

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Perjanjian dan Kontrak

1. Pengertian Perjanjian dan Kontrak

Istilah perjanjian dalam hukum perjanjian merupakan kesepadanan dari istilah “*Overeenkomst*” dalam bahasa belanda atau “*Agreement*” dalam bahasa Inggris.

Pengaturan perjanjian dalam KUHPerdara diatur dalam buku ke tiga tentang perikatan. Menurut Pasal 1313 KUHPerdara, Perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih lainnya. Selain pengertian perjanjian KUHPerdara, berikut ini dikemukakan pengertian perjanjian menurut beberapa pakar hukum.

Menurut subekti, (1998:1) perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seorang berjanji kepada orang lain atau dimana orang itu saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal. Dalam definisi ini yang dimaksud suatu hal adalah sesuatu yang menjadi kesepakatan bersama yang harus dilaksanakan bagi kedua belah pihak yang mengadakannya. Abdulkadir Muhammad, (2000:225) merumuskan perjanjian sebagai suatu persetujuan dengan mana dua orang atau lebih saling mengikatkan diri untuk melaksanakan suatu hal mengenai harta kekayaan.

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.

Donal Black dalam Black Law Dictionary mendefinisikan kontrak sebagai sebuah kesepakatan antara dua orang atau lebih yang menciptakan sebuah kewajiban untuk melakukan atau tidak melakukan suatu hal yang tertentu. (M. Arsyad Sanusi:2001:36)

2. Asas Hukum Perjanjian

Menciptakan tujuan perjanjian maka perlu diperhatikan beberapa asas dari perjanjian. Berikut adalah beberapa asas perjanjian.

2.1. Asas kebebasan berkontrak.

Berdasarkan Pasal 1320 jo Pasal 1338 orang bebas untuk melakukan perjanjian, mengatur sendiri isi perjanjian yang akan mengikat pembuatnya. Bahkan orang dapat memperjanjikan bahwa ia tidak bertanggung jawab terhadap kerugian yang timbul karena kelalaiannya atau bertanggung jawab sampai batas-batas tertentu saja. Dalam hal ini dapat dilihat bahwa para pihak

sendirilah yang menentukan, apakah mereka mau terikat dalam suatu perjanjian atau tidak dan sampai sejauh mana mereka hendak terikat pada perjanjian tersebut sebab pada akhirnya mereka sendirilah yang akan bertanggung jawab terhadap pelaksanaan isi perjanjian.

2.2. Asas Konsensualisme (persesuaian kehendak).

Suatu perjanjian lahir manakala telah terjadi kesepakatan antara para pihak. Asas ini sangat erat hubungannya dengan prinsip kebebasan dalam mengadakan perjanjian. Berdasarkan asas ini semua orang diberi kesempatan untuk menyatakan keinginannya (*will*), yang dirasanya baik untuk menciptakan perjanjian.

2.3. Asas Obligator

Pada asas ini menerangkan bahwa perjanjian yang dibuat oleh para pihak baru dalam taraf menimbulkan hak dan kewajiban saja, belum memindahkan hak milik.

2.4. Asas Pelengkap

Asas dalam Buku ke-III KUH Perdata, bahwa ketentuan Undang-Undang boleh tidak diikuti, dikesampingkan, menyimpang dari ketentuan Undang-Undang oleh para pihak yang berjanji.

3. Syarat Sah 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 sahnya perjanjian. Syarat sahnya perjanjian meliputi syarat subyektif dan syarat obyektif (Subekti:2002:17).

3.1. Syarat Subyektif.

3.1.1. 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.

Menurut Mariam Darus Badruzaman ada empat teori tentang saat terjadinya sepakat, yaitu:

1. Teori Kehendak (*wilstheorie*) mengajarkan bahwa kesepakatan terjadi pada saat kehendak pihak penerima dinyatakan, misalnya dengan menulis surat.
2. Teori Pengiriman (*verzendentheorie*) mengajarkan bahwa kesepakatan terjadi pada saat kehendak yang dinyatakan itu dikirim oleh pihak yang menerima tawaran.

3. Teori Pengetahuan (*vernemingstheorie*) mengajarkan bahwa pihak yang menawarkan seharusnya sudah mengetahui bahwa tawarannya diterima.
4. Teori Kepercayaan (*vertrouwenstheorie*) mengajarkan bahwa kesepakatan itu terjadi pada saat pernyataan kehendak dianggap layak diterima oleh pihak yang menawarkan.

3.1.2. Cakap untuk membuat suatu perjanjian

Berkenaan dengan syarat kecakapan untuk membuat perjanjian, dalam Pasal 1330 KUHPerdara ditentukan sebagai berikut:

Tak cakap untuk membuat suatu perjanjian adalah :

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

Khususnya mengenai perempuan yang telah kawin, sejak tahun 1963 dengan Surat Edaran Mahkamah Agung No 3/1963 yang ditujukan kepada Ketua Pengadilan Negeri dan Pengadilan Tinggi di seluruh Indonesia, kedudukan wanita yang telah bersuami itu diangkat ke derajat yang sama dengan pria. Untuk mengadakan perbuatan hukum dan menghadap di depan pengadilan ia tidak memerlukan bantuan lagi dari suaminya.

Dengan demikian orang-orang yang dipandang sebagai tidak cakap untuk membuat perikatan adalah orang-orang yang belum dewasa dan orang-orang yang ditaruh di bawah pengampuan.

3.2.Syarat Obyektif.

3.2.1. Mengenai suatu hal tertentu

Suatu perjanjian harus mengenai suatu hal tertentu, artinya apa yang dijadikan obyek dalam perjanjian harus jelas. Suatu hal tertentu dalam perjanjian adalah barang yang menjadi obyek suatu perjanjian, Menurut Pasal 1333 BW barang yang menjadi obyek suatu perjanjian ini harus tertentu, setidak-tidaknya harus ditentukan jenisnya, sedangkan jumlahnya tidak perlu ditentukan, asalkan saja kemudian dapat ditentukan atau diperhitungkan.

Selanjutnya, dalam Pasal 1334 ayat (1) BW ditentukan bahwa barang-barang yang baru akan ada kemudian hari juga dapat menjadi obyek suatu perjanjian.

3.2.2. Suatu sebab yang halal

Selanjutnya Undang-Undang menghendaki untuk sahnya suatu perjanjian adanya suatu *oorzaak* (Causa) yang diperbolehkan. Menurut Pasal 1335 KUH Perdata, suatu perjanjian yang tidak memakai suatu causa atau dibuat dengan suatu causa yang palsu atau terlarang tidak mempunyai

kekuatan. Menurut apa yang diterangkan di atas teranglah, bahwa praktis hampir tidak ada perjanjian yang tidak mempunyai causa. Suatu causa yang palsu terdapat jika suatu perjanjian dibuat dengan pura-pura saja, untuk menyembunyikan causa yang sebenarnya yang tidak diperbolehkan.

Adapun suatu causa yang tidak diperbolehkan, ialah yang bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan dan ketertiban umum berdasarkan pada Pasal 1337 KUH Perdata.

Mengenai obyek perjanjian diatur lebih lanjut dalam Pasal 1332 KUH Perdata yang menyebutkan, bahwa hanya barang-barang yang dapat diperdagangkan saja yang dapat menjadi pokok suatu perjanjian. Dengan demikian maka menurut Pasal tersebut hanya barang-barang yang mempunyai nilai ekonomi saja yang dapat dijadikan obyek perjanjian

Apabila syarat hal tertentu dan kausa halal merupakan unsur objektif (kepentingan didalam perjanjian), bila syarat tersebut tidak dipenuhi salah satunya dalam perjanjian, maka akibat hukum terhadap perjanjian yang dibuat itu batal demi hukum (*Nietigbaar*). Dalam arti, perjanjian yang dibuat itu menurut hukum dianggap tidak pernah ada dan orang-orang yang membuat perjanjian itu tidak dapat saling menuntut ganti rugi. Sedangkan apabila syarat subyektif yang tidak terpenuhi, maka salah satu pihak mempunyai hak untuk meminta supaya perjanjian itu dibatalkan.

4. Macam-Macam Perjanjian Standar

a. Ditinjau dari segi pihak mana yang menetapkan isi dan persyaratan kontrak sebelum mereka ditawarkan kepada *konsumen* secara massal, dapat dibedakan beberapa jenis perjanjian standar :

- 1) Perjanjian standar yang isinya ditetapkan oleh *produsen/kreditur* atau perjanjian standar sepihak. Disini persyaratan dari perjanjian ditetapkan secara sepihak oleh pihak *kreditur* tanpa melalui proses tawar-menawar dengan pihak *konsumen*.
- 2) Perjanjian standar yang isinya merupakan kesepakatan dua atau lebih pihak-pihak atau perjanjian standar bertimbal balik. Perjanjian standar jenis ini, isi dan persyaratannya merupakan hasil dari negosiasi dan kesepakatan dari dua atau lebih pihak-pihak (yang umumnya merupakan organisasi atau asosiasi) dan kemudian dituangkan didalam suatu perjanjian tertulis yang distandarisir dalam bentuk formulir untuk digunakan oleh para anggota asosiasi dalam aktivitas bisnisnya.
- 3) Perjanjian standar yang isinya ditetapkan oleh pihak ketiga atau perjanjian standar berpola. Perjanjian standar jenis ini biasanya dibuat oleh pihak yang tidak langsung terlibat sebagai pihak dalam transaksi, tetapi pihak ini berkedudukan sebagai seorang ahli dalam bidang atau profesi tertentu (misalnya: notaris, advokat) yang jasanya

dimanfaatkan oleh para pihak (*klien-klien*) yang mengadakan transaksi.

b. Ditinjau dari format atau bentuk suatu kontrak yang persyaratannya dibakukan, dapat dibedakan menjadi dua bentuk perjanjian standar, yaitu:

- 1) Perjanjian standar menyatu, yaitu perjanjian dengan format perjanjian biasa, tetapi yang sebagian besar persyaratannya telah distandarisir sebelum digunakan dalam suatu transaksi bisnis, akan tetapi bagian-bagian tertentu masih terbuka untuk negosiasi yang diintegrasikan ke dalam suatu perjanjian yang utuh.
- 2) Perjanjian standar terpisah, perjanjian standar ini memiliki bentuk khusus karena elemen-elemen transaksi yang terbuka untuk negosiasi pada dasarnya dirumuskan di dalam suatu formulir tersendiri (terpisah) dengan bagian-bagian yang dikosongkan (*blanks*) yang akan diisi sesuai kesepakatan para pihak. Penandatanganan perjanjian oleh para pihak dilakukan juga pada lembar ini.

Sementara itu, persyaratan perjanjian yang hendak ditentukan secara sepihak dan yang tertutup untuk *negosiasi* disusun secara sistematis sebagai ketentuan-ketentuan khusus yang dicetak dilembar terpisah, tetapi yang dianggap sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari formulir yang ditandatangani oleh para pihak.

Jadi penandatanganan formulir oleh para pihak akan dianggap sebagai kesanggupan untuk juga terikat pada ketentuan-ketentuan yang *non-negotiable*.

c. Ditinjau dari segi penandatanganan perjanjian standar dapat dibedakan antara :

- 1) Perjanjian standar yang baru dianggap mengikat para pihak apabila pada saat penutupannya perjanjian harus ditandatangani oleh para pihak.
- 2) Perjanjian standar yang pada saat penutupan perjanjiannya tidak perlu ditandatangani oleh para pihaknya. Perjanjian semacam ini sudah dianggap mengikat dengan dijalankannya suatu perilaku tertentu oleh salah satu pihak (biasanya konsumen) yang dianggap telah menerima persyaratan perjanjian.

5. Ingkar Janji (*Wanprestasi*)

Wanprestasi berasal dari bahasa Belanda yang berarti suatu keadaan yang menunjukkan debitur tidak berprestasi (tidak melaksanakan kewajibannya) dan dia dapat dipersalahkan. Ada tiga unsur yang menentukan kesalahan, yaitu :

- 1) Perbuatan yang dilakukan debitur dapat disesalkan *kreditur*.
- 2) *Debitur* dapat menduga akibatnya.
- 3) *Debitur* dalam keadaan cakap berbuat.

Kapan saat terjadinya *wanprestasi*? *Wanprestasi* memang dapat terjadi dengan sendirinya, tetapi kadang-kadang tidak. Banyak perikatan yang tidak dengan ketentuan waktu pemenuhan prestasinya memang dapat segera ditagih, tetapi pembeli juga tidak dapat menuntut pengganti kerugian apabila penjual tidak segera mengirim barangnya kerumah pembeli. Ini diperlukan tenggang waktu yang layak dan ini diperbolehkan dalam praktek.

Tenggang waktu dapat beberapa jam, dapat pula satu hari bahkan lebih. Maka dari itu dalam perjanjian-perjanjian yang tidak ditentukan waktunya *wanprestasi* tidak terjadi demi hukum, karena tidak ada kepastian kapan ia betul-betul *wanprestasi*. Kalau perikatan itu dengan ketentuan waktu, kadang-kadang ketentuan waktu mempunyai arti yang lain yaitu bahwa *debitur* tidak boleh berprestasi sebelum waktu itu tiba.

Jalan keluar untuk mendapatkan kapan debitur itu *wanprestasi*, undang-undang memberikan upaya hukum dengan suatu pernyataan lalai. Fungsi pernyataan lalai ialah merupakan upaya hukum untuk menentukan kapan saat terjadinya *wanprestasi*. Sedangkan pernyataan lalai adalah pesan dari *kreditur* kepada *debitur* yang menerangkan kapan selambat-lambatnya *debitur* diharapkan memenuhi prestasinya. Biasanya diberikan waktu yang banyak bagi *debitur* terhitung saat pernyataan lalai itu diterima oleh *debitur*. Pernyataan lalai ada yang diperlukan dan ada yang tidak diperlukan mengingat adanya bentuk *wanprestasi*, antara lain.

- 1) Apabila *debitur* tidak memenuhi prestasi sama sekali maka pernyataan lalai tidak diperlukan, *kreditur* langsung minta ganti kerugian.
- 2) Dalam hal *debitur* terlambat memenuhi prestasi maka pernyataan lalai diperlukan, karena *debitur* dianggap masih dapat berprestasi.
- 3) Kalau *debitur* keliru dalam memenuhi prestasi,

Hoge Raad berpendapat pernyataan lalai perlu, tetapi *Meijers* berpendapat lain apabila karena kekeliruan *debitur* kemudian terjadi pemutusan perjanjian yang positif, pernyataan lalai tidak perlu. Seorang *debitur* dikatakan telah melakukan *wanprestasi* apabila

- 1) Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukannya,
- 2) Melakukan apa yang dijanjikannya, tetapi tidak sebagaimana yang dijanjikan,
- 3) Melaksanakan apa yang dijanjikannya tetapi terlambat,
- 4) Melaksanakan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya.

Akibat terjadinya *wanprestasi*, *debitur* harus :

- 1) Mengganti kerugian,
- 2) Benda yang dijadikan obyek dari perikatan sejak saat tidak dipenuhinya kewajiban menjadi tanggung jawab dari *debitur*,
- 3) Jika perikatan itu timbul dari perjanjian yang timbal balik, *kreditur* dapat minta pembatalan (pemutusan) perjanjian.

Di samping *debitur* harus bertanggung gugat tentang hal-hal tersebut di atas maka apa yang dapat dilakukan oleh *kreditur* menghadapi *debitur* yang wanprestasi itu.

Kreditur dapat menuntut salah satu dari lima kemungkinan sebagai berikut :

- 1) dapat menuntut pembatalan/pemutusan perjanjian,
- 2) dapat menuntut pemenuhan perjanjian,
- 3) dapat menuntut penggantian kerugian,
- 4) dapat menuntut pembatalan dan penggantian kerugian,
- 5) dapat menuntut pemenuhan dan penggantian kerugian.

B. Tinjauan Mengenai *E-commerce*.

1. Pengertian *E-commerce*.

Menurut **Ninieck Suparni**, *Electronic Commerce* atau disingkat *e-commerce* adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufacturers*), *service providers*, dan pedagang perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer network*). Definisi *e-commerce* yang lain dapat ditemukan di dalam *web site* Uni Eropa, yaitu “*E-commerce* merupakan sebuah konsep umum yang mencakup keseluruhan bentuk transaksi bisnis atau pertukaran informasi yang dilaksanakan dengan menggunakan atau memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi, yang terjadi antara perusahaan dan konsumennya, atau antara perusahaan dengan lembaga-lembaga administrasi public. *E-commerce* ini juga mencakup

perdagangan barang-barang dan jasa-jasa serta pertukaran materi-materi elektronik yang dilaksanakan secara elektronik.

Pada dasarnya *e-commerce* merupakan seluruh kegiatan atau transaksi bisnis yang menggunakan media elektronik melalui jaringan-jaringan komputer (internet). Sampai saat ini *e-commerce* sendiri tidak memiliki pengertian baku, semua itu tergantung pada cara pandang orang yang menafsirkannya.

2. Jenis-Jenis *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 *e-commerce*, jenis-jenis dari suatu kegiatan *e-commerce* berdasarkan sudut pandang para pihak dalam bisnis, *e-commerce* dapat dibagi menjadi beberapa kategori.

2.1. *Business to Business* (B2B)

Business to Business merupakan kegiatan bisnis *e-commerce* yang paling banyak dilakukan. *Business to Business* (B2B) adalah transaksi antar perusahaan, baik pembeli maupun penjual keduanya merupakan suatu perusahaan (<http://jurnal.pdii.lipi.go.id/admin/jurnal/5208344371.jpeg>, diakses

tanggal 13 januari 2011). *Busines to Busines* (B2B) mempunyai beberapa karakteristik (Dikdik M Arief Mansur dan Elisatris Gultom: 2009: 151).

- 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.

2.2. Bussines to Cunsumer (B2C)

Bussines to Cunsumer (B2C) merupakan transaksi antara perusahaan dengan konsumen (individu), contohnya adalah *amazon.com*. pada jenis ini transaksi disebarkan secara umum dan konsumen yang berinisiatif melakukan transaksi (<http://jurnal.pdii.lipi.go.id/admin/jurnal/5208344371.jpeg>, diakses tanggal 13 januari 2011).

Bussines to Cunsumer (B2C) mempunyai karakteristik tersendiri (Dikdik M Arief Mansur dan Elisatris Gultom:2009:152).

- 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*.

2.3. 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, contohnya adalah e-bay (<http://jurnal.pdii.lipi.go.id/admin/jurnal/5208344371.jpeg>, diakses tanggal 13 januari 2011).

2.4. Consumer to Bussines (C2B)

Consumer to Bussines (C2B) merupakan transaksi yang memungkinkan individu menjual produk atau jasa kepada organisasi dan individu yang mencari penjual dan melakukan transaksi (<http://jurnal.pdii.lipi.go.id/admin/jurnal/5208344371.jpeg>, diakses tanggal 13 januari 2011).

2.5. Non-Bussines Electronic Commerce

Non-Bussines Electronic Commerce meliputi kegiatan non bisnis seperti kegiatan lembaga pendidikan, organisasi nirlaba, keagamaan dan lain-lain (Arsyad Sanusi: 2004: 104).

2.6. Intrabussines (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 (Arsyad Sanusi: 2004:104).

3. Mekanisme Transaksi Komersial Elektronik (E-Commerce)

Transaksi jual-beli yang dilakukan melalui media elektronik (*e-commerce*), pada dasarnya merupakan transaksi jual beli konvensional. Seperti halnya transaksi jual beli konvensional, maka transaksi jual beli melalui media elektronik (*e-commerce*) juga terdiri dari tahapan penawaran dan penerimaan.

3.1. Penawaran

Menurut Mariam Darus Badruzaman, penawaran merupakan suatu ajakan untuk masuk ke dalam suatu perjanjian yang mengikat (*invitation to enter into a binding agreement*).

Dalam tranaksi *e-commerce*, penawaran biasanya dilakukan oleh *merchant*/penjual dan dapat ditujukan kepada alamat *email* (surat elektronik)

calon pembeli atau dilakukan melalui *website*, sehingga siapa saja dapat melihat penawaran tersebut.

3.2. Penerimaan

Penerimaan dapat dinyatakan melalui *website*, atau surat elektronik. Dalam transaksi melalui *website* biasanya terdapat tahapan-tahapan yang harus diikuti oleh calon pembeli, yaitu :

- 1) mencari barang dan melihat deskripsi barang;
- 2) memilih barang;
- 3) melakukan pembayaran setelah yakin akan barang yang akan dibelinya.

3.3. Peneguhan dan Persetujuan Calon Pembeli

Setelah pihak yang menawarkan dan yang menerima sepakat, lalu pihak yang menerima tawaran tersebut mengisi biodata diri si calon pembeli, dan pihak penerima penawaran memberikan persetujuan atas persyaratan yang diatur oleh pihak yang menawarkan/menjual.

4. Proses Jual Beli melalui media elektronik (media elektronik yang digunakan dalam *E-commerce*)

Sebagaimana disebutkan pada definisi diatas, ada beberapa peralatan media atau fasilitas elektronik, yang digunakan dalam proses terjadinya suatu transaksi *e-commerce*, yaitu EDI (*electronic data interchange*), telex, fax, EFT (*electronic fund transfer*) dan internet. Internet ini pada akhirnya dipecah menjadi *Intranet*,

Ekstranet, E-mail dan lain-lain. Untuk menjelaskan alat dan media tersebut, berikut ini disampaikan beberapa definisinya:

4.1. Teleks

Teleks adalah suatu bentuk komunikasi antara dua terminal telephone dimana setiap terminalnya kelihatan seperti dan berfungsi seperti mesin ketik elektrik. Keduanya digunakan untuk menge-print sebuah data (record) yang dikomunikasikan.

4.2. Fax

Teknologi fax, yang juga sering disebut dengan telekopi, adalah salah satu bentuk transmisi elektronik yang sesuai dengan standar faksimili yang dibuat oleh International Telegraph and Telephone Consultative Committee.

4.3. EDI (electronic data interchange)

Sebagaimana namanya, EDI adalah sebuah alat yang dapat digunakan untuk pertukaran sebuah data. EDI, dapat digunakan untuk mentransmisikan dokumen-dokumen secara elektronik seperti dokumen pemesanan pembelian, invoice, catatan pengangkutan barang, penerimaan advice dan koresponden bisnis standar lainnya di antara para mitra dagang.

4.4. Internet

Internet, yang merupakan akronim populer dari *Interconnected Network* (jaringan yang saling berhubungan) merupakan generasi pelanjut EDI yang memiliki fasilitas, jangkauan jaringan dan manfaat lebih dari system komunikasi yang pernah ada sebelumnya. Dalam hubungannya dengan dunia perdagangan, situs atau *website* biasanya digunakan sebagai ajang atau tempat dipostingkannya iklan atau penawaran, atau undangan untuk melakukan transaksi jual beli. Bahkan dalam perkembangannya selanjutnya situs ini bisa dijadikan sebagai sarana untuk melakukan sebuah transaksi.

Persetujuan atau penolakan terhadap sebuah item tertentu yang ditawarkan, atau pemesanan barang-barang tertentu sebagaimana yang diiklankan sangat mungkin untuk dilakukan melalui situs atau *website* ini. Bahkan, lebih jauh lagi, pembayaran menggunakan kartu kredit juga bisa dilakukan melalui situs yang telah dilengkapi dengan instrumen *e-commerce* tertentu dan pengamanannya yang memungkinkan hal tersebut dilakukan. Banyak fungsi yang ditawarkan oleh situs seperti tersebut diatas itulah yang telah menjadikan internet sebagai media alternatif dalam dunia perdagangan.

5. Metode Pembayaran dalam Transaksi *E-commerce*.

Bentuk pembayaran yang digunakan di internet umumnya bertumpu pada sistem keuangan nasional, tapi ada juga beberapa yang mengacu kepada keuangan lokal. Klasifikasi mekanisme pembayaran dapat dibagi menjadi lima mekanisme utama, yaitu :

1. Transaksi model ATM. Transaksi ini hanya melibatkan institusi financial dan pemegang *account* yang akan melakukan pengambilan atau menodeposit uangnya dari *account* masing-masing.
2. Pembayaran dua pihak tanpa perantara, transaksi dilakukan langsung antara dua pihak tanpa perantara menggunakan uang nasionalnya.
3. Pembayaran dengan perantara pihak ketiga, umumnya proses pembayaran yang menyangkut debit, kredit maupun cek masuk dalam kategori ini. Ada beberapa metode pembayaran yang dapat digunakan, yaitu :
 - a. Sistem pembayaran kartu kredit *on-line*.
 - b. Sistem pembayaran cek *on-line*.

Sistem pembayaran dengan kartu kredit inilah yang sering menjadikan transaksi elektronik menjadi masalah. Pembajakan kartu kredit serta penipuan kartu kredit kerap terjadi dalam transaksi *e-commerce*. Sejumlah konsumen yang berbelanja lewat internet pernah mengalami pencurian nomor kartu kredit. Pencuri dapat saja mendapatkan nomor kartu kredit dengan cara menyusup ke sebuah server atau juga ke sebuah PC.

Karena itulah bagi konsumen yang akan melakukan transaksi sebaiknya berhati-hati dan memastikan bahwa data-data yang mereka kirim terenkripsi dengan baik. Sebab, bisa saja pihak yang tidak berwenang menyadap nomor kartu kredit, dan ada juga trik penipuan yang disebut trik penipuan klasik, yang melakukan

penipuan dengan cara meminta nomor kartu kredit meskipun tidak melakukan transaksi dengan alasan sebagai jaminan.

1. *Micropayment* adalah pembayaran untuk uang recehan yang kecil-kecil. Mekanisme *Micropayment* ini penting dikembangkan karena sangat diperlukan untuk pembayaran uang receh yang kecil tanpa overhead yang tinggi.
2. *Anonymous digital cash*, uang elektronik yang dienkripsi. “*Digital cash*, memiliki karakteristik utama, yaitu *transnationality of digital cash*, dimana *digital cash* memiliki kemampuan mengalir secara bebas melewati batas hukum Negara lain”. Umumnya *digital cash* dapat diklasifikasikan ke dalam 3 kategori utama, yaitu (i) tipe yang berbasis kartu kredit, (ii) tipe cek, dan (iii) tipe cash.

C. Tanda Tangan Digital

1. Pengertian Tanda Tangan Digital.

Tanda tangan digital atau yang lebih dikenal dengan *digital signature* mempunyai fungsi sama dengan tanda tangan analog yang ditulis di atas kertas. Tanda tangan pada umumnya dibuat dalam bentuk tulisan tangan. Tetapi tanda tangan pada transaksi elektronik adalah tanda tangan yang terdiri atas informasi elektronik yang diletakkan, terasosiasi atau terkait dengan informasi elektronik lainnya yang digunakan sebagai alat verifikasi dan autentikasi.

Sedangkan menurut tim pengajar Hukum Telematika FH UI, *digital signature* adalah transmisi data yang menggunakan *asymmetric cryptosystem* sehingga data/pesan yang diterima secara utuh dan dengan tandatangan digital dapat diketahui asal dari pesan tersebut (<http://www.fh.ui.ac.id>).

2. Fungsi Tanda Tangan Digital.

Fungsi dari tandatangan dalam suatu dokumen adalah untuk memastikan otentitas dari dokumen tersebut. Sebuah *digital signatur* sebenarnya bukanlah suatu tandatangan yang seperti kita kenal selama ini. *Digital signature* selain berfungsi sebagai cara untuk menandai suatu dokumen sehingga dokumen atau data, juga dapat berfungsi untuk mengidentifikasi dari siapa dokumen ini dikirim dan juga memastikan keutuhan dari dokumen tersebut tidak berubah selama proses tranmisi (Mohd Ma'sum Billah:)

Tandatangan digital harus unik sehingga dapat membedakan pengirim yang satu dengan yang lainnya. Tanda tangan digital juga harus sulit untuk ditiru dan dipalsukan sehingga integritas dan keabsahan pesan dapat terjaga. Dengan demikian diharapkan pemalsuan identitas dan pengubahan pesan oleh pihak yang tidak berhak ketika pesan itu dikirim dapat dihindari.

3. Manfaat Tanda Tangan Digital (*Digital Signature*)

Suatu tanda tangan digital (*digital Signature*), akan menyebabkan data elektronik yang dikirimkan melalui *open network* tersebut menjadi terjamin, sehingga mempunyai manfaat dari *digital signature* adalah sebagai berikut:

3.1. Authenticity

Dengan memberikan *digital signature* pada data elektronik yang dikirimkan, maka akan dapat ditunjukkan darimana data elektronik tersebut sesungguhnya berasal. Terjaminnya integritas pesan tersebut bisa terjadi, karena keberadaan dari *digital certificate*. *Digital Certificate* diperoleh, atas dasar aplikasi kepada *Certification Authority* oleh *user/subscriber*.

3.2. Integrity

Penggunaan *digital signature* yang diaplikasikan pada pesan/data elektronik yang dikirimkan, dapat menjamin bahwa pesan/data elektronik tersebut tidak mengalami suatu perubahan atau modifikasi oleh pihak yang tidak berwenang.

3.3. Non-Repudiation (Tidak Dapat Disangkal Keberadaannya)

Non-Repudiation (Tidak Dapat Disangkal Keberadaannya), timbul dari keberadaan *digital signature* yang menggunakan enkripsi asimetris (*asymmetric encryption*). *Enskripsi asimetris* ini melibatkan keberadaan dari kunci privat dan kunci publik. Suatu pesan yang telah dienkripsi dengan menggunakan kunci privat, maka ia hanya dapat dibuka/dekripsi dengan menggunakan kunci publik dari pengirim. Jadi apabila terdapat suatu pesan yang telah dienkripsi oleh pengirim dengan menggunakan kunci privatnya, maka ia tidak dapat menyangkal keberadaan pesan tersebut, karena terbukti bahwa pesan tersebut didekripsi dengan kunci publik pengirim. Keutuhan dari pesan tersebut dapat dilihat dari keberadaan *hash function* dari pesan tersebut,

dengan catatan bahwa data yang telah *disign* akan dimasukkan ke dalam *digital envolve*.

3.4. Confidentiality

Pesan dalam bentuk data elektronik yang dikirimkan tersebut bersifat rahasia/*confidential*, sehingga tidak semua orang dapat mengetahui isi data elektronik yang telah *disign* dan dimasukkan dalam *digital envolve*. Keberadaan *digital envolve* yang termasuk bagian yang integral dari *digital signature*, menyebabkan suatu pesan yang telah dienkripsi hanya dapat dibuka oleh orang yang berhak. Tingkat kerahasiaan dari suatu pesan yang telah dienkripsi ini, tergantung dari panjang kunci/*key* yang dipakai untuk melakukan enkripsi.

D. Perlindungan Konsumen.

1. Pengertian Konsumen

Istilah konsumen berasal dari alih bahasa *consumer* (Inggris, Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda). Pengertian dari *consumer* atau *consument* itu tergantung dalam posisi mana ia berada. secara harafiah arti kata *consume* adalah setiap orang yang menggunakan barang.

Pengertian konsumen menurut UU No.8 Tahun 1999, tentang Hukum Perlindungan Konsumen dalam Pasal 1 ayat (2) yakni : Konsumen adalah setiap

orang pemakai barang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup dan tidak untuk diperdagangkan.

Istilah perlindungan konsumen berkaitan dengan perlindungan hukum. Oleh karena itu, perlindungan konsumen mengandung aspek hukum. Adapun materi yang mendapat perlindungan itu bukan sekedar fisik, melainkan terlebihlembih hak-haknya yang bersifat abstrak. Dengan kata lain perlindungan konsumen sesungguhnya identik dengan perlindungan yang diberikan hukum tentang hak-hak konsumen. Secara umum dikenal ada empat hak dasar konsumen yaitu :

1. Hak untuk mendapatkan keamanan (*the right to safety*);
2. Hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*);
3. Hak untuk memilih (*the right to choose*)
4. Hak untuk di dengar (*the right to be heard*);

2. Hak dan Kewajiban Konsumen

2.1. Hak Konsumen

Jika membicarakan tentang perlindungan konsumen, hal itu juga membicarakan hak-hak konsumen. Hak-hak konsumen menurut Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut :

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa.

- 2) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa
- 4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
- 5) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
- 6) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- 7) Hak untuk mendapat kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya
- 8) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

2.2. Kewajiban Konsumen

Pasal 5 UU Nomor 8 tahun 1999 menyatakan kewajiban konsumen, yaitu :

- 1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.
- 2) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.

- 3) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
- 4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

3. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

3.1. Hak Pelaku Usaha

Pasal 6 UU Nomor 8 tahun 1999 menyatakan hak pelaku usaha, yaitu :

- 1) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- 2) Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad buruk.
- 3) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.
- 4) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- 5) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

3.2. Kewajiban Pelaku Usaha

Pasal 7 UU Nomor 8 tahun 1999 menyatakan kewajiban pelaku usaha, yaitu :

- 1) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.

- 2) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
- 3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- 4) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
- 5) Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau yang diperdagangkan.
- 6) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- 7) Memberi kompensasi ganti rugi dan/atau jasa penggantian apabila barang dan/jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

4. Ganti Rugi berupa Jaminan yang Diberikan Penjual/Pelaku Usaha/Merchant Kepada Pembeli/Konsumen

Pada prinsipnya, kerugian yang harus diberikan oleh debitur dalam hal adanya wanprestasi terhadap suatu kontrak adalah kerugian yang berupa kerugian yang benar-benar dideritanya dan kehilangan keuntungan yang sedianya harus dapat

dinikmati oleh kreditur. Ganti rugi yang dimintakan hanya sebatas kerugian dan kehilangan keuntungan yang merupakan akibat langsung dari wanprestasi tersebut.

Dalam praktek transaksi jual beli melalui internet, terdapat jaminan-jaminan tersebut diberikan berupa ganti rugi. Biasanya jaminan tersebut diberikan berupa ganti rugi jika barang terlambat atau tidak sesuai dengan pesanan, atau rusak pada saat pengiriman. Jaminan-jaminan ini diberikan secara berbeda-beda setiap penjual/pelaku usaha/merchant. Jarang sekali terdapat penjual yang memberikan jaminan kepada konsumen secara memadai karena biasanya jaminan tersebut justru hanya untuk melindungi kepentingan penjual saja.

Terbatasnya bentuk ganti rugi yang diberikan membuat konsumen tidak dapat berbuat apa-apa. Ganti rugi yang sudah baku, mau tidak mau atau suka tidak suka harus dipenuhi oleh konsumen. Jika memang konsumen tidak setuju maka ia dapat membatalkan pesannya. Tetapi masih banyak konsumen di Indonesia yang tidak kritis dan tidak teliti dalam membaca klausula baku semacam ini. Padahal, jika ternyata hal-hal yang tidak diinginkan terjadi dikemudian hari maka akan timbul kerugian di pihaknya.

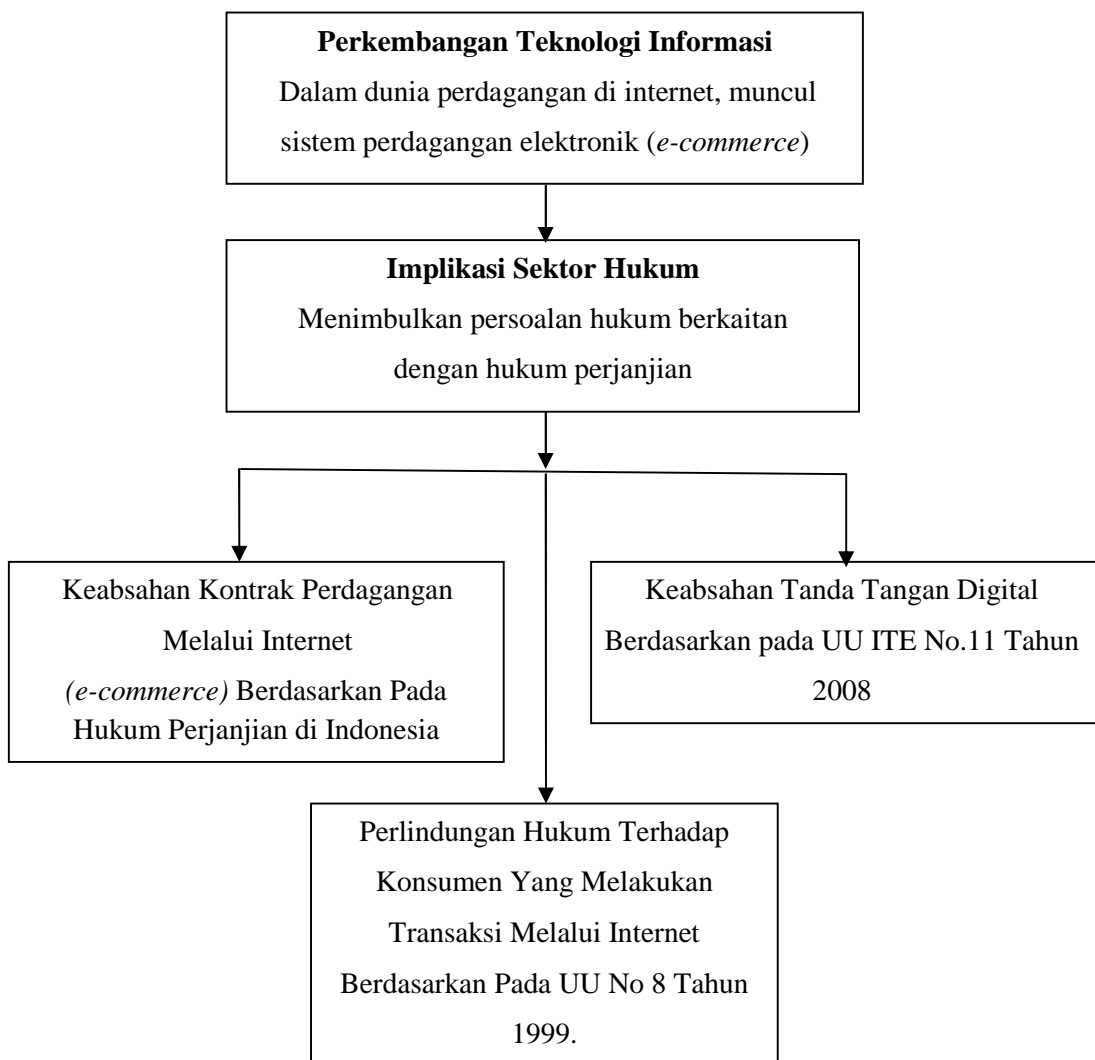
Pada kenyataannya hak-hak konsumen ini seringkali tidak dilaksanakan sebagaimana diatur dalam Pasal 4 UUPK. Seringkali dalam transaksi jual beli konsumen hanya sekedar membeli produk kepada pelaku usaha tanpa pelaku usaha menjelaskan secara rinci mengenai produk tersebut. Padahal dalam Pasal 19

UUPK dijelaskan, pelaku usaha memiliki tanggungjawab yang harus dilaksanakan yang meliputi :

- 1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- 2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan yang berlaku.
- 3) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- 4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
- 5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

E. Kerangka Pikir.

Perjanjian dalam *e-commerce* termasuk ke dalam kontrak elektronik, kontrak yang menggunakan internet sebagai media utamanya.. Secara umum perjanjian dalam *e-commerce* terjadi karena adanya kesepakatan antar para pihak, hal ini tidak berbeda dengan perjanjian biasa.



Dalam transaksi perdagangan dengan menggunakan *electronic commerce* pelaku usaha atau penjual menawarkan dagangannya kepada konsumen atau pembeli melalui media internet. Apabila konsumen setuju dengan harga dan barang yang ditawarkan oleh pelaku usaha, maka akan dibuat perjanjian elektronik kontrak dengan menggunakan tanda tangan digital.

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