

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu perkembangan telekomunikasi dan komputer adalah lahirnya model transaksi yang tidak perlu bertemu secara langsung atau *face to face*. Transaksi tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, ataupun media elektronik lainnya.

Saat ini pemanfaatan teknologi informasi merupakan bagian penting dari hampir seluruh aktivitas masyarakat. Bahkan di dunia perbankan hampir seluruh proses penyelenggaraan sistem pembayaran telah dilaksanakan secara elektronik (*paperless*). Perkembangan teknologi informasi itu membuat pelaku usaha menempatkan teknologi sebagai unsur utama dalam proses inovasi produk dan jasa. Pelayanan *electronic transaction* (*e-banking*) melalui ATM, *phone banking* dan *internet banking* misalnya, merupakan bentuk-bentuk baru dari pelayanan bank yang mengubah pelayanan transaksi manual menjadi pelayanan transaksi dengan teknologi. Bagi perekonomian, kemajuan teknologi memberikan manfaat yang sangat besar, karena transaksi bisnis dapat dilakukan secara seketika (*real time*),

yang berarti perputaran ekonomi menjadi semakin cepat dan dapat dilakukan tanpa hambatan ruang dan waktu. Begitu juga dari sisi keamanan, penggunaan teknologi, memberikan perlindungan terhadap keamanan data dan transaksi.¹

Salah satu produk inovasi teknologi telekomunikasi adalah internet (*interconnection networking*) yaitu suatu koneksi antar jaringan komputer. Aplikasi internet saat ini telah memasuki berbagai segmen aktivitas manusia, baik dalam sektor politik, sosial, budaya, maupun ekonomi dan bisnis. Dalam bidang perdagangan, internet mulai banyak dimanfaatkan sebagai media aktivitas bisnis terutama karena kontribusinya dalam menciptakan efisiensi di tengah globalisasi komunikasi yang semakin terpadu (*global communication network*). Dengan semakin populernya internet semakin memudahkan batas-batas negara berikut kedaulatan dan tatanan masyarakatnya. Komputer sebagai alat bantu manusia yang didukung oleh perkembangan teknologi informasi telah membantu akses ke dalam jaringan publik (*public network*) dalam melakukan pemindahan data dan informasi. Aktivitas perdagangan melalui media internet

¹ Urgensi Cyberlaw di Indonesia dalam Rangka Penanganan Cybercrime di Sektor Perbankan, Tim Perundang undangan dan Pengkajian Hukum Direktorat Hukum Bank Indonesia, Agustus 2006

ini populer disebut sebagai electronic commerce (e-commerce). Dengan hadirnya e-commerce, transaksi elektronik menjadi semakin sering digunakan sebagai pilihan transaksi.

"Menurut WTO (World Trade Organization ,Cakupan e-commerce meliputi bidang produksi, distribusi, pemasaran, penjualan, dan pengiriman barang atau jasa secara elektronik, sedangkan OECD (Organization For Economic Cooperation and Development) menjelaskan bahwa e-commerce adalah transaksi berdasarkan proses dan transmisi data secara elektronik. Selain dari dua lembaga internasional tersebut, Alliance for Global Business, suatu asosiasi di bidang perdagangan terkemuka mengartikan e-commerce sebagai seluruh transaksi nilai yang melibatkan transfer informasi, produk, jasa atau pembayaran melalui jaringan elektronik sebagai media"²

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi sistem perdagangan beralih ke media elektronik yaitu :

1. e-commerce memiliki kemampuan untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dan setiap saat informasinya dapat diakses secara up to date dan terus-menerus
2. e-commerce dapat mendorong kreativitas dari pihak penjual secara cepat dan tepat dalam pendistribusian informasi yang disampaikan secara periodik
3. e-commerce dapat menciptakan efisiensi waktu yang tinggi dan murah serta informative

² Ade Maman Suherman ,Aspek Hukum Dalam Ekonomi Global, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), hal.179.

4. e-commerce dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dengan pelayanan cepat, mudah, aman, dan akurat

Di Indonesia, fenomena *e-commerce* ini sudah dikenal sejak tahun 1996 dengan munculnya situs www.sanur.com sebagai toko buku on-line pertama.³ Meski belum terlalu populer, pada tahun 1996 tersebut mulai bermunculan berbagai situs yang melakukan *e-commerce*. Sepanjang tahun 1997- 1998 eksistensi *e-commerce* di Indonesia sedikit terabaikan karena krisis ekonomi namun di tahun 1999 hingga saat ini kembali menjadi fenomena yang menarik perhatian meski tetap terbatas pada minoritas masyarakat Indonesia yang mengenal teknologi.

Salah seorang pakar internet Indonesia, Budi Raharjo, menilai bahwa Indonesia memiliki potensi dan prospek yang cukup menjanjikan untuk pengembangan *e-commerce*.⁴ Berbagai kendala yang dihadapi dalam pengembangan *e-commerce* ini seperti keterbatasan infrastruktur, ketiadaan undang-undang, jaminan keamanan transaksi dan terutama sumber daya manusia

³ <http://sutansuwarno.wordpress.com/2010/08/29/perlindungan-konsumen-dalam-e-commerce>.
Diakses 5 November 2011

⁴ Info Komputer edisi Oktober 1999:7.

dapat diupayakan sekaligus dengan upaya pengembangan pranata *e-commerce* itu.⁵

Onno W. Purbo & Aang Arif. W menjelaskan; Kegiatan E-Commerce mencakup banyak hal, untuk membedakannya E-Commerce dibedakan menjadi 2 berdasarkan karakteristiknya⁶:

1. Business to Business, karakteristiknya:

- a. Trading partners yang sudah saling mengetahui dan antara mereka sudah terjalin hubungan yang berlangsung cukup lama.
- b. Pertukaran data dilakukan secara berulang-ulang dan berkala dengan format data yang telah disepakati bersama.
- c. Salah satu pelaku tidak harus menunggu rekan mereka lainnya untuk mengirimkan data.
- d. Model yang umum digunakan adalah peer to peer, di mana processing intelligence dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis.

2. Business to Consumer, karakteristiknya:

- a. Terbuka untuk umum, di mana informasi disebarakan secara umum pula.

⁵ Info Komputer edisi Oktober 1999:7.

⁶ Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, Mengenal e-commerce (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001), hal. 4-5.

- b. Servis yang digunakan juga bersifat umum, sehingga dapat digunakan oleh orang banyak.
- c. Servis yang digunakan berdasarkan permintaan.
- d. Sering dilakukan sistim pendekatan client-server.

Tujuan suatu perusahaan menggunakan sistim E-Commerce adalah dengan menggunakan E-Commerce maka perusahaan dapat lebih efisien dan efektif dalam meningkatkan keuntungannya.

Adapun manfaat dalam menggunakan e-commerce dalam suatu perusahaan sebagai sistem transaksi mencakup:

- 1) Dapat meningkatkan *market exposure* (pangsa pasar). Transaksi *on-line* yang membuat semua orang di seluruh dunia dapat memesan dan membeli produk yang dijual hanya dengan melalui media komputer dan tidak dibatasi jarak dan waktu.
- 2) Menurunkan biaya operasional (*operating cost*). Transaksi *e-commerce* adalah transaksi yang sebagian besar operasionalnya diprogram di dalam komputer sehingga biaya-biaya seperti showroom, beban gaji yang berlebihan, dan lain-lain tidak perlu terjadi

3) Melebarkan jangkauan (global reach)

Transaksi *on-line* yang dapat diakses oleh semua orang di dunia tidak terbatas tempat dan waktu karena semua orang dapat mengaksesnya hanya dengan menggunakan media perantara komputer.

4) Meningkatkan *customer loyalty*.

Ini disebabkan karena sistem transaksi *e-commerce* menyediakan informasi secara lengkap dan informasi tersebut dapat diakses setiap waktu. Selain itu dalam hal pembelian juga dapat dilakukan setiap waktu bahkan konsumen dapat memilih sendiri produk yang dia inginkan.

5) Meningkatkan *supply management*.

Transaksi *e-commerce* menyebabkan biaya operasional pada perusahaan menjadi lebih efisien terutama pada jumlah karyawan dan jumlah stok barang yang tersedia. Untuk lebih menyempurnakan efisiensi biaya tersebut maka sistem *supply management* yang baik harus ditingkatkan.

6) Memperpendek waktu produksi.

Dalam hal persediaan bahan baku atau produk yang akan dijual telah habis, maka dapat dilakukan pemesanan setiap waktu karena secara *on-line*, serta

akan lebih cepat dan teratur karena semuanya secara langsung terprogram dalam komputer.

Pernyataan-pernyataan Onno W. Purbo sebelumnya juga didukung oleh pernyataan Laura Mannisto (*International Telecommunication Union, Asia and the Future of the World Economic System*, 18 March 1999, London), yaitu:⁷

- Ketersediaan informasi yang lebih banyak dan mudah diakses. Ketersediaan informasi produksi dan harga dapat diakses oleh pembeli, penjual, produsen dan distributor.
- Globalisasi Produksi, distribusi dan layanan konsumen : jarak dan waktu relatif lebih pendek, sehingga perusahaan dapat berhubungan dengan rekan bisnis di lain negara dan melayani konsumen lebih cepat. Produsen dapat memilih tempat untuk memproduksi dan melayani konsumen tidak tergantung di mana konsumen itu berada. Perusahaan yang berada di negara berpendapatan rendah dapat mengakses informasi dan membuat kontak bisnis tanpa harus mengeluarkan biaya tinggi.

⁷ <http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/08/e-commerse-definisi-jenis-tujuan.html>, Diakses 30 November 2011

- Mengurangi biaya transaksi dengan adanya *system order*, pembayaran dan logistik secara *on-line* dan otomatis.

Meskipun diakui begitu banyak kelebihan dari penggunaan transaksi dengan internet, terdapat ancaman (*threats*) atas penggunaan e-commerce. Terdapat beberapa bentuk ancaman yang mungkin terjadi, yakni:

- *System Penetration*. Orang-orang yang tidak berhak melakukan akses ke sistem komputer dapat dan diperbolehkan melakukan segala sesuatu sesuai dengan keinginannya.
- *Authorization Violation*. Pelanggaran atau penyalahgunaan wewenang secara legal yang dimiliki oleh seseorang yang berhak untuk mengakses sebuah sistem.
- *Planting*. Memasukan sesuatu ke dalam sebuah sistem yang dianggap legal tetapi belum tentu hal tersebut dapat dianggap legal di masa yang akan datang.
- *Communications Monitoring*. Seseorang dapat memantau semua informasi rahasia dengan cara melakukan monitoring komunikasi secara sederhana di sebuah tempat melalui perangkat jaringan komunikasi yang tersedia.
- *Communications Tampering*. Yakni segala hal yang membahayakan kerahasiaan informasi seseorang tanpa melakukan penetrasi, seperti mengubah informasi

transaksi di tengah jalan atau membuat sistem server palsu yang dapat menipu banyak orang untuk memberikan informasi rahasia mereka secara sukarela.

- *Denial of service*. Menghalangi seseorang dalam mengakses informasi, sumber, dan fasilitas-fasilitas lainnya.

- *Repudiation*. Penolakan terhadap sebuah aktivitas transaksi atau sebuah komunikasi baik secara sengaja maupun tidak disengaja.⁸

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

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis merumuskan yang menjadi pokok permasalahan dalam tulisan ini adalah:

⁸ Jurnal management. <http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/08/e-commerse-definisi-jenis-tujuan.html>, diakses tanggal 30 November 2011

1. Bagaimana perlindungan hukum bagi pengguna transaksi elektronik di Indonesia?.
2. Apakah informasi elektronik yang terdapat di internet dapat dijadikan sebagai alat bukti apabila terjadi sengketa perdata ?.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk menjawab permasalahan mengenai:

1. Sejah mana perlindungan hukum bagi pengguna transaksi elektronik di Indonesia?.
2. Apakah informasi elektronik yang terdapat di internet dapat dijadikan alat bukti dalam hal terjadi sengketa perdata di kemudian hari?.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian mengenai kedudukan konsumen dalam transaksi elektronik pada perniagaan elektronik ini adalah untuk:

a) Kepentingan pembangunan nasional, yaitu sebagai masukan kepada pemerintah dan sebagai bahan informasi kepada masyarakat umum mengenai topik penelitian.

b) Kepentingan akademis, yaitu untuk memperkaya ilmu pengetahuan terutama ilmu hukum dalam perkembangan teknologi yang semakin berkembang. Selain itu hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi penelitian-penelitian hukum di masa yang akan datang.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Tipe Penelitian

Tipe dari penelitian ini adalah normatif terhadap asas hukum atau kasus dengan tahapan *problem finding*, *problem identification*, dan *problem solving*.

1.5.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah normatif, yaitu penelitian yang dilakukan atau ditujukan untuk meneliti suatu peraturan,

berdasarkan bahan pustaka atau data sekunder yang tersedia.

1.5.3 Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini adalah:

1. Bahan hukum primer yang mencakup ketentuan perundang-undangan termasuk asas hukum. Dalam penelitian ini diantaranya Undang-Undang Republik Indonesia nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik, dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
2. Bahan hukum sekunder mencakup dasar-dasar teoritis atau doktrin yang relevan, buku- buku, jurnal, dan hasil penelitian lainnya.
3. Bahan hukum tersier yakni bahan yang berasal dari kamus atau ensiklopedi.

1.5.4 Tahapan Penelitian

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui studi kepustakaan. Studi

kepuustakaan adalah penelitian hukum normatif dengan cara meneliti data yang diperoleh melalui berbagai literatur, jurnal, dan bahan kepuustakaan lainnya.

1.5.5 Analisis permasalahan

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode deskriptif yang dianalisis secara kualitatif yaitu metode analisis dengan menggambarkan fakta-fakta tentang masalah yang diteliti sebagaimana adanya serta memusatkan pada ketentuan yang ada dengan masalah-masalah yang aktual. Dalam hal ini juga dilakukan perbandingan dengan teori-teori yang ada sehingga dapat menghasilkan sebuah penelitian yang bisa dipertanggung-jawabkan.⁹

⁹ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: Penerbit Universitas Jakarta, 1986), hal.28.