

BISNIS ELECTRONIC COMMERCE DITINJAU DARI PERSPEKTIF HUKUM

Roswita Sitompul,SH,M.Hum

Dosen Kopertis Wil I dpk Fakultas Hukum UISU Medan

Abstrak

Dengan adanya kemajuan teknologi yang bernuansa global membawa pengaruh yang sangat besar terhadap kemajuan perdagangan misanya dalam mengadakan pembelian suatu barang dengan melalui internet pembeli cukup memesan barang yang diinginkannya melalui internet dan pembayarannya dilakukan dengan kartu reedit. belum ada suatu jaminan perlindungan bagi konsumen dalam mempergunakan kartu kreditnya, terutama mengenai informasi kartu kredit seseorang pada saat seseorang itu berinteraksi. Di Indonesia belum ada peraturan yang jelas yang harus dipakai dalam perdagangan melalui internet, oleh sebab itu pemerintah harus berusaha untuk membentuk peraturan baru yang mengatur e-commerce atau cyber law dengan mengacu pada peraturan-peraturan yang sudah ada. Jika terjadi perselisihan antara para pihak, maka berlakulah pilihan hukum, pilihan pengadilan dan pilihan arbitrase. Jika tidak diperjanjikan para pihak maka berlakulah hukum dari siapa yang terbanyak melakukan prestasi.

Kata Kunci : bisnis, electronic, commerce, hukum

PENDAHULUAN

E commerce adalah sebagai transaksi perdagangan baik barang maupun jasa lewat media elektronik. Dalam operasionalnya *e commerce* dapat berbentuk B to B atau (*bussinis to bussinis*) atau B to C (*bussinis to consumers*) Khusus untuk yang terahir (B to C), karena pada umumnya posisi konsumen tidak sekuat perusahaan yang dapat menimbulkan beberapa persoalan yang menyebabkan para konsumen agak hati-hati dalam melakukan transaksi lewat internet.

Persoalan tersebut antara lain menyangkut masalah mekanisme pembayaran, (*payment mechanism*) dan jaminan keamanan dalam bertransaksi (*securiti risk*). Mekanisme pembayaran dalam *e commerce* dapat dilakukan dengan cepat oleh konsumen dengan menggunakan *elektronic payment*

E commerce telah mengubah suasana kompetisi menjadi semakin dinamis dan global, namun telah membentuk suatu masyarakat sendiri yang dinamakan *don topscoot komunitas bisnis elektrnic (electronic business community)*. Komunitas yang memanfaatkan *cyber space*, sebagai tempat bertemu, berkomunikasi, dan berkoordinasi secara intens memanfaatkan media dan infra stuktur telekomunikasi dan teknologi informasi dalam menjalankan

kegiatannya sehari-hari (Richardus Eko Indrajit, 2000).

Suatu hal yang sangat menarik suatu badan usaha yang bergerak dalam bidang *bisnis e commerce*, perusahaan *e commerce* yang berstatus *ecomerce* PT tidak mengoperasikan kegiatannya secara konvensional melainkan melalui dunia maya atau dunia *syber*. *Bisnis e commerce* dan penggunaan internet di Indonesia masih tergolong awam akan tetapi, perkembangan perusahaan *e commerce* di Indonesia sudah sangat banyak. Badan usaha yang masuk ke dalam *bisnis e commerce* tetap mempergunakan ketentuan perundang-undangan yang berlaku yaitu Undang-undang No 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas serta mempergunakan UU No 6 Tahun 1968 untuk Penanam Modal Dalam Negeri dan UU No 1 Tahun 1967 untuk hal Penanaman Modal Asing.

Dalam pelaksanaan *bisnis electronic commerce* tidak lagi membutuhkan suatu pertemuan antar pelaku bisnis. Kemajuan teknologi telah memungkinkan untuk dilakukannya hubungan-hubungan bisnis melalui perangkat teknologi yang kita sebut dengan internet.

Pelaku usaha tidak lagi secara *face to face* harus melakukan usaha melainkan dengan jalan melakukan permintaan dan penawaran

melalui perangkat lunak yang ada untuk melakukan kegiatan usaha di *cyberpase* tersebut.

Pelaksanaan bisnis elektronik *commerce* dapat terjadi dalam 4 karakter atau jenis yaitu:

1. B2B (*business to business*) atau bisnis ke bisnis
2. B2C (*business to consumer*) atau bisnis ke konsumen
3. C2B (*consumer to business*) konsumen ke bisnis
4. C2C (*consumers to consumers*) atau konsumen ke konsumen.

Dari keempat jenis pelaksanaan bisnis *e commerce* ini yang paling sering di jumpai adalah jenis B2B dan B2C. Sedang untuk C2C hanya di jumpai pada situs lelang dan dan C2B yaitu pada situs pelanggan seperti *priceline.com*

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Warta Ekonomi pada penelitian melalui internet kegiatan pelaksanaan bisnis *e commerce* yang paling sering dilakukan dan jumlahnya terhitung banyak yaitu pelaksanaan jenis B2C dan B2B.

Para pihak yang mengadakan kontrak dalam hal ini adalah *Internet Service Provider* (ISP) dengan *website keybase* (ruang elektronik). Bahwa ISP itu sendiri merupakan pengusaha yang menawarkan akses pada internet. Internet adalah suatu jalan bagi komputer-komputer untuk mengadakan komunikasi. Internet itu bukan

tempat tapi suatu jalan untuk dilalui (Christian Crumlish, 1997).

Keybase website mengadakan perjanjian dengan ISP dalam rangka mengembangkan konsepnya. *Web site/keybase* membantu ISP tersebut untuk mengembangkan konsep sitenya agar akses terhadap pemakaiannya misalnya akses infrastruktur yang diperlukan untuk pemeliharaan (*maintenance*) dari perangkat lunak, mengudarkan site tersebut serta infra struktur teknis.

Untuk *website/keybase* adalah penting bahwa ia harus memiliki site yang dapat dibedakan dengan site lainnya, disamping site tersebut harus online selama 24 jam setiap hari selama 7 hari perminggu agar dapat di kunjungi para calon konsumen atau pemakai (*customer*).

Aktivitas tersebut, ISP mengembangkan *intelligent agent*. Agen ini membantu ISP untuk mempermudah tugas-tugasnya.

Ada beberapa jenis perjanjian antara ISP dengan *keybase* sebagai berikut :

- a. **Perjanjian pengembangan dan Pengaturan Jaringan Elektronik** (*web site design and development contact*).

Kegiatan bisnis berupa *cyber shopping* misalnya, hal yang paling mudah dilakukan adalah dengan cara bergabung dengan salah satu dari sekian banyak *virtual mall* yang ada. Dalam pengaturan dari pengadaan suatu urusan bisnis melalui *website (dot.com business)*, seorang dapat mendesain dan mengembangkan websitenya sendiri ataupun dengan bantuan seorang profesional *website*

developer berdasarkan kesepakatan dengan pedagang tersebut (*merchant*).

b. Perjanjian dengan Virtual Mall

Merupakan toko atau sejumlah toko yang diurus oleh satu operator hingga pada bentuk *cyber shop* yang dioperasikan oleh beberapa pedagang. Dalam hal memutuskan untuk mendaftarkan *e business* kepada operator, sedang pedagang *virtual shop* harus memperhatikan hak untuk mengiklankan secara pribadi atas *virtual mall*, persentase operator dari pendapatan bisnis, target bisnis, pengamanan atas transaksi, servis atau pelayanan dan bisnis lain yang terdaftar dalam *virtual mall* sebagai masukan untuk kompetisi.

c. Pembayaran dengan Kartu Kredit

Seorang pedagang *virtual shop* dapat menerima dengan pembayaran dengan menggunakan kartu kredit, maka ia harus memiliki satu perjanjian dengan pengusaha kartu kredit agar pembayaran dengan kartu kredit dapat diterimanya di dalam perdagangan pada *virtual shopnya*.

Sebenarnya pelaksanaan bisnis ini yang tertuang dari persetujuan atau perjanjian maka dapat dilihat komponen dari *e commerce* dari bisnis ke konsumen (*keybase/web site/ electronic merchant to electronic customer* yaitu :

- a. Peserta bisnis dalam hal ini terdiri dari pihak pelaku usaha (*e comerce merchant*) yang melakukan atas produk atau jasa pihak yang membeli atau pengguna dari jasa yang disediakan (*e costumer*).

- b. Penyediaan jasa-jasa *key base* merupakan fasilitas- fasilitas tambahan atas penyediaan jasa-jasa jaringan yang umum (jasa-jasa bernilai tambah). Untuk menilai posisi tanggung jawab ISP dapat ditunjuk ketentuan yang berlaku secara umum terhadap tanggung jawab para pakar di bidang otomatisasi (*software*) dimana tanggungjawab bidang (*beroepsaansprake lijkheid*) harus ditinjau dengan seksama.
- c. Hak dan kewajiban para pihak yang menentukan subtansi hubungan hukum antara keduanya seperti pembatasan atas tanggungjawab atas pemakaian.
- d. Pengamana dan *privacy* terutama terhadap penggunaan data-data pribadi yang dibutuhkan dalam komunikasi elektronik.
- e. Cara pembayaran jasa, atau barang dilakukan melalui *credit card* dan atau *electronic cash*
- f. Proses terjadinya kontrak yang merupakan

pelaksanaan bisnis *e comerce* dikatakan oleh Julian Ding bahwa: *a contract is a struck when two or more persons agree to a certain course of product* (Julian Ding, 1999).

Ciri khas dari bisnis ke konsumen untuk bisnis *e comerce* ini adalah kontrak *on line* (merupakan suatu jenis kontrak baku yang di kenal dengan (*take it or leave it contract*) dan *shrinkwrap contract* (suatu kontrak

dalam mana seorang pedagang menawarkan penggunaan produknya dengan syarat-syarat yang menyertai produk tersebut) *serta and klik wrap contract (suatu on line shrinkwrap contract* untuk pengadaan barang-barang digital).

Dalam bidang hukum perdata bisnis, kegiatan alam maya ini terjadi dalam bentuk kontrak dagang elektronik (*electronic commerce*) kontrak dagang tidak lagi merupakan *paper based economy* tetapi digital *electronic economy*. Pemakaian benda tidak berwujud semakin tumbuh dan mungkin secara relative akan mengalahkan penggunaan benda yang berwujud.

Di Indonesia sendiri peraturan khusus tentang ini tidak ada diatur, oleh sebab itu yang menjadi landasan aspek hukum dari bisnis e commerce adalah KUH Perdata dan peraturan perundang-undangan positif lainnya seperti:

1. Undang-undang No 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi.
2. Undang-undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
3. Undang-undang No.30 Tahun 1999 tentang Arbitrase Alternatif Penyelesaian Sengketa
4. Undang-undang No 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas.
5. Undang-undang No.5 Tahun 1999 tentang larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
6. Undang-undang tentang Hak Milik Kekayaan Intelektual (UU No.12

Tahun 1997 tentang Hak Cipta, UU No.13 Tahun 1997 tentang Paten dan UU No.14 Tahun 1997 tentang Merek.

Undang-undang No.36 Tahun 1999 dan PP No.52 Tahun 2000 tentang Telekomunikasi sudah berlaku khususnya mengatur setiap orang atau institusi yang mempergunakan internet, membuka warung net, menggunakan *local area network* dan sejenisnya harus meminta izin dari pemerintah. Hal ini menjadikan dasar hukum dan melatar belakangi kegiatan bisnis *e commerce* untuk dapat berdiri dan bergerak, walaupun aspek hukum yang ditimbulkan oleh *e commerce* sendiri belum ada pengaturannya sehingga harus mengacu pada analogi peraturan positif yang ada.

Berbicara mengenai pemasaran lewat internet, maka perlu diketahui system *www (world wide web)*. *www* awalnya dibuat di Swiss, yang merupakan *client/server* yang dirancang untuk menggunakan dokumen *hypertext* dan *hypermedia* via internet. *www* menggunakan *http (hypertext transfer protocol)*. Untuk bertukar informasi, image dan data lain. Dokumen diformat di dalam *html (hypertext markup language)* (Jill.H.Ellsworth & Mattheew, 1997).

Lokasi *gopher* dirancang untuk memudahkan orang mencari dan melihat tampilan file dalam internet sebelum melakukan *download*, seperti lokasi FTP, lokasi *gopher* memungkinkan orang menyimpan berbagai macam file dalam bentuk, teks, gambar, video atau audio yang seseorang ingin distribusikan. Akan tetapi lokasi *gopher* kehilangan popularitasnya karena lokasi *word wide web* dapat

melakukan semua yang bisa dilakukan gopher, bahkan dengan jauh lebih baik.

Lokasi *www* adalah lokasi yang paling mudah dikunjungi atau di akses oleh banyak orang kalangan bisnis dan individu banyak untuk membuka *home page web*. Semua *home page* adalah informasi inisial yang dilihat pengguna saat mereka masuk ke dalam lokasi web seseorang.

Pilihan Hukum Pelaksanaan Transaksi Bisnis E Commerce

Internet yang merupakan suatu jaringan telekomunikasi mempunyai karakteristik akses global, artinya setiap orang dapat mengakses internet kapan saja, dimana saja dan sekali gus dapat berkunjung dari satu informasi *web* ke web yang lain tanpa adanya pembatasan wilayah kekuasaan hukum suatu Negara dengan kata lain dapat menembus informasi suatu Negara.

Bisnis *e commerce* sendiri yang mempergunakan jaringan internet memberikan suatu permasalahan dalam bidang *choice of law* (pilihan hukum) artinya pelaksanaan bisnis *e-commerce* harus mengacu kepada peraturan hukum yang mana, apabila terjadi suatu sengketa di dalam bisnis *e-commerce*. Tentu saja para pihak dalam bisnis *e commerce* itu adalah konsumen dan pelaku usaha baik pelaku bisnis *e-commerce*, pelaku usaha kartu kredit (*finance*), pengiriman barang (*shipping*) sampai pada pelaku usaha telekomunikasi (jasa internet) atau sering disebut dengan *Internet Service Provider* (ISP).

Jika terjadi bisnis internasional yang dilakukan dengan cara konvensional, maka terjadi permasalahan hukum sendiri, yaitu permasalahan hukum perdata internasional. Dikatakan demikian karena transaksi bisnis internasional melibatkan masing-masing Negara. Permasalahannya yaitu masing-masing Negara berdaulat sehingga dalam suatu Negara pada dasarnya hanya berlaku sistem hukum nasional saja. Karena masing-masing mempunyai sistem hukum nasional masing-masing maka terjadilah pertentangan antara hukum nasional yang satu dengan hukum nasional yang lain. Timbul persoalan hukum mana yang berlaku dalam satu transaksi bisnis antar Negara tersebut.

Dalam teori-teori dalam hukum perdata internasional dan traktat-traktat mengenai transaksi bisnis internasional maka persoalan tersebut dapat dijawab. Dalam hukum Perdata Internasional ada dikenal pilihan hukum, pilihan pengadilan, pilihan arbitrase.

Jadi dalam transaksi bisnis Internasional terserah kepada mereka sendiri untuk memilih hukum mana yang ingin diperlakukan terhadap transaksi bisnis mereka misalnya pengusaha Indonesia mengadakan transaksi jual beli dengan pengusaha Malaysia, mereka dapat memilih hukum Indonesia atau hukum Malaysia, sehingga memperoleh kepastian tentang hukum yang berlaku apabila terjadi perselisihan.

Disamping melakukan pilihan hukum (*choice of law*) para pihak juga dapat memilih pengadilan (*choice of court*) yaitu pengadilan mana yang berwenang mengadili perkara apabila terjadi sengketa. Demikian

juga kebebasan memilih arbitrase (*choice of arbitration*), apabila para pihak sepakat untuk menyelesaikan sengketa melalui arbitrase tertentu. Jadi harus ditegaskan dalam perjanjian kontrak bisnis internasional, jika para pihak tidak memilih hukum maka berlaku azas hukum perdata internasional “*the most characteristic connection*” yang menentukan bahwa hukum yang berlaku paling karakteristik. Pihak yang melakukan prestasi yang karakteristik ini adalah pihak hubungan terdekat atau mempunyai atau kepentingan terbanyak dalam kontrak tersebut. Misalnya dalam perjanjian jual beli barang internasional, pihak penjual adalah pihak yang melakukan prestasi yang terbanyak karena ia menyediakan, mengumpulkan, mengepak, mengangkut dan menyerahkan barang kepada pembeli. Sementara pembeli hanya menyerahkan sejumlah uang saja, karena itu yang berlaku adalah hukum dari Negara penjual.

Bagaimana dengan bisnis *e-commerce*? hal yang menarik dalam bisnis ini adalah dokumen perjanjian atau kontrak transaksi adalah adalah *standard contract* (kontrak baku) yang sifatnya *take it or leave it contract*.

Biasanya *cyber commercial crime* muncul ketika terjadi cedera janji atas kontrak sehubungan dengan transaksi-transaksi *e-commerce*, seperti:

- a. Jual beli *consumer goods* yang banyak ditawarkan melalui tayangan situs internet melalui pola B to C (*business to consumers*)

- b. Kontrak dagang B to B (*business to business*)

Demikian pula pada UU No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Bab 1 Pasal 1(11) menyebutkan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen sedangkan Pasal 1 (12) menyatakan Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah badan yang dibentuk untuk membantu upaya perkembangan perlindungan konsumen.

Sementara itu Undang-undang No 17 Tahun 1997 tentang Badan Penyelesaian Sengketa Pajak juga keberadaannya sudah dirasakan oleh masyarakat, Dalam pengertian inilah seyogiannya sementara hukum tata maya belum dimiliki, guna mengantisipasi sengketa *cyber commercial crime* yang potensial yang banyak berfariasi, turunan UU No 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi berupa tentang Peraturan Pemerintah tentang Lembaga Penyedia Jasa Penyelesaian Sengketa Tata Maya adalah sangat direkomendasikan, mengacu juga pada UU No 30 Tahun 1999. Organisasi-organisasi profesional dan asosiasi – asosiasi penyelenggara dan jasa telekomunikasi serta lembaga-lembaga swadaya masyarakat seharusnya dapat diharapkan sebagai sumber daya terbentuknya ADR dibidang tata maya.

Perlindungan Konsumen Atas Jaminan Kerahasiaan Informasi Konsumen Pemakai Jasa Internet.

Dalam bisnis terdapat hubungan yang saling membutuhkan antara pelaku usaha

dengan konsumen (pemakai barang atau jasa). Kepentingan pelaku usaha adalah memperoleh laba dari transaksi dengan konsumen, sedang kepentingan konsumen adalah memperoleh kepuasan melalui pemenuhan kebutuhannya terhadap produk tertentu.

Dalam Undang-undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen dalam penggunaan suatu barang dan jasa, konsumen dirugikan harta bendanya, kesehatan fisik dan keamanannya maka ia berhak untuk didengar pengaduan/laporannya oleh aparat pemerintahan atau gugatannya di lembaga peradilan yang berwenang.

Pelaku usaha untuk bisnis *e-commerce* yang berbasis internet, lintas batas informasi antara penjual dan pembeli menimbulkan topik persoalan yang berhubungan kerahasiaan informasi yang diberikan oleh pembeli pada saat ia menyatakan setuju untuk menyerahkan data elektronik financial yaitu: kartu kredit kepada penjual. Aspek hukum tentang kerahasiaan informasi ini harus dapat dijamin oleh sistem dan teknologi situs penjual dan tidak semua pihak dapat mengakses data-data yang sedang berlangsung.

Dalam aspek ini pula perkembangan tentang kerahasiaan data akan menentukan sejauh mana tingkat kepercayaan konsumen dalam memanfaatkan jaringan *e-commerce* untuk kepentingan transaksi mereka. Tingkat kepercayaan tersebut akan menentukan rasa aman yang diberikan oleh situs-situs financial. Dalam kerangka kerahasiaan elektronik ini pula maka diperlukan hukum yang memberikan perlindungan kepada

konsumen. Bila memperhatikan Pasal 3 huruf d dan f dari Undang-undang No 8 Tahun 1999 yaitu:

- a. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi
- b. Meningkatkan kualitas barang dan/ atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan /atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.

Maka sebenarnya ada suatu kewajiban yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha yang berbasis internet seperti pelaksanaan bisnis *e-commerce* untuk menciptakan situs (*web sites*) yang mempunyai tingkatan keamanan yang terjamin dan bertanggungjawab kepada konsumen pengguna internet.

Mengenai pembobolan informasi kartu kredit seseorang dalam bertransaksi maka disatu sisi perlu ditinjau hukum perlindungan mana yang harus dipakai. Undang undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tidak mengatur tentang jaminan kerahasiaan data konsumen.

Akan tetapi untuk masalah konsumen seperti data kartu kredit yang sering dipergunakan dalam transaksi yang berbasis internet maka tinjauan hukumnya mengacu kepada Undang-undang No 10 Tahun 1998 tentang Perbankan yang mengatakan bahwa rahasia bank adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan keterangan mengenai nasabah penyimpanan dan simpanannya.

Walaupun mengenai peraturan internet ataupun *e-commerce* belum ada, akan tetapi untuk menjawab permasalahan yang ada yaitu aspek hukum yang ditimbulkan dalam transaksi perdagangan melalui internet dapat mengacu pada peraturan yang berlaku saat ini di Indonesia.

Kesimpulan

1. Di Indonesia belum ada satu peraturan yang mengatur transaksi perdagangan melalui inter net oleh sebab itu kita mengacu kepada aturan-aturan hukum yang sudah ada, yang ada hubungannya dengan bisnis *e-commerce*.

2. Sistem informasi harus mengacu kepada kepentingan konsumen dalam arti mengacu pada akses yang secara mudah dapat dilakukan, sistem informasi yang jujur dan dapat menjamin keamanan serta nyaman dari konsumen pengguna jasa internet.

Dasar hukum dari sistem informasi atas kepentingan hukum konsumen adalah GBHN 1998 mengenai pencantuman Nusantra 21 dengan memperhatikan aspek perlindungan konsumen (UUNo 8 Tahun 1999) dan perkembangan teknologi informasi (UU No 36 Tahun 1999 dan PP No 52 Tahun 2000).

3. Pilihan hukum atas transaksi bisnis *e-commerce* di Indonesia mengacu kepada UU No 30 Tahun 1999 yaitu mengenai arbitrase atau alternatif penyelesaian sengketa, dimana pada umumnya setiap perdagangan atau bisnis melalui internet memakai klausula baku (*standard contract*) dan menjadi

kebiasaan bahwa salah satu ketentuan seperti mengutip dari satu situs local.

DAFTAR PUSTAKA

Crumlish Christian, The ABCs of internet, Sybex, San Fransisco, 1997.

Ding Julian, E Commerce, Law & Practise, Sweet & Maxwell, Asia, 1999.

Darus Mariam, E Commerce Tinjauan Dari Aspek Keperdataan, Pusat Study Hukum dan Kemasyarakatan dan PEG, Seminar Nasional Cyber Law, Medan, 2001

Ellsworth Jill H & Matthew V. Ellsworth, Marketing On The Internet (Pemasaran Internet) PT Gramedia Widayarsana Indonesia, Jakarta, 1997.

Eko Indrajit Richardus, Pengantar Konsep Dasar Manajemen Sistem Informasi dan Teknologi Informasi, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2000.

Settles Craig, Langkah-langkah Penting Cyber Marketing Menuju Sukses, Elec Media Komputindo, Jakarta, 1997.

Steiner Josef, Reverensi Visual Internet, Elex Media Komputindo, Jakarta, 1997.

Warta Ekonomi No 26/XII/13 November
2001, Model Baru Bisnis Dotcom.

Warta Ekonomi No.01/XII/ 8 Januari 2001.
New Economy Bukan Sekedar Internet