjanjian;

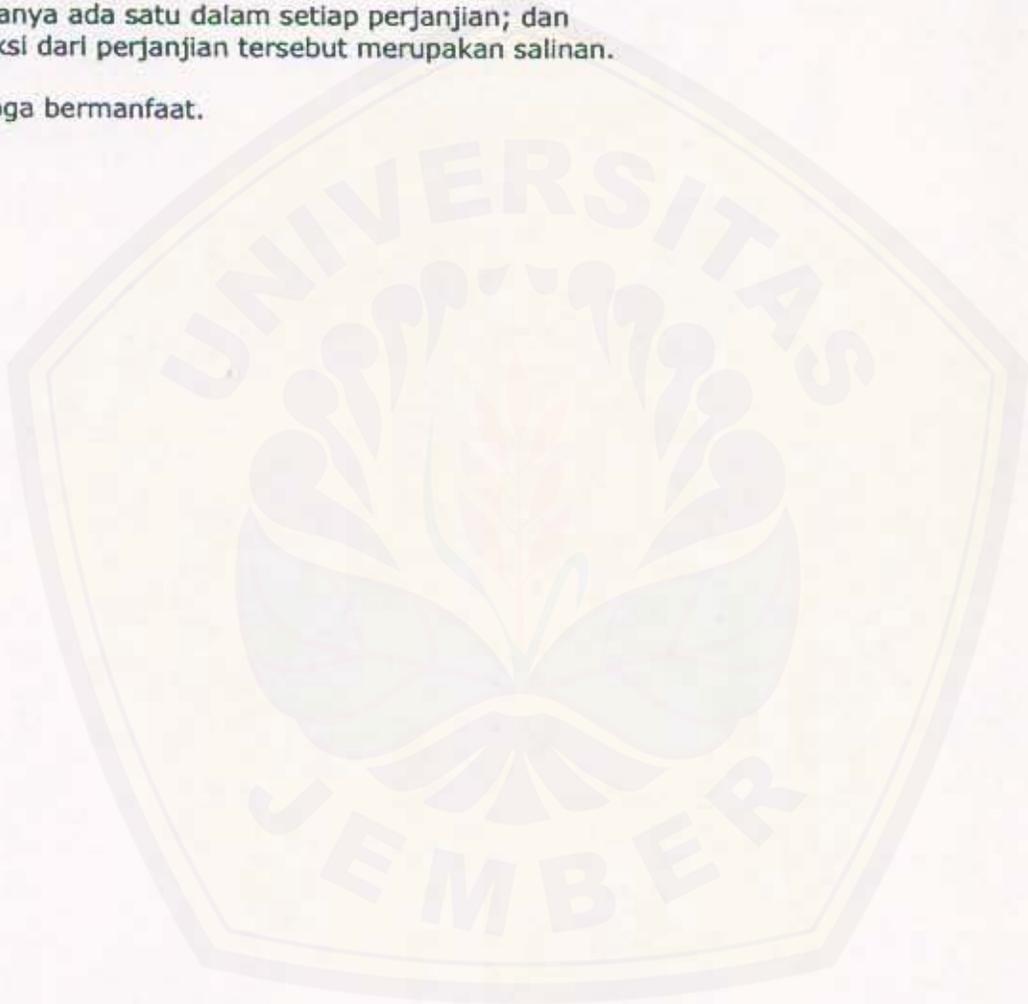
Dokumen asli hanya ada satu dalam setiap perjanjian; dan

Setiap reproduksi dari perjanjian tersebut merupakan salinan.

Demikianlah semoga bermanfaat.

(g Pakrol)

ber :
monline.com



Perlindungan Konsumen Dalam E-Commerce

OLEH
ESTHER DWI MAGFIRAH

Alvin Toffler dalam bukunya *The Third Wave* (1980) telah memprediksikan bahwa di era milenium ketiga, teknologi akan memegang peranan yang signifikan dalam kehidupan manusia. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi modern ini akan mengimplikasikan berbagai perubahan dalam kinerja manusia.

Salah satu produk inovasi teknologi telekomunikasi adalah internet (*interconnection networking*) yaitu suatu koneksi antar jaringan komputer. Aplikasi internet saat ini telah memasuki berbagai segmen aktivitas manusia, baik dalam sektor politik, sosial, budaya, maupun ekonomi dan bisnis.

Dalam bidang perdagangan, internet mulai banyak dimanfaatkan sebagai media aktivitas bisnis terutama karena kontribusinya terhadap efisiensi. Aktivitas perdagangan melalui media internet ini populer disebut dengan *electronic commerce* (*e-commerce*). *E-commerce* tersebut terbagi atas dua segmen yaitu *business to business e-commerce* (perdagangan antar pelaku usaha) dan *business to consumer e-commerce* (perdagangan antar pelaku usaha dengan konsumen).

Di Indonesia, fenomena *e-commerce* ini sudah dikenal sejak tahun 1996 dengan munculnya situs <http://www.sabuh.com> sebagai toko buku on-line pertama. Meski belum terlalu populer, pada tahun 1996 tersebut mulai bermunculan berbagai situs yang melakukan *e-commerce*. Sepanjang tahun 1997-1998 eksistensi *e-commerce* di Indonesia sedikit terabaikan karena krisis ekonomi namun di tahun 1999 hingga saat ini kembali menjadi fenomena yang menarik perhatian meski tetap terbatas pada minoritas masyarakat Indonesia yang mengenal teknologi.

Salah seorang pakar internet Indonesia, Budi Raharjo, menilai bahwa Indonesia memiliki potensi dan prospek yang cukup menjanjikan untuk pengembangan *e-commerce*. Berbagai kendala yang dihadapi dalam pengembangan *e-commerce* ini seperti keterbatasan infrastruktur, ketiadaan undang-undang, jaminan keamanan transaksi dan terutama sumber daya manusia bisa diupayakan sekaligus dengan upaya pengembangan pranata *e-commerce* itu (Info Komputer edisi Oktober 1999: 7).

Bagaimanapun, kompetensi teknologi dan manfaat yang diperoleh memang seringkali harus melalui proses yang cukup panjang. Namun mengabaikan pengembangan kemampuan teknologi akan menimbulkan eksekusi negatif di masa depan. Keterbukaan dan sifat proaktif serta antisipatif merupakan alternatif yang dapat dipilih dalam menghadapi dinamika perkembangan teknologi. *Learning by doing* adalah alternatif terbaik untuk menghadapi fenomena *e-commerce* karena mau tak mau Indonesia sudah menjadi bagian dari pasar *e-commerce* global. Meski belum sempurna, segala sarana dan pra-sarana yang tersedia dapat dimanfaatkan sambil terus direvisi selaras dengan perkembangan mutakhir.

Dalam bidang hukum misalnya, hingga saat ini Indonesia belum memiliki perangkat hukum yang mengakomodasi perkembangan *e-commerce*. Padahal pranata hukum merupakan salah satu ornamen utama dalam bisnis.

Dengan tiadanya regulasi khusus yang mengatur perjanjian virtual, maka secara otomatis perjanjian-perjanjian di internet tersebut akan diatur oleh hukum perjanjian non elektronik yang berlaku.

Hukum perjanjian Indonesia menganut asas kebebasan berkontrak berdasarkan pasal 1338 KUHPerd. Asas ini memberi kebebasan kepada para pihak yang sepakat untuk membentuk suatu perjanjian untuk menentukan sendiri bentuk serta isi suatu perjanjian. Dengan demikian para pihak yang membuat perjanjian dapat mengatur sendiri hubungan hukum diantara mereka.

Sebagaimana dalam perdagangan konvensional, *e-commerce* menimbulkan perikatan antara para pihak untuk memberikan suatu prestasi. Implikasi dari perikatan itu adalah timbulnya hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh para pihak yang terlibat.

Didalam hukum perikatan Indonesia dikenal apa yang disebut ketentuan hukum pelengkap. Ketentuan tersebut tersedia untuk dipergunakan oleh para pihak yang membuat perjanjian apabila ternyata perjanjian yang dibuat mengenai sesuatu hal ternyata kurang lengkap atau belum mengatur sesuatu hal. Ketentuan hukum pelengkap itu terdiri dari ketentuan umum dan ketentuan khusus untuk jenis perjanjian tertentu.

Jual-beli merupakan salah satu jenis perjanjian yang diatur dalam KUHPerd, sedangkan *e-commerce* pada dasarnya merupakan model transaksi jual-beli modern yang mengimplikasikan inovasi teknologi seperti internet sebagai media transaksi. Dengan demikian selama tidak diperjanjikan lain, maka ketentuan umum tentang perikatan dan perjanjian jual-beli yang diatur dalam Buku III KUHPerd berlaku sebagai dasar hukum aktifitas *e-commerce* di Indonesia. Jika dalam pelaksanaan transaksi *e-commerce* tersebut timbul sengketa, maka para pihak dapat mencari penyelesaiannya dalam ketentuan tersebut.

Akan tetapi permasalahannya tidaklah sesederhana itu. *E-commerce* merupakan model perjanjian jual-beli dengan karakteristik dan aksentuasi yang berbeda dengan model transaksi jual-beli konvensional, apalagi dengan daya jangkauan yang tidak hanya lokal tapi juga bersifat global. Adaptasi secara langsung ketentuan jual-beli konvensional akan kurang tepat dan tidak sesuai dengan konteks *e-commerce*. Oleh karena itu perlu analisis apakah ketentuan hukum yang ada dalam KUHPerd dan KUHD sudah cukup relevan dan akomodatif dengan hakekat *e-commerce* atau perlu regulasi khusus yang mengatur tentang *e-commerce*.

Beberapa permasalahan hukum yang muncul dalam bidang hukum dalam aktivitas *e-commerce*, antara lain:

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

Sebagai fenomena yang relatif baru, bertransaksi bisnis melalui internet memang menawarkan kemudahan . Namun memanfaatkan internet sebagai fondasi aktivitas bisnis memerlukan tindakan terencana agar berbagai implikasi yang menyertainya dapat dikenali dan diatasi.

E-commerce terdiri dari dua kategori *business to business e-commerce* dan *business to consumer e-commerce*.

- *Business to consumer e-commerce* berhubungan dengan *customer life cycle* dari *awareness* sebuah produk pada prospek *customer* sampai dengan *order* dan pembayaran atau juga sampai dengan pelayanan dan dukungan kepada *customer*. Alat yang digunakan dalam *cycle* ini adalah *business to customer web site*.
- *Business to business e-commerce* melibatkan *cycle* dari *awareness*, riset produk, perbandingan, pemilihan *supplier sourcing*, transaksi *fulfillment*, *post sales support*. Alat yang berperan adalah EDI, dan *business to business web site* (Komputer No. 175 edisi Juli 2000: 4).

Implementasi *e-commerce* secara efektif adalah mentransformasikan paradigma perdagangan fisik ke perdagangan virtual, yang memangkas *middle man* dan lebih menekankan kepada nilai kolaborasi melalui *networking* antara *supplier*, *retailer*, konsumen, bank, transportasi, asuransi, dan pihak terkait lainnya (Utoyo, 1999: 5).

Segmen *business to business e-commerce* memang lebih mendominasi pasar karena nilai transaksinya yang tinggi, namun level *business to consumer e-commerce* juga memiliki pangsa pasar tersendiri yang potensial.

Dalam *business to consumer e-commerce*, konsumen memiliki *bargaining position* yang lebih baik dibanding dengan perdagangan konvensional karena konsumen memperoleh informasi yang beragam dan mendetail. Melalui internet konsumen dapat memperoleh aneka informasi barang dan jasa dari berbagai toko dalam berbagai variasi merek lengkap dengan spesifikasi harga, cara pembayaran, cara pengiriman, bahkan beberapa toko juga memberikan fasilitas pelayanan *track and trace* yang memungkinkan konsumen untuk melacak tahap pengiriman barang yang dipesannya.

Kondisi tersebut memberi banyak manfaat bagi konsumen karena kebutuhan akan barang dan jasa yang diinginkan dapat terpenuhi. Selain itu juga terbuka kesempatan untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang dan jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan finansial konsumen dalam waktu yang relatif efisien.

Namun demikian, *e-commerce* juga memiliki kelemahan. Dengan metode transaksi elektronik yang tidak mempertemukan pelaku usaha dan konsumen secara langsung dan tidak melihat secara langsung barang yang diinginkan bisa menimbulkan permasalahan yang merugikan konsumen. Sebagai contoh adalah ketidaksesuaian jenis dan kualitas barang yang dijanjikan, ketidaktepatan waktu pengiriman barang atau ketidakamanan transaksi. Faktor keamanan transaksi seperti keamanan metode pembayaran merupakan salah satu hal urgen bagi konsumen. Masalah ini penting sekali diperhatikan karena terbukti mulai bermunculan kasus-kasus dalam *e-commerce* yang berkaitan dengan keamanan transaksi, mulai dari pembajakan kartu kredit, *stock exchange fraud*, *banking fraud*, hak atas kekayaan intelektual, akses ilegal ke sistem informasi (*hacking*) perusakan *web site* sampai dengan pencurian data.

Beragam kasus-kasus yang muncul berkaitan dengan pelaksanaan transaksi terutama faktor keamanan dalam *e-commerce* ini tentu sangat riskan bagi para pihak terutama konsumen. Padahal jaminan keamanan transaksi *e-commerce* sangat diperlukan untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen. Apabila hal tersebut terabaikan maka bisa dipastikan akan terjadi pergeseran efektivitas transaksi *e-commerce* dari falsafah efisiensi menuju arah ketidakpastian yang akan menghambat upaya pengembangan pranata *e-commerce*.

Di Indonesia, perlindungan hak-hak konsumen dalam *e-commerce* masih rentan. Undang-undang Perlindungan Konsumen yang berlaku sejak tahun 2000 memang telah mengatur hak dan kewajiban bagi produsen dan konsumen, namun kurang tepat untuk diterapkan dalam *e-commerce*. Karakteristik yang berbeda dalam sistem perdagangan melalui

internet tidak cukup *tercover* dalam UUPK tersebut. Untuk itu perlu dibuat peraturan hukum mengenai *cyberlaw* termasuk didalamnya tentang *e-commerce* agar hak-hak konsumen sebagai pengguna *internet* khususnya dalam melakukan transaksi *e-commerce* dapat terjamin.



ASTAGA! .COM

Internet
maniaKompas Hari Ini - Go - RUBRIK - GoKOMPAS
ekonomiKOMPAS
MULTIMEDIA

English

Indonesia



ASUS

KEMERDEGAAN BANGSA

di KEM

Bisnis "e-Commerce", Bisnis Tanpa Hukum

MUNGKIN tak terasa bagi kita semua yang hidup di kota-kota besar, bahwa kehidupan kita mulai diakrabi dengan berbagai kemudahan komunikasi, di antaranya kesempatan untuk berkomunikasi di dunia maya (*virtual communications*). Saat ini, tidak menjadi masalah lagi bagi kita untuk misalnya melakukan transaksi dagang tanpa harus bertatap muka atau hadir di satu lokasi tertentu.

Saat ini, asalkan kita mempunyai perangkat telepon dan modem serta seperangkat komputer, ingin memesan tempe, tahu, sampai mobil mewah milyaran rupiah, tinggal klik situs yang dikehendaki dari kursi yang kita duduki ini.

Tersedia banyak situs yang menyediakan jasa layanan penjualan dari kebutuhan hidup sehari-hari. Pilih situs yang tersedia, masukkan nomor identifikasi pribadi, kalau Anda sudah terdaftar sebagai anggota di sebuah situs tertentu akan lebih mudah dan lebih baik lagi. Pilih barang yang dikehendaki, klik sesuai keinginan, masukkan nomor identitas kartu kredit atau debet rekening anda, lalu pilih barang yang dikehendaki. Mudah bukan?

Namun, persoalannya kemudian tidaklah sesederhana itu. Apakah sudah ada perlindungan hukum bagi para pelaku-baik penyedia maupun konsumen-dari transaksi bisnis di dunia maya ini? Bagaimana jika ada klaim kerugian atau penipuan?

Pemerintah Indonesia luput melihat perkembangan ini. Dan, ini wajar. Hukum selalu tertinggal dengan kemajuan zaman. Indonesia jelas belum mengatur soal kemajuan transaksi bisnis canggih ini. Undang-undang nasional yang ada, sebut saja, UU No 8/1999 tentang Perlindungan Konsumen dan UU Nomor 36/199 tentang Telekomunikasi, tidak mengatur soal ini. Jelasnya, ancaman kejahatan transaksi bisnis di dunia maya di Indonesia masih sangat besar dan terbuka luas.

DALAM sebuah diskusi terbuka awal Oktober ini, hal ini juga menjadi *concern* sejumlah pembicara yang hadir, yakni konsultan hukum Mariam Darus Badruzaman, praktisi hukum Sutan Remy Syahdeini, Ketua Badan Arbitrase Nasional Indonesia (BANI) Priyatna Abdurrasyid, dan mantan Deputi Gubernur Bank Indonesia (BI) Heru Soeprapto.

Indonesia masih dinilai lemah dalam mengatur aspek landasan hukum di bidang *virtual enterprises* atau yang kerap dikenal sebagai bisnis di sektor *e-commerce* atau *e-business*. Untuk itu, sudah waktunya pemerintah menyiapkan sebuah perangkat hukum undang-undang yang mengatur *cyberlaw* ini sebagai langkah menyiapkan era pasar bebas di masa depan.

Diungkapkan pula perlunya memakai jasa arbitrase nasional untuk memecahkan persengketaan yang mungkin timbul dalam transaksi bisnis di lingkungan hukum ini.

Mariam mengingatkan, praktik bisnis *e-commerce* mengandung risiko bisnis dan ketidakpastian yang sangat tinggi. Untuk

Digital Repository Universitas Jember

memperkecil ketidakpastian itu, perlu dipakai analogi aturan Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHP) tentang perikatan untuk diterapkan di sektor usaha *e-commerce*.

Sementara, Heru Soeprapto mengingatkan pengaturan hukum *e-commerce* di Indonesia jangan disandarkan pada nilai-nilai hukum yang tradisional. Menurut dia, jangan sampai ada kesan pemaksaan penggunaan landasan hukum tradisional untuk praktik bisnis *e-commerce* ini. Perkembangan yang pesat di sektor *e-commerce* di negara tetangga seharusnya memacu pemikiran untuk mengembangkan hukum pidana dan hukum dagang nasional yang dikaitkan dengan perkembangan fenomena bisnis di alam maya ini.

Priyatna, sebagai Ketua BANI, sependapat bahwa untuk sektor usaha *e-commerce* di Indonesia memang belum ada pengaturannya dan penerapannya lebih disandarkan pada analogi pada aspek hukum perdata dan hukum perikatan.

"Akan tetapi, bukan berarti persengketaan yang muncul tidak dapat diselesaikan. Saluran alternatif untuk menyelesaikan persengketaan yang muncul adalah memakai jalur arbitrase. Selain cepat dan murah, putusan arbitrase Indonesia juga sudah diterima secara luas oleh pelaku bisnis internasional," papar Priyatna.

Remy juga melihat adanya Undang-Undang (UU) Nomor 36/1999 tentang Telekomunikasi dan UU Nomor 8/1999 tentang Perlindungan Konsumen belum menyentuh pengaturan di bidang *e-commerce*.

SETIAP hubungan antarmanusia, tepatnya sebuah perjanjian perikatan apa pun bentuknya, tetap membuka adanya peluang tindak kejahatan atau pelanggaran hukum. Sama halnya dengan praktik bisnis *e-commerce* saat ini.

Pakar multimedia asal Yogyakarta, RM Roy Suryo, pengamat hukum perbankan Pradjoto, advokat Todung Mulya Lubis, dan Ketua Dewan Direktur Centre for Information and Economic Law Studies (Cinles) Abdul Hakim Garuda Nusantara, juga mengingatkan adanya ancaman pelanggaran hukum baru di bidang ini, karena adanya peluang yang menggiurkan untuk menanggung keuntungan besar.

Roy Suryo sependapat, lahan bisnis baru berbentuk *e-commerce*, memerlukan perangkat hukum yang tepat untuk mengaturnya. "Hubungan bisnis *e-commerce* tidak bisa begitu saja dilepas tanpa adanya rambu-rambu hukum. Perlu pengaturan hukum, misalnya soal kemungkinan *hacker* yang dapat membobol kartu kredit seseorang tanpa diketahui si pemilik sahnya," katanya.

Senada dengan Suryo, konsultan hukum Mulya Lubis juga melihat bahwa peraturan hukum yang mengatur soal *e-commerce* perlu dipikirkan secara matang dan komprehensif. "Harus ada pengaturan yang spesifik, misalnya mengenai transaksi jual beli saham melalui fasilitas Internet *e-business*. Bagaimana status hukum saham yang diperdagangkan melalui fasilitas Internet, yang meniadakan bentuk surat saham secara fisik. Lalu, soal dokumen berharga seperti *bond* (obligasi) yang *scriptless* (tanpa warkat) juga perlu dilihat secara saksama aspek hukumnya jika dimainkan di lahan *e-commerce* ini," papar Lubis.

Lubis terus terang mengaku belum mengetahui seluk-beluk aspek hukum soal perjanjian yang diikat berdasarkan *e-commerce*. Ia sendiri menyarankan, karena belum ada aturan khusus yang mengatur *e-commerce*, maka lebih baik dipakai aturan hukum yang ada saat ini.

"Bukan berarti tak ada hukum lalu kejahatan bisa ditolerir. Saya

Digital Repository Universitas Jember

belum mempelajari soal itu. Kalau hubungan hukum perikatan tentunya tunduk pada Pasal 1338 KUH Perdata. Akan tetapi, kalau soal-soal yang sudah menyentuh bidang *e-commerce* apakah juga tunduk pada hukum yang sama, itu perlu dipelajari dulu," katanya.

Menyinggung soal kemungkinan tindak kriminal, Lubis juga melihat betapa sulitnya kelak melacak *hacker* yang dapat memporakporandakan bisnis seseorang. Tidak tertutup kemungkinan *hacker* itu bertindak sebagai pelaku tindak kriminal yang tidak terjangkau hukum karena belum adanya perangkat hukum yang mengaturnya. "Bagaimana bisa menjerat *hacker* yang diduga telah membobol bank atau kartu kredit tertentu?," ujarnya.

Sementara Pradjoto menyatakan keheranannya karena di negeri yang berlandaskan hukum ini, pemerintah belum tergerak memikirkan aspek hukum *e-commerce*, sementara contoh kasus sudah ada, yaitu soal PT Lippo e-Net. "Tidak mudah memang untuk memakai aspek hukum perikatan untuk perjanjian yang dibuat di lahan *e-commerce*. Harus dibuat sebuah aturan hukum yang sifatnya *lex specialis* untuk soal ini. Lahan bisnis ini menggiurkan, sekaligus menjerumuskan. Jika tidak ada aturan hukumnya, bisa terjadi *chaos* di bidang bisnis yang menghancurkan kredibilitas bangsa," paparnya.

Untuk itu Pradjoto mengusulkan agar pemerintah menerbitkan sebuah Peraturan Pemerintah Pengganti UU (Perpu) sebagai *lex specialis* dari KUH Perdata. "Perlu aturan hukum yang cepat, dengan melahirkan Perpu. Itu lebih baik ketimbang ada kekosongan hukum yang mengatur *virtual enterprises* ini," papar Pradjoto.

Sementara Abdul Hakim melihat, selama belum ada aturan hukum yang mengatur bisnis di lapangan, maka sebaiknya para pelaku mengikuti hukum kebiasaan yang ada selama ini. "Walaupun belum ada aturan hukumnya, tetaplah memakai konvensi atau kebiasaan berbisnis yang menjunjung tinggi itikad baik, asas kepatutan, dan berkeadilan," ujarnya. **(Bambang Wahyu)**

Berita ekonomi lainnya :

- Penjelasan AMC BPPN Soal Grup Texmaco
- Mustahil Beban Ekonomi Ditanggung Pemerintah
- Berbagai Aksi Pemerintah dan Lembaga yang Tidak Pernah Tuntas
- Pemerintah Jangan Kecolongan Lagi
- BPK Minta Kewenangan Umumkan Langsung Temuan
- Otonomi Daerah Dapat Akibatkan Kemunduran Batam
- 60 Persen Nasaban Pegadaian adalah Petani
- Bisnis "e-Commerce", Bisnis Tanpa Hukum
- Divestasi BCA dan Bank Niaga Semester I Tahun 2001
- Indonesia Percepat Penggunaan Paket Singapura
- Kronisme di Asia Semakin Kuat
- Restrukturisasi Texmaco Dijadikan Model
- Bappenas Tak Akan Dilikuidasi
- Debitor Juga Buka Suara
- Dicurigai karena Kredibilitas Rendah
- KILASAN EKONOMI
- FOTO: HARGA BAHAN BANGUNAN NAIK

