

**KONTRAK PERDAGANGAN MELALUI INTERNET(*ELECTRONIC
COMMERCE*) DITINJAU DARI HUKUM PERJANJIAN**



**Penulisan Hukum
(Skripsi)**

**Disusun dan Diajukan untuk Melengkapi Syarat-syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana dalam Ilmu Hukum Pada Fakultas Hukum
Universitas Sebelas Maret
Surakarta**

Oleh:

WAHYU HANGGORO SUSENO

NIM: E 0003327

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2008

PERSETUJUAN

Penulisan Hukum (skripsi) ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Penulisan Hukum (skripsi) Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret Surakarta

Pembimbing

Pranoto S.H.,M.H.

NIP. 131 842 685

PENGESAHAN

Penulisan Hukum (skripsi) ini telah diterima dan disahkan oleh
Dewan Penguji Penulisan Hukum (skripsi) Fakultas Hukum
Universitas Sebelas Maret
Surakarta

Pada
Hari : Kamis
Tanggal : 31 Januari 2008

DEWAN PENGUJI

- 1.....(Munawar Kholil, S.H., M.Hum.)
Ketua
- 2.....(Djuwityatuti, S.H.)
Sekretaris
- 3.....(Pranoto S.H.,M.H.)
Anggota

Mengetahui :
Dekan

Moh. Jamin S.H.,M.Hum.

NIP. 131 570 154

MOTO

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan....

(Q.S. Alam Nasyrat : 6)

Perbuatan yang baik pasti akan menuai akibat yang baik pula

Jangan pernah lelah tuk mencoba dan berusaha

PERSEMBAHAN

Karya ini penulis persembahkan kepada :

Pencipta alam semesta dan seisinya ALLAH S.W.T

Nabi Muhammad S.A.W sebaik-baiknya panutan

Ayahanda Sukimin dan Ibunda Rahayu tercinta yang telah memberikan kasih sayangnya tiada henti, dan pengorbanan tak terhingga bagi penulis

Kakak-kakakku yang telah memberikan semangat, kesempatan dan dorongan bagi penulis untuk terus berusaha serta adiku yang memberikan warna tersendiri dengan canda tawanya

Seseorang yang telah membuka pintu hatinya, yang memberikan makna hidup tersendiri bagi penulis

(mz' sayang d')

Keluarga besar angkatan 2003 Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret "*tanpa kalian aku bukanlah apa-apa*"

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan hukum (Skripsi) yang berjudul "**KONTRAK PERDAGANGAN MELALUI INTERNET (*ELECTRONIC COMMERCE*) DITINJAU DARI HUKUM PERJANJIAN**".

Penulisan hukum ini bertujuan untuk mengetahui aspek hukum kontrak perdagangan melalui internet (*e-commerce*) apakah telah sesuai dengan hukum perjanjian di Indonesia beserta pendorong dan hambatan serta solusi atas masalah dalam kontrak perdagangan melalui internet (*e-commerce*).

Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik materiil maupun non-materiil sehingga penulisan hukum ini dapat diselesaikan dengan baik, terutama kepada:

1. Bapak Moh. Jamin, S.H., M.Hum. selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret.
2. Bapak Pranoto, S.H., M.H. selaku Pembimbing Penulisan Hukum (Skripsi) yang telah menyediakan waktu dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dan arahan bagi penulis dalam menyusun Penulisan Hukum (Skripsi) ini.
3. Ibu Mg. Sri Wiyarti, S.H., M.Hum selaku Pembimbing Akademis yang telah memberikan nasehat, motivasi, dan ilmu yang berguna bagi penulis selama menempuh perkuliahan di Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret Surakarta.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah mentransfer pengetahuan di bidang ilmu hukum kepada penulis sehingga dapat menjadi bekal dalam penyusunan Penulisan Hukum (Skripsi) ini dan semoga dapat segera penulis amalkan.
5. Kedua orang tua dan keluarga penulis yang telah memberikan motivasi kepada penulis.

6. Sahabat-sahabat terbaikku yang selalu memberikan motivasi dan saran kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Penulisan Hukum (Skripsi) ini.
7. Teman-teman di KSP “Principum” FH UNS terimakasih telah menerima penulis menjadi keluarga.
8. Semua teman-teman angkatan 2003 Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret Surakarta.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penyusunan skripsi ini.

Mengingat keterbatasan kemampuan diri penulis, penulis sadar bahwa Penulisan Hukum (Skripsi) ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, adanya saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca sangat penulis harapkan.

Akhir kata penulis berharap semoga Penulisan Hukum (Skripsi) ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua, terutama untuk perkembangan Hukum Pidana, kalangan akademisi, praktisi, dan masyarakat umum.

Surakarta, 21 Januari 2008

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTO.....	iv
HALAM PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Metode Penelitian.....	6
F. Sistematika Skripsi.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Kerangka Teori.....	11
1. Tinjauan Umum tentang Kontrak.....	11
a. Pengertian Kontrak.....	11
b. Asas Hukum Perjanjian.....	14
c. Syarat Sahnya Perjanjian.....	15
2. Tinjauan Umum Tentang Internet.....	16
a. Sejarah Internet.....	16
b. Pengertian Internet.....	20

3. Tinjauan Umum Tentang <i>E-commerce</i>	21
a. Pengertian <i>E-commerce</i>	21
b. Karakteristik <i>E-commerce</i>	22
c. Jenis-jenis Transaksi <i>E-commerce</i>	23
B. Kerangka Pemikiran	27
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	29
A. Keabsahan Perjanjian Dalam Kontrak Perdagangan Melalui Internet (<i>e-commerce</i>) Ditinjau Dari Hukum Perjanjian Di Indonesia Khususnya Buku III KUH Perdata	29
1. Pemenuhan Terhadap Syarat Sahnya Suatu Perjanjian.....	29
2. Pemenuhan Asas-asas Perjanjian dalam KUH Perdata.....	44
B. Faktor Pendukung dan Penghambat Perdagangan Melalui Internet (<i>e-commerce</i>)	51
C. Solusi Bagi Permasalahan Dalam Pelaksanaan Kontrak Perdagangan Melalui Internet (<i>e-commerce</i>)	65
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	73
A. SIMPULAN.....	73
B. SARAN	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Perbandingan Perdagangan Konvensional Dengan Perdagangan Melalui Internet (<i>e-commerce</i>)	55
Tabel 2 Perkembangan Transaksi <i>e-commerce</i>	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Kerangka Pemikiran	28

ABSTRAK

WAHYU HANGGORO SUSENO, E.0003327, KONTRAK PERDAGANGAN MELALUI INTERNET (*E-COMMERCE*) DITINJAU DARI HUKUM PERJANJIAN, Penulisan Hukum, 2008.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aspek hukum kontrak dalam perdagangan melalui internet (*e-commerce*) ditinjau dari hukum perjanjian, serta untuk mengetahui faktor pendorong dan penghambat pelaksanaan *e-commerce* sehingga dapat ditemukan solusi atas permasalahan dalam kontrak *e-commerce*.

Penelitian ini dilihat dari tujuannya termasuk jenis penelitian hukum normatif bersifat deskriptif dengan menggunakan metode kualitatif. Sumber data berasal dari sumber data sekunder yaitu, literatur, peraturan perundang-undangan, laporan, arsip, dan internet. Setelah data diperoleh lalu dilakukan analisis data kualitatif dengan analisis non statistik.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa kontrak dalam perdagangan melalui internet (*e-commerce*) telah memenuhi beberapa aspek hukum perjanjian dalam Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata mengenai syarat sahnya perjanjian yaitu kesepakatan para pihak, suatu hal tertentu dan sebab yang halal, meskipun pemenuhan terhadap unsur kedewasaan sebagai syarat kecakapan untuk mengadakan suatu perikatan tidak dapat terpenuhi, kontrak dalam *e-commerce* tetap sah dan mengikat serta menjadi undang-undang bagi para pihak yang membuatnya sepanjang para pihak tidak memperlmasalahkannya. Hal ini karena syarat kecakapan untuk mengadakan perikatan termasuk dalam syarat subyektif yang berarti meskipun syarat kecakapan tidak terpenuhi, kontrak dalam *e-commerce* yang dibuat dan disepakati oleh para pihak tetap sah, namun berakibat terhadap kontrak tersebut dapat dimintakan pembatalan oleh salah satu pihak. Selain itu kontrak dalam *e-commerce* telah memenuhi asas-asas perjanjian dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Serta adanya faktor pendorong serta penghambat pelaksanaan perdagangan melalui internet dan juga solusi atas permasalahan yang muncul dalam kontrak perdagangan melalui internet (*e-commerce*).

Solusi atas permasalahan yang muncul dari kontrak dalam *e-commerce* seperti keaslian, keabsahan, kerahasiaan data dapat diatasi dengan penggunaan kriptografi, *digital signature* (tanda tangan digital). Selain itu masalah yurisdiksi pilihan hukum dapat diatasi dengan penggunaan *The Most Characteristic Connection* yang berarti bahwa hukum yang digunakan adalah hukum pemberi prestasi terbanyak.

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Perdagangan dewasa ini sangat pesat kemajuannya. Perkembangan tersebut tidak hanya pada apa yang diperdagangkan tetapi juga pada tata cara dari perdagangan itu sendiri. Pada awalnya perdagangan dilakukan secara barter antara dua belah pihak yang langsung bertemu dan bertatap muka yang kemudian melakukan suatu kesepakatan mengenai apa yang akan dipertukarkan tanpa ada suatu perjanjian. Setelah ditemukannya alat pembayaran maka lambat laun berter berubah menjadi kegiatan jual beli sehingga menimbulkan perkembangan tata cara perdagangan. Tata cara perdagangan kemudian berkembang dengan adanya suatu perjanjian diantara kedua belah pihak yang sepakat mengadakan suatu perjanjian perdagangan yang di dalam perjanjian tersebut mengatur mengenai apa hak dan kewajiban diantara kedua belah pihak.

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat, maka perdagangan yang pada awalnya dilakukan secara bertemu langsung dan bertatap muka antar para pihaknya juga mengalami perubahan. Perkembangan teknologi tersebut diantaranya adalah dengan ditemukannya *internet* yaitu teknologi yang memungkinkan kita melakukan pertukaran informasi dengan siapapun dan dimanapun orang tersebut berada tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Selain itu internet juga dapat diartikan sebagai hubungan antar berbagai jenis komputer dan jaringan di dunia yang berbeda sistem operasi maupun aplikasinya dimana hubungan tersebut memanfaatkan kemajuan media komunikasi (telepon dan satelit) yang menggunakan protokol standar dalam berkomunikasi yaitu protokol TCP/IP (<http://library.usu.ac.id/modules.php?> diakses tanggal 22 April 2007).

Perkembangan internet menciptakan terbentuknya suatu dunia baru yang biasa disebut dengan dunia maya. Adanya dunia maya menyebabkan setiap individu memiliki hak dan kemampuan untuk berhubungan dengan individu lain tanpa ada batasan apapun yang menghalanginya. Perkembangan tersebut berakibat juga pada aspek sosial, dimana cara berhubungan antar manusia pun ikut berubah. Hal ini secara tidak langsung berpengaruh terhadap sektor bisnis.

Proses transaksi yang dilakukan dalam dunia bisnis tanpa adanya pertemuan antar para pihaknya yang menggunakan media internet termasuk ke dalam transaksi elektronik. Transaksi elektronik dalam dunia bisnis terdapat berbagai macam bentuknya diantaranya adalah *electronic commerce* atau biasa disebut dengan *e-commerce* maupun *e-com*. *Electronic commerce* yang selanjutnya dalam penulisan ini disebut dengan *e-commerce* dapat diartikan secara gramatikal sebagai perdagangan elektronik maksud dari perdagangan elektronik ini adalah perdagangan yang dilakukan secara elektronik dengan menggunakan internet sebagai medianya. Selain itu *e-commerce* juga dapat diartikan sebagai suatu cara berbelanja atau berdagang *secara online* atau *direct selling* yang memanfaatkan fasilitas internet dimana terdapat website yang dapat menyediakan layanan *get and deliver* (<http://r-marpaung.tripod.com/ElectronicCommerce.doc> diakses tanggal 28 Maret 2007). Perkembangan ini semakin memudahkan orang maupun perusahaan untuk melakukan berbagai macam transaksi bisnis khususnya perdagangan.

Perjanjian *e-commerce* yang dilakukan oleh para pihaknya bukan seperti layaknya perjanjian pada umumnya, tetapi perjanjian tersebut dapat dilakukan meskipun tanpa adanya pertemuan langsung antara kedua belah pihak, namun perjanjian antar para pihak tersebut dilakukan secara elektronik. Perjanjian antar pihaknya dilakukan dengan mengakses halaman web yang disediakan, berisi klausul atau perjanjian yang dibuat oleh pihak pertama (penjual), dan pihak yang lain (pembeli) hanya tinggal menekan tombol yang disediakan sebagai tanda persetujuan atas isi perjanjian yang telah ada, tanpa

perlu membubuhkan tanda tangan seperti perjanjian pada umumnya, tetapi menggunakan tanda tangan elektronik atau *digital signature*. Sehingga para pihak tidak perlu bertemu langsung untuk mengadakan suatu perjanjian.

Pengaturan mengenai perjanjian di Indonesia hanya mengatur pada perjanjian pada umumnya, hal tersebut diatur dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang menyebutkan mengenai syarat sah suatu perjanjian yang mengikat para pihaknya. Menurut **Subekti**, suatu perjanjian dianggap sah apabila memenuhi syarat subyektif dan syarat obyektif. Pemenuhan atas syarat tersebut berakibat pada perjanjian yang telah dibuat menjadi sah. Perjanjian juga mengikat bagi para pihak mengenai hak dan kewajibannya, sehingga pemenuhan syarat sahnya suatu perjanjian mutlak untuk dipenuhi. Hal ini kelak apabila dikemudian hari terjadi suatu permasalahan atau sengketa maka penyelesaiannya dapat didasarkan pada perjanjian yang telah disepakati.

Perjanjian dalam *e-commerce* dengan perjanjian biasa tidaklah berbeda sangat jauh, yang membedakan hanya pada bentuk dan berlakunya. Media dalam perjanjian biasa yang digunakan adalah tinta dan kertas serta dibuat berdasarkan kesepakatan para pihak. Setelah dibuat dan disepakati maka perjanjian tersebut mengikat setelah ditandatangani, sedangkan dalam *e-commerce* perjanjian menggunakan media elektronik yang ada hanya *form* atau blanko klausul perjanjian yang dibuat salah satu pihak yang ditulis dan ditampilkan dalam media elektronik (halaman *web*), kemudian pihak yang lain cukup menekan tombol yang disediakan untuk setuju mengikatkan diri terhadap perjanjian tersebut. Hal ini tentu saja menimbulkan berbagai macam persoalan di dalam perjanjian secara elektronik mengenai sah tidaknya perjanjian tersebut.

Berdasarkan uraian dan penjelasan tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang lebih mendalam mengenai perjanjian dalam pelaksanaan *e-commerce* khususnya ditinjau dari hukum perjanjian di Indonesia serta faktor penghambat dan pendukung pelaksanaan

e-commerce dengan mengambil judul: "**KONTRAK PERDAGANGAN MELALUI INTERNET (*ELECTRONIC COMMERCE*) DITINJAU DARI HUKUM PERJANJIAN**".

B. PERUMUSAN MASALAH

Dalam suatu penelitian diperlukan adanya perumusan masalah untuk mengidentifikasi persoalan yang diteliti sehingga sasaran yang hendak dicapai menjadi jelas, tegas, terarah, serta tercapai sasaran yang diharapkan. Dalam penelitian ini, penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kontrak perdagangan melalui internet (*e-commerce*) ditinjau dari hukum perjanjian di Indonesia?
2. Apa faktor-faktor pendukung serta penghambat atas perdagangan melalui internet (*e-commerce*)?
3. Bagaimana solusi apabila terjadi permasalahan dalam pelaksanaan perdagangan melalui internet (*e-commerce*)?

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian disini ialah penelitian berkenaan dengan maksud penulis melakukan penelitian, terkait dengan perumusan masalah dan judul (Johannes Supranto, 2003 : 191). Penulis mempunyai tujuan atau hal-hal yang ingin dicapai melalui penelitian ini. Tujuan itu berupa tujuan secara obyektif dan tujuan secara subyektif. Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Tujuan Obyektif :
 - a. Untuk mengetahui mengenai aspek hukum perjanjian dalam kontrak perdagangan melalui internet (*e-commerce*).
 - b. Untuk mengetahui faktor-faktor pendukung serta penghambat pelaksanaan perdagangan melalui internet (*e-commerce*).
 - c. Untuk menemukan solusi apabila terjadi permasalahan dalam pelaksanaan perdagangan melalui internet (*e-commerce*).

2. Tujuan Subyektif :

- a. Untuk memperluas pengetahuan dan wawasan penulis di bidang hukum serta pemahaman aspek hukum dalam teori dan praktek di lapangan Hukum Perdata, khususnya Hukum Perjanjian.
- b. Untuk mengetahui kemampuan penulis dalam meneliti di bidang ilmu hukum khususnya Perdata.
- c. Untuk memenuhi syarat akademis guna memperoleh gelar kesarjanaan Ilmu Hukum di Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret.

D. MANFAAT PENELITIAN

Setiap penelitian selalu diharapkan dapat memberi manfaat pada berbagai pihak. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

- a. Memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu Hukum Perdata, khususnya Hukum Perjanjian, terutama mengenai aspek hukum perjanjian dalam pelaksanaan perdagangan melalui internet (*e-commerce*).
- b. Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi mahasiswa, dosen, atau pembaca yang tertarik dalam Hukum Perdata, khususnya Hukum Perjanjian.
- c. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi sebagai bahan acuan bagi penelitian di masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

- a. Untuk memberikan jawaban atas masalah yang diteliti.
- b. Untuk melatih mengembangkan pola pikir yang sistematis sekaligus untuk mengukur kemampuan penulis dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh.

- c. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumbangan karya ilmiah dari penulis dalam perkembangan Hukum Perdata dan bermanfaat menjadi referensi sebagai bahan acuan peneliti yang lain dalam penelitian pada masa yang akan datang.

E. Metode Penelitian

Metode artinya adalah “jalan ke”, sedangkan penelitian adalah suatu kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan analisis dan konstruksi, yang dilakukan secara metodologis, sistematis, dan konsisten (Soerjono Soekanto, 1986 : 42). Metode merupakan cara yang utama yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan, untuk mencapai tingkat ketelitian, jumlah, dan jenis yang dihadapi. Akan tetapi dengan mengadakan klasifikasi yang berdasarkan pada pengalaman, dapat ditentukan teratur dan terpikirkannya alur yang runtut dan baik untuk mencapai suatu maksud (Winarno Surakhmat, 1982:131). Penelitian adalah suatu usaha untuk menemukan, mengembangkan, dan menguji kebenaran suatu pengetahuan, gejala atau hipotesa, usaha mana dilakukan dengan menggunakan metode ilmiah (Sutrisno Hadi, 1989:4).

Dengan demikian metode penelitian adalah jalan yang dilakukan berupa serangkaian kegiatan ilmiah yang dilakukan secara metodologis, sistematis, dan konsisten untuk memperoleh data yang lengkap yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, sehingga tujuan penelitian dapat dicapai. Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis pergunakan dalam penyusunan penulisan hukum ini adalah penelitian hukum doktrinal/normatif atau penelitian hukum kepustakaan, yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Bahan-bahan

tersebut disusun secara sistematis, dikaji, kemudian ditarik suatu kesimpulan dalam hubungannya dengan masalah yang diteliti.

Hal ini sesuai dengan pandangan **Soerjono Soekanto**, bahwa penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder belaka, dapat dinamakan penelitian hukum normatif atau penelitian hukum kepustakaan. Penelitian hukum normatif atau kepustakaan tersebut mencakup (Soerjono Soekanto, 2001:13).

- a. Penelitian terhadap asas-asas hukum
- b. Penelitian terhadap sistematik hukum
- c. Penelitian terhadap taraf sinkronisasi vertikal dan horisontal
- d. Perbandingan hukum
- e. Sejarah hukum

Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian terhadap asas-asas hukum, sistematika hukum, serta sinkronisasi vertikal atas dokumen yang diteliti terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang digunakan penulis dalam penulisan hukum ini adalah deskriptif, yaitu menggambarkan serta menguraikan semua data yang diperoleh dari hasil studi kepustakaan yang berkaitan dengan judul penulisan hukum yang secara jelas dan rinci kemudian dianalisis guna menjawab permasalahan yang diteliti.

3. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian dalam penulisan hukum ini adalah pendekatan normatif/juridis. Pendekatan ini merupakan metode pendekatan yang mengkonsepsikan hukum sebagai norma, kaidah, asas, atau dogma-dogma (yang seharusnya).

4. Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini berupa data sekunder, yaitu data atau informasi hasil penelaahan dokumen penelitian serupa yang pernah dilakukan sebelumnya, bahan kepustakaan seperti buku-buku, literatur, koran, majalah, jurnal, artikel internet, maupun arsip-arsip yang berkesesuaian dengan penelitian yang dibahas.

Sumber data merupakan tempat di mana dan ke mana data dari suatu penelitian dapat diperoleh. Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data sekunder berupa dokumen publik dan catatan-catatan resmi (*public documents and official records*). Di samping sumber data yang berupa Undang-Undang negara maupun peraturan pemerintah, penulis juga memperoleh data dari beberapa jurnal, buku-buku referensi, dan media massa yang mengulas mengenai *e-commerce*.

Menurut **Soerjono Soekanto** dalam bukunya *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, data sekunder di bidang hukum ditinjau dari kekuatan mengikatnya dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu:

a. Bahan hukum primer

Bahan hukum primer adalah bahan-bahan hukum yang mengikat. Dalam hal ini penulis menggunakan bahan hukum primer, yaitu:

- 1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata)

b. Bahan hukum sekunder

Bahan hukum sekunder adalah bahan-bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer, seperti;

- 1) Rancangan peraturan perUndang-undangan
- 2) Hasil karya ilmiah para sarjana
- 3) Hasil-hasil penelitian

Dalam hal ini penulis menggunakan, RUU Informasi dan Transaksi Elektronik hasil karya ilmiah para sarjana yang berupa teori-teori dan juga hasil-hasil penelitian.

c. Bahan hukum tersier atau penunjang

Bahan hukum tersier yaitu bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, misalnya bahan dari media internet, kamus, ensiklopedia, indeks kumulatif, dan sebagainya (Soerjono Soekanto, 2001:113). Dalam hal ini penulis menggunakan bahan dari media internet, kamus, buku, artikel serta dari koran dan majalah.

5. Teknik Pengumpulan Data

Kegiatan pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan cara pengumpulan (dokumentasi) data sekunder berupa peraturan perundangan, artikel maupun dokumen lain yang dibutuhkan untuk kemudian dikategorisasi menurut pengelompokan yang tepat. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik studi pustaka untuk mengumpulkan dan menyusun data yang diperlukan.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan langkah selanjutnya untuk mengolah hasil penelitian menjadi suatu laporan. Analisis data adalah proses pengorganisasian dan pengurutan data dalam pola, kategori, dan uraian dasar, sehingga akan dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data (Lexy J. Moleong, 2002:103).

Teknik analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah non statistik. Analisis non statistik ini dilakukan dengan kualitatif. Mengenai kegiatan analisis isi dalam penelitian ini adalah mengklasifikasi pasal-pasal dokumen sampel ke dalam kategori yang tepat. Setelah analisis data selesai, maka hasilnya akan disajikan secara deskriptif yaitu dengan

jalan menuturkan dan menggambarkan apa adanya sesuai dengan permasalahan yang diteliti dan data yang diperoleh.

F. SISTEMATIKA PENULISAN HUKUM

Sistematika penulisan hukum adalah untuk memberi gambaran yang jelas dan komprehensif mengenai penulisan hukum ini, maka berikut ini kami sajikan sistematika:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini disajikan tentang latar belakang, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan metode penelitian secara sistematika penulisan hukum.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini diuraikan mengenai kajian pustaka yang berkenaan dengan judul dan masalah yang diteliti yang memberikan landasan/kerangka teori serta diuraikan juga mengenai kerangka pemikiran/konsep.

BAB III PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil penelitian dan pembahasannya mengenai aspek hukum perjanjian dalam pelaksanaan perdagangan melalui internet (*e-commerce*) beserta faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan perdagangan melalui internet (*e-commerce*).

BAB IV PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dari apa yang telah dibahas juga berisi saran-saran yang ditujukan pada pihak-pihak yang terkait dengan permasalahan penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. KERANGKA TEORI

1. Tinjauan Umum tentang Kontrak

a. Pengertian Kontrak

Kontrak dapat disamaartikan dengan perjanjian, hal mendasar perbedaan pengertian kontrak dan perjanjian, yaitu kontrak merupakan suatu perjanjian yang dibuat secara tertulis, sedangkan perjanjian merupakan semua bentuk hubungan antara dua pihak dimana pihak yang satu berjanji kepada pihak yang lain untuk melakukan sesuatu hal. Perjanjian tidak membedakan apakah perjanjian tersebut dibuat tertulis maupun tidak, sehingga kontrak dapat diartikan sebagai perjanjian secara sempit, yaitu hanya yang berbentuk tertulis. Hal ini memberikan arti bahwa kontrak dapat disamakan dengan perjanjian. Perjanjian terjadi antara kedua belah pihak yang saling berjanji, kemudian timbul kesepakatan yang mengakibatkan adanya suatu perikatan diantara kedua belah pihak tersebut.

Perikatan terdapat di dalam perjanjian karena perikatan dapat ditimbulkan oleh perjanjian disamping oleh undang-undang. Hal tersebut daitur dan disebutkan dalam Pasal 1233 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang berbunyi: "Tiap-tiap perikatan dilahirkan baik karena persetujuan baik karena undang-undang". Pengertian perikatan tidak terdapat dalam Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, akan tetapi menurut ilmu pengetahuan hukum, perikatan dapat diartikan sebagai hubungan yang terjadi diantara dua orang atau lebih, yang terletak di dalam lapangan harta kekayaan dimana pihak yang satu berhak atas prestasi dan pihak yang lainnya wajib memenuhi prestasi itu (Mariam Darus Badzrulaman 1983:1). Sebagai realisasi

dari perikatan yang terdapat di dalam perjanjian, maka diatur hak-hak dan kewajiban-kewajiban bagi masing-masing pihak.

Perjanjian memiliki definisi yang berbeda-beda menurut pendapat ahli yang satu dengan yang lain. Secara umum, perjanjian menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah persetujuan (tertulis atau dengan lisan) yang dibuat oleh dua pihak atau lebih, masing-masing berjanji akan menaati apa yang tersebut dalam persetujuan itu.

Perjanjian menurut **Subekti** (2002:1) adalah suatu peristiwa dimana seseorang berjanji kepada seorang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal. Dari perjanjian tersebut maka timbulah perikatan. Perikatan menurut **Subekti** (2002:1) adalah suatu perhubungan hukum antara dua orang atau dua pihak, berdasarkan mana pihak yang satu berhak menuntut sesuatu hal yang lain, dan pihak yang lain berkewajiban untuk memenuhi tuntutan itu. Sedangkan menurut **M Yahya Harahap** (1986:6), perjanjian atau *verbinten* adalah suatu hubungan hukum kekayaan/harta benda antara dua orang atau lebih yang memberi kekuatan hak pada satu pihak untuk memperoleh prestasi dan sekaligus mewajibkan pada pihak yang lain untuk menunaikan prestasi. Unsur dari wujud pengertian perjanjian tersebut di atas adalah hubungan hukum yang menyangkut hukum harta kekayaan antara dua orang (*person*) atau lebih, yang memberikan hak pada satu pihak dan kewajiban pada pihak lain tentang suatu prestasi.

Perjanjian dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata terdapat pada Pasal 1313 yang disebutkan bahwa suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih.

Menurut **Abdulkadir Muhammad** (1992:77) definisi tersebut memiliki beberapa kelemahan yaitu:

1) Hanya menyangkut sepihak saja

Hal ini dapat diketahui dari perumusan "satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih lainnya". Sehingga tertangkap bahwa yang berkehendak untuk mengadakan perjanjian hanya satu pihak saja, sehingga seharusnya dirumuskan "saling mengikatkan diri".

2) Kata "perbuatan" mencakup juga tanpa konsensus

Pengertian "perbuatan" termasuk juga tindakan melaksanakan tugas tanpa kuasa yang tidak mengandung suatu konsensus. Sehingga seharusnya yang digunakan adalah kata "persetujuan".

3) Pengertian perjanjian terlalu luas

Pengertian perjanjian dalam pasal tersebut terlalu luas melebihi dari yang dikehendaki dari Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang bersifat kebendaan, sehingga menimbulkan penafsiran lain bahwa perjanjian tersebut juga meliputi janji kawin.

4) Tanpa menyebut tujuan

Tidak tercantumnya tujuan mengadakan perjanjian menimbulkan ketidakjelasan para pihak mengikatkan diri untuk apa. Oleh karena itu perlu dirumuskan kembali apa yang dimaksud dengan perjanjian itu. Berdasarkan alasan-alasan tersebut maka perjanjian adalah suatu persetujuan dengan mana dua orang atau lebih saling mengikatkan diri untuk melaksanakan suatu hal dalam lapangan harta kekayaan. Hukum yang mengatur tentang perjanjian ini disebut Hukum Perjanjian (*Law of Contract*).

b. Asas Hukum Perjanjian

Menciptakan tujuan perjanjian maka perlu diperhatikan beberapa asas dari perjanjian. Beberapa asas perjanjian menurut **Mariam Darus Badruzaman** (1983:108) yaitu:

1) Asas kebebasan mengadakan perjanjian

Asas kebebasan berkontrak (*contractvrijheid*) berhubungan dengan isi perjanjian, yaitu kebebasan menentukan “apa” dan “dengan siapa” perjanjian itu diadakan. Perjanjian yang dibuat sesuai dengan Pasal 1320 Kitab Hukum Undang-Undang Hukum Perdata ini mempunyai kekuatan mengikat.

2) Asas Konsensualisme (persesuaian kehendak)

Asas ini dapat ditemukan dalam Pasal 1320 dan Pasal 1338 Kitab Hukum Undang-Undang Hukum Perdata. Dalam Pasal 1338 Kitab Hukum Undang-Undang Hukum Perdata ditemukan istilah “semua” yang menunjukkan bahwa setiap orang diberi kesempatan untuk menyatakan keinginannya (*will*), yang dirasanya baik untuk menciptakan perjanjian.

3) Asas Kepercayaan (*vertrouwensbeginsel*)

Seseorang yang mengadakan perjanjian dengan pihak lain, menumbuhkan kepercayaan diantara kedua pihak itu bahwa satu sama lain akan memegang janjinya, dengan kata lain akan memenuhi prestasinya di belakang hari. Tanpa adanya kepercayaan itu maka perjanjian itu tidak mungkin diadakan oleh para pihak.

4) Asas Kekuatan Mengikat

Terikatnya para pihak pada perjanjian itu tidak semata-mata terbatas pada apa yang diperjanjikan, akan tetapi juga beberapa unsur lain sepanjang dikehendaki oleh kebiasaan dan kepatutan serta moral.

5) Asas Kepastian Hukum

Perjanjian sebagai figur hukum harus mengandung hukum. Kepastian ini terungkap dari kekuatan mengikat perjanjian itu yaitu sebagai undang-undang bagi para pihak.

c. Syarat Sahnya Perjanjian

Pasal 1320 Kitab Hukum Undang-Undang Hukum Perdata mengatur agar suatu perjanjian oleh hukum dianggap sah sehingga mengikat kedua belah pihak, maka perjanjian tersebut harus memenuhi syarat-syarat sah nya perjanjian. Syarat sah nya perjanjian meliputi syarat subyektif dan syarat obyektif (Subekti, 2002:17).

Syarat subyektif yaitu:

1) Sepakat mereka mengikatkan dirinya

Sepakat atau yang dinamakan dengan perizinan, dimaksudkan bahwa kedua subyek yang mengadakan perjanjian itu harus bersepakat, setuju atau seia sekata mengenai hal-hal yang pokok dari perjanjian yang diadakan itu. Apa yang dikehendaki oleh pihak yang satu juga dikehendaki oleh pihak yang lain.

2) Cakap untuk membuat suatu perjanjian

Setiap orang yang sudah dewasa atau akil baliq dan sehat pikirannya, adalah cakap menurut hukum. Dalam Pasal 1330 Kitab Hukum Undang-Undang Hukum Perdata disebut sebagai orang yang tidak cakap untuk membuat suatu perjanjian adalah:

- a) Orang yang belum dewasa
- b) Mereka yang berada di bawah pengampuan
- c) Orang-orang perempuan dalam hal-hal yang ditetapkan oleh undang-undang, dan pada umumnya kepada siapa undang-undang telah melarang membuat perjanjian-perjanjian tertentu.

Syarat obyektif yaitu:

3) Mengenai suatu hal tertentu

Suatu perjanjian harus mengenai suatu hal tertentu, artinya apa yang dijadikan obyek dalam perjanjian harus jelas.

4) Suatu sebab yang halal

“Sebab yang halal” ini dimaksudkan tiada lain dari pada isi perjanjian. Dengan segera harus dihilangkan suatu kemungkinan salah sangka, bahwa sebab itu adalah sesuatu yang menyebabkan seseorang membuat perjanjian itu.

Syarat sahnya perjanjian harus dipenuhi untuk menghindari batalnya suatu perjanjian. Jika syarat subyektif tidak dipenuhi, maka salah satu pihak mempunyai hak untuk meminta supaya perjanjian itu dibatalkan. Sedangkan apabila syarat obyektif tidak terpenuhi maka perjanjian tersebut batal demi hukum.

2. Tinjauan Umum tentang Internet

a. Sejarah Internet

Penggunaan internet berkembang pesat sejak penemuannya. Alih-alih menghubungkan jaringan-jaringan secara terbatas pada tipe komputer tertentu, teknologi internet memungkinkan koneksi terjadi diantara berbagai jenis komputer, antar berbagai sistem operasi. Tidak ada jaringan yang terlalu cepat atau lamban, terlalu besar atau terlalu kecil sehingga tidak bisa dikoneksikan. Internet dapat menghubungkan jaringan-jaringan canggih yang merentang antar benua dan menghubungkan ribuan bahkan jutaan komputer (Adi Nugroho, 2006:26).

Penggunaan internet atau *Interconnection Networking* dimulai pada tahun 1969 ketika Departemen Pertahanan Amerika, *U.S. Defense Advanced Research Projects Agency* (DARPA), melakukan riset

bagaimana menghubungkan beberapa komputer menjadi satu jaringan organik. Riset ini kemudian dikenal dengan ARPANET (*Advance Research Project Agency Network*) kemudian pada tahun 1970 sepuluh buah komputer telah dapat disatukan dalam sebuah jaringan sehingga satu sama lain dapat saling berkomunikasi.

Roy Tomlinson, pada tahun 1972 berhasil menyempurnakan program *e-mail (electronic mail)* yang ia ciptakan setahun yang lalu untuk ARPANET dimana program *e-mail* tersebut begitu mudah sehingga populer. Pada tahun yang sama juga diperkenalkan ikon @ sebagai lambang penting yang menunjukkan "at" atau "pada". Tahun 1973, jaringan komputer ARPANET mulai dikembangkan ke luar Amerika Serikat. Komputer University College di London merupakan komputer pertama yang ada di luar Amerika yang menjadi anggota jaringan ARPANET. Pada tahun yang sama, dua orang ahli komputer yakni Vinton Cerf dan Bob Kahn mempresentasikan sebuah gagasan yang lebih besar, yang menjadi cikal bakal pemikiran internet. Ide ini dipresentasikan untuk pertama kalinya di Universitas Sussex.

Perkembangan selanjutnya pada tanggal 26 Maret 1976, ketika Ratu Inggris berhasil mengirimkan *e-mail* dari Royal Signals and Radar Establishment di Malvern. Setahun kemudian, sudah lebih dari 100 komputer yang bergabung di ARPANET membentuk sebuah jaringan atau network. Pada 1979, Tom Truscott, Jim Ellis dan Steve Bellovin, menciptakan *newsgroups* pertama yang diberi nama USENET. Tahun 1981, France Telecom menciptakan gebrakan dengan meluncurkan telepon televisi pertama, dimana orang bisa saling menelpon sambil berhubungan dengan *video link*.

Sebuah protokol resmi yang diakui oleh semua jaringan dibutuhkan, karena komputer yang membentuk jaringan semakin hari semakin banyak. Pada tahun 1982 dibentuk *Transmission Control Protocol* atau *TCP* dan *Internet Protocol* atau *IP* yang kita kenal

semua. Sementara itu di Eropa muncul jaringan komputer tandingan yang dikenal dengan *Eunet*, yang menyediakan jasa jaringan komputer di negara-negara Belanda, Inggris, Denmark, dan Swedia. Jaringan *Eunet* menyediakan jasa *e-mail* dan *newsgroup* USENET.

Tahun 1984 diperkenalkan sistem nama domain, yang kini kita kenal dengan DNS atau *Domain Name System* untuk menyeragamkan alamat di jaringan komputer yang ada. Komputer yang tersambung dengan jaringan yang ada sudah melebihi 1000 komputer lebih. Pada 1987 jumlah komputer yang tersambung ke jaringan melonjak 10 kali lipat menjadi 10.000 lebih.

Jarko Oikarinen pada tahun 1988 di Finlandia menemukan dan sekaligus memperkenalkan IRC atau *Internet Relay Chat*. Setahun kemudian, jumlah komputer yang saling berhubungan kembali melonjak 10 kali lipat dalam setahun. Tak kurang dari 100.000 komputer kini membentuk sebuah jaringan. Tahun 1990 adalah tahun yang paling bersejarah, ketika Tim Berners Lee menemukan program *editor* dan *browser* yang bisa menjelajah antara satu komputer dengan komputer yang lainnya, yang membentuk jaringan itu. Program inilah yang disebut *www*, atau *World Wide Web*.

Tahun 1992, komputer yang saling tersambung membentuk jaringan sudah melampaui sejuta komputer, dan di tahun yang sama muncul istilah *surfing the internet*. Tahun 1994, situs internet telah tumbuh menjadi 3000 alamat halaman, dan untuk pertama kalinya *virtual-shopping* atau *e-retail* muncul di internet. Dunia langsung berubah. Di tahun yang sama “Yahoo!” didirikan, yang juga sekaligus kelahiran Netscape Navigator 1.0. (<http://www.freewebs.com/pemula/#antar>, diakses pada tanggal 28 Maret 2007).

Internet saat ini telah menghubungkan jaringan komputer lebih dari tiga ratus ribu jumlahnya yang menjangkau sekitar seratus negara di dunia (Budi Agus Riswandi, 2003:12). Apabila dilihat dari

perkembangannya yang maju pesat seperti tersebut di atas, kebutuhan terhadap suatu informasi dan saling berinteraksi menjadi kebutuhan setiap orang. Internet juga dibutuhkan karena kemudahan-kemudahan dan banyaknya fasilitas yang ditawarkan. Melalui internet kita dapat melakukan beberapa hal, antara lain:

- 1) Melakukan pertukaran teks dan berbagai pesan dengan berjuta manusia dalam bisnis, akademi, pemerintahan, dan organisasi lain dalam lebih lima puluh negara.
- 2) Mengakses suatu perangkat lunak, dokumen (seni, politik, kebudayaan) gambar, peta cuaca, katalog perpustakaan, dan berbagai informasi dari berbagai tempat di seluruh dunia.
- 3) Melakukan komunikasi dan pertukaran sumber daya atau mendapatkan sumber daya untuk bersama-sama bekerjasama dalam satu kantor atau berbeda benua untuk tujuan yang sama.

Setiap pengguna jasa internet menggunakannya untuk kepentingan masing-masing. Konsumen yang menggunakan internet, harus berhati-hati terhadap fasilitas-fasilitas yang ditawarkan, karena fasilitas-fasilitas tersebut bukan hanya memberikan dampak positif saja seperti kemudahan untuk mendapatkan informasi, melainkan juga melahirkan dampak negatif seperti penipuan kartu kredit dan lain sebagainya. Oleh sebab itu, perlu diketahui fasilitas-fasilitas apa saja yang ditawarkan internet. Banyak fasilitas yang ditawarkan oleh internet. Berikut ini terdapat beberapa fasilitas yang sering digunakan:

1) *Elektronic Mail (E-mail)*

Elektronic Mail (E-mail) adalah surat elektronik yang dikirim melalui internet. Fasilitas ini merupakan salah satu fasilitas yang paling banyak diminati, dengan fasilitas ini anda dapat berkirim atau menerima *e-mail* dari dan ke pengguna internet di seluruh dunia.

2) Kelompok Diskusi (*Mailing List*)

Melalui fasilitas ini, berita atau *file* dikirim ke banyak pengguna sekaligus, sehingga penggunaanya dapat melakukan diskusi, ceramah, konferensi, atau seminar secara elektronik tanpa terikat oleh ruang dan waktu.

3) FTP (*File Transfer Protocol*)

Melalui *software* FTP, anda dapat mentransfer data/*file* dari satu komputer ke komputer lain. Proses mentransfer *file* dari sebuah komputer ke komputer anda disebut dengan proses *Download*, sedangkan proses mentransfer *file* dari komputer anda ke komputer lain disebut *Upload*.

4) *World Wide Web*

World Wide Web disingkat *Web* adalah bagian yang paling menarik dari internet. Melalui *Web*, anda bisa mengakses informasi-informasi di situs-situs *web* tidak hanya berupa teks, tapi juga gambar-gambar, *sound*, film dan multimedia lainnya (Ahmad Bustami, 1999 : 3).

b. Pengertian Internet

Pengertian internet dapat didefinisikan bermacam-macam, namun secara umum pengertian internet merupakan hubungan antar berbagai jenis komputer dan jaringan di dunia yang berbeda sistem operasi maupun aplikasinya di mana hubungan tersebut memanfaatkan kemajuan media komunikasi (telepon dan satelit) yang menggunakan protokol standar dalam berkomunikasi yaitu protokol TCP/IP (<http://library.usu.ac.id/moduls.php?>, diakses tanggal 22 April 2007).

Menurut **Budi Raharjo** dalam makalah yang dipresentasikan dalam Seminar Akuntansi UTAMA tahun 2003 di Fakultas Ekonomi Universitas Widyatama menyebutkan bahwa *The Internet* merupakan suatu jaringan komputer global yang menghubungkan jaringan privat

dan publik untuk berbagi informasi antar lembaga pendidikan, penelitian, pemerintahan, bisnis, dan masyarakat umum (<http://www.cert.or.id>, diakses tanggal 22 April 2007).

3. Tinjauan Umum tentang *E-Commerce*

a. Pengertian *E-commerce*

Saat ini pengertian mengenai *e-commerce* belum ada pengertian secara pasti yang disepakati bersama. Namun pengertian *e-commerce* secara umum dapat diartikan sebagai proses transaksi jual beli secara elektronik melalui media internet. Menurut **Mariza Arfina** dan **Robert Marpaung** *e-commerce* atau yang lebih dikenal dengan *e-com* dapat diartikan sebagai suatu cara berbelanja atau berdagang secara *online* atau *direct selling* yang memanfaatkan fasilitas Internet dimana terdapat *website* yang dapat menyediakan layanan "*get and deliver*" (<http://r-marpaung.tripod.com/ElectronicCommerce.doc> diakses tanggal 22 April 2007).

Onno W. Purbo dan **Aang Wahyudi** yang mengutip pendapat **David Baum** menyebutkan bahwa pengertian *e-commerce* adalah: "*E-Commerce is a dynamic set of technologies, applications, and business process that link enterprise, consumers, and communities through electronic transactions and the electronic exchange of goods, services, and information*". *E-Commerce* merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik (Onno W. Purbo, 2000 : 2).

Bryan A. Garner juga menyatakan bahwa "*E-Commerce the practice of buying and selling goods and services trough online consumer services on the internet. The e, ashortened from electronic, has become a popular prefix for other terms associated with*

electronic transaction”. Dapat dikatakan bahwa pengertian *e-commerce* yang dimaksud adalah pembelian dan penjualan barang dan jasa dengan menggunakan jasa komputer *online* di internet (Abdul Halim Barakatullah dkk, 2005 : 12).

Roger Clarke dalam “*Electronic Commerce Definitions*” menyatakan bahwa *e-commerce* adalah “*The conduct of commerce in goods and services, with the assistance of telecommunications and telecommunications-based tools*” yang dapat diartikan bahwa *e-commerce* adalah tata cara perdagangan barang dan jasa yang menggunakan media telekomunikasi dan telekomunikasi sebagai alat bantuanya (<http://www.anu.edu.au/people/Roger.Clarke/EC/ECDefns.html>, diakses tanggal 22 April 2007).

E-commerce juga dapat diartikan sebagai 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 (Munir Fuady, 2005 : 407).

b. Karakteristik E-Commerce

Berbeda dengan transaksi perdagangan biasa, transaksi *e-commerce* memiliki beberapa karakteristik yang sangat khusus. Pengertian-pengertian yang diberikan oleh beberapa ahli mengenai *e-commerce* dapat ditarik kesimpulan bahwa *e-commerce* mempunyai suatu karakteristik, yaitu:

- 1) Terjadinya transaksi antar dua belah pihak
- 2) Adanya pertukaran barang, jasa dan informasi
- 3) Internet merupakan medium utama dalam proses atau mekanisme perdagangan tersebut.

Menurut **Nurfansa Wira Sakti**, karakteristik *e-commerce* diantaranya adalah:

- 1) Transaksi tanpa batas
- 2) Transaksi anonim
- 3) Produk digital dan non digital
- 4) Produk barang tak berwujud

(<http://www.nofieiman.com>, diakses tanggal 22 April 2007).

c. Jenis-jenis Transaksi *E-commerce*

Electronic commerce dalam pelaksanaannya yang menggunakan media internet sebagai sarana utamanya tidak terlepas dari kemudahan yang ada dalam internet itu sendiri. Kemudahan tersebut diantaranya adalah kemudahan untuk diakses dimana saja dan dengan siapa seorang pengguna akan berhubungan. Selain itu, sudut pandang dari *e-commerce* sangatlah luas. Berdasarkan sudut pandang para pihak dalam bisnis *e-commerce* jenis-jenis dari suatu kegiatan *e-commerce* adalah sebagai berikut:

1) *Business to Business* (B2B)

Business to Business merupakan kegiatan bisnis *e-commerce* yang paling banyak dilakukan. *Business to Business* (B2B) terdiri atas:

- a) Transaksi *Inter-Organizational System* (IOS), misalnya transaksi *extranet*, *electronic funds transfer*, *electronic forms*, *integrated messaging*, *share data based*, *supply chain management*, dan lain-lain.
- b) Transaksi pasar elektronik (*electronic market transfer*) (Munir Fuady, 2005 : 408).

Business to Business (B2B) juga dapat diartikan sebagai sistem komunikasi bisnis *online* antar pelaku bisnis (Onno W. Purbo, 2000:2). *Business to Business* (B2B) mempunyai karakteristik, dimana menurut **Budi Raharjo** dalam Mengimplementasikan

Electronic Commerce di Indonesia menyebutkan bahwa karakteristik itu antara lain:

- a) *Trading Partners* yang sudah diketahui dan umumnya memiliki hubungan (*relationship*) yang cukup lama. Informasi hanya dipertukarkan dengan *partner* tersebut. Sehingga jenis informasi yang dikirimkan dapat disusun sesuai kebutuhan dan kepercayaan (*trust*).
 - b) Pertukaran data (*data exchange*) berlangsung berulang-ulang dan secara berkala, dengan format data yang sudah disepakati bersama. Sehingga memudahkan pertukaran data untuk dua entiti yang menggunakan standar yang sama.
 - c) Salah satu pelaku dapat melakukan inisiatif untuk mengirimkan data, tidak harus menunggu *partner*.
 - d) Model yang umum digunakan adalah *per-to-per*, dimana *processing intelligence* dapat didistribusikan di kedua belah pihak (<http://www.cert.or.id/~budi/articles/1999-02.pdf>, diakses tanggal 22 April 2007).
- 2) *Bussines to Cunsumer* (B2C)

Bussines to Cunsumer (B2C) merupakan transaksi ritel dengan pembeli individual (Munir Fuady, 2005 : 408). Selain itu *Bussines to Cunsumer* (B2C) juga dapat berarti mekanisme toko *online* (*electronic shopping mall*) yaitu transaksi antara *e-merchant* dengan *e-customer* (Onno W. Purbo, 2000 : 2).

Budi Raharjo juga menyebutkan *Bussines to Cunsumer* (B2C) mempunyai karakteristik tersendiri, dimana karakteristik tersebut adalah:

- a) Terbuka untuk umum, dimana informasi disebarakan ke umum.

- b) Servis yang diberikan bersifat umum (*generic*) dengan mekanisme yang dapat digunakan oleh khayalak ramai. Sebagai contoh, karena sistem *web* sudah umum digunakan maka servis diberikan dengan menggunakan basis *web*.
- c) Servis diberikan berdasarkan permohonan (*on demand*). *Consumer* melakukan inisiatif dan produser harus siap memberikan respon sesuai dengan permohonan.
- d) Pendekatan *client/server* sering digunakan dimana diambil asumsi *client* (*consumer*) menggunakan sistem yang minimal (berbasis *web*) dan *processing* (*bussines procedure*) diletakan di sisi *server* (<http://www.cert.or.id/~budi/articles/1999-02.pdf>, diakses tanggal 22 April 2007).

3) *Consumer to Consumer* (C2C)

Consumer to Consumer (C2C) merupakan transaksi dimana *konsumen* menjual produk secara langsung kepada konsumen lainnya. Dan juga seorang individu yang mengiklankan produk barang atau jasa, pengetahuan, maupun keahliannya di salah satu situs lelang (Munir Fuady, 2005 : 408).

4) *Consumer to Bussines* (C2B)

Consumer to Bussines (C2B) merupakan individu yang menjual produk atau jasa kepada organisasi dan individu yang mencari penjual dan melakukan transaksi (Munir Fuady, 2005:408).

5) *Non-Bussines Electronic Commerce*

Non-Bussines Electronic Commerce meliputi kegiatan non bisnis seperti kegiatan lembaga pendidikan, organisasi nirlaba, keagamaan dan lain-lain (Munir Fuady, 2005 : 408).

6) *Intrabusiness (Organizational) Electronic Commerce*

Kegiatan ini meliputi semua aktivitas internal organisasi melalui internet untuk melakukan pertukaran barang, jasa, dan informasi, menjual produk perusahaan kepada karyawan, dan lain-lain (Munir Fuady, 2005 : 408).

Adanya jenis-jenis kegiatan transaksi *e-commerce*, menimbulkan berbagai jenis konsumen. **Dewi Lestari** membagi jenis konsumen berdasarkan bentuk dan perilaku konsumen. Jenis konsumen tersebut adalah:

Berdasarkan bentuknya, konsumen dapat kategorikan menjadi:

a) Konsumen individual

Konsumen ini lebih banyak diperhatikan oleh media.

b) Konsumen Organisasi

Konsumen yang paling banyak melakukan bisnis di internet yang terdiri dari pemerintah, perusahaan swasta, *resellers*, organisasi publik yang bertindak tidak semata-mata konsumtif sebagaimana layaknya konsumen akhir. Konsumsi dilakukan untuk membuat produk baru maupun melakukan modifikasi.

Berdasarkan perilaku konsumsinya, konsumen dapat dibedakan menjadi:

a) *Impulsive Buyers*

Konsumen yang ingin cepat-cepat membeli, cenderung gegabah dalam mengkonsumsi produk yang ditawarkan.

b) *Patient Buyers*

Konsumen yang teliti melakukan komparasi harga dan menganalisa produk yang ditawarkan.

c) *Window Shoppers*

Konsumen yang sekedar *browsing* atau *surfing* (mejelajah internet) saja (<http://www.lkht-fhui.com>, diakses 28 Maret 2007).

B. KERANGKA PEMIKIRAN

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat, maka perdagangan yang pada awalnya dilakukan secara bertemu langsung dan bertatap muka antar para pihaknya juga mengalami perubahan. Perkembangan teknologi tersebut diantaranya adalah dengan ditemukannya teknologi *internet*, dimana *internet* merupakan suatu teknologi yang memungkinkan kita melakukan pertukaran informasi dengan siapapun dan dimanapun orang tersebut berada tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Perkembangan internet menciptakan pengaruh terhadap sektor hukum yaitu dengan menimbulkan permasalahan yang berkaitan dengan hukum perjanjian terutama dalam kontrak perdagangan secara elektronik khususnya melalui internet atau biasa disebut dengan *e-commerce*.

Perjanjian dalam *e-commerce* termasuk ke dalam kontrak elektronik, kontrak yang menggunakan internet sebagai media utamanya. Perjanjian dalam *e-commerce* tidaklah berbeda sangat jauh dengan perjanjian biasa, yang membedakan hanya pada bentuk dan berlakunya. Secara umum perjanjian dalam *e-commerce* terjadi karena adanya kesepakatan antar para pihak, hal ini tidak berbeda dengan perjanjian biasa. Perjanjian atau kontrak *e-commerce* menggunakan media elektronik yang ada hanya *form* atau blanko klausul perjanjian yang dibuat salah satu pihak (*merchant*) yang ditulis atau dibuat dan ditampilkan dalam media elektronik (halaman *web*), kemudian pihak yang lain (*customer*) cukup menekan tombol yang disediakan untuk setuju mengikatkan diri terhadap perjanjian tersebut. Sehingga menimbulkan berbagai macam persoalan di dalam perjanjian secara elektronik mengenai sah tidaknya perjanjian tersebut ditinjau dari hukum perjanjian di Indonesia.

Pelaksanaan kontrak perdagangan melalui internet ini terdapat faktor-faktor, baik itu faktor pendukung maupun penghambat pelaksanaannya, yang pada akhirnya akan ditemukan solusi apabila timbul halangan dalam pelaksanaan kontrak perdagangan melalui internet (*E-Commerce*).



Gambar .1.

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. KEABSAHAN PERJANJIAN DALAM KONTRAK PERDAGANGAN MELALUI INTERNET (*E-COMMERCE*) DITINJAU DARI HUKUM PERJANJIAN DI INDONESIA KHUSUSNYA BUKU III KUHPERDATA

1. Pemenuhan terhadap Syarat Sahnya Suatu Perjanjian

Berdasarkan Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 alinea keempat yang berbunyi :

“Kemudian dari pada itu untuk membentuk suatu pemerintah negara Indonesia yang melindungi segenap bangsa Indonesia ...”,

merupakan landasan hukum dalam upaya melindungi segenap bangsa Indonesia, tidak terkecuali bagi orang-orang yang melakukan perbuatan hukum tertentu seperti transaksi jual beli secara elektronik. Indonesia merupakan negara hukum sehingga setiap warga negara bersamaan kedudukannya dalam hukum, sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Dasar 1945.

Menurut Pasal II Aturan Peralihan Undang-Undang Dasar 1945, disebutkan bahwa segala badan negara dan peraturan yang ada masih tetap berlaku sebelum diadakan yang baru menurut Undang-Undang Dasar 1945 ini. Ketentuan tersebut mengandung arti bahwa peraturan perundang-undangan yang ada di Indonesia masih tetap berlaku seperti Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) dan peraturan perundang-undangan lainnya apabila ketentuan termaksud memang belum diubah atau dibuat yang baru.

Berbicara mengenai transaksi jual beli secara elektronik, tidak terlepas dari konsep perjanjian secara mendasar sebagaimana termuat dalam Pasal 1313 KUH Perdata yang menegaskan bahwa perjanjian adalah

suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Ketentuan yang mengatur tentang perjanjian terdapat dalam Buku III KUHPerdara, yang memiliki sifat terbuka artinya ketentuan-ketentuannya dapat dikesampingkan, sehingga hanya berfungsi mengatur saja.

Perdagangan melalui internet (*e-commerce*) pada dasarnya sama dengan perdagangan pada umumnya, dimana suatu perdagangan terjadi ketika ada kesepakatan mengenai barang atau jasa yang diperdagangkan serta harga atas barang atau jasa tersebut. Yang membedakan hanya pada media yang digunakan, jika pada perdagangan konvensional para pihak harus bertemu langsung di suatu tempat guna menyepakati mengenai apa yang akan diperdagangkan serta berapa harga atas barang atau jasa tersebut. Sedangkan dalam *e-commerce*, proses transaksi yang terjadi memerlukan suatu media internet sebagai media utamanya, sehingga proses transaksi perdagangan terjadi tanpa perlu adanya pertemuan langsung antar para pihak. Demikian juga halnya dengan perjanjian atas adanya kesepakatan untuk melakukan transaksi perdagangan.

E-commerce sebagai dampak dari perkembangan teknologi memberikan implikasi pada berbagai sektor, implikasi tersebut salah satunya berdampak pada sektor hukum, pengaturan mengenai masalah *e-commerce* di Indonesia belum ada aturan yang secara khusus mengatur mengenai masalah tersebut. Pengaturan mengenai *e-commerce* masih menggunakan aturan dalam Buku III KUHPerdara khususnya pengaturan mengenai masalah perjanjian yang terjadi dalam *e-commerce*. Perjanjian dalam *e-commerce* terjadi antara kedua belah pihak yang mana salah satu pihak berjanji kepada pihak yang lain untuk melakukan sesuatu. Hal ini sesuai dengan Pasal 1313 KUHPerdara, yang mana disebutkan:

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

Perjanjian yang terjadi dalam *e-commerce* dapat dikenakan Pasal 1313 KUHPerdara sebagai pengaturannya, sehingga apa yang menjadi syarat sahnya suatu perjanjian yang termuat dalam KUHPerdara harus diperhatikan agar penerapan atas aturan perjanjian di Indonesia yang secara umum menggunakan KUHPerdara dapat diterapkan serta perjanjian dalam *e-commerce* dapat diakui keabsahannya, dimana syarat sahnya suatu perjanjian yang tercantum dalam pasal 1320 KUHPerdara yaitu:

a. Sepakat Mereka yang Mengikatkan Dirinya

Terhadap syarat yang pertama ini maka segala perjanjian haruslah merupakan suatu hasil kesepakatan antara kedua belah pihak tidak boleh ada paksaan, kekhilapan, dan penipuan (*dwang, dwaling, bedrog*). Kata sepakat di dalam perjanjian pada dasarnya adalah pertemuan antara persesuaian kehendak antara para pihak di dalam perjanjian. Seseorang dikatakan memberikan persetujuannya dan kesepakatannya jika ia memang menghendaki apa yang disepakati. Hal ini sesuai dengan asas konsensualisme dalam suatu perjanjian bahwa suatu kontrak yang telah dibuat maka telah sah dan mengikat secara penuh bagi para pihak yang membuatnya.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, perjanjian yang ada dalam transaksi *e-commerce* muncul karena adanya kesadaran dari para pihak untuk saling mengikatkan diri. Pihak pembeli menyetujui atau menyepakati klausul kontrak yang telah disediakan oleh penjual. Klausul kontrak ini biasanya telah disediakan dan pembeli tinggal menyetujuinya dengan cara *me-check* pada kotak yang disediakan atau menekan tombol *accept* sebagai tanda persetujuan. Perjanjian dalam kontrak *e-commerce* merupakan suatu perjanjian *take it or leave it*. Sehingga jika pembeli setuju maka ia akan menyetujui perjanjian tersebut, jika tidak maka pembeli tidak perlu melakukan persetujuan dan proses transaksi pun batal atau tidak terjadi.

Perjanjian atau kontrak yang terjadi dalam *e-commerce* terjadi karena adanya kesepakatan, apabila dikaitkan dengan teori dalam perjanjian yang diungkapkan oleh **Munir Fuady** (1999 : 45), maka untuk menentukan kapan suatu kesepakatan kehendak terjadi dapat digunakan sebagai suatu patokan untuk menentukan keterikatan seseorang pada perjanjian tertutup sehingga perjanjian dianggap telah mulai berlaku, teori tersebut yaitu:

1) Teori Penawaran dan Penerimaan (*offer and acceptance*)

Kesepakatan kehendak pada prinsipnya baru terjadi setelah adanya penawaran (*offer*) dari salah satu pihak yang kemudian diikuti dengan penerimaan tawaran (*acceptance*) oleh pihak lain dalam perjanjian tersebut. Sehingga menurut teori ini kesepakatan antar pihak terjadi pada saat penjual (*merchant*) mengajukan penawaran dengan menyediakan daftar atau katalog barang (*product table*) yang disertai dengan deskripsi produk yang dijual dan kemudian *customer* yang memilih produk yang ditawarkan dengan mengeklik kotak yang disediakan sehingga bertanda *check* (✓).

2) Teori Pernyataan (*verklarings theorie*)

Menurut teori pernyataan, apabila ada kontroversi antara apa yang dikehendaki dengan apa yang dinyatakan, maka apa yang dinyatakan tersebutlah yang berlaku, karena masyarakat pada umumnya menghendaki bahwa apa yang dinyatakan dapat dipegang.

Berdasarkan teori ini, apa yang dinyatakan oleh *customer* dengan cara mengisi *order form* maupun *form* lainnya, maka itulah yang dianggap berlaku, bukan lagi apa yang dikehendakinya. Demikian juga dengan apa yang dinyatakan oleh *merchant* yang berkaitan dengan persetujuan proses transaksi yang berlaku itulah yang berlaku meskipun dalam proses tersebut masih ada kemungkinan

customer memberikan data yang tidak benar, sedangkan *merchant* melalui perangkat *software* yang digunakan telah menyetujui transaksi tersebut.

Sehingga suatu kesepakatan kehendak antar para pihak telah terjadi ketika *customer* melakukan pengisian *order form* maupun *form* lainnya, dan *merchant* dengan menggunakan perangkat *software* menyetujuinya transaksi tersebut.

3) Teori Konfirmasi

Teori ini menjelaskan bahwa suatu kata sepakat telah ada atau dianggap telah terjadi ketika pihak yang melakukan penawaran mendapat jawaban atau konfirmasi jawaban dari pihak yang menerima tawaran. Sehingga kata sepakat dalam transaksi *e-commerce* terjadi ketika *merchant* mendapat jawaban dari *customer* atas berita konfirmasi jawaban dari pihak yang melakukan penawaran termasuk juga informasi yang dikirimkan oleh *customer* yang telah memenuhi persyaratan atau dinyatakan valid.

Ada satu teori lagi yaitu teori kehendak (*wilstheorie*) yaitu teori yang berusaha untuk menjelaskan jika kontroversi antara apa yang dikehendaki dengan apa yang dinyatakan dalam perjanjian, maka apa yang dinyatakan tersebut dianggap tidak berlaku, akan tetapi teori tersebut tidak dapat digunakan untuk menentukan kapan terjadi suatu kesepakatan dalam perjanjian *e-commerce* karena tidak memberikan kepastian hukum bagi para pihaknya.

Kesepakatan perjanjian atau kontrak *e-commerce* terjadi ketika *customer* menyepakati terhadap ketentuan atau syarat yang disodorkan oleh *merchant*. Hal tersebut terbukti ketika *customer* memberikan tanda *check* (✓) pada kolom yang isinya bahwa ia sepakat dengan apa yang telah disyaratkan, serta pada saat *customer* mengisi *form* yang berisi mengenai data diri.

Jika dikaitkan dengan proses terjadinya kontrak *e-commerce* menurut Santiago Cavanilas dan A. Martines Nadal yang dikutip **Ridwan Khairandy** (2001 : 49) maka kesepakatan para pihak dapat terjadi melalui cara:

1) Kontrak melalui *chatting* dan *video conference*

Chatting dan *video conferece* merupakan alat komunikasi yang disediakan internet yang biasa digunakan untuk dialog interaktif secara langsung, kontrak melalui media ini pada dasarnya sama dengan pembuatan kontrak konvensional hal yang membedakannya hanyalah pada posisi dan lokasi para pihak yang dihubungkannya. Sehingga kesepakatan para pihak terjadi ketika *customer* dan *merchant* menyepakati terhadap apa yang diperjanjikan, dengan model ini para pihak mempunyai posisi tawar yang seimbang sehingga dapat merundingkan mengenai isi dari kontrak tersebut. Selain itu dengan model ini khususnya *video conference* maka dapat dibuktikan apakah para pihak cakap untuk membuat suatu perikatan atau tidak.

2) Kontrak melalui *e-mail*

Kontrak melauai email dapat berupa kontrak *e-mail* murni di mana penawaran yang dikirim kepada seseorang atau kepada banyak orang yang tergabung dalam *mailing list*, penerimaan dan pemberitahuan seluruhnya dikirimkan melalui *e-mail*. Selain itu, kontrak melalui *e-mail* dapat berupa gabungan beberapa formula yang ketika penawaran barangnya diberikan di situs *web* yang mengirimkan penawarannya, dan penerimaannya dikirimkan melalui *e-mail*. Selain itu kontrak melalui *e-mail* jika dikaitkan dengan kontrak konvensional tidak menimbulkan persoalan, karena peraturan yang berkaitan dengan surat dapat diterapkan dalam kontrak melalui *e-mail*. Dengan model ini kesepakatan terjadi

ketika seseorang yang menerima *e-mail* penawaran mengirimkan *email* balasan bahwa ia menerima penawaran tersebut.

3) Kontrak melalui *web* (situs)

Kontrak melalui *web* biasanya kompleks, karena melibatkan pihak-pihak di luar yang mengadakan kontrak. Pihak-pihak yang terkait diantaranya adalah pihak-pihak otentifikasi (penyedia sertifikat digital), lembaga keuangan yang memfasilitasi pembayaran melalui *web*, pemberi label yang mensertifikasi yang menyatakan bahwa halaman *web* tersebut adalah aman. Dalam model ini, kesepakatan terjadi ketika *customer* setuju dengan apa yang disebut *user agreement* yang berisi mengenai hak dan kewajiban *customer*, pada saat ia mendaftar sebagai anggota *web* tersebut.

Berdasarkan uraian diatas maka pemenuhan syarat kesepakatan para pihak dalam membuat perjanjian atau kontrak dalam *e-commerce* dapat dipenuhi, sehingga perjanjian tersebut dari sudut pandang kesepakatan dianggap sah dan mengikat para pihaknya.

b. Kecakapan untuk Membuat Suatu Perikatan

Perkembangan internet menyebabkan terbentuknya suatu arena baru yang lazim disebut dengan dunia maya (*cyberspace*), dimana setiap individu mempunyai hak dan kemampuan untuk berhubungan dengan individu lain tanpa batasan apapun yang menghalanginya. Sehingga dengan adanya kebebasan untuk melakukan hubungan atau melakukan sesuatu maka tidak menutup kemungkinan bahwa setiap individu juga mempunyai kebebasan untuk mengadakan suatu kesepakatan atau perjanjian dengan individu lainnya. Demikian juga dalam *e-commerce*, setiap orang pun berhak mengadakan suatu perikatan.

Untuk membuat suatu perjanjian diperlukan pemenuhan terhadap syarat sahnya suatu perjanjian, salah satu syarat tersebut adalah kecakapan untuk membuat suatu perikatan. Pada dasarnya, setiap orang yang telah dewasa atau akilbaliq dan sehat pikirannya adalah cakap untuk membuat perikatan, dimana hal ini disebutkan dalam Pasal 1329 KUHPerdara yaitu:

“Setiap orang adalah cakap untuk membuat perikatan-perikatan, jika oleh undang-undang tidak dinyatakan tak cakap”

Syarat atau tolok ukur untuk mentukan cakap tidaknya suatu orang untuk mengadakan suatu perjanjian menurut Pasal 1330 KUHPerdara yaitu :

- 1) Orang-orang yang belum dewasa
- 2) Mereka yang ditaruh dibawah pengampuan
- 3) Orang-orang perempuan, dalam hal-hal yang ditetapkan oleh undang-undang, dan pada umumnya semua orang kepada siapa undang-undang telah melarang membuat perjanjian-perjanjian tertentu

Syarat seseorang dikatakan belum dewasa menurut Pasal 330 KUHPerdara adalah belum mencapai umur genap 21 tahun dan tidak lebih dahulu telah kawin atau menikah. Akan tetapi setiap orang yang telah dewasa belum tentu ia sehat pikirannya. Sehingga perlu juga dilihat syarat kedua “mereka yang ditaruh dibawah pengampuan” berdasarkan pasal 433 KUHPerdara disebutkan bahwa setiap orang dewasa yang selalu berada dalam keadaan dungu, sakit otak, atau mata gelap harus dibawah pengampuan, begitu juga jika ia kadang-kadang cakap menggunakan pikirannya. Selain itu seorang dewasa boleh ditaruh dibawah pengampuan karena keborosannya. Kemudian untuk syarat ketiga berdasarkan perkembangan jaman dan menurut Surat Edaran Mahkamah Agung (SEMA) No. 3/1963 tertanggal 4 Agustus 1963 dianggap sudah tidak berlaku dimana wewenang seorang istri

untuk melakukan perbuatan hukum dan untuk menghadap di depan pengadilan tanpa izin atau bantuan suaminya yang diatur dalam Pasal 108 dan 110 KUHPerdara sudah tidak berlaku lagi menurut SEMA tersebut. Sehingga, syarat seseorang cakap untuk mengadakan suatu perjanjian atau perikatan menurut KUHPerdara adalah seseorang yang telah dewasa baik pria maupun wanita yang telah berumur 21 tahun atau telah menikah dan sehat pikirannya serta tidak berada dibawah pengampuan.

Perjanjian atau kontrak dalam *e-commerce* juga mensyaratkan syarat tertentu bagi pihak yang akan mengadakan kesepakatan, dimana menurut hasil penelitian terhadap beberapa situs yang bergerak dalam *e-commerce* (*webstore* atau toko maya) yang telah dilakukan oleh penulis, sebagian besar ditemukan suatu syarat bagi *customer* untuk melakukan transaksi haruslah telah berumur minimal 18 tahun. Syarat ini dapat ditemukan pada saat *customer* mengisi *form* pendaftaran yang berisi mengenai data diri dari *customer*, dimana terdapat suatu kolom yang berisi mengenai tanggal lahir, serta adanya suatu *box* yang harus di *check* (✓) yang menyatakan bahwa si *customer* telah berusia 18 tahun. Sehingga kecakapan *customer* dapat terlihat pada saat ia melakukan pengisian *form*. Hal ini tertuang dalam salah satu bagian *Your User Agreement* eBay <http://www.ebay.com> dimana dituliskan:

“use the Sites if you are not able to form legally binding contracts, are under the age of 18, or are temporarily or indefinitely suspended from our Sites”

Yang dapat diartikan bahwa seseorang tidak berhak menggunakan web eBay tersebut jika tidak mampu atau cakap untuk membuat kontrak menurut hukum, berusia dibawah 18 tahun, atau pihak eBay untuk sementara waktu atau dengan waktu tak terbatas melarang seseorang tersebut untuk mengakses atau menggunakan situs tersebut.

Selain itu dalam *Conditions Of Use website* Amazon pada bagian *Your Account* juga disebutkan bahwa:

“... *If you are under 18, you may use Amazon.com only with involvement of a parent or guardian....*”

Yang dapat diartikan bahwa “seseorang yang berusia dibawah 18 tahun, hanya boleh menggunakan Amazon.com dengan keterlibatan orang tua atau wali”. Hal ini menunjukkan bahwa untuk dapat bertransaksi dengan layanan Amazon maka seseorang haruslah berusia 18 tahun ke atas, jika berusia dibawah 18 tahun haruslah diwakilkan kepada orang tua atau walinya.

Adanya persamaan antara eBay dengan Amazon tentang persyaratan umur seseorang yang berhak mengadakan kontrak dan bertransaksi dalam *e-commerce* secara tidak langsung menunjukkan bahwa syarat kecakapan seseorang dalam *e-commerce* adalah telah berusia 18 tahun. Hal ini tentu saja berbeda dengan apa yang diharapkan atau diatur dalam KUHPerduta yang mensyaratkan telah genap berusia 21 tahun, sehingga kontrak dalam *e-commerce* tetap dapat terjadi atau berlaku meskipun pemenuhan terhadap syarat ini sulit untuk dibuktikan, yaitu dengan adanya kepercayaan antar para pihak mengenai apa yang dinyatakan dalam proses transaksi. Hal ini menunjukkan adanya asas kepercayaan dalam kontrak *e-commerce* serta sejalan dengan teori pernyataan yang menyebutkan bahwa apa yang dinyatakan berlaku sebagai dasar atau pegangan, yang pada akhirnya ketika apa yang dinyatakan dipercayai, maka kontrak telah terjadi atau ada meskipun dapat dimungkinkan ternyata apa yang dinyatakan dikemudian hari diketahui berbeda dengan keadaan sebenarnya. Sehingga kontrak tersebut tetap sah meskipun syarat kedewasaan menurut KUHPerduta tidak dapat dipenuhi dalam kontrak *e-commerce*.

Melihat penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa syarat kecakapan yang diatur dalam Pasal 1320 KUHPerduta tidak dapat terpenuhi dalam kontrak *e-commerce*, hal ini dikarenakan Pasal 1320

yang mengatur mengenai syarat sahnya perjanjian mempunyai sifat memaksa sehingga tidak dapat dikesampingkan meskipun Buku III KUHPerdara mempunyai sifat *aanvulend recht* atau hanya sebagai pelengkap saja.

Meskipun syarat kedewasaan menurut KUHPerdara tidak dapat terpenuhi dalam kontrak *e-commerce*, hal ini tidak menyebabkan kontrak tersebut menjadi tidak sah, tetapi hanya memberikan akibat terhadap perjanjian atau kontrak tersebut dapat dimintakan pembatalan oleh salah satu pihak, dikarenakan kecakapan untuk membuat suatu perikatan termasuk ke dalam syarat subyektif. Sehingga berdasar uraian tersebut maka dapat ditarik disimpulkan bahwa kontrak dalam perdagangan melalui internet (*e-commerce*) tetap sah sehingga mengikat dan menjadi undang-undang bagi para pihak yang membuatnya sepanjang para pihak tersebut tidak mempermasalahkan mengenai tidak terpenuhinya salah satu syarat sahnya perjanjian menurut pasal 1320 KUHPerdara serta para pihak tetap melaksanakan perjanjian yang telah dibuatnya.

c. Suatu Hal Tertentu

Suatu hal tertentu berhubungan dengan objek perjanjian, maksudnya bahwa objek perjanjian itu harus jelas, dapat ditentukan dan diperhitungkan jenis dan jumlahnya, diperkenankan oleh undang-undang serta mungkin untuk dilakukan para pihak. Transaksi dalam *e-commerce* meskipun berbeda dengan transaksi konvensional yang mengandalkan suatu wujud yang nyata yang bisa disentuh, adanya distribusi fisik dan terdapat tempat transaksi pada dasarnya tidaklah berbeda sangat jauh. Dalam *e-commerce* juga terjadi hal tersebut tetapi produk yang akan diperjualbelikan tidak nampak secara fisik tetapi berupa informasi mengenai produk tersebut, selain itu dalam *e-commerce* terjadi suatu pendistribusian bahasa atau kode-kode instruksi yang pada akhirnya akan memunculkan suatu informasi atas

produk yang akan ditawarkan dan bagaimana cara untuk melakukan transaksi. Sehingga keduanya mempunyai persamaan bahwa untuk syarat sahnya perjanjian atau kontrak yang ditimbulkan dari kegiatan *e-commerce* haruslah memenuhi syarat adanya suatu hal tertentu sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdara.

Pasal 1333 juga menyebutkan bahwa:

“Suatu perjanjian harus mempunyai sebagai pokok suatu barang yang paling sedikit ditentukan jenisnya”

“Tidaklah menjadi halangan bahwa jumlah barang tidak tentu, asal saja jumlah itu terkemudian dapat ditentukan atau dihitung”

Sehingga apa yang diperjanjikan harus mempunyai barang beserta jumlah maupun jenisnya sebagai pokok dari perjanjian yang telah dibuat.

Suatu hal tertentu dalam perjanjian adalah obyek prestasi perjanjian. Isi prestasi tersebut harus tertentu atau paling sedikit dapat ditentukan, sehingga berdasar definisi tersebut maka, suatu kontrak *e-commerce* haruslah menyebutkan mengenai obyek dari kontrak tersebut baik

Setelah melakukan penelitian terhadap *webstore* diketahui bahwa dalam *webstore* tersebut menawarkan berbagai macam produk, dimana produk yang ditawarkan diantaranya yaitu buku, barang elektronik, *software*, serta ada juga yang menawarkan jasa dibidang pembuatan suatu *webstore*. Selain menampilkan produk tersebut dalam bentuk gambar, juga ada deskripsi penjelasan terhadap produk yang ditawarkan mengenai informasi, spesifikasi, harga dari produk tersebut. Sebagai contoh sebuah pasar *online* yang bergerak dibidang *e-commerce* yang tidak hanya melakukan penawaran produk tetapi juga sebagai tempat pelelangan suatu barang yaitu eBay. Untuk *webstore* dalam negeri yaitu Gramedia Toko Buku *Online* yang bergerak di bidang perdagangan buku secara *online*.

1) eBay

eBay yang dapat diakses di <http://www.ebay.com> merupakan pasar *online* dunia, yang memungkinkan perdagangan lokal, nasional dan internasional. Memiliki komunitas yang bervariasi baik perseorangan dan usaha kecil, eBay menawarkan sebuah sistem perdagangan *online*, yang memungkinkan jutaan jenis barang diperjualbelikan setiap hari, didalamnya selain menampilkan gambar dari produk yang ditawarkan juga terdapat informasi mengenai harga barang tersebut, bahkan kita juga dapat melakukan penawaran sebagaimana lelang pada umumnya.

2) Amazon

Amazon merupakan salah satu perusahaan dengan toko maya (*virtual shop*) yang dapat diakses di <http://www.amazon.com> yang menjual buku-buku, perlengkapan kantor, lagu (musik), DVD, dsb. Amazon menyediakan sebuah sistem perdagangan secara online selama 24 jam, 7 hari seminggu. Selain itu, Amazon tidak mempunyai toko secara fisik namun mempunyai kantor yang berkedudukan di Seattle, Washington, Amerika Serikat. Dalam situs Amazon selain menampilkan produk juga dilampirkan mengenai harga produk tersebut serta kesediaan produk.

3) Gramedia Toko Buku *Online*

Gramedia Toko Buku *Online* yang dapat diakses di alamat <http://www.gramediaonline.com> merupakan sebuah *webstore* yang menawarkan buku sebagai produknya, serta terdapat informasi mengenai buku beserta harganya, serta suatu *software shoppingchart* yang mempunyai fungsi untuk menjumlahkan harga barang yang yang dibeli ditambah biaya lainnya seperti ongkos kirim dsb.

Sesuatu hal tertentu dalam hal ini yaitu adanya suatu benda yang dijadikan obyek dalam suatu perjanjian, jika dihubungkan dengan apa yang ada dalam *e-commerce* yang menyediakan berbagai macam benda atau produk yang ditawarkan dan *customer* bebas memilih terhadap salah satu atau beberapa jenis benda atau produk yang dinginkannya, berdasar hasil penelitian ditemukan bahwa setelah *customer* melakukan pemilihan produk, diakhir proses transaksi *merchant* akan menampilkan informasi mengenai barang beserta harganya atas apa yang dipilih apakah benar atau tidak. Sehingga apa yang dipilih *customer* menjadi obyek dalam perjanjian tersebut.

Berdasar uraian diatas maka di dalam *e-commerce* juga ada suatu hal tertentu yang menjadi obyek dalam perjanjian atau kontrak sebagaimana yang disyaratkan dalam Pasal 1320 jo 1333 KUHPerduta terhadap perjanjian pada umumnya.

d. Suatu Sebab yang Halal

Keberadaan klausul kontrak dalam perjanjian *e-commerce* secara langsung dapat menjadi suatu bukti bahwa perjanjian atau kontrak tersebut tidaklah berbeda dengan kontrak atau perjanjian pada umumnya. Demikian juga halnya dengan adanya syarat keabsahan suatu perjanjian juga tidak luput untuk dipenuhi dalam perjanjian atau kontrak *e-commerce*. Perjanjian atau kontrak dalam *e-commerce* yang disodorkan oleh *merchant* haruslah memenuhi syarat tersebut agar sesuai dengan Pasal 1320 KUHPerduta, sehingga ketika *customer* yang akan melakukan kesepakatan dapat membaca dan memahami isi dari kontrak atau perjanjian tersebut apakah benar dan tidak menyimpang dari kaedah yang ada atau tidak.

Suatu sebab yang halal, berarti perjanjian termaksud harus dilakukan berdasarkan itikad baik. Berdasarkan Pasal 1335 KUHPerduta yang berbunyi:

“Suatu perjanjian tanpa sebab, atau yang telah dibuat karena sesuatu sebab yang palsu atau terlarang, tidak mempunyai kekuatan”

Sehingga suatu perjanjian tanpa sebab tidak mempunyai kekuatan, sebab dalam hal ini adalah tujuan dibuatnya sebuah perjanjian. Tujuan dari perjanjian berarti isi perjanjian itu sendiri yang dibuat oleh kedua belah pihak, sedangkan isi perjanjian adalah yang dinyatakan tegas oleh kedua belah pihak mengenai hak dan kewajiban yang ditimbulkan dari hubungan hukum (perjanjian) yang dibuat oleh kedua belah pihak tersebut.

Kemudian ditambahkan dalam Pasal 1336 KUHPerdara yang berbunyi:

“jika tidak dinyatakan sesuatu sebab, tetapi ada sesuatu sebab yang halal ataupun jika suatu sebab yang lain, daripada yang dinyatakan persetujuan namun demikian adalah sah”.

Pasal 1336 KUHPerdara menegaskan bahwa adanya kausa itu menunjukkan adanya kejadian yang menyebabkan terjadinya suatu utang, begitu pula walaupun tidak dinyatakan suatu sebab, maka perjanjian itu adalah sah.

Sebab yang halal adalah mutlak untuk dipenuhi dalam mengadakan suatu perjanjian, pembuatan perjanjian tersebut haruslah didasari dengan itikad baik untuk mengadakan suatu perjanjian atau kontrak, dalam Pasal 1337 KUHPerdara disebutkan bahwa:

“suatu sebab adalah terlarang apabila dilarang oleh undang-undang, atau bertentangan dengan kesusilaan baik, atau ketertiban umum”

Penjelasan dari suatu perbuatan yang dilarang oleh undang-undang dalam hukum positif adalah jika dalam undang-undang tidak memperbolehkan adanya perbuatan itu dan apabila dilanggar maka perbuatan itu akan mendapatkan sanksi yang tegas, sebagai contoh adalah tindak kejahatan seperti jual-beli narkoba, jual-beli barang curian, dan lain sebagainya.

Kesusilaan merupakan norma yang hidup dalam lingkungan masyarakat. Norma termasuk hukum tidak tertulis yang didalamnya berisi perbuatan-perbuatan yang patut dilakukan dan perbuatan yang tidak patut dilakukan. Sehingga segala perjanjian atau kontrak yang dibuat haruslah memenuhi norma kesusilaan, pelanggaran atas norma ini adalah sanksi sosial dari masyarakat mengingat kesusilaan adalah hukum tidak tertulis dalam kehidupan masyarakat.

Kontrak *e-commerce* yang dibuat haruslah memenuhi norma-norma yang hidup dalam masyarakat, bedasar hasil penelitian maka ditemukan bahwa di dalam persyaratan mengadakan pendaftaran anggota sebagai syarat untuk melakukan transaksi pihak *merchant* (eBay) menegaskan dan mengharuskan *customer* untuk membaca dan memperhatikan bagian *Prohibited and Restricted Items* yang mana bagian tersebut berisi mengenai apa saja produk yang tidak boleh diperdagangkan.

Adanya aturan yang jelas mengenai hal-hal apa saja yang boleh dan tidak boleh dilakukan beserta sanksinya yang disebutkan oleh eBay memberikan pengertian bahwa kontrak yang terjadi dalam *e-commerce* secara tidak langsung telah memenuhi syarat suatu sebab yang halal, bahwa kontrak atau perjanjian yang dilakukan antar para pihaknya mempunyai sebab yang halal sebagai dasar perjanjian.

2. Pemenuhan Asas-asas Perjanjian dalam KUH Perdata

Berdasarkan hasil penelitian yang menemukan bahwa kontrak dalam *e-commerce* jika ditinjau dengan Hukum Perjanjian di Indonesia yang bersumber pada KUHPerdata adalah sah karena telah memenuhi syarat yang diharuskan baik syarat obyektif maupun syarat subyektif, maka sebagaimana halnya kontrak pada umumnya (konvensional) kontrak dalam *e-commerce* secara tidak langsung haruslah memenuhi berbagai asas-asas kontrak dalam KUH Perdata. Pemenuhan tersebut dapat dilihat dalam penjelasan sebagai berikut:

a. Asas Kebebasan Berkontrak

Hukum Perdata yang berlaku di Indonesia mengakui adanya kebebasan berkontrak, hal ini dapat disimpulkan dari ketentuan Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdata, yang menyatakan bahwa semua kontrak (perjanjian) yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Sumber dari kebebasan berkontrak adalah kebebasan individu, sehingga yang merupakan titik tolaknya adalah kepentingan individu pula. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa kebebasan individu memberikan kepadanya kebebasan untuk berkontrak.

Sifat Buku III KUHPerdata yang bersifat terbuka mempunyai arti bahwa KUHPerdata memungkinkan adanya perjanjian yang belum diatur dalam KUHPerdata, jadi para pihak dapat membuat perjanjian yang belum diatur secara konkrit, namun tetap sesuai dengan asas dan syarat dari perjanjian yang sah dalam KUHPerdata, dengan kata lain dibolehkan mengesampingkan peraturan-peraturan yang termuat dalam buku ketiga. Buku ketiga hanya bersifat pelengkap (*aanvullend recht*), bukan hukum keras atau hukum yang memaksa.

Kontrak yang terjadi dalam *e-commerce* merupakan suatu bentuk kesepakatan antara kedua belah pihak terhadap suatu perjanjian yang telah ada, dimana kesepakatan terhadap kontrak tersebut menimbulkan keterikatan antar para pihaknya yang dalam hal ini antara *merchant* dan *customer*. Sehingga dengan hal tersebut, maka asas kebebasan berkontrak sangat tampak dalam kontrak *e-commerce*.

Kontrak dalam *e-commerce* merupakan suatu hasil dari kesepakatan antara para pihak yang terlibat didalamnya, meskipun dalam kenyataannya kontrak tersebut bukanlah merupakan hasil negosiasi yang berimbang antara kedua belah pihak, namun suatu bentuk kontrak yang dapat dikategorikan sebagai kontrak baku dimana kontrak telah ada sebelum ada suatu kesepakatan, yang mana pihak

salah satu pihak menyodorkan kepada pihak yang lainnya yang kemudian pihak yang lain cukup menyetujui kontrak tersebut, sehingga berlakunya asas konsensualisme menurut hukum perjanjian Indonesia memantapkan adanya asas kebebasan berkontrak. Tanpa sepakat dari salah satu pihak yang membuat perjanjian. Tanpa sepakat maka perjanjian yang dibuat dapat dibatalkan.

Seseorang tidak dapat dipaksa untuk memberikan sepakatnya. Sepakat yang diberikan dengan paksa adalah *Contradictio interminis*. Adanya paksaan menunjukkan tidak adanya sepakat yang mungkin dilakukan oleh pihak lain adalah untuk memberikan pilihan kepadanya, yaitu untuk setuju mengikatkan diri pada perjanjian yang dimaksud, atau menolak mengikatkan diri pada perjanjian dengan akibat transaksi yang diinginkan tidak terlaksana (*take it or leave it*).

Asas kebebasan berkontrak (*contractvrijheid*) berhubungan dengan isi perjanjian, yaitu kebebasan menentukan “apa” dan “dengan siapa” perjanjian itu diadakan. Perjanjian yang diperbuat sesuai dengan Pasal 1320 KUH Perdata ini mempunyai kekuatan mengikat, sehingga dengan adanya asas kebebasan berkontrak serta sifat terbuka dari Buku III KUHPerdata, maka para pihak dalam *e-commerce* bebas untuk menentukan isi dari kontrak yang disepakati yang pada akhirnya akan mengikat bagi kedua belah pihak.

b. Asas Konsensualisme (persesuaian kehendak)

Asas ini dapat ditemukan dalam Pasal 1320 dan Pasal 1338 Kitab Hukum Undang-Undang Hukum Perdata, dalam Pasal 1338 KUHPerdata ditemukan istilah “semua” yang menunjukkan bahwa setiap orang diberi kesempatan untuk menyatakan keinginannya (*will*), yang dirasanya baik untuk menciptakan perjanjian.

Konsensual artinya perjanjian itu terjadi atau ada sejak terjadinya kata sepakat antara para pihak, dapat diartikan bahwa perjanjian

tersebut sah dan mempunyai akibat hukum sejak terjadinya kesepakatan antara para pihak mengenai isi dari perjanjian yang dimaksudkan. Pasal 1320 KUHPerdota menyebutkan kata sepakat merupakan salah satu syarat sahnya suatu perjanjian, sehingga antara para pihak haruslah sepakat melakukan suatu perjanjian.

Kesepakatan dalam suatu perjanjian akan menimbulkan adanya akibat hukum berupa hak dan kewajiban antara para pihak, kata sepakat ini dapat terjadi secara lisan saja, sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan kesepakatan secara lisan maka perbuatan tersebut diakui oleh KUHPerdota dan dapat dituangkan dalam bentuk tulisan baik berupa akta atau perjanjian tertulis sesuai yang dikehendaki oleh para pihak yang dapat dijadikan sebagai alat bukti.

Dalam *e-commerce* kontrak yang terjadi antara *merchant* dengan *customer* bukan hanya sekedar kontrak yang diucapkan secara lisan, namun suatu kontrak yang tertulis, dimana kontrak tertulis dalam *e-commerce* tidak seperti kontrak konvensional yang menggunakan kertas, melainkan suatu bentuk tertulis yang menggunakan data digital atau *digital message* atau kontrak *paperless*, yang mana kehendak untuk mengikatkan diri dari para pihak ditimbulkan karena adanya persamaan kehendak, kontrak dalam *e-commerce* terjadi ketika *merchant* menyodorkan *form* yang berisi mengenai kontrak dan *customer* melakukan persetujuan terhadap isi kontrak tersebut dengan memberikan tanda *check* (✓), atau menekan tombol *accept* sebagai tanda persetujuan. Sehingga hal tersebut menunjukkan adanya persamaan kehendak antara *merchant* dengan *customer*.

c. Asas Itikad Baik

Asas itikad baik diatur dalam Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdota. Asas itikad baik adalah bertindak sebagai pribadi yang baik. Itikad yang baik dalam pengertian yang sangat subyektif dapat diartikan sebagai kejujuran seseorang yang ada pada waktu diadakannya

perbuatan hukum. Sedangkan itikad baik dalam pengertian obyektif yaitu bahwa pelaksanaan suatu perjanjian itu harus didasarkan pada norma kepatutan atau apa yang dirasa sesuai dengan kepatutan dalam masyarakat.

Menurut Munir Fuady, rumusan Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara tersebut mengidentifikasikan bahwa sebenarnya itikad baik bukan merupakan syarat sahnya suatu kontrak sebagaimana syarat yang terdapat dalam Pasal 1320 KUHPerdara. Unsur itikad baik hanya disyaratkan dalam hal “pelaksanaan” dari suatu kontrak, bukan pada “pembuatan” suatu kontrak. Sebab unsur itikad baik dalam pembuatan suatu kontrak sudah dapat dicakup oleh unsur klausa yang legal dari Pasal 1320 KUHPerdara tersebut (www.damandiri.or.id/arirahmathakimundipbab2c.pdf, diakses tanggal 22 April 2007).

Itikad baik tidak sama dengan niat, akan tetapi itikad baik merupakan pelaksanaan perjanjian secara adil, patut, dan layak. Kontrak dalam *e-commerce* terjadi ketika salah satu pihak setuju dengan apa yang ditawarkan pihak lainnya, sebelum *customer* setuju untuk melakukan transaksi perdagangan, mereka diharuskan untuk membaca mengenai persyaratan atau yang biasa dikenal dengan *user agreement* atau *conditions of use*, sehingga ketika *customer* telah membaca dan memahami apa yang dipersyaratkan, maka dibutuhkan suatu itikad baik dan kejujuran untuk memenuhi apa yang dsyaratkan, seperti mengenai batasan umur, ketika hal ini telah terpenuhi, maka dapat dilihat adanya pemenuhan terhadap asas itikad baik.

d. Asas Kepercayaan (*vertrouwensbeginsel*)

Seseorang yang mengadakan perjanjian dengan pihak lain, menumbuhkan kepercayaan diantara kedua pihak itu bahwa satu sama lain akan memegang janjinya, dengan kata lain akan memenuhi prestasinya di belakang hari. Tanpa adanya kepercayaan itu, maka perjanjian itu tidak mungkin diadakan oleh para pihak.

Tanpa adanya kepercayaan, maka para pihak akan merasa tidak nyaman dalam melakukan perjanjian, keragu-raguan tersebut akan mengganggu prestasi para pihak. Adanya kepercayaan antara para pihak, maka dengan sendirinya para pihak saling mengikatkan dirinya dalam suatu perbuatan hukum. Pengikatan para pihak yang didasari kepercayaan pada perjanjian mendukung para pihak dalam melakukan prestasi, karena perjanjian tersebut mempunyai kekuatan yang mengikat dan dapat dijadikan sebagai undang-undang.

Untuk memberikan kepercayaan kepada *customer* pihak *merchant* menegaskan bahwa ia memberikan garansi atau jaminan layanan hal ini tertuang pada bagian *A-to-z Guarantee Protection website Amazon*, sehingga dengan demikian diharapkan dapat memberikan kepercayaan kepada *customer* terhadap apa yang telah disepakati.

e. Asas Kekuatan Mengikat (*Asas Pacta Sunt Servanda*)

Terikatnya para pihak pada perjanjian itu tidak semata-mata terbatas pada apa yang diperjanjikan, akan tetapi juga beberapa unsur lain sepanjang dikehendaki oleh kebiasaan dan kepatutan serta moral. Asas Kekuatan Mengikat (*Asas Pacta Sunt Servanda*) dapat ditemukan di dalam Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara yaitu:

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

Isi pasal tersebut dapat menjelaskan bahwa perjanjian yang dibuat mengikat para pihak yang membuat perjanjian saja bukan pihak lain yang tidak terkait dalam perjanjian tersebut, dengan adanya perjanjian yang telah disepakati maka tidak ada alasan para pihak untuk tidak melakukan prestasi. Jika salah satu pihak atau kedua belah pihak tidak melakukan kewajibannya, maka dapat menimbulkan kerugian di pihak lain dan hal tersebut disebut wanprestasi. Pihak

yang dirugikan dalam wanprestasi dapat menuntut ganti kerugian atas tidak terlaksana prestasi.

Kontrak *e-commerce* terjadi karena adanya kesepakatan antara *merchaint* dengan *customer* mengenai apa yang disepakati, yang berarti bahwakeepakatan tersebut akan menimbulkan kewajiban hukum yang tidak bisa dielakkan oleh para pihak. Kewajiban tersebut mengikat para pihak untuk melakukan prestasinya, dengan adanya kontrak yang telah disepakati oleh pihak *customer* dengan pihak *merchant* maka kontrak tersebut mengikat bagi kedua belah pihak, dan berlaku sebagai undang-undang bagi keduanya.

f. Asas Kepastian Hukum

Perjanjian sebagai figur hukum harus mengandung hukum. Kepastian ini terungkap dari kekuatan mengikat perjanjian itu yaitu sebagai undang-undang bagi para pihak.

Kepastian hukum merupakan konsekuensi dari adanya asas yang lain. Adanya asas *Puncta Sunt Servanda* dimana akan menciptakan kekuatan mengikat antara pihak yang melakukan perjanjian yang melakukan perbuatan hukum berdasarkan atas KUHPerdara, maka perjanjian yang mereka buat akan menjadi undang-undang bagi kedua belah pihak.

Mengenai masalah kepastian hukum, pihak eBay telah menegaskan pada *Your User Agreement* bagian *Resolution of Disputes* bahwa untuk penyelesaian apabila terjadi sengketa di kemudian hari dapat ditempuh dengan cara yaitu, Pertama, *Law and Forum for Disputes*, dimana jika menggunakan cara ini maka penyelesaian sengketa menggunakan hukum negara bagian California, Amerika Serikat. Kedua, *Arbitration Option*, jika dengan pilihan ini maka penyelesaian sengketa menggunakan jalur arbitrase (*alternative*

dispute resolution), dengan adanya pilihan hukum ini tentu saja memberikan kepastian hukum terhadap para pihak dalam *e-commerce*.

g. Asas Keseimbangan

Asas ini menghendaki kedua belah pihak memenuhi dan melaksanakan perjanjian yaitu melaksanakan kewajiban masing-masing untuk memperoleh hak sebagai konsekuensinya. Pihak pertama akan melakukan prestasi untuk pihak kedua, dan pihak pertama akan mendapatkan hak dari pihak kedua, demikian sebaliknya.

Dalam *e-commerce* pihak *customer* diharuskan memenuhi persyaratan yang disyaratkan oleh pihak *merchant*, ketika hal tersebut telah dilaksanakan maka pihak *merchant* pun akan melaksanakan kewajibannya melayani keinginan *customer* sepanjang sesuai dengan apa yang disyaratkan, hal ini tentu saja menunjukkan adanya keseimbangan.

B. FAKTOR PENDUKUNG SERTA PENGHAMBAT PERDAGANGAN MELALUI INTERNET (*E-COMMERCE*)

1. Faktor Pendukung Pelaksanaan Perdagangan Melalui Internet (*e-commerce*)

Perdagangan yang dilakukan secara elektronik mengalami perkembangan yang sangat pesat dari awal mula ditemukan hingga saat ini. Hal tersebut disebabkan oleh berbagai faktor yang memberikan pendukung atau pendorong atas perdagangan secara elektronik yang menggunakan media internet (*e-commerce*) yang memberikan berbagai kemudahan dan keamanan yang semakin memberikan kenyamanan bagi *customer* atau pembeli dan *merchant* atau penjual untuk mengaplikasikan dan melakukan transaksi perdagangan secara elektronik (*e-commerce*).

Secara umum faktor pendorong pelaksanaan *e-commerce* tersebut diantaranya adalah:

a. Cakupan yang luas

E-Commerce mempunyai kemampuan untuk menjangkau lebih banyak *customer* sehingga jangkauan pemasaran menjadi semakin luas dan tidak terbatas oleh area geografis dimana perusahaan berada dan setiap saat *customer* dapat mengakses seluruh informasi yang *up date* dan terus menerus. Sehingga informasi yang disampaikan selalu informasi terbaru, hal tersebut memberikan kemudahan bagi *customer* untuk mengetahui apakah barang yang akan ia pesan tersedia atau tidak. Selain itu *e-commerce* memberikan kesempatan *customer* yang berada di belahan dunia manapun untuk dapat menggunakan sebuah produk atau *service* yang dihasilkan dari belahan dunia yang berbeda dan melakukan transaksi serta meraih informasi dari pihak *merchant* sepanjang tahun. Bagi *merchant* dengan cakupan dari *e-commerce* yang sangat luas yang dapat mencakup seluruh dunia memberikan keuntungan dalam sisi pemasaran dimana dapat mengurangi biaya untuk proses pemasaran produk yang dihasilkan maupun yang dijual.

b. Proses transaksi yang cepat

Penggunaan teknologi informasi dalam proses *e-commerce* memberikan kemudahan dalam transaksi perdagangan, hal ini dimungkinkan karena proses transaksi tidak memerlukan pertemuan langsung antara kedua belah pihak, tetapi hanya diperlukan suatu komputer yang terkoneksi dengan jaringan internet. Penggunaan teknologi dalam proses perdagangan memberikan kemudahan dan kenyamanan serta keamanan, sehingga ketika proses transaksi telah terjadi maka pembayaran atas transaksi tersebut tidak memerlukan uang *cash* akan tetapi cukup dengan proses transfer melalui jasa pihak perbankan, dimana hal tersebut mempercepat proses transaksi. Selain itu, proses kesepakatan yang terjadi antar para pihaknya pun tidak memerlukan suatu pertemuan langsung, *customer* cukup dengan

menekan tombol *accept* atau memberikan tanda *check* (✓) sebagai tanda setuju atau sepakat terhadap kontrak yang disodorkan oleh pihak *merchant* sehingga tidak membutuhkan waktu yang lama untuk melakukan negosiasi mengenai isi dari kontrak tersebut, karena kontrak dalam *e-commerce* bersifat *take it or leave it*.

- c. *E-Commerce* dapat mendorong kreatifitas dari pihak penjual secara cepat dan tepat dan pendistribusian informasi yang disampaikan berlangsung secara periodik

Kreatifitas dari pihak *merchant* memberikan nilai tambah tersendiri, dengan adanya kreatifitas tersebut maka informasi mengenai produk yang ditawarkan dapat memberikan suatu hal yang menarik bagi *customer* yang kemudian mendorong keinginan bagi *customer* untuk memiliki barang yang ditawarkan. Kreatifitas juga dapat mempermudah dalam pendistribusian informasi, dengan penggunaan media internet maka informasi yang berupa data digital dapat dibuat sederhana sehingga mempermudah dalam proses *update* data sehingga informasi yang disampaikan menampilkan informasi terbaru (*up to date*).

- d. *E-Commerce* dapat menciptakan efisiensi yang tinggi, murah serta informatif

Penggunaan *e-commerce* sangat memangkas biaya-biaya operasional. Perusahaan-perusahaan yang berdagang secara elektronik tidak membutuhkan kantor dan toko yang besar, menghemat kertas-kertas yang digunakan untuk transaksi-transaksi, periklanan, serta pencatatan-pencatatan. Selain itu, perdagangan elektronik juga sangat efisien dari sudut waktu yang digunakan. Pencarian informasi produk atau jasa dan transaksi bisa dilakukan lebih cepat serta lebih akurat. Sehingga dengan adanya efisiensi tersebut maka biaya yang dibutuhkan untuk keperluan usaha tidaklah

besar, yang dibutuhkan hanyalah sebuah toko maya yang didesain sedemikian rupa sehingga menarik dan informatif bagi *customer*.

- e. *E-Commerce* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dengan pelayanan yang cepat, mudah, aman dan akurat

Adanya faktor pendorong tersebut diatas maka mendorong suatu kepuasan bagi *customer* terhadap segala kemudahan dan keuntungan yang diperoleh dengan adanya *e-commerce* yang pada akhirnya akan memberikan kepuasan yang disebabkan oleh kecepatan transaksi, pelayanan yang aman dan akurat serta memberikan kemudahan.

Selain hal tersebut diatas, perdagangan secara elektronik jika dibandingkan dengan perdagangan secara konvensional maka akan sangat terlihat perbedaannya yang kemudian akan menunjukkan kemudahan-kemudahan yang diberikan oleh *e-commerce*. Perbandingan tersebut jika ditampilkan dalam bentuk tabel akan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel .1.

Perbandingan Perdagangan Konvensional dengan Perdagangan Melalui Internet (*e-commerce*)

Siklus Penjualan	Perdagangan Tradisional (Menggunakan Media Berbagai Media)	Perdagangan Elektronik (Menggunakan Media Tunggal)
Mencari informasi barang/jasa yang diperlukan.	Majalah, katalog, surat kabar, bentuk-bentuk tercetak.	Situs Web.
Memeriksa harga.	Katalog tercetak.	Katalog on-line.
Memeriksa ketersediaan barang dan harganya.	Telepon, faksimil.	Situs Web.
Melakukan pemesanan.	Surat, faksimil, dan bentuk-bentuk tercetak lainnya.	Surat elektronik.
Mengirimkan pesanan.	Surat, faksimil.	Surat elektronik, halaman

		Web.
Mengurutkan pesanan.	Manual	Basis data.
Memeriksa barang di gudang.	Bentuk tercetak, telpon, faksimil.	Basis data, halaman Web.
Menjadwalkan pengiriman.	Bentuk tercetak.	Surat elektronik, basis data.
Membuat invoice.	Bentuk tercetak.	Basis data.
Mengirimkan pesanan.	Pengirim.	Pengirim.
Konfirmasi pesanan.	Surat, telepon, atau faksimil.	Surat elektronik.
Mengirim invoice (penyedia) dan menerima invoice (Pembayar).	Surat.	Surat elektronik, EDI.
Jadual pembayaran.	Bentuk tercetak.	Basis data, EDI.
Mengirim (pembayar) dan menerima (penyedia) bukti pembayaran.	Surat.	EDI, EFT.

Sumber: Adi Nugroho "E-Commerce Memahami Perdagangan Modern Di Dunia Maya halaman 10

Jika dilihat dalam tabel tersebut di atas maka dapat diperoleh suatu hasil bahwa perdagangan yang menggunakan media internet memberikan berbagi keuntungan dan kemudahan dimana keuntungan dan kemudahan tersebut pada akhirnya akan mendorong pertumbuhan *e-commerce*. Perdagangan secara konvensional memerlukan berbagai macam media dalam proses transaksi seperti halnya penggunaan kertas dan alat komunikasi. Hal ini tentunya akan membutuhkan biaya yang besar belum termasuk juga dengan diperlukannya kantor, gudang penyimpanan serta alat penunjang lainnya. Hal tersebut tentu saja membutuhkan biaya yang tidak sedikit dan terjadi suatu inefisiensi waktu, sehingga tujuan mencapai

kepuasan dengan pelayanan yang cepat kepada *customer* tentu saja sulit untuk dicapai.

Perdagangan secara elektronik (*e-commerce*) memberikan berbagai kemudahan yang mana kemudahan tersebut memberikan keuntungan bagi semua pihak. Keuntungan yang diperoleh dengan adanya *e-commerce* secara tidak langsung menjadikannya sebagai faktor yang mendorong terhadap pelaksanaan *e-commerce* itu sendiri. Keuntungan tersebut apabila dikelompokkan maka akan diperoleh hal sebagai berikut:

a. Ditinjau dari sisi Produsen (*merchant*)

- 1) Kemampuan grafis internet mampu memperlihatkan produk apa adanya (natural) serta dapat membuat brosur berwarna dan menyebarkannya tanpa ongkos/biaya cetak
- 2) Lebih aman membuka toko online dibanding membuka toko biasa
- 3) Berjualan di dunia maya internet tidak mengenal hari libur, dan hari besar, semua transaksi bisa dilakukan kapan saja dimana saja
- 4) Tanpa batas-batas wilayah dan waktu, sehingga memberikan jangkauan pemasaran yang luas dan tak terbatas oleh waktu.
- 5) *Revenue stream* (arus pendapatan) yang baru yang mungkin sulit atau tidak dapat diperoleh melalui cara konvensional
- 6) Meningkatkan *market exposure* (pangsa pasar), dimana dengan penggunaan *e-commerce* memungkinkan untuk meningkatkan pangsa pasar yang semula mempunyai pangsa pasar di dalam negeri saja, dengan adanya *e-commerce* maka pangsa pasar menjangkau luar negeri.
- 7) Menurunkan biaya operasi (*operating cost*), penggunaan teknologi internet memungkinkan untuk melakukan kegiatan perdagangan selama 24 jam sehari, 7 hari seminggu, dimana hal tersebut tidak berpengaruh terhadap biaya yang dikeluarkan untuk biaya lembur

untuk karyawan atau pegawai, karena segala sesuatunya dikerjakan oleh komputer yang tidak membutuhkan operator untuk menjalankan proses perdagangan, cukup hanya dengan penggunaan software tertentu maka segala aktivitas dalam transaksi perdagangan dapat dilakukan.

- 8) Penghematan besar yang dimungkinkan melalui *e-mail*, penghematan ini terjadi karena berkurang atau bahkan tidak ada sama sekali adanya penggunaan kertas dalam segala proses transaksi, dimana segala sesuatunya di dalam *e-commerce* menggunakan suatu data digital sehingga tidak membutuhkan kertas sebagai media, yang pada akhirnya memberikan penghematan besar terhadap pengeluaran dalam proses transaksi.

b. Ditinjau dari sisi Konsumen (*customer*)

- 1) Memungkinkan transaksi jual beli secara langsung, mudah dan nikmat, maksudnya adalah proses jual beli yang terjadi dalam *e-commerce* tidak membutuhkan perantara, dimana proses transaksi yang terjadi langsung antara *merchant* dengan *customer*. Sehingga, hal ini memberikan suatu kemudahan karena tidak perlu suatu proses transaksi yang berbelit-belit dan cenderung lama, yang pada akhirnya hal ini memberikan kenikmatan terhadap *customer* dalam melakukan transaksi perdagangan melalui internet.
- 2) *Disintermediation* adalah proses meniadakan calo dan pedagang perantara. Dengan kata lain, konsumen tidak perlu membayar lebih untuk sebuah barang atau jasa yang dibelinya. Penggunaan *e-commerce* merupakan proses transaksi langsung antara *merchant* dengan *customer* tanpa memerlukan perantara meskipun keberadaan para pihaknya jauh atau berbeda negara, dengan *e-commerce* *customer* dapat mengecek langsung keberadaan barang yang dibutuhkan, serta mendapatkan harga yang langsung diberikan oleh *merchant*, sehingga biaya yang dikeluarkan tidak

jauh lebih mahal. Hal ini berbeda dengan perdagangan secara konvensional, ketika seseorang dari suatu negara membutuhkan barang atau jasa dari luar negeri, orang tersebut tidak mungkin mendatangi langsung penjual barang tersebut di negaranya, karena hal tersebut tentu saja menambah biaya dan memerlukan cukup banyak waktu itupun belum termasuk dengan keberadaan barang yang dibutuhkan apakah masih ada atau telah habis, sehingga orang yang membutuhkan barang tersebut tentu saja membutuhkan perantara pedagang lain dalam hal ini adalah importir yang tentu saja harga barang yang dibutuhkan akan semakin mahal.

- 3) Menggunakan *digital cash* atau elektronik *cash (e-cash)*. Tanpa harus membayar dengan uang tunai. Maksudnya adalah *customer* tidak perlu membawa uang tunai untuk membayar transaksi jual beli yang dilakukannya dengan pihak *merchant*, dimana pembayaran yang dilakukan oleh *customer* cukup dengan mentransfer sejumlah uang sesuai dengan harga barang yang dipesan plus ongkos kirim kepada rekening yang telah disediakan oleh pihak *merchant*, atau juga hanya dengan memasukan nomor kartu kredit yang dimiliki oleh *customer* dalam *form* pembayaran yang telah disediakan oleh pihak *merchant*. Sehingga dengan cara yang demikian semakin memberikan kemudahan dalam bertransaksi yang kemudian memberikan rasa aman karena tidak perlu membawa uang tunai dalam jumlah yang tidak sedikit untuk diserahkan kepada *merchant* yang penuh resiko terhadap tindak kejahatan seperti perampokan dan sebagainya.
- 4) Memberikan kesempatan konsumen yang berada di belahan dunia manapun untuk dapat menggunakan sebuah produk atau *service* yang dihasilkan dari belahan dunia yang berbeda dan melakukan transaksi dan meraih informasi dari pihak pertama sepanjang tahun tanpa terbatas oleh ruang dan waktu.

- 5) Memberikan kesempatan konsumen untuk mendapatkan produk atau *service* terbaik dari berbagai pilihan yang ada karena konsumen mendapat kesempatan untuk memilih berbagai jenis produk atau *service* secara langsung.
 - 6) Memberikan kesempatan bagi konsumen yang terpisah tempat tinggalnya dari produsen untuk berinteraksi, berdiskusi, dan bertukar pengalaman. Sehingga akan sangat menguntungkan produsen untuk meningkatkan kualitas produk atau *service* sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen.
- c. Ditinjau dari sisi Masyarakat umum dan Pemerintah
- 1) Semakin banyak manusia yang bekerja dan beraktifitas di rumah dengan menggunakan internet berarti mengurangi perjalanan untuk bekerja, belanja, dan aktifitas lainnya, sehingga mengurangi kemacetan jalan dan mereduksi polusi udara.
 - 2) Meningkatkan daya beli dan kesempatan masyarakat untuk mendapatkan produk atau *service* yang terbaik karena perusahaan yang mengeluarkan produk atau *service* dapat menjualnya lebih murah karena biaya produksi yang rendah.
 - 3) Mengurangi pengangguran karena masyarakat semakin bergairah untuk berbisnis karena cara kerja yang gampang dan tanpa modal yang besar.
 - 4) Meningkatkan daya kreatifitas masyarakat, berbagai jenis produk dapat dipasarkan dengan baik, sehingga akhirnya juga membantu pemerintah untuk menggairahkan perdagangan khususnya usaha kecil menengah.

Adanya berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh *e-commerce*, hal tersebut memacu pertumbuhan *e-commerce* di dunia. Pertumbuhan *e-commerce* dari tahun ke tahun dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel .2.
Perkembangan Transaksi *e-commerce*

Jenis Transaksi	1997	2000
Business to Business	\$7 billion	\$327 billion
Business to Consumer	\$5 billion	\$70 billion

Sumber: <http://www.cert.or.id/~budi/articles/1999-02.pdf>.

Dengan melihat tabel tersebut di atas maka diketahui bahwa pertumbuhan *e-commerce* semakin meningkat dari tahun ke tahun, dimana pada tahun 1997 tercatat bahwa transaksi *e-commerce* dengan jenis *Business to Business* mempunyai jumlah transaksi sebesar \$7 billion kemudian pada tahun 2000 tercatat sebesar \$327 billion, sedangkan untuk transaksi jenis *Business to Consumer* pada tahun 1997 nilai transaksi tercatat sebesar \$5 billion kemudian pada tahun 2000 tercatat sebesar \$70 billion hal ini menunjukkan bahwa peningkatan penggunaan *e-commerce* di dunia. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan dan keuntungan yang diberikan oleh *e-commerce* mendorong terhadap perkembangan *e-commerce* itu sendiri.

2. Faktor Penghambat Pelaksanaan Perdagangan Melalui Internet (*e-commerce*)

Perdagangan yang dilakukan secara elektronik atau melalui internet (*e-commerce*) selain mempunyai faktor pendukung dalam pelaksanaannya juga mempunyai faktor yang menghambat atas pelaksanaan perdagangan tersebut. Hambatan tersebut tidak dapat dilepaskan begitu saja, karena akan memberikan hambatan bagi perkembangan *e-commerce* yang kemudian dapat mempengaruhi berbagai bidang yang lainnya. Hambatan yang terjadi tidak hanya pada masalah teknologi, tetapi juga hambatan pada sisi hukum.

Hambatan-hambatan tersebut tentu saja memberikan suatu keraguan bagi orang untuk mengimplementasikan atau melaksanakan serta menggunakan *e-commerce* untuk meklakukan transaksi perdagangan, meskipun banyak kemudahan dan keuntungan yang ditawarkan dan diberikan oleh *e-commerce*.

Hambatan-hambatan tersebut diantaranya adalah:

a. Keaslian Data

Dasar terjadinya suatu kontrak dapat dilihat dari adanya perjanjian yang dapat dibuktikan. Pembuktian perjanjian pada umumnya adalah dengan adanya bukti tertulis, baik berupa akta otentik maupun akta dibawah tangan, dalam akta tersebut jelas disebutkan identitas para pihak beserta adanya tanda tangan asli beserta materai, yang menjadi penguat selanjutnya adalah dengan adanya saksi yang juga tertuang dalam akta perjanjian pada umumnya.

Sedangkan dalam kontrak *e-commerce* tidak sejelas akta perjanjian pada umumnya. Identitas pihak yang membuat perjanjian dapat dipalsukan melihat para pihak bertransaksi di dunia maya yang tidak dapat diketahui atau dilihat serta dibuktikan secara nyata.

b. Keabsahan (*validity*)

Keabsahan data merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam pembentukan kontrak, dimana dengan keabsahan maka kontrak yang telah disepakati mengikat dan berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya. Karena kontrak dalam *e-commerce* berbeda dengan kontrak konvensional yang menggunakan kertas sebagai medianya serta pembubuhan tanda tangan diatas meterai yang menjadikannya sah. Kontrak dalam *e-commerce* termasuk kontrak elektronik yang menggunakan data digital sehingga untuk pembubuhan tanda tangan diatas meterai tidak mungkin dilakukan. Sehingga dengan tidak adanya penandatanganan antar para pihaknya,

maka keabsahan suatu kontrak yang telah dibuat diragukan. Hal ini tentu saja memberikan hambatan tersendiri bagi kontrak dalam *e-commerce*.

c. Kerahasiaan (*confidentiality/privacy*)

Kerahasiaan merupakan salah satu hal yang tidak kalah penting dalam penyusunan kontrak. Kerahasiaan yang dimaksud dalam hal ini adalah mengenai kerahasiaan data. Kerahasiaan merupakan suatu hal yang sangat penting dalam penyusunan kontrak. Data dalam *e-commerce* merupakan data digital yang sangat berbeda dengan data dalam kontrak konvensional.

Adanya kelemahan yang muncul dalam internet sebagai media dalam *e-commerce* tentu saja berpengaruh terhadap kerahasiaan data tersebut. Dimana dengan adanya kelemahan dalam internet maka seseorang yang tidak berhak dapat melakukan pencurian data transaksi dalam *e-commerce* data tersebut dapat berupa nomor kartu kredit. Sehingga hal ini tentu saja memberikan kekhawatiran tersendiri terhadap *customer* untuk melakukan transaksi dalam *e-commerce*.

d. Keberadaan barang (*availability*)

Keberadaan barang merupakan salah faktor penentu dalam transaksi *e-commerce*, yang mana dengan informasi yang benar mengenai ketersediaan barang tentu saja membuat *customer* menjadi yakin bagi ia untuk melakukan transaksi, namun hal tersebut menjadi tidak mungkin ketika informasi yang disampaikan ternyata tidak benar, karena tidak adanya itikad baik dari pihak *merchant*. Hal ini tentu saja berpengaruh terhadap pemenuhan syarat sahnya suatu kontrak.

e. Pembuktian kecakapan para pihak

Kecakapan para pihak dalam kontrak *e-commerce* sulit untuk dibuktikan, karena kontrak tersebut terjadi melalui internet dalam dunia maya yang tidak memepertemukan para pihaknya secara

langsung sehingga memungkinkan terjadinya penipuan. Hal ini tentu saja memberikan hambatan terhadap pemenuhan syarat sahnya suatu kontrak yang tentu saja berakibat dari keabsahan terhadap kontrak tersebut, dimana dimungkinkannya terjadi perbedaan mengenai apa yang dinyatakan dengan keadaan sebenarnya.

f. Yurisdiksi

Pelaksanaan kontrak dalam *e-commerce* pada umumnya terjadi antar para pihak yang berkedudukan berlainan negara. Sementara setiap negara tentu saja mempunyai sistem hukum sendiri. Sehingga hal ini tentu saja menimbulkan suatu ketidakpastian hukum, ketika terjadi suatu sengketa antar para pihak yang berlainan negara maka akan menimbulkan hambatan dalam pemilihan hukum negara mana yang akan digunakan. Hal ini tentu saja tidak dapat diabaikan begitu saja. Karen masalah yuridiksi merupakan faktor penting dalam pembentukan kontrak.

Adanya hambatan-hambatan dalam implementasi *e-commerce* maka secara langsung maupun tidak memberikan berbagai kerugian atau menimbulkan sisi negatif, dimana kerugian dan sisi negatif tersebut diantaranya yaitu:

a. Menimbulkan Tindak Pidana

Proses transaksi elektronik dalam *e-commerce* yang tidak mempertemukan para pihaknya secara langsung dapat menyebabkan terjadinya penipuan, penipuan tersebut dapat berupa penipuan identitas maupun data, serta dapat menimbulkan tindak pidana pencurian khususnya pencurian kartu kredit, hal ini dapat terjadi karena karena para pihak tidak dapat bertemu langsung untuk membuktikan kebenarannya.

b. Meningkatkan Individualisme.

Pada perdagangan elektronik, seseorang dapat bertransaksi dan mendapatkan barang atau jasa yang diperlukannya tanpa perlu bertemu

dengan siapa pun. Hal ini membuat beberapa orang menjadi berpusat pada diri sendiri (egois) serta individualistis dan merasa dirinya tidak terlalu membutuhkan kehadiran orang lain dalam hidupnya.

c. Terkadang Menimbulkan Kekecewaan.

Apa yang dilihat di layar monitor komputer kadang berbeda dengan apa yang dilihat secara kasat mata. Seseorang yang membeli lukisan di Internet mungkin suatu saat akan mendapati lukisannya tidak memiliki warna yang sama dengan apa yang dilihatnya di layar monitor. Sangat mungkin, apa yang terlihat begitu lembut di layar monitor ternyata pada kenyataannya tidak begitu adanya.

d. Tidak Manusiawi.

Sering sekali orang pergi ke toko-toko dan pusat-pusat perbelanjaan (*mall*) tidak sekedar ingin memuaskan kebutuhannya akan barang/jasa tertentu. Ia mungkin melakukannya untuk penyegaran (*refreshing*) atau bersosialisasi dengan rekan-rekan atau keluarganya. Perdagangan elektronik gagal dipandang dari sudut pandang seperti ini. Di Internet, meski kita dapat mengobrol (*chatting*) dengan orang lain, kita mungkin tidak dapat merasakan jabat tangannya, senyuman ramahnya, atau candanya.

Hal ini menunjukkan bagaimana perdagangan melalui internet yang dilakukan secara seksama dengan efek-efek negatifnya, *e-commerce* seharusnya tidak menggantikan perdagangan konvensional. Perdagangan konvensional menawarkan komunikasi, keakraban, kehangatan, dan sebagainya, dimana hal ini tidak dapat dijumpai di dalam *e-commerce*. *E-commerce* sangat berorientasi transaksi, *e-commerce* hanya sesuai pada situasi dan kondisi tertentu, dimana kontak langsung antara penjual dan pembeli tidak terlalu dibutuhkan.

C. SOLUSI BAGI PERMASALAHAN DALAM PELAKSANAAN KONTRAK PERDAGANGAN MELALUI INTERNET (*E-COMMERCE*)

Pelaksanaan kontrak perdagangan secara konvensional dalam kenyataannya tidak mungkin terlepas dari suatu permasalahan, demikian juga halnya pelaksanaan kontrak perdagangan melalui internet (*e-commerce*). Meskipun memiliki berbagai kemudahan dan keuntungan yang ditawarkan, pelaksanaannya juga tidak terlepas berbagai permasalahan. Permasalahan-permasalahan dalam pelaksanaan atau implementasi kontrak perdagangan melalui internet diantaranya yaitu:

1. Keaslian data

Keaslian atau keotentikan data menjadi suatu permasalahan yang sangat vital dalam *e-commerce*, karena *data message* inilah yang dijadikan dasar utama terciptanya suatu kontrak, baik dalam hubungannya dengan kesepakatan ketentuan-ketentuan dan persyaratan kontrak ataupun dengan substansi kesepakatan itu sendiri. Dengan demikian, masalah ini sangat erat kaitannya dengan permasalahan mengenai keabsahan kontrak, keamanan dan juga mengenai kerahasiaan dokumen.

Solusi atas permasalahan keaslian data maka dapat digunakan bantuan teknologi, hasil dari perkembangan teknologi telah menemukan suatu alat yang dapat memberikan atau dianggap mampu memberikan otentikasi terhadap *data message* yaitu yang disebut dengan kriptografi (*cryptography*). Kriptografi merupakan proses yang membahas keamanan komunikasi data dari pengintipan atau pembajakan oleh orang-orang yang tidak berhak dengan cara menyandikan data serta informasi yang dikirimkan. Kriptografi merupakan algoritma tertentu untuk menyandikan (enkripsi) data.

Proses enkripsi dibutuhkan adanya dua buah kunci yaitu *privat key* dan *public key* untuk mendeskripsikannya. Data yang telah dienkripsi berubah menjadi suatu data tidak beraturan yang tidak dapat dibaca serta

tidak dapat dirubah isinya. Kemudian agar data yang telah dienskripsi tersebut dapat dibaca kembali maka perlu dilakukan proses deskripsi dengan menggunakan ke dua kunci tersebut. Sehingga hal ini memberikan suatu keaslian data yang disampaikan.

2. Keabsahan (*validity*)

Bila ditinjau dari keabsahannya maka yang menjadi tolak ukurnya adalah mengenai pemenuhan syarat-syarat dari kontrak *e-commerce*. Jika kontrak *e-commerce* telah memenuhi syarat-syarat dari suatu perjanjian maka kontrak *e-commerce* dapat dikatakan terjadi dan sah menurut hukum.

Kesepakatan yang terjadi dalam kontrak *e-commerce* sangat erat hubungannya dengan penerimaan atas absah dan otentik data *message* yang memuat kesepakatan. Hal tersebut menjadi pertimbangan karena data *message* dalam kontrak *e-commerce* tidak tertulis asli di atas kertas, melainkan dalam wujud data *record* yang abstrak serta dibubuhi dengan tanda tangan elektronik yang tentunya terjadi diluar kebiasaan pelaksanaan kontrak pada umumnya. Kemudian wujud dari kontrak *e-commerce* yang disertai tanda tangan digital (*digital signature*) tersebut menimbulkan pertanyaan sah atau tidaknya kontrak *e-commerce* tersebut menurut hukum yang berlaku. *Digital signature* adalah suatu sistem pengamanan yang menggunakan *public key cryptography system*. Tujuan dari suatu tandatangan dalam suatu dokumen adalah untuk memastikan otentisitas dari dokumen tersebut. Suatu *digital signature* sebenarnya adalah bukan suatu tanda tangan seperti yang kita kenal selama ini, ia menggunakan cara yang berbeda untuk menandai suatu dokumen atau data sehingga ia tidak hanya mengidentifikasi dari pengirim, namun ia juga memastikan keutuhan dari dokumen tersebut tidak berubah selama proses transmisi. Suatu *digital signature* didasarkan dari isi dari pesan itu sendiri.

Selain itu *United Nations Commission on International Trade Law (UNCITRAL) Model Law on Electronic Commerce* yang menjadi rujukan

pembuatan Undang-Undang dan Hukum *e-commerce* seluruh masyarakat dunia, menyebutkan pada *Article 5 UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce* bahwa:

” Information shall not be denied legal effect, validity or enforceability solely on the grounds that it is in the form of a data message ”

yang dapat diartikan bahwa sebuah informasi, efek, validitas, atau keberdayaan hukumnya, tidak dapat ditolak semata-mata atas dasar karena ia dalam bentuk data *message*.

Dengan penjelasan *Article 5* tersebut dapat dikatakan bahwa tidak ada keraguan atas keabsahan dari data *message* sebagai dasar dari kesepakatan atau perjanjian dalam *e-commerce*. Data *message* yang dimaksud bila mana keotentikannya telah dapat dibuktikan dengan menggunakan teknik dan instrumen sebagai mana mestinya. Sehingga kontrak dalam *e-commerce* yang dibuat oleh pihak yang berlainan negara, dengan adanya aturan tersebut memberikan jaminan hukum terhadap kontrak yang dibuat.

Selain itu dapat digunakan Undang-Undang No 8 Tahun 1997 tentang Dokumen Perusahaan sebagai jaminan terhadap penggunaan data digital, dalam Pasal 12 ayat 1 disebutkan bahwa *”dokumen perusahaan dapat dialihkan ke dalam mikrofilm atau media lainnya”* maksud dari media lainnya adalah media yang tingkat pengamanan menjamin keaslian dokumen yang dialihkan atau ditransformasikan, misalnya *Compact Disk-Read Only Memory (CD-ROM)*, dan *Write-Once-Read-Many (WORM)*, dimana pengalihan bentuk kedalam CD-ROM tentu saja menggunakan data digital, sehingga hal ini dapat dijadikan dasar sebagai jaminan atas keabsahan data digital dalam kontrak elektronik. Hal ini memberikan jaminan terhadap suatu kontrak *e-commerce* yang dibuat oleh para pihak yang berkedudukan di wilayah Indonesia.

Hal tersebut menjelaskan bahwa permasalahan keabsahan yang meliputi syarat-syarat sah suatu kontrak dan keabsahan *data message* dengan tanda tangan elektronik dalam *e-commerce* tidak menjadi permasalahan penilaian sah tidaknya suatu kontrak *e-commerce*. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa kontrak *e-commerce* sah dan tidak bertentangan dengan KUHPerdara yang menjadi dasar dari terjadinya perjanjian.

3. Kerahasiaan (*confidentiality/privacy*)

Kerahasiaan yang dimaksud adalah mengenai kerahasiaan data dan atau informasi dan juga perlindungan terhadap data tersebut dari akses yang tidak sah dan tidak berwenang. Dalam *e-commerce*, permasalahan perlindungan data tersebut menjadi sangat penting dalam hubungannya dengan proteksi terhadap data-data keuangan perusahaan atau organisasi, informasi perkembangan produksi, dan informasi yang berhubungan dengan waktu dan daftar harga untuk jangka waktu tertentu.

Solusinya dari permasalahan tersebut adalah penyelesaian teknis yang dapat berupa penyediaan teknologi dan sistem yang tidak dapat dibuka dan diketahui oleh pihak-pihak yang tidak berwenang atas data *message* dalam kontrak *e-commerce* tersebut, penggunaan teknologi SSL (*Secure Socket Layer*) yang dibenamkan pada mesin *browser* seperti *Internet Explorer* dapat memberikan keamanan terhadap pencurian informasi yang berkaitan dengan kontrak dalam *e-commerce*. Bahkan sekarang ini telah ada lembaga penerbit kunci publik dan kunci privat ini dikeluarkan oleh sebuah badan yang bernama CA (*certification authority*), *E-trust* dan *Versign* sebagai bagian dari penggunaan *digital signature*. Dengan penggunaan *digital signature* maka kerahasiaan terhadap satu data digital dapat diberikan, serta adanya suatu lembaga yang memberikan keamanan serta kerahasiaan dalam memberikan data mengenai nomor kartu kredit untuk melakukan pembayaran dalam transaksi *e-commerce* seperti *Paypal*.

Alternatif yang menjadi solusi permasalahan kerahasiaan adalah dengan upaya hukum dengan cara melegalisasikan sebuah peraturan. Peraturan hukum tersebut dapat berupa undang-undang mengenai perlindungan terhadap informasi *digital*. Sehingga keberadaan Rancangan Undang-Undang (RUU) Informasi dan Transaksi Elektronik dapat dijadikan sebagai pijakan sebagai dasar pengaturan ketika RUU tersebut telah disahkan.

4. Keberadaan barang (*availability*)

Permasalahan selanjutnya ketika keberadaan informasi yang dibuat dan ditransmisikan secara elektronik yang harus tersedia setiap kali dibutuhkan. Masalah tersebut erat hubungannya dengan sistem pengamanan dan kekokohan sistem yang dapat diproteksi dan mencegah terjadinya kesalahan atau hambatan pada jaringan, baik kesalahan itu bersifat teknis, jaringan, atau kesalahan profesional.

E-commerce tidak mengharuskan adanya pertemuan atau tatap muka (*face to face*) antara pihak-pihak dalam kontrak *e-commerce*, maka selain permasalahan dalam data *message* elektronik juga ada permasalahan lainnya yaitu mengenai keberadaan barang yang diperjanjikan dalam *e-commerce*.

Masalah keberadaan barang dalam kontrak *e-commerce* berkaitan dengan *trust* (kepercayaan) dan *good faith* (itikad baik) yang tentu saja itikad baik merupakan salah satu unsur dari suatu sebab yang halal sebagai syarat sahnya suatu kontrak. *Trust* (kepercayaan) dan *good faith* (itikad baik) dari para pihak merupakan bersifat personal namun permasalahan ini menjadi sangat substansial karena berkaitan dengan permasalahan penyelesaian kontrak *e-commerce* itu sendiri.

Sehingga solusi untuk menjawab terhadap masalah keberadaan barang adalah dengan pencantuman barang beserta jumlah keberadaannya di dalam *website e-commerce* yang selalu di *up-date* atau diperbaharui

setiap saat, serta penggunaan *software* yang telah teruji keandalannya sebelumnya, sehingga informasi yang disampaikan kepada *customer* merupakan informasi terbaru.

5. Pembuktian kecakapan para pihak

Pembuktian kecakapan para pihak merupakan salah satu hal yang penting atas suatu kesepakatan, dapat dibuktikannya kecakapan para pihak memberikan suatu jaminan terhadap kepastian hukum dan pemenuhan terhadap syarat sahnya perjanjian serta pelaksanaan kontrak itu sendiri. Proses kontrak yang terjadi dalam *e-commerce* terjadi dalam dunia maya yang tidak memepertemukan para pihaknya secara langsung, hal ini tentu saja menimbulkan permasalahan jika terjadi penipuan.

Pembuktian kecakapan dalam *e-commerce* sebenarnya dapat diatasi dengan cara pengimplementasian prosedur pendaftaran dengan *account* (rekening) bank atau nomor kartu kredit, maksudnya bahwa ketika seseorang mendaftar menjadi *member* suatu *webstore* ia diwajibkan memberikan untuk memberikan data yang sebenar-benarnya, beserta *account* bank atau nomor kartu kredit. Kemudian pihak *merchant* akan mencocokkan data diri calon *customer* dengan *account* bank atau nomor kartu kredit yang dimasukan oleh calon *customer* tersebut dengan bantuan *software* aplikasi yang melakukan pencocokan dengan data yang terdapat pada *database* bank penerbit kartu kredit dan rekening. Sehingga akan diketahui apakah benar data yang dimasukan atau tidak khususnya mengenai kecakapan, pembuktian kecakapan dapat diketahui ketika data yang dimasukan sesuai dengan data *account* bank atau nomor kartu kredit yang digunakan. Hal ini dapat terlaksana jika ada kerja sama antara *merchant* dengan perusahaan atau bank penerbit kartu kredit maupun rekening.

Account bank atau kartu kredit dapat dimiliki seseorang ketika ia memberikan data diri yang benar disertai dengan kartu tanda bukti diri yang sah pada saat proses pendaftaran menjadi nasabah suatu bank atau

penerbit kartu kredit, dengan demikian informasi mengenai umur dan alamat nasabah dapat dibuktikan keaslian dan keberadaannya yang kemudian oleh pihak bank atau penerbit kartu kredit dijadikan sebagai *database* informasi tentang nasabahnya.

6. Yurisdiksi

Pelaksanaan kontrak dalam *e-commerce* pada umumnya terjadi antar para pihak yang berkedudukan berlainan negara. Sementara setiap negara tentu saja mempunyai sistem hukum sendiri. Agar pelaksanaan kontrak *e-commerce* tidak mengalami hambatan, tentunya permasalahan mengenai yurisdiksi ini haruslah ditemukan pemecahannya.

Permasalahan yurisdiksi tersebut dapat diatasi dengan adanya suatu kesepakatan terlebih dahulu antar para pihak. Dimana pada saat hendak melakukan kontrak *e-commerce* para pihak dapat menentukan pilihan hukum mana yang menjadi dasar pelaksanaan *e-commerce* serta menjadi kesepakatan kedua belah pihak apabila terjadi sengketa dikemudian hari. Penentuan pilihan hukum pada awal terjadinya kontrak menghindari adanya permasalahan hukum mana yang akan dipakai ketika terjadi sengketa. Kontrak yang disepakati oleh para pihak akan menjadi undang-undang yang mengikat kedua belah pihak dan kesepakatan dalam menentukan pilihan hukum tersebut dapat dijadikan dasar kuat berlakunya hukum atas kontrak tersebut.

Permasalahan lebih lanjut muncul ketika tidak dicantumkannya pilihan hukum dalam perjanjian *e-commerce*-nya, ada beberapa teori yang berkembang untuk menentukan hukum mana yang digunakan/berlaku, diantaranya:

a) *Mail box theory* (Teori Kotak Pos)

Dalam hal transaksi *e-commerce*, maka hukum yang berlaku adalah hukum dimana pembeli mengirimkan pesanan melalui komputernya yang dapat berarti hukum si *customer*. Untuk ini

diperlukan konfirmasi dari *merchant*. Jadi perjanjian atau kontrak terjadi pada saat jawaban yang berisikan penerimaan tawaran tersebut dimasukkan ke dalam kotak pos (*mail box*).

b) *Acceptance theory* (Teori Penerimaan)

Hukum yang berlaku adalah hukum dimana pesan dari pihak yang menerima tawaran tersebut disampaikan. Jadi hukumnya si *merchant*.

c) *Proper Law of Contract*

Hukum yang berlaku adalah hukum yang paling sering dipergunakan pada saat pembuatan perjanjian. Misalnya, bahasa yang dipakai adalah bahasa Indonesia, kemudian mata uang yang dipakai dalam transaksinya Rupiah, dan arbitrase yang dipakai menggunakan BANI, maka yang menjadi pilihan hukumnya adalah hukum Indonesia.

d) *The most characteristic connection*

Hukum yang dipakai adalah hukum pihak yang paling banyak melakukan prestasi.

(http://hukumonline.com/klinik_detail.asp?id=5517 diakses tanggal 10 Januari 2008)

Teori tersebut memberikan suatu jawaban terhadap permasalahan mengenai yurisdiksi, namun dari semua teori tersebut yang paling pas diterapkan untuk menentukan yurisdiksi atau pilihan hukum jika belum disepakati oleh kedua belah pihaknya yaitu dengan menerapkan teori "*the most characteristic connection*". Teori ini menjelaskan bahwa untuk menentukan suatu pilihan hukum yang akan digunakan adalah dengan mendasarkan terhadap prestasi, hal ini memberikan perlindungan terhadap pihak yang memberikan prestasi yang paling banyak untuk mencegah timbulnya kerugian terhadap pihak tersebut, sehingga hukum yang digunakan adalah hukum si pemberi prestasi terbanyak.

BAB IV

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terhadap kontrak dalam perdagangan melalui internet (*e-commerce*) ditinjau dari hukum perjanjian, penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kontrak dalam perdagangan melalui internet (*e-commerce*) belum diatur di dalam Buku III KUHPerdara, pengaturan terhadap kontrak dalam *e-commerce* dapat digunakan aturan yang berlaku secara umum. Kontrak dalam *e-commerce* mengikat dan berlaku bagi para pihaknya ketika kontrak tersebut disepakati oleh kedua belah pihak, hal ini terjadi dikarenakan adanya sifat terbuka dari Buku III KUHPerdara. Meskipun ada salah satu syarat sahnya perjanjian yang tidak terpenuhi yaitu mengenai syarat kecakapan para pihak perjanjian atau kontrak yang dibuat oleh *merchant* dan *customer* tetap berlaku dan mengikat serta menjadi undang-undang bagi *merchant* dan *customer* karena syarat kecakapan termasuk dalam syarat subyektif dimana suatu syarat meskipun tidak terpenuhi dalam perjanjian tidak menyebabkan perjanjian atau kontrak menjadi tidak sah, namun perjanjian atau kontrak tersebut dapat dimintakan pembatalan. Selain itu kontrak dalam *e-commerce* juga telah memenuhi asas-asas dalam perjanjian sehingga dengan adanya pemenuhan terhadap syarat sahnya perjanjian menurut KUHPerdara dan asas-asas perjanjian maka Kontrak dalam *e-commerce* adalah sah dan dapat dikenakan aturan KUHPerdara sebagai pengaturnya.
2. Perkembangan *e-commerce* tidak dapat dilepaskan dengan adanya faktor pendorong dan penghambat, dengan adanya faktor pendorong yang ada dalam *e-commerce* lebih banyak karena kemudahan-kemudahan yang diberikan dalam *e-commerce* dari pada proses perdagangan biasa. Meskipun terdapat kemudahan-kemudahan yang diberikan *e-commerce*

ternyata juga terdapat suatu faktor yang menghambat atas pelaksanaan *e-commerce* yang ternyata memberikan permasalahan terhadap pelaksanaan *e-commerce* itu sendiri. Faktor penghambat tersebut mengenai masalah keaslian data, keabsahan (*validity*), kerahasiaan (*confidentiality/privacy*), keberadaan barang (*availability*), pembuktian kecakapan para pihak serta masalah yurisdiksi.

3. Permasalahan dalam pelaksanaan *e-commerce* sebenarnya dapat diatasi dengan menggunakan bantuan teknologi, diantaranya kriptografi dan *digital signature* yang berguna untuk memberikan jaminan keaslian data, kerahasiaan data, serta keabsahan data serta penggunaan SSL (*Secure Socket Layer*) pada *browser engine* guna memberikan keamanan terhadap tindakan penyadapan data dalam proses transaksi elektronik. Kerjasama antara *merchant* dengan bank dan penerbit rekening dan kartu kredit guna menjamin kebenaran data yang disampaikan khususnya mengenai kecakapan. Itikad baik dari *merchant* dan menggunakan *software* yang telah teruji untuk selalu melakukan *update* informasi yang disampaikan guna memberikan informasi yang benar mengenai keberadaan barang. Penerapan teori "*the most characteristic connection*" untuk menentukan pilihan hukum yang akan digunakan jika terjadi, dimana hukum yang digunakan adalah hukum pemberi prestisi terbanyak.

B. Saran

Perkembangan pengguna layanan *e-commerce* untuk bertransaksi oleh manusia yang dari tahun ke tahun semakin meningkat, maka diperlukan pengaturan yang secara khusus mengatur mengenai masalah *e-commerce*. Dalam penulisan hukum ini, penulis memberikan saran-saran dalam transaksi *e-commerce* sebagai berikut :

1. Bagi para pihak khususnya pemerintah dan pihak yang terlibat dalam *e-commerce* pada umumnya dengan belum adanya aturan yang khusus mengatur mengenai transaksi *e-commerce* di Indonesia, maka dapat menggunakan analogi terhadap Buku III KUHPerdara serta penggunaan

Undang-Undang No. 8 Tahun 1997 tentang Dokumen Perusahaan untuk memberikan jaminan hukum terhadap penggunaan data digital.

2. Bagi pemerintah dapat mengadopsi *United Nations Commission on International Trade Law (UNCITRAL) Model Law on Electronic Commerce* dalam penyusunan aturan mengenai *e-commerce*.
3. Bagi pembentuk undang-undang hendaknya memperhatikan kebiasaan yang terjadi pada kontrak dalam dunia maya, yaitu mengenai batas umur kedewasaan untuk dapat melakukan transaksi dalam dunia maya adalah 18 tahun, maka ketika hendak menyusun aturan khususnya yang berkaitan dengan dunia maya hendaknya memperhatikan hal tersebut sehingga dapat memberikan kepastian hukum mengenai kecakapan seseorang.
4. Bagi *merchant* (penjual) perlu meningkatkan keamanan *webstore* yang dimiliki termasuk juga keamanan terhadap jaringan internet yang digunakan sebagai antisipasi terhadap meningkatnya transaksi *e-commerce* serta terhadap ancaman kejahatan yang mengancam *e-commerce* itu sendiri.
5. Bagi *customer* agar lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi dalam *e-commerce* serta memperhatikan keamanan *webbrowser* yang digunakan termasuk perlindungan keamanan data-data dalam transaksi misalnya nomor kartu kredit, *printout* dan sebagainya yang kelak dapat dijadikan sebagai alat bukti.
6. Bagi pemerintah perlu menarik bea materai atas kontrak yang dibuat oleh para pihak dalam *e-commerce* dengan dasar Undang-Undang No 13 Tahun 1985 tentang bea materai, yang sekaligus memberikan jaminan terhadap kontrak tersebut sebagai alat bukti.
7. Bagi Legislatif untuk segera mensyahkan Rancangan Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang kebutuhannya sudah semakin mendesak.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Abdulkadir Muhammad. 1986. *Hukum Perjanjian*. Bandung: Penerbit Alumni.
1992. *Hukum Perikatan*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Abdul Halim Barakatullah dan Teguh Prasetyo. 2005. *Bisnis E- Commerce Studi Sistem Keamanan Dan Sistem Hukum di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Adi Nugroho. 2006. *e-Commerce "Memahami Perdagangan Modern di dunia Maya"*. Bandung: Informatika.
- Ahmad Bustami. 1999. *Cara Mudah Belajar Internet. Home Site. dan HTML*. Jakarta: Dinastindo.
- Hasanuuddin Rahman. 2003. *Contract Drafting*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- M Yahya Harahap. 1986. *Segi-Segi Hukum Perjanjian*. Bandung: Penerbit Alumni.
- Mariam Darus Badruzaman. 1983. *Hukum Perdata Buku III dengan Penjelasan*. Bandung: Penerbit Alumni.
- Munir Fuady. 1999. *Hukum Kontrak Dari Sudut Hukum Bisnis*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- _____. 2005. *Pengantar Hukum Bisnis "Menata Bisnis Modern di Era Global"*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Onno W Purbo. 2000. *Mengenal E-Commerce*. Jakarta: PT Elek Media Komputindo.
- Soerjono Soekanto. 1986. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta : Universitas Indonesia (UI Press).
- Subekti. 2001. *Pokok-Pokok Hukum Perdata*. Jakarta: Intermasa.

B. Internet

Budi Rahardjo. *E-COOMERCE DI INDONESIA Peluang dan Tantangan*
<http://www.cert.or.id/~budi/articles/1999-02.pdf> diakses 22 April 2007

Dewi Lestari. *KONSUMEN, e-COMMERCE, DAN PERMASALAHANNYA.*
<http://www.lkht-fhui.com> diakses 28 Maret 2007

Roger Clarke. *Electronic Commerce Definitions.*
<http://www.anu.edu.au/people/Roger.Clarke/EC/ECDefns.html> Diakses
 tanggal 22 April 2007

Internet: Pengertian, sejarah, dan Fasilitas-fasilitasnya.
<http://library.usu.ac.id/modules.php?> Diakses tanggal 22 April 2007

Electronic Commerce <http://r-marpaung.tripod.com/ElectronicCommerce.doc>
 Diakses tanggal 28 Maret 2007

Mengenal E-Commerce. <http://www.nofieiman.com> diakses tanggal 28 Maret
 2007

<http://www.damandiri.or.id/arirahmathakimundipbab2c.pdf> diakses tanggal 22
 April 2007

<http://www.freewebs.com/pemula/#antar> Diakses tanggal 28 Maret 2007

<http://www.nofieiman.com> diakses tanggal 22 April 2007

http://hukumonline.com/klinik_detail.asp?id=5517 diakses tanggal 10 Januari
 2008

C. Sumber Lain

“*Pengaturan Dan Masalah Cyber Law Di Indonesia*”. Jurnal Hukum Fakultas
 Hukum Universitas Islam Indonesia No. 16 Volume. 8 Tahun 2001

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1997 Tentang Dokumen Perusahaan

*United Nations Commission on International Trade Law (UNCITRAL) Model
 Law on Electronic Commerce*

Kamus Besar Bahasa Indonesia