

BAB II

TINJAUAN UMUM TRANSAKSI JUAL BELI MEDIA INTERNET

(ON-LINE)

A. PENGERTIAN TRANSAKSI JUAL BELI MEDIA INTERNET (ONLINE)

Berbagai informasi bisa di dapatkan di internet, mulai dari informasi ekonomi, bisnis, pendidikan, hiburan dan lain-lain. Para pihak yang melakukan transaksi lewat internet dapat merasa yakin akan keaslian dan kesempurnaan suatu pesan yang ada di terima atau dikirimnya lewat internet, dan bagaimana caranya suatu pihak saling menyetujui dokumen yang di kirim lewat internet, seperti kontrak jual beli lewat internet. Pada awal diperkenalkannya internet, ada perjanjian tidak tertulis yang lahir antara penyedia jasa di internet bahwa mereka akan meneruskan setiap lalu lintas data dan informasi yang diterima.

Jika ditinjau dari lahirnya internet dalam kehidupan manusia, pengaruh internet dalam dunia bisnis atau perdagangan sangat besar. Sistem perdagangan dengan memanfaatkan sarana internet (*interconnection networking*), yang selanjutnya disebut *e-commerce* telah mengubah wajah dunia bisnis di dunia. Selain tuntutan perkembangan teknologi informasi, *e-commerce* lahir atas tuntutan masyarakat terhadap pelayanan yang serba cepat, mudah, praktis dan memiliki ruang gerak yang lebih luas dalam memiliki ruang gerak yang lebih luas dalam memiliki produk (barang dan jasa) yang akan dipergunakan dengan kualitas dan kuantitas yang diinginkan pengguna internet untuk keperluan bisnis dan perdagangan mulai dikenal beberapa tahun belakangan ini dan dengan cepat meluas, terutama di negara-negara maju.

Di Indonesia, fenomena *e-commerce* sudah dikenal sejak tahun 1996 dengan munculnya situs <http://www.sanur.com> sebagai toko buku *on-line*

pertama.¹⁴ Meski belum 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 ditahun 1999 hingga saat ini kembali menjadi fenomena yang menarik perhatian masyarakat Indonesia yang mengenal teknologi.

E-commerce dapat dipahami sebagai kegiatan transaksi perdagangan baik barang dan jasa melalui media elektronik yang memberikan kemudahan didalam kegiatan bertransaksi konsumen di internet. Keunggulan *e-commerce* terletak pada efisiensi dan kemudahannya, membahas tentang hukum *e-commerce* maka tidak akan lepas dari hukum internet (*cyber law*). *E-commerce* juga dapat diartikan sebagai suatu proses berbisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran/penjualan barang, servis dan informasi secara elektronik.¹⁵

Istilah transaksi jual beli *on-line* sudah tidak asing lagi di telinga. Jual beli *on-line* adalah transformasi modern proses jual beli konvensional. Jika pada umumnya kegiatan jual beli dilakukan antara penjual dan pembeli dan diantara keduanya terjadi kontak langsung dalam hal penawaran dan pembayaran, dalam transaksi jual beli *on-line* tidak lah demikian. Jual beli *on-line* menerapkan sistem jual beli yang dilakukan di internet tanpa ada kontak langsung antara penjual dan pembeli. Transaksi jual beli dapat dilakukan melalui handphone sebagai media perantara yaitu barang dagangan yang dijual melalui internet.

Transaksi jual beli internet jual beli yang merupakan kegiatan bisnis perdagangan melalui internet dikenal dengan istilah *Electronic Commerce (e-commerce)*. Secara bahasa, *electronic* berarti ilmu elektronika, alat-alat elektronik, atau semua hal yang berhubungan dengan dunia elektronika dan teknologi. Sedangkan *commerce* berarti perdagangan atau perniagaan. Dengan

¹⁴ Dikdik M.Arief Mansur, Elisatris Gultom, *cyber Law*. (Bandung: Refika Aditama, 2005), hal. 144.

¹⁵ <http://www.kajianpustaka.com/2013/04/perdagangan-elektronik-e-commerce.html?m=1> bahan diakses tanggal 4 April 2015

demikian dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* merupakan perdagangan melalui alat elektronika dan teknologi.

Dalam bahasa Inggris, *electronic commerce* adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, www, atau jaringan komputer lainnya. E-commerce dapat melibatkan transfer data elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis. Industri teknologi informasi melihat kegiatan *e-commerce* ini sebagai aplikasi dan penerapan dari e-bisnis (*e-business*) yang berkaitan dengan transaksi komersial, seperti:¹⁶ transfer dana secara elektronik, SCM (supply chain management), pemasaran elektronik (*e-marketing*), pemrosesan transaksi *on-line*, pertukaran data elektronik, dan lain-lain.

Menurut Undang-undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), transaksi jual beli melalui internet termasuk dalam transaksi yang menggunakan sistem elektronik internet sehingga dalam bahasa undang-undang disebut transaksi elektronik. Berdasarkan ketentuan Pasal 1 angka 2 Undang-undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), disebutkan bahwa transaksi elektronik adalah ;

“perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer dan/atau media elektronik lainnya”.

Transaksi jual beli secara elektronik merupakan salah satu perwujudan ketentuan tersebut. Dalam transaksi elektronik, para pihak yang terkait di dalamnya melakukan hubungan hukum yang dituangkan melalui suatu bentuk perjanjian atau kontrak yang juga dilakukan secara elektronik dan sesuai ketentuan Pasal 1 angka 17 UU ITE disebut bahwa kontrak elektronik yakni perjanjian yang dimuat dalam dokumen elektronik atau media elektronik lainnya.

Onno W. Purba dan Aang arif Wahyudi mencoba menggambarkan *e-commerce* sebagai salah satu cakupan yang luas mengenai teknologi, proses dan praktik yang dapat melakukan transaksi bisnis tanpa menggunakan kertas sebagai

¹⁶ http://id.m.wikipedia.org/wiki/Perdagangan_elektronik/ bahan diakses tanggal 4 April 2015

sarana mekanisme transaksi. Menurut Onno W. Purbo dan Aang arif wahyudi mengutip pendapat David Baum,¹⁷ menyatakan bahwa:

“e-commerce is a dynamic set of technologies, applictions, and business process that link enterprieses, consumer and comunnities through electronic transactions and the electronic exchange of goods, services and information”.

Dari pengertian tersebut dapat diartikan bahwa, E-commerce merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, jasa dan informasi yang dilakukan secara elektronik.

Riyeke Ustadiyanto dalam bukunya Framework E-commerce mendefenisikan *e-commerce* sebagai suatu kontak untuk transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet. Jadi proses pemesanan barang, pembayaran transaksi hingga pengiriman barang dikomunikasikan melalui internet. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *e-commerce*¹⁸ merupakan bisnis *on-line* yang menggunakan media elektronik yang keseluruhan baik pemasaran, pemesanan, pengiriman, serta transaksi jual beli kesemuanya dilakukan dalam ruang maya yaitu melalui internet.

Julian Ding dalam bukunya *E-commerce : Law and Office*¹⁹ mendefenisikan *e-commerce* sebagai berikut :

“Electronic commerce or e-commerce as it is also known is a commercial transaction between a vendor and purchase or parties in similar contractual relationship for the supply of goods, services or acquisition of “rights”.

Dalam pengertian ini *e-commerce* merupakan suatu transaksi yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, pelayanan atau peralihan hak.

¹⁷ Onno w.purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal e-Commerce*,(Jakarta:Elex Media Komputindo,2001) hal.1-2.

¹⁸ Ryeke Ustadiyanto, *Framework e-commerce*, (Yogyakarta:Andi Offcet,2001), hal.1.

¹⁹ Julian ding, *E-commerce : Law and Office*, (Malaysia: Sweet and maxwell, 1999), hal.25.

David Kosiur dalam bukunya *Understanding Electronic Commerce* (Microsoft Pers:1997), mengemukakan bahwa e-commerce bukan hanya sebuah mekanisme penjualan barang atau jasa melalui media internet, tetapi lebih pada transformasi bisnis yang mengubah cara – cara perusahaan dalam melakukan kegiatan usahanya sehari-hari.

Dari beberapa definisi yang dikemukakan diatas dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* memiliki beberapa unsur pengertian yaitu :

1. Adanya transaksi yang terjadi diantara 2 pihak yang saling berhubungan
2. Adanya pertukaran produk baik barang maupun jasa dan pertukaran data informasi, dan
3. Media utama dalam melakukan kegiatan perdagangan melalui jaringan internet.

Pada dasarnya *e-commerce* merupakan dampak dari adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang secara signifikan mengubah sifat dan cara manusia dalam melakukan interaksi dengan lingkungan disekitarnya, seperti dalam transaksi jual beli menggunakan media internet tanpa memerlukan interaksi secara langsung antara penjual dan pembeli, dimana hal tersebut dapat memberikan efektifitas dan efisiensi dalam waktu dan tenaga. *E-commerce* merupakan salah satu bentuk transaksi perdagangan yang paling banyak dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi, dimana dalam konsep transaksi ini konsep transaksi tradisional berubah menjadi konsep transaksi telemarketing. Melalui *e-commerce* semua formalitas-formalitas yang biasa digunakan dalam transaksi konvensional dikurangi di samping tentunya konsumen pun memiliki kemampuan untuk mengumpulkan dan membandingkan informasi seperti barang dan jasa secara lebih luas tanpa dibatasi oleh batas wilayah (borderless).²⁰

Dalam transaksi jual beli secara *on-line (e-commerce)* melibatkan pihak-pihak yang terkait baik secara langsung maupun tidak langsung, tergantung kompleksitas transaksi yang dilakukan, baik semua proses transaksi dilakukan

²⁰ Dikdik M.Arief Mansur, *Op.Cit*, hal.146.

secara *on-line* atau hanya beberapa tahap saja yang dilakukan secara *on-line*. Apabila seluruh transaksi dilakukan secara *on-line* mulai dari proses terjadinya transaksi sampai dengan dilakukannya pembayaran, adapun pihak-pihak yang terlibat antara lain :²¹

1. Penjual (*merchant*), yaitu perusahaan/produsen yang menawarkan produknya melalui internet. Untuk menjadi *merchant*, maka seseorang harus mendaftarkan diri sebagai *merchant account* pada sebuah bank, tentunya ini dimaksudkan agar *merchant* dapat menerima pembayaran dari *customer* dalam bentuk *credit card*.
2. Konsumen (*card holder*), yaitu orang-orang yang ingin memperoleh produk barang/jasa melalui pembelian secara *on-line*. Konsumen yang akan berbelanja di internet dapat berstatus perorangan atau perusahaan. Apabila konsumen merupakan perorangan, maka yang perlu diperhatikan dalam transaksi *e-commerce* adalah bagaimana sistem pembayaran yang dipergunakan, apakah pembayaran dilakukan dengan menggunakan *credit card* (kartu kredit) atau dimungkinkan pembayaran dilakukan secara manual/cash. Hal ini penting untuk diketahui, mengingat tidak semua konsumen yang akan berbelanja di internet adalah pemegang kartu kredit. Pemegang kartu kredit adalah seseorang yang namanya tercetak pada kartu kredit yang dikeluarkan oleh penerbit berdasarkan perjanjian yang telah dibuat.
3. *Acquirer*, yaitu pihak perantara penagihan (antara penjual dan penerbit). Perantara penagihan adalah pihak yang meneruskan tagihan kepada penerbit berdasarkan tagihan yang dimasukkan kepadanya yang diberikan oleh penjual barang/jasa. Pihak perantara penagihan inilah yang melakukan pembayaran kepada penjual. Pihak perantara pembayaran (antara pemegang dan penerbit) adalah bank dimana pembayaran kredit dilakukan oleh pemilik kartu kredit, selanjutnya bank yang menerima pembayaran ini akan mengirimkan uang pembayaran tersebut kepada penerbit kartu kredit (*issuer*).

²¹ *Ibid*, hal.152.

4. *Issuer* yaitu perusahaan *credit card* yang menerbitkan kartu. Di Indonesia ada beberapa lembaga yang diijinkan untuk menerbitkan kartu kredit, yaitu :
 - a. Bank dan lembaga keuangan bukan bank. Tidak setiap bank dapat menerbitkan *credit card*, hanya bank yang telah memperoleh ijin dari card International, dapat menerbitkan credit card, seperti Master dan Visa Card;
 - b. Perusahaan non bank dalam hal ini PT. Dinner Jaya Indonesia Internasional yang membuat perjanjian dengan perusahaan yang ada di luar negeri;
 - c. Perusahaan yang membuka cabang dari perusahaan induk yang ada di luar negeri,yaitu American Express.
5. *Certification Authorities*. Pihak ketiga yang netral yang memegang hak untuk mengeluarkan sertifikasi kepada *merchant*, kepada *issuer* dan dalam beberapa hal diberikan pula kepada pemegang kartu kredit (*card holder*). *Certification Authorities* dapat merupakan suatu lembaga pemerintah atau lembaga swasta. Di Italia, dengan alasan kebijakan publik, menempatkan pemerintahannya sebagai pemilik kewenangan untuk menyelenggarakan pusat *Certification Authorities*. Sebaliknya, di Jerman, jasa sertifikasi terbuka untuk dikelola oleh sektor swasta untuk menciptakan iklim kompetensi yang bermanfaat bagi peningkatan kualitas pelayanan jasa tersebut.

Apabila transaksi *e-commerce* tidak sepenuhnya dilakukan secara *on-line*, hanya proses transaksi saja yang *on-line* sedangkan pembayaran dilakukan secara manual, maka pihak *acquirer*, *issuer* dan *certification authority* tidak terlibat di dalamnya. Di samping pihak-pihak yang disebutkan diatas, ada pihak lain yang secara tidak langsung ikut terlibat dalam transaksi *e-commerce* yaitu jasa pengiriman barang (ekspedisi). Pada dasarnya pihak-pihak dalam jual beli secara elektronik tersebut masing-masing memiliki hak dan kewajiban yang satu sama lainnya saling terkait.

Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi yang pesat, perbatasan antar negara menjadi semakin kecil. Hal yang paling menonjol adalah internet sebagai sarana pendukung utama sistem perekonomian dan perdagangan, sehingga orang-orang mulai melakukan revolusi secara besar-besaran dalam model perdagangan tradisional ke bentuk yang lebih modern. Bentuk transaksi online atau *e-commerce* membuktikan sistem perdagangan yang sangat menguntungkan dan memudahkan untuk menghadapi era sistem perdagangan bebas. Dalam melakukan transaksi perdagangan internasional melalui internet menguntungkan para pihak baik kepada pembeli maupun kepada penjual. Beberapa keuntungan penggunaan internet sebagai media perdagangan, seperti :²²

a. Keuntungan bagi pembeli :

- Menurunkan harga jual produk,
- Meningkatkan daya kompetisi penjual,
- Meningkatkan produktivitas pembeli,
- Manajemen informasi yang lebih baik,
- Mengurangi biaya dan waktu pengadaan barang,
- Kendali inventory yang lebih baik.

b. Keuntungan bagi penjual :

- Identifikasi target pelanggan dan defenisi pasar yang lebih baik,
- Manajemen *cash flow* yang lebih baik,
- Meningkatkan kesempatan berpartisipasi dalam pengadaan barang atau jasa (*tender*),
- Meningkatkan efisiensi,
- Kesempatan untuk melancarkan proses pembayaran pesanan barang,
- Mengurangi biaya pemasaran.

Selain UU ITE, terdapat sejumlah peraturan perundang-undangan yang dapat menunjang perlindungan konsumen dalam e-commerce, peraturan tersebut adalah:

²² Rieke Ustadiyanto, *Op.cit*, hal.73-74.

1. Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
2. Undang-Undang Nomor 12 tahun 2002 tentang Hak Cipta,
3. Undang-Undang Nomor 14 tahun 2001 tentang Paten,
4. Undang-Undang Nomor 15 tahun 2001 tentang Merek,
5. Undang-undang Nomor 32 tahun 2002 tentang Penyiaran,
6. Undang-undang Nomor 7 tahun 1992 tentang Perbankan jo. Undang-undang nomor 10 tahun 1998 tentang perubahan atas undang-undang nomor 7 tahun 1992.

B. AZAS DAN PRINSIP TRANSAKSI JUAL BELI MEDIA INTERNET (*ON-LINE SHOP*)

Banyak kegiatan perekonomian dilakukan melalui media internet, misalnya semakin banyak kegiatan jual beli sistem *on-line* (*e-commerce*) sebagai media transaksi. Pada dasarnya jual beli online (*e-commerce*) merupakan suatu kontrak transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet sebagai proses dilakukannya transaksi hingga pengiriman barang.²³ Semua kontrak yang terjadi baik secara manual maupun melalui media internet yang biasa disebut dengan transaksi *e-commerce* harus memenuhi syarat dan ketentuan yang tertuang dalam Pasal 1320 KUH Perdata yang diakui sebagai perjanjian mengikat bagi para pihak yang membuat suatu perjanjian atau perikatan.

Istilah perjanjian dalam hukum perjanjian dikenal dalam bahasa Belanda dengan istilah “*Overeenkomst*” dan “*Agreement*” dalam bahasa Inggris. Perjanjian berasal dari kata “janji” yang mempunyai arti “persetujuan antara dua pihak”. Dalam pasal 1313 KUH Perdata menyebutkan bahwa “suatu perjanjian adalah suatu perbuatan yang dilakukan oleh satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih”.

²³ *Ibid*, hal.11.

Menurut Subekti, perjanjian adalah peristiwa di mana seorang berjanji kepada orang lain atau diantara dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal.²⁴

Menurut Sudikno Mertokusumo, perjanjian adalah hubungan hukum antara dua belah pihak atau lebih berdasarkan kata sepakat untuk menimbulkan akibat hukum. Dua pihak itu sepakat untuk menentukan peraturan atau kaedah hukum atau hak dan kewajiban yang mengikat mereka untuk ditaati dan dijalankan. Kesepakatan itu menimbulkan akibat hukum dan bila dilanggar maka akibat hukumnya si pelanggar dikenakan akibat hukum atau sanksi.²⁵

Menurut J. Satrio, perjanjian adalah peristiwa yang menimbulkan akibat hukum dan berisi ketentuan hak dan kewajiban antara dua pihak dengan perkataan lain perjanjian berisi perikatan.²⁶

Menurut Munir Fuady,²⁷ hukum perjanjian mempunyai cakupan yang lebih sempit dari istilah hukum perikatan. Istilah “Hukum perikatan” dimaksudkan untuk mencakup semua bentuk perjanjian dalam buku ketiga KUH Perdata, termasuk ikatan hukum yang berasal dari perjanjian dan ikatan hukum yang terbit dari undang-undang. Sedangkan istilah “Hukum perjanjian” hanya dimaksudkan sebagai pengaturan tentang ikatan hukum yang terbit dari perjanjian saja.

Sedangkan Abdul Kadir Muhammad²⁸ mengungkapkan bahwa ketentuan dalam Pasal 1313 KUH Perdata masih terdapat kelemahan, yaitu :

- a. Hanya menyangkut sepihak saja. Hal ini dikarenakan merumuskan satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih lainnya, sehingga menggambarkan bahwa sifat mengikatkan hanya berasal dari satu orang saja.

²⁴ R. Subekti, *Hukum perjanjian*, (Jakarta:PT. Intermessa,1996), hal.1.

²⁵ Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum*, (Yogyakarta:Liberty,1990), hal.97.

²⁶ J. Satrio, *Hukum Perikatan*, (Bandung:PT. Citra Aditya Bakti,2001) hal.15.

²⁷ Munir Fuady, *Hukum Kontrak : Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis,cet 2*,(Bandung:PT. Citra Aditya Bakti,2001), hal.2.

²⁸ Abdul Kadir Muhammad, *Hukum Perikatan*, (Bandung:PT, Citra Aditya Bakti,1999), hal.78.

- b. Dalam pengertian “perbuatan” termasuk tindakan melaksanakan tugas tanpa surat kuasa (*Zaakwarneming*), perbuatan melawan hukum (*onrecht matigedaad*) yang tidak mengandung suatu consensus.
- c. Pengertian dari “perjanjian” terlalu luas, karena dapat menyangkut pada perjanjian perkawinan yang diatur dalam lapangan hukum keluarga.
- d. Dalam perumusan pasal tidak disebutkan tujuan mengadakan perjanjian, sehingga pihak-pihak yang mengikatkan diri tidak memiliki tujuan yang jelas.

Perjanjian dapat ditemukan baik dalam bentuk tertulis maupun tidak tertulis yang mencakup janji serta kesanggupan, tergantung kepada objek hukum yang diperjanjikan. Mengenai pengalihan hak kebendaan terhadap benda tidak bergerak harus dilakukan secara “terang” dan “tunai”, dilakukan di hadapan pejabat yang berwenang, dan mekanisme keberadaan haknya ditentukan oleh pendaftaran terhadap benda itu dalam buku tertentu. Sedangkan pengalihan terhadap benda bergerak dilakukan secara tidak tertulis dan tidak perlu dilakukan dihadapan pejabat yang berwenang, karena keberadaan pemiliknya tergantung pada penguasaan benda tersebut (Pasal 1977 ayat 1 KUH Perdata).

Istilah perjanjian berbeda dengan pengertian “perikatan” ataupun “kontrak”. Perikatan atau kontrak merupakan istilah yang digunakan untuk hubungan hukum antara pihak, sedangkan perjanjian adalah istilah untuk peristiwa hukum yang melahirkan kontrak tersebut. Dalam pasal 1313 KUH Perdata tidak memberikan perumusan yang tepat tentang pengertian perjanjian. Berdasarkan KUH Perdata buku III tentang perikatan, dikatakan bahwa sumber perikatan adalah undang-undang, perjanjian, dan kebiasaan-kebiasaan yang berkembang.

Istilah perikatan digunakan “*verbinten*” sebagai istilah yang lazim digunakan oleh para sarjana, sedangkan “*overeenkomsten*” disebut perjanjian atau persetujuan untuk memberikan pembedaan pengertian antara perjanjian dan perikatan.²⁹

²⁹ J.Satrio, *Op.cit*, hal.2

Subekti memberikan pengertian tentang perikatan yaitu “perikatan adalah suatu hubungan hukum antara dua orang atau dua pihak, berdasarkan mana pihak yang satu berhak menuntut sesuatu hal dari pihak lain, dan pihak lain berkewajiban untuk memenuhi tuntutan itu”.³⁰

Menurut R.Setiawan, pengertian perikatan yaitu “suatu hubungan hukum yang berarti bahwa hubungan tersebut diatur dan diakui oleh hukum”.

Perjanjian akan menimbulkan suatu perikatan yang diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari sebagai sebuah janji atau kesanggupan yang diucapkan atau ditulis. Perikatan adalah suatu bentuk hubungan hukum yang dimana hubungan tersebut diatur dan diakui oleh hukum. Objek dari perikatan adalah prestasi baik barang dan jasa, sama halnya dengan objek dari perjanjian.

Dari pengertian perjanjian dan perikatan dapat ditarik kesimpulan bahwa perjanjian merupakan peristiwa hukum sedangkan perikatan merupakan suatu hubungan hukum. Atau dapat dikatakan bahwa perjanjian merupakan hasil dari lahirnya suatu perikatan. Hal ini dikarenakan perjanjian berisi ketentuan-ketentuan yang menimbulkan hak dan kewajiban diantara para pihak, sehingga perjanjian yang sah berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya (pasal 1320 KUH Perdata).

Sebagai suatu perjanjian jual beli, terdapat kemungkinan terjadinya wanprestasi. Wanprestasi dapat terjadi karena pihak pembeli tidak melakukan kewajibannya atau pihak penjual yang tidak melakukan kewajibannya. Jika ternyata wanprestasi tersebut terjadi karena kesalahan teknis, misalnya server down sehingga pesan tidak sampai ke pihak ketiga dapat dimintakan pertanggungjawabannya.

Dalam transaksi *e-commerce*, pihak ketiga yang dimaksud adalah penyedia jasa layanan (provider). Pihak ketiga dapat diminta pertanggungjawaban karena ada perjanjian tersendiri antara pihak ketiga yaitu provider dengan penjual. Tugas dan tanggung jawab provider tergantung dari isi perjanjian antara penjual dan provider. Oleh karena itu, merchant harus memperhatikan dengan seksama isi

³⁰ R. Subekti, *Loc.cit*

perjanjian tersebut. Tanggung jawab dari provider untuk pelayanan yang tidak sempurna tidak diatur secara pasti. Tetapi teori perjanjian dan kerugian dapat dipergunakan untuk menuntut provider ke pengadilan. Keadaan seperti ini memacu untuk melindungi transaksi dan sekaligus melindungi para pihak dengan menjaminkan hal-hal tersebut kepada asuransi mengenai *e-commerce*.³¹

Transaksi *e-commerce* merupakan perjanjian jual beli juga seperti yang dimaksud oleh KUH Perdata, karena ia merupakan suatu perjanjian maka ia melahirkan juga apa yang disebut sebagai prestasi, yaitu kewajiban suatu pihak untuk melaksanakan hal-hal yang ada dalam suatu perjanjian. Adanya prestasi memungkinkan terjadinya wanprestasi atau tidak dilaksanakannya prestasi sebagaimana mestinya yang dilaksanakan oleh kontrak kepada pihak-pihak tertentu.

Aplikasi wanprestasi yang dilakukan oleh penjual (merchant) dalam transaksi *e-commerce*, yaitu :³²

- a) Tidak melakukan apa yang di sanggupi akan dilakukannya

Dalam transaksi *e-commerce*, penjual atau merchant mempunyai kewajiban untuk menyerahkan barang yang dijual kepada pembeli dan kewajiban untuk menanggung kenikmatan tenteram dan menanggung cacat-cacat tersembunyi. Jika penjual tidak melaksanakan kedua kewajibannya tersebut maka penjual dapat dikatakan wanprestasi.

- b) Melaksanakan apa yang dijanjikan, tetapi tidak sebagaimana yang dijanjikan

Contoh dari wanprestasi ini adalah pembeli memesan satu buah rangkaian dari toko online. Pada saat memesan, yang pembeli lihat adalah sebuah gambar di layar monitornya yang menampilkan gambar sebuah rangkaian bunga mawar yang segar. Tetapi ternyata yang sampai bunga mawar yang sudah layu yang tidak sesuai dengan gambarnya. Dengan demikian jelas

³¹ Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, (Jakarta:Raja Grafindo Perkasa,2003), hal.233-234.

³² *Ibid*, hal.238-239.

bahwa merchant telah melakukan wanprestasi karena melaksanakan prestasinya dengan tidak sebagaimana mestinya.

c) Melaksanakan apa yang dijanjikannya tetapi terlambat

Untuk wanprestasi model ini sebenarnya mirip dengan wanprestasi bentuk yang pertama. Jika barang pesanan datang terlambat tapi tetap dapat dipergunakan maka hal ini dapat digolongkan sebagai prestasi yang terlambat. Misalnya pembeli memesan buku dari toko sanur online. Pesanan seharusnya hanya memerlukan waktu pengiriman selama 3 hari ternyata baru tiba pada hari yang ke tujuh. Hal ini menunjukkan penjual telah melakukan wanprestasi. Akan tetapi hal ini digolongkan sebagai prestasi yang terlambat dan bukan tidak melakukan prestasi karena barangnya masih dapat dipergunakan.

d) Melaksanakan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya

Untuk wanprestasi yang terakhir ini, contohnya penjual berkewajiban untuk tidak menyebarkan kepada umum identitas dan data diri dari pembeli, tetapi ternyata penjual melakukannya.

Wanprestasi yang dilakukan oleh penjual atau merchant tentu saja sangat merugikan pihak pembeli. Tetapi untuk mengajukan tuntutan, pembeli harus mendahului tuntutannya dengan somasi berupa peringatan agar si penjual melaksanakan kewajibannya. Jika somasi tersebut tidak diindahkan, maka si penjual berada dalam keadaan wanprestasi.

Dalam hukum Indonesia, kedudukan *e-commerce* berada dalam hukum perdata sebagai substansi dalam hukum perjanjian. Sama halnya dengan hukum perjanjian yang terdapat dalam KUH Perdata, maka asas-asas *e-commerce* yang sama dengan asas hukum perjanjian pada umumnya.

Secara umum, dalam hukum kontrak terdapat beberapa asas yang dikenal dalam hukum perdata, yaitu :

1. Asas kebebasan berkontrak

Yaitu suatu asas dimana setiap orang bebas untuk mengadakan perjanjian apa saja asalkan tidak bertentangan dengan undang-undang, ketertiban umum dan

norma kesusilaan. Asas kebebasan berkontrak terdapat dalam ketentuan pasal 1338 KUH Perdata yang berbunyi “semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”. Latar belakang lahirnya asas kebebasan berkontrak adalah adanya paham individualisme yang lahir pada zaman Yunani, yang dimana menurut paham ini setiap orang bebas untuk memperoleh apa saja yang dikehendaki.

2. Asas itikad baik (*good faith*)

Asas itikad baik tercantum dalam pasal 1338 ayat (3) KUH Perdata yang berbunyi bahwa perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik. Asas ini merupakan asas bahwa para pihak harus melaksanakan isi kontrak berdasarkan kepercayaan dan kemauan para pihak. Asas ini dapat berupa itikad baik nisbi, yaitu seseorang yang memperhatikan sikap dan tingkah laku nyata dari subjek atau itikad baik mutlak, yaitu penilaian yang tidak memihak menurut norma-norma yang objektif.

3. Asas konsensualisme

Asas konsensualisme berasal dari kata “*consensus*” yang berarti sepakat. Pada dasarnya suatu perjanjian lahir saat terjadi kesepakatan antara para pihak yang membuat perjanjian. Asas ini erat hubungannya dengan prinsip kebebasan dalam mengadakan perjanjian. Asas konsensualisme disimpulkan dalam pasal 1320 KUH Perdata tentang syarat sahnya perjanjian yaitu adanya kata sepakat dari mereka yang mengadakan perjanjian.

Asas ini merupakan asas yang menyatakan bahwa perjanjian pada umumnya tidak diadakan secara formal, melainkan dengan adanya kesepakatan persesuaian kehendak dan pernyataan yang dibuat oleh kedua belah pihak, Pengecualian terhadap asas konsensualisme secara formalitas terdapat pada beberapa macam perjanjian, seperti penghibahan benda tak bergerak harus dilakukan dengan pembuatan akta notaris.

4. Asas kepastian hukum (*pacta sunt servanda*)

Perjanjian sebagai suatu figur hukum harus mengandung kepastian hukum yang memberi kekuatan hukum yang mengikat perjanjian tersebut dengan pihak yang mengadakan perjanjian sebagai undang-undang bagi para pihak. Asas kepastian hukum atau *pacta sunt servanda* merupakan asas yang berhubungan dengan akibat perjanjian. Asas *pacta sunt servanda* terdapat dalam pasal 1338 ayat 1 KUH Perdata. Dalam perkembangannya, asas ini berarti sepakat yang tidak perlu dikuatkan dengan sumpah dan tindakan formalitas lainnya, dengan kata lain hanya dengan kata sepakat saja perjanjian yang dibuat oleh para pihak sudah mengikat bagi mereka yang ikut dalam perjanjian.

5. Asas kepribadian (*personality*)

Asas kepribadian merupakan asas yang menentukan bahwa seseorang yang akan melakukan dan/atau membuat kontrak hanya untuk kepentingan perseorangan saja. Asas ini tercantum dalam pasal 1315 dan pasal 1340 KUH Perdata yang pada intinya menyatakan bahwa seseorang tidak dapat mengadakan perjanjian atau perikatan selain untuk dirinya sendiri dan perjanjian yang dibuat tersebut hanya berlaku bagi para pihak yang membuatnya.

6. Asas kepatutan

Asas ini dituangkan dalam pasal 1339 KUH Perdata yang berkaitan dengan isi perjanjian, dengan menitikberatkan kepada aspek keadilan dalam masyarakat.

Perjanjian yang sah harus memenuhi aspek persyaratan yang terdapat dalam pasal 1320 KUH Perdata, yaitu :

a. Sepakat bagi mereka yang mengikatkan dirinya

Kesepakatan adalah inti dari suatu perjanjian, yang diperlukan untuk melahirkan suatu perjanjian yang dianggap telah sah, dan pernyataan itu disepakati oleh pihak yang lain. Kata sepakat dalam suatu perjanjian merupakan suatu keadaan yang menunjukkan kehendak kedua belah pihak tanpa adanya suatu

kekeliruan, paksaan dan penipuan. Menurut pasal 1321 KUH Perdata tidak ada kesepakatan yang sah karena kekhilafan atau adanya paksaan atau penipuan. Jual beli dianggap sudah terjadi antara kedua belah pihak setelah adanya kesepakatan mengenai harga dan barang sekalipun barang tersebut belum diserahkan atau belum terjadi pembayaran sesuai harga yang telah disepakati.

Dalam transaksi online (*e-commerce*), tidak ada proses tawar menawar seperti perjanjian jual beli yang terjadi secara langsung. Dalam transaksi ini barang dan harga yang ditawarkan telah ditetapkan oleh si penjual, jika pembeli tidak sepakat akan harga dan barang tersebut pembeli dapat membatalkan niat untuk melakukan transaksi dan dapat memilih toko yang lain. Kesepakatan dalam transaksi *e-commerce* dicapai saat pembeli menyepakati barang dan harga yang ditawarkan oleh penjual.

Kesepakatan mengandung pengertian bahwa para pihak saling menyatakan kehendak masing-masing untuk menutup sebuah perjanjian, pernyataan pihak yang satu “cocok” dengan pernyataan pihak yang lain. Sehubungan dengan pernyataan kehendak bahwa pernyataan kehendak tidak selalu sesuai dengan kehendak, mengenai hal ini terdapat beberapa teori, yaitu :³³

- Teori Kehendak (*Wilstheorie*)

Bahwa yang menentukan lahirnya kesepakatan adalah kehendak bukan pernyataan kehendak atau kehendak yang sungguh-sungguh;

- Teori Pernyataan (*Verklaringsstheorie*)

Bahwa kehendak baru punya arti/makna pada saat ada pernyataan dan konsensus tercapai pada saat dikeluarkannya pernyataan tentang akseptasi. Suatu pembentukan kehendak adalah suatu proses di dalam diri seseorang yang berkehendak sehingga pihak lawan tidak bisa mengetahuinya karena itu yang menimbulkan perjanjian bukan kehendak melainkan pernyataan kehendak sebagaimana hal tersebut dilakukan oleh orang yang menyatakan;

³³Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce*, (Yogyakarta:Pustaka Pelajar,2005), hal.88-90.

- Teori Kepercayaan (*Vetrouwenstheorie*)
Bahwa kata sepakat terjadi jika ada pernyataan yang secara objektif dapat dipercaya. Perjanjian timbul dengan adanya akseptasi atas penawaran, jadi saat yang menentukan adalah penerimaan atau akseptasi;
- Teori Pengiriman
Bahwa konsensus tercapai pada saat pernyataan akseptasi dikirimkan, dengan pengiriman tersebut, pihak penerima penawaran kehilangan kesempatan mengubah konsensus. Kelemahannya terletak pada proses pengiriman pihak pemberi tawaran belum mengetahui adanya penerimaan/akseptasi;
- Teori Sepengetahuan
Bahwa konsensus tercapai pada saat akseptasi dari pihak penerima penawaran telah diterima oleh pihak yang menawarkan. Kelemahannya adalah bahwa salah satu pihak tertentu yang beritikad buruk dapat saja memperpanjang jangka waktu kesepengetahuannya tentang adanya akseptasi dan sukar dibuktikan kapan suatu pihak mengetahui isi pernyataan/akseptasi;
- Teori Penerimaan
Bahwa konsensus tercapai pada saat surat yang berisi penerimaan sampai di tangan pemberi tawaran atau untuk siapa surat tersebut dialamatkan sehingga pada saat itulah terjadi konsensus.
- Teori Pernyataan yang Objektif
Bahwa saat terjadinya konsensus adalah saat diterimanya surat akseptasi yang secara akal dapat dianggap bahwa pemberi penawaran telah menerima dan mengetahui isi surat tersebut.

b. Cakap untuk membuat suatu perikatan

Pada dasarnya semua orang adalah cakap untuk membuat suatu perikatan, kecuali jika ia oleh undang-undang dinyatakan tidak cakap. Dalam pasal 1321 KUH Perdata disebutkan bahwa “setiap orang adalah cakap untuk membuat perikatan-perikatan jika ia oleh undang-undang tidak dinyatakan tidak cakap”. Menurut ketentuan pasal 1330 KUH Perdata bahwa mereka yang dinyatakan tidak

cakap hukum adalah orang-orang yang belum dewasa yaitu belum genap berusia 21 tahun atau mereka yang belum berusia 21 tahun tetapi mereka telah menikah, dan orang-orang yang berada di bawah pengampuan.

Pada dasarnya setiap orang yang sudah dewasa dan sehat pikirannya adalah cakap menurut hukum. Namun tidak semuanya cakap untuk melakukan perbuatan hukum. Orang-orang yang menurut undang-undang dinyatakan tidak cakap untuk melakukan perbuatan hukum adalah :

- 1) Orang-orang yang belum dewasa, yaitu anak yang belum mencapai umur 18 tahun atau belum pernah melangsungkan perkawinan (pasal 1330 KUH Perdata jo Pasal 47 Undang-undang perkawinan No.1 tahun 1974),
- 2) Orang-orang yang ditaruh di bawah pengampuan yaitu orang-orang dewasa tapi dalam keadaan dungu, gila, mata gelap dan pemboros (pasal 1330 KUH Perdata jo Pasal 433 KUH Perdata),
- 3) Orang-orang yang dilarang oleh undang-undang untuk melakukan perbuatan-perbuatan hukum tertentu, misalnya orang yang dinyatakan pailit (pasal 1330 KUH Perdata jo UU Kepailitan). Khusus mengenai perempuan yang telah kawin, Mariam Badruzaman mengatakan bahwa:³⁴

KUH Perdata juga memandang bahwa seorang wanita yang telah bersuami tidak cakap untuk mengadakan perjanjian. 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 memberikan bantuan lagi dari suaminya. Dengan demikian maka sub 3 Pasal 1330 KUH Perdata sekarang sudah merupakan kata-kata yang hampa.

c. Suatu hal tertentu

Yang dimaksud dengan hal tertentu dalam suatu perjanjian yaitu barang yang menjadi objek dari suatu perjanjian. KUH Perdata menentukan beberapa syarat terhadap objek tertentu dari suatu perjanjian yaitu:

³⁴ *Ibid*, hal.105.

- Benda yang menjadi objek kontrak merupakan barang yang dapat diperdagangkan (Pasal 1332)
- Saat kontrak dibuat, barang tersebut sudah ditentukan jenisnya (Pasal 1333 ayat (1))
- Jumlah barang yang diperjanjikan harus di tentukan dan dapat dihitung (Pasal 1333 ayat (2))
- Barang tersebut dapat berupa barang yang telah ada maupun barang yang akan ada dikemudian hari (Pasal 1334 ayat (1))
- Barang yang merupakan bagian dari harta warisan yang belum terbuka tidak dapat dijadikan sebagai objek perjanjian (Pasal 1334 ayat (2)).

Barang yang dimaksudkan dalam perjanjian harus ditentukan jenis dan banyaknya dan undang-undang tidak mengharuskan barang tersebut sudah berada di tangan pembeli atau belum saat dilakukannya sebuah perjanjian. Dalam transaksi online (*e-commerce*) ada barang yang tidak boleh diperjualbelikan seperti memperjualbelikan hewan, jual beli tanah karena mensyaratkan harus dituangkan dalam akte yang dibuat dihadapan notaris.³⁵

d. Suatu sebab yang halal

Suatu sebab yang halal merupakan syarat terakhir dari sahnya perjanjian. Menurut pasal 1335 dikatakan bahwa suatu perjanjian tanpa sebab atau yang dibuat karena hal yang palsu atau terlarang tidak memiliki kekuatan hukum. Menurut pasal 1337 KUH Perdata, pengertian sebab yang halal adalah tidak bertentangan dengan undang-undang, sesuai dengan kesusilaan, dan sesuai dengan ketertiban umum.

Syarat adanya kata sepakat dan cakap hukum merupakan syarat subjektif adanya suatu perjanjian, dimana syarat tersebut mengikat pada diri para pihak yang membuat perjanjian. Apabila syarat tersebut tidak terpenuhi, maka isi perjanjian yang telah dibuat dapat dibatalkan oleh salah satu maupun kedua belah pihak. Sedangkan syarat adanya objek perjanjian dan suatu sebab yang halal

³⁵ Edmon Makarim, *Op.cit*, hal.230.

merupakan syarat objektif, yaitu menyangkut pada benda yang diperjanjikan. Apabila syarat tersebut tidak terpenuhi maka isi perjanjian yang telah dibuat adalah batal demi hukum.

Jika diamati dan diperhatikan, suatu perjanjian memiliki unsur-unsur yang dapat dikelompokkan dalam beberapa kelompok yaitu :³⁶

1) Unsur *Essentialia*

Essentialia adalah perjanjian yang harus ada di dalam suatu perjanjian, dimana tanpa adanya unsur tersebut perjanjian tidak mungkin ada. Seperti sebab yang halal, merupakan penting untuk adanya perjanjian. Dalam perjanjian jual beli harga dan barang yang disepakati kedua belah pihak harus ada.

2) Unsur *Naturalia*

Naturalia adalah unsur perjanjian yang oleh undang-undang diatur tetapi oleh para pihak dapat disingkirkan atau diganti. Di sini unsur tersebut oleh undang-undang diatur dengan hukum yang bersifat mengatur atau menambah. Contohnya, kewajiban penjual untuk menanggung biaya penyerahan (Pasal 1491) dan untuk menjamin/*vrijwaren* (Pasal 1491) dapat disimpangi atas kesepakatan kedua belah pihak.

3) Unsur *Accidentalialia*

Accidentalialia adalah unsur perjanjian yang ditambahkan oleh para pihak. Undang-undang sendiri tidak mengatur halo tersebut. Misalnya, dalam perjanjian jual beli benda-benda tertentu sebagai pelengkap dapat dikecualikan.

Sehubungan dengan kesepakatan para pihak, dalam perjanjian jual beli secara online (*e-commerce*) sering digunakan istilah yang disebut juga perjanjian standart yang disebut juga perjanjian baku. Perjanjian yang dilakukan tanpa melalui proses negosiasi yang seimbang diantara para pihak disebut perjanjian baku atau perjanjian standart.

³⁶ J. Satrio, *Op.cit* hal.57.

E.H.Hondlus mendefinisikan perjanjian baku adalah konsep perjanjian tertulis yang disusun tanpa membedakan isinya, serta pada umumnya dituangkan dalam perjanjian-perjanjian yang tidak terbatas jumlahnya, namun sifatnya tertentu.³⁷

Secara sederhana, perjanjian standart mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:³⁸

- a) Perjanjian dibuat secara sepihak oleh produsen yang posisinya secara relative lebih kuat dari konsumen
- b) Konsumen sama sekali di libatkan dalam menentukan isi perjanjian
- c) Dibuat dalam bentuk tertulis dan missal
- d) Konsumen terpaksa menerima isi perjanjian karna didorong oleh kebutuhan.

Apabila terjadi kesalahan dalam perjanjian tersebut, secara penafsiran pasal-pasal yang terdapat dalam ketentuan KUH Perdata dapat dikenakan pada isi perjanjian yang dilakukan secara *on-line*, meskipun pada kenyataannya perjanjian pada umumnya berbeda dengan perjanjian yang dilakukan melalui media elektronik, yaitu perbedaan dalam hal media yang digunakan.

UU Perlindungan Konsumen memberikan persyaratan mengenai pencantuman klausula baku yang diatur dalam pasal 18 UUPK, yakni sebagai berikut :

- 1) Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila:
 - a. Menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha,
 - b. Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen,

³⁷ Mariam Darus Badruzaman, *Aneka Hukum Bisnis*, (Bandung:PT. Alumni, 1994), hal.45.

³⁸ Abdul Hakim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce*, hal.16.

- c. Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen,
 - d. Menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melakukan segala tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran,
 - e. Mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen,
 - f. Memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi manfaat harta kekayaan konsumen yang menjadi objek jual beli jasa,
 - g. Menyatakan tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, lanjutan dan/atau pengubahan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang dibelinya,
 - h. Menyatakan bahwa konsumen memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai, atau hak jaminan terhadap barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran.
- 2) Pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti.
 - 3) Setiap klausula baku yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian yang memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) dinyatakan batal demi hukum.
 - 4) Pelaku usaha wajib menyesuaikan klausula baku yang bertentangan dengan undang-undang ini.

C. PROSEDUR TRANSAKSI JUAL BELI MEDIA INTERNET

Perkembangan dunia bisnis dewasa ini dalam perkembangan perdagangan tidak lagi membutuhkan pertemuan secara langsung antara pelaku bisnis.

Permintaan ataupun penawaran memiliki perangkat lunak yang ada dalam melakukan kegiatan usaha di dunia internet menjadi daya tarik bagi pelaku bisnis untuk memperoleh informasi yang cepat dan tidak memakan waktu yang lama. Ruang lingkup *e-commerce* meliputi 3 sisi yakni *e-commerce* yang terdiri dari segmentasi :

1. Bisnis ke bisnis (*business to business* atau B2B)

Bisnis ke bisnis merupakan sistem komunikasi yang dilakukan antara pelaku bisnis ke pelaku bisnis lainnya yang dilakukan secara rutin dan dalam kapasitas yang besar. Dengan kata lain, aktivitas *e-commerce* dalam lingkup ini ditujukan untuk menunjang kegiatan para pelaku bisnis itu sendiri. Karakteristik yang umum dalam ruang lingkup B2B ini adalah :³⁹

- a. Trading Partners yang sudah saling mengetahui dan antara mereka sudah terjalin hubungan yang berlangsung cukup lama. Pertukaran informasi terjadi karena mereka sudah saling mengenal dan dilakukan atas dasar kebutuhan dan rasa percaya.
- b. Pertukaran dilakukan secara berulang-ulang dan berkala format data yang telah disepakati. Service yang digunakan kedua sistem tersebut sama dan menggunakan standart yang sama.
- c. Salah satu pelaku tidak harus menunggu partner mereka yang lain untuk mengirimkan data
- d. Model yang umumnya digunakan adalah peer to peer atau dari satu titik ke titik lainnya, dimana *processing intelligence* dapat di distribusikan oleh kedua pelaku bisnis.

Dalam B2B ini transaksi yang terjadi bukan hanya jual beli, tetapi juga berupa pertukaran data, atau dokumen perdagangan. Pihak-pihak yang mengadakan perjanjian dalam transaksi ini adalah *internet service provider* (ISP) dengan website. ISP itu sendiri adalah pihak pengusaha yang menawarkan akses kepada internet. Internet itu sendiri adalah jalan untuk para pihak mengadakan

³⁹ Onno W. Purba, *Op.cit*

komunikasi melalui komputer, sebagai jalan untuk dilalui bukan merupakan tempat.⁴⁰

2. Bisnis ke konsumen (*business to consumer* atau B2C)

Bisnis ke konsumen merupakan suatu transaksi yang dilakukan oleh pelaku usaha dan pihak konsumen untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu pula. Produk yang diperjualbelikan dalam transaksi ini merupakan produk barang dan jasa baik dalam bentuk berwujud maupun dalam bentuk elektronik yang siap untuk digunakan. Perkembangan transaksi ini tidak hanya membawa keuntungan pada pelaku usaha saja, melainkan pihak konsumen juga mendapat keuntungan yang sama, meskipun penyimpangan di dunia maya kemungkinan dapat terjadi. Karakteristik dari transaksi B2C ini adalah :

- a. Terbuka untuk umum, dimana informasi disebarakan secara umum
- b. Service yang diberikan juga bersifat umum sehingga mekanisme dapat digunakan oleh banyak orang
- c. Service yang diberikan adalah berdasarkan permintaan. Konsumen berinisiatif sedangkan produsen harus merespon terhadap inisiatif konsumen tersebut.
- d. Sering dilakukan pendekatan client-server dimana konsumen berada di pihak client menggunakan sistem yang muncul berbasis web site dan penyedia barang dan jasa (*business procedur*) berada pada pihak server. Pelayanan yang diberikan dalam transaksi ini berdasarkan pada permintaan konsumen. Masalah perlindungan konsumen dalam lingkup ini adalah produk yang diperjualbelikan merupakan barang dan jasa yang siap dikonsumsi. Jenis perjanjian dalam metode ini pada umumnya merupakan perjanjian *online* yang telah berbentuk perjanjian dan ditawarkan kepada pihak umum dalam bentuk *take it or leave itcontract*.

⁴⁰ *Ibid*, hal.57.

3. Konsumen untuk konsumen (*consumer to consumer* atau C2C)

Consumer to consumer merupakan transaksi bisnis elektronik yang dilakukan antar pihak konsumen dengan konsumen untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu juga. Ruang lingkup C2C ini bersifat lebih khusus karena transaksi dilakukan oleh konsumen dengan konsumen yang memerlukan transaksi melalui internet sebagai sarana tukar menukar informasi tentang produk, harga maupun kualitas dan pelayanannya. Para customer dapat membentuk komunitas sebagai pengguna atau penggemar produk untuk memberikan penilaian terhadap pelayanan suatu perusahaan sehingga customer memiliki kedudukan/posisi tawar yang tinggi.

Pada prakteknya, model transaksi yang banyak dipakai oleh konsumen sampai saat ini adalah model B2B dan B2C. Berbeda dengan B2C yang pada umumnya menggunakan jaringan terbuka sehingga informasi dapat disebarkan ke masyarakat umum. B2B memiliki ciri-ciri yang berbeda dimana informasi hanya dipertukarkan melalui mitra bisnisnya saja, meskipun dilakukan menggunakan media internet juga. Dengan melihat cirri dan karakteristik dari model transaksi *e-commerce*, jika pelaku bisnis mampu mengoptimalkan kemampuan dalam transaksi akan mendapatkan keuntungan yang besar.

Dalam proses terjadinya transaksi *e-commerce*, Mariani mengutip pendapat Julian Ding menyatakan bahwa :

“a contract is a struck when two or more person agree to a certain course of product”.

Maksudnya adalah kontrak sebagai pertemuan dua orang atau lebih yang setuju melakukan tindakan tertentu, sehingga pada saat itu kesepakatan telah tercapai.⁴¹

Perjanjian atau kontrak *online* dalam *e-commerce* memiliki beberapa variasi dan tipe, yaitu :⁴²

⁴¹ Mariani Darus Badruzaman, *Aspek Keperdataan dari E-commerce*, hal.34.

⁴² M. Arsyid Sanusi, *E-commerce(Hukum dan Solusinya)*, (Jakarta:PT. Mitra Grafika Sarana,2001), hal.64.

1. Kontrak melalui chatting dan video conference

Chatting dan video conference adalah sebuah alat komunikasi yang disediakan oleh internet yang digunakan untuk melakukan dialog interaktif secara langsung. Seseorang dapat berkomunikasi dan berinteraksi secara langsung dengan orang lain melalui *Personal Computer* (PC) nya masing-masing, dengan satu atau beberapa pihak dengan melihat gambar rekan bisnisnya secara langsung dan interaktif.

2. Kontrak melalui email

Kontrak email adalah salah satu kontrak online yang sangat populer, hal ini dikarenakan pengguna email saat ini sangat banyak dan mendunia dan dapat menghemat waktu dan biaya yang sangat murah. Alamat email itu sendiri diperoleh dengan berlangganan secara cuma-cuma kepada penyedia layanan email gratis atau pada server ISP tertentu. Kontrak email dapat berupa penawaran yang dikirimkan kepada orang-orang yang tergabung dalam sebuah *mailing list* dan penawaran barangnya dapat dilakukan dengan memposting penawaran melalui web site untuk kemudian penerimaannya dilakukan melalui email.

3. Kontrak melalui web site

Kontrak melalui website terjadi apabila pihak *e-merchant* memiliki deskripsi produk atau jasa dalam suatu halaman web dan dalam halaman tersebut ada terdapat form pemesanan, sehingga dengan mengisi formnya konsumen dapat membeli barang atau jasa yang ditawarkan.

Menurut Onno W. Purba, tahapan mekanisme transaksi *e-commerce* dapat diurutkan sebagai berikut :⁴³

1. Find it

Pada tahap ini pembeli bias mengetahui dengan pasti dan mudah jenis barang yang diinginkan. Ada beberapa metode yang dapat dilakukan yaitu metode search dan metode browse. Dengan metode search, pembeli bias menemukan tipe

⁴³ Onno.W.Purba,*Op.cit* hal.143.

barang yang dikehendaki dengan memasukkan kata kunci barang yang diinginkan pada kotak search. Sedangkan metode browse menyediakan menu-menu yang terdiri atas jenis barang yang disediakan.

2. Explore it

Setelah memiliki jenis barang tertentu yang diinginkan, maka ditemukan keterangan mengenai barang yang dipilih, yang terdiri dari informasi penting tentang produk yang ingin dibeli. Nilai barang yang diperoleh dari pembeli sebelumnya mengenai keadaan produk yang apakah mengecewakan atau tidak, spesifikasi dan hal lain yang berhubungan dengan barang yang ingin dibeli tersebut. Jika barang yang dilihat sudah cocok, maka transaksi siap untuk dilakukan.

3. Select it

Seperti layaknya toko yang nyata, *shopping cart* akan menyimpan terlebih dahulu barang yang diinginkan sampai *check out*. Dalam *shopping cart* dapat melakukan proses *check out*, menghapus atau menyimpan daftar belanja.

4. Buy it

Setelah melakukan *check out* dan mengisi formulir yang telah disediakan oleh pihak *e-merchant*, tahap selanjutnya dilakukan proses transaksi pembayaran oleh konsumen. Pihak *e-merchant* tidak akan menarik pembayaran pada kartu kredit sampai proses perintah pengiriman diselesaikan. Pada saat proses pembayaran melibatkan pihak bank sebagai perantara pihak-pihak yaitu *acquiring merchant* dan *issuing customer* bank untuk dan atas nama *e-customer* yang melakukan pembayaran atas harga barang kepada *acquiring merchant* bank yang ditujukan kepada *e-merchant*.

5. Ship it

Setelah proses transaksi selesai, pihak *e-merchant* mengirim email konfirmasi pembelian dan email lain yang akan memberitahukan status pengiriman barang yang dilakukan. Toko *online* juga menyediakan account kepada

pelanggan, sama halnya dengan memasuki *mailbox* pada layanan fasilitas *email* gratis, sehingga pembeli dapat mengetahui status order pada account yang telah disediakan.

Ada sejumlah besar transaksi keuangan yang berbeda di dunia internet, seperti pembayaran oleh pelanggan, transaksi sekuritas, pinjaman atau asuransi dan sebagainya. Berbicara mengenai “transaksi” umumnya orang akan mengatakan bahwa hal tersebut adalah perjanjian jual beli antara para pihak yang bersepakat untuk itu. Dalam lingkup hukum, istilah transaksi adalah keberadaan suatu perikatan ataupun hubungan hukum yang terjadi antara para pihak. Transaksi jual beli *e-commerce* juga merupakan suatu perjanjian jual beli yang sama halnya dengan perjanjian jual beli yang biasa dilakukan oleh masyarakat sehari-hari. Hanya saja hal tersebut memiliki perbedaan pada media yang digunakan dalam bertransaksi. Hampir sama dengan perjanjian jual beli pada umumnya, perjanjian jual beli online juga memiliki urutan seperti berikut :

1. Penawaran

Penawaran merupakan suatu “ *mutation to enter into a building agreement*”. Tawaran merupakan sebuah tawaran jika pihak lain memandangnya sebagai suatu tawaran sebagai suatu perbuatan seseorang untuk masuk ke dalam suatu ikatan perjanjian yang kemudian dapat dianggap sebagai tawaran.⁴⁴ Dalam transaksi *e-commerce*, khususnya jenis transaksi B2C, yang melakukan penawaran adalah *merchant* atau penjual, dimana *merchant* akan memanfaatkan website untuk menjual barang dan jasa yang akan mereka tawarkan dengan membuat sebuah katalog produk barang dan jasa tersebut.

2. Penerimaan

Penerimaan dan penawaran memiliki keterkaitan dalam melahirkan sebuah kesepakatan. Penerimaan dapat dinyatakan melalui website, e-mail dan juga melalui electronic data interchange.⁴⁵ Dalam menentukan cara menerima suatu permintaan para penjual bebas untuk menetukannya, seperti penawaran produk

⁴⁴ Edmon Makarim, *Op.cit*, hal.228.

⁴⁵ *Ibid* hal.229.

dilakukan melalui web site dan ditujukan kepada alamat e-mail calon pembelinya, sehingga tujuan email penawaran itu bersifat pribadi kepada pemegang alamat email. Dalam transaksi *e-commerce* melalui web site, pengunjung biasanya akan memilih barang tertentu yang ditawarkan. Jika calon pembeli tertarik maka *shopping cart* akan menyimpan barang yang akan dibeli sampai pembeli yakin akan pilihannya dan selanjutnya akan memasuki tahap pembayaran.

3. Pembayaran

Dalam *e-commerce* terdapat banyak metode pembayaran. Bentuk pembayaran yang digunakan di internet pada umumnya tidak hanya bertumpu pada sistem keuangan nasional tetapi juga ada beberapa yang mengacu pada keuangan lokal. Klasifikasi mekanisme pembayaran dapat dibagi menjadi tiga mekanisme yaitu :⁴⁶

- a) Transaksi model ATM, dimana transaksi ini hanya melibatkan instansi finansial dan pemegang account yang akan melakukan pengambilan atau mendeposit uangnya dari account masing-masing.
- b) Pembayaran dua pihak tanpa perantara, transaksi ini dilakukan langsung antara dua pihak yang bersangkutan tanpa menggunakan perantara.
- c) Pembayaran dengan perantaraan pihak ketiga. Umumnya proses pembayaran yang menyangkut debit, kredit maupun cek masuk ke dalam kategori ini. Ada beberapa metode pembayaran yang dapat digunakan yaitu sistem pembayaran kredit online maupun sistem pembayaran check online.

Menurut Abdul Halim Barkatullah, sistem pembayaran yang ada pada saat ini dapat di kategorikan menjadi 3 yaitu :⁴⁷

1) Sistem debit

Sistem ini mengharuskan konsumen terlebih dahulu mempunyai rekening di suatu bank. Saat melakukan pembayaran, maka pembayaran itu diambil dari rekening konsumen dengan cara di debit. Contoh dari sistem ini adalah Bank

⁴⁶ Onno W. Purbo, *Op.cit* hal.92.

⁴⁷ Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Op.cit*, hal.41.

Internet Payment System (BIPS), FSTC, Electronic Check (E-Check) (www.echeck.org), Open Financial Exchange (OFX) (www.ofx.org).

2) Sistem kredit

Sistem ini mengalihkan kewajiban pembayaran pada pihak ke tiga dan kemudian kredit tersebut ditagih kepada orang yang bersangkutan. Pedagang akan melakukan permintaan pembayaran dari pihak ke tiga yang menjadi perantara. Sistem ini terdiri dari Credit Card Over HTTP/SSL dan SET. Sistem yang menggunakan SSL banyak digunakan oleh internet merchant pada saat ini. Internet *merchant* menggunakan SSL dalam meng-*encrypt* proses capture dari nomor kartu kredit yang digunakan oleh konsumen.

3) Uang digital (e-money) “tunai” atau “*electronic cash/digital cash*”

Sistem pembayaran baru seperti uang digital hanya berhasil apabila keberadaannya diterima oleh banyak orang. Sistem ini merupakan salah satu perkembangan yang paling akhir dalam internet payment, yang penggunaannya mirip dengan pemakaian uang tunai dalam kegiatan sehari-hari. Kemiripan itu dalam hal konsumen akan membayar uang koin atau uang kertas kepada penjual. Dalam sistem ini uang tunai digantikan oleh digital token atau suatu nilai digital kepada penjual. Beberapa sistem memungkinkan penjual untuk langsung membelanjakan uang yang didapat untuk membayar suatu barang atau jasa. Sistem lain mengharuskan “uang” disetorkan terlebih dahulu kepada suatu rekening dan kemudian bank menerbitkan token baru yang dapat dipakai untuk berbelanja. Beberapa contoh data dalam sistem ini adalah Mondex (<http://www.mondex.com>), Proton (<http://www.visa.com>), Visa Cash (<http://www.visa.com>), E-cash (<http://digicash.com>), Milicent (<http://www.milicent.digital.com>), dan Cyber (<http://www.cybercash.com>).

Digicash meluncurkan sistem yang disebut dengan E-cash, yang merupakan sistem pembawa sertifikat (*certificate bearer*), yang berarti siapapun yang saat itu memegang e-cash adalah yang memegang nilai moneterinya. Dengan e-cash konsumen membangkitkan token e-cash lewat perangkat lunak “dompet” (*purse software*) yang diedarkan Digi Cash. Konsumen membangkitkan token e-

cash lalu mengirimkannya ke bank guna sertifikasi bank kemudian men-cap token yang dikirim oleh konsumen untuk setiap e-cash yang dicapnya, lalu mengirimkannya kembali ke konsumen lewat internet. Setiap kali terjadi transaksi e-cash, *merchant* harus melakukan koneksi online real time ke bank penerbit untuk memastikan bahwa token tersebut belum pernah dipakai, belum dibelikan oleh konsumen, belum ditagihkan oleh *merchant* lain. Masing-masing token tadi dicocokkan dengan daftar token yang sudah ditagih. Digital Cash memiliki karakteristik utama yaitu transnationality of digital cash, dimana digital cash memiliki kemampuan yang mengalir secara bebas melewati batas hukum negara lain.⁴⁸

4. Pengiriman

Pengiriman dapat dilakukan dengan cara sendiri atau menggunakan jasa pengiriman lainnya. Biaya pengiriman biasanya biasanya dihitung dalam pembayaran atau bahkan sering kali dikatakan pelayanan gratis terhadap pengiriman karena sudah termasuk dalam biaya penyelenggaraan pada sistem tersebut.

PENGAMANAN DALAM TRANSAKSI ELECTRONIC COMMERCE

Rawannya transaksi melalui internet menyebabkan banyak konsumen ragu untuk melakukan transaksi melalui internet. Untuk menarik konsumen, banyak produsen yang memikat konsumen dengan menawarkan sistem pengamanan dalam transaksi melalui internet. Saat ini ada dua metode yang dipakai oleh sebagian besar pedagang online, yaitu :⁴⁹

1. Metode *Secure Socket Layer* (SSL)

Metode SSL adalah instrument yang sudah di pakai. SSL melindungi informasi pribadi dalam kontak antara konsumen dengan pedagang yang dikirim melalui jaringan. Dalam melakukan transaksi, konsumen harus memastikan data-

⁴⁸ Onno W Purbo, *Op.cit* hal.125.

⁴⁹ Edmon Makarim, *Op.cit* hal.231.

data yang dikirim sudah dalam bentuk terenkripsi dengan baik yang dapat dipastikan melalui tampilan sebuah icon kecil dalam bentuk gambar sebuah kunci saat melakukan browsing. Gambar kunci tersebut tidak boleh rusak. Selain itu, keamanan data dapat di periksa melalui situs merchant yang biasa diawali dengan http harus diubah menjadi https saat melakukan transaksi.

2. Metode **Secure Electronic Transaction (SET)**

Metode yang kedua adalah Secure Electronic Transaction (SET). SET menggunakan sertifikat digital untuk membuktikan bahwa konsumen dan pedagang memiliki hak untuk menggunakan dan menerima kartu seperti visa. SET berfungsi untuk memverifikasi pedagang dan juga berfungsi bagi *merchant* untuk memeriksa tanda tangan konsumen pada bagian belakang kartu visa. SET memberikan cara bagi pemegang kartu dengan pedagang untuk mengidentifikasi satu sama lain sebelum melakukan transaksi. SET menggunakan kunci pengamanan lain yakni memiliki kata sandi untuk melindungi konsumen. Dengan SET, pemegang kartu dapat memvalidasi legitimasi internet pedagang melalui digital certificates pedagang. Software SET akan memeriksa apakah hubungan pedagang dengan lembaga keuangan benar atau valid. Dengan demikian, konsumen yakin bahwa pembayaran akan dilakukan dengan cara yang sama dengan perjanjian visa yang mereka yakini saat ini.

Berkaitan dengan sistem pengamanan, perlu dibahas mengenai kriptografi. Kriptografi adalah salah satu sistem yang membuat suatu pesan yang dikirim oleh pengirim dapat disampaikan pada penerima dengan aman.⁵⁰ Abdul Halim Barkatullah mengutip pendapat Bruce Schneir mengatakan bahwa kriptografi adalah seni dan ilmu yang mempelajari bagaimana membuat suatu pesan yang dikirim oleh pengirim dapat disampaikan kepada penerima (receiver) dengan aman. Di dalam kriptografi dikenal berbagai macam istilah misalnya *cryptoanalysis* yaitu ilmu pengetahuan yang mempelajari bagaimana mengetahui mekanisme kriptografi. *Cryptology* berasal dari bahasa Yunani, *crypto* dan *logos*,

⁵⁰ Rieyke Ustadiyanto, *Op.cit* hal.91.

yang berarti *hidden world* adalah suatu bidang yang mengkombinasikan *cryptography* dan *cryptanalysis*.⁵¹

Kriptografi memenuhi kebutuhan keamanan suatu transaksi yang relatif yaitu :

- a) Confidentially (kerahasiaan), yaitu suatu pesan tidak dapat dibaca oleh orang yang tidak berkepentingan. Sistem keamanan dijamin dengan melakukan penyandian.
- b) Authenticity (otentitas), yaitu penerima pesan harus mengetahui siapa yang mengirim pesan. Hal ini berhubungan dengan proses verifikasi identitas seseorang. Jaminan keabsahan identitas para pihak yang melakukan transaksi dilakukan dengan menggunakan password dan tanda tangan digital.
- c) Integrity (keutuhan) : penerima harus yakin bahwa pesan yang diterima tidak pernah diubah sejak pesan dikirim oleh pengirim. Keutuhan data pembayaran dilakukan dengan fungsi hash satu arah yang berfungsi untuk member tanda yang unik dari sebuah pesan yang hanya dipunyai oleh pesan tersebut, yang di analogikan seperti sebuah sidik jari.
- d) Non repudiation (tidak dapat disangkal) : transaksi dapat dijadikan sebagai barang bukti dimana pengirim tidak dapat menyangkal bahwa ia tidak pernah mengirim pesan. Hal ini dikarenakan adanya sistem tanda tangan digital (digital signature).

DIGITAL SIGNATURE

Digital signature (tanda tangan digital) adalah suatu tanda tangan yang dibuat secara electronic yang berfungsi sama dengan tanda tangan biasa pada dokumen biasa yang apabila tidak dipalsukan dapat berfungsi untuk menyatakan bahwa orang yang namanya tertera pada suatu dokumen setuju dengan apa yang tercantum pada dokumen yang ditandatangani itu. Menurut Wikipedia, digital signature adalah skema matematika yang menunjukkan keaslian pesan digital atau

⁵¹ Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Op.cit*, hal.25.

dokumen. Menurut penyusun, digital signature (tanda tangan digital) adalah kode digital yang “ditempelkan” pada pesan yang akan dikirim secara elektronik (menggunakan Internet sebagai media pengirimnya). Tanda tangan ini menjadi identifikasi dari pengirim pesan. Tujuan dari digital signature ini adalah untuk menjamin bahwa yang mengirimkan pesan merupakan orang yang benar identitasnya.

Tanda tangan digital (digital Signature) adalah pengganti tanda tangan secara manual yang bersifat elektronik dan mempunyai fungsi sama dengan tanda tangan manual. Tanda tangan digital merupakan rangkaian bit yang diciptakan dengan melakukan komunikasi elektronik melalui fungsi hash satu arah dan kemudian melakukan enkripsi pesan dengan kunci pribadi pengirim. Tanda tangan digital mempunyai sifat yang unik untuk masing-masing dokumen itu sendiri dan beberapa perubahan pada dokumen akan menghasilkan tanda tangan digital yang berbeda.

Tanda tangan digital dapat digunakan untuk tujuan yang sama seperti tanda tangan yang ditulis oleh tangan, yang didalamnya mungkin menandakan surat tanda terima, persetujuan atau tujuan keamanan informasi penting. Tanda tangan digital dapat memberikan jaminan yang lebih terhadap keamanan dokumen dari pada tanda tangan biasa. Digital signature dapat dihasilkan baik dengan menggunakan algoritma simetris ataupun dengan algoritma public key.

Sifat yang diinginkan dari tanda tangan digital adalah :⁵²

- a) Tanda tangan asli, tidak mudah ditiru oleh orang lain. Pesan dan tanda tangan dapat menjadi barang bukti, sehingga penandatanganan tidak bias menyangkal bahwa ia tidak pernah menandatangani.
- b) Itu hanya sah untuk dokumen itu saja. Tanda tangan tidak bisa dipindahkan dari satu dokumen ke dokumen lain. Ini berarti jika suatu dokumen diubah, maka tanda tangan digital dari pesan tersebut tidak sah lagi.

⁵² Rieyke Ustadiyanto, *Op.cit*, hal.96.

- c) Tanda tangan itu dapat diperiksa dengan mudah oleh pihak-pihak yang belum pernah bertemu
- d) Tanda tangan sah untuk kopian dari dokumen yang sama persis

Adapun protokol dasar dari digital signature adalah :⁵³

- a) Pengirim meng-encrypt dokumen dengan menggunakan kunci privat, sehingga ia menandatangani dokumen tersebut
- b) Mengirimkan dokumen tersebut kepada penerima
- c) Penerima kemudian akan meng-encrypt pesan dengan menggunakan kunci public pengirim. Pada saat itu dilakukan verifikasi dokumen apakah dokumen tersebut berasal dari pengirim atau tidak.

Tanda tangan digital memanfaatkan fungsi hash satu arah untuk menjamin bahwa tanda tangan digital hanya berlaku pada satu dokumen yang bersangkutan saja. Hal tersebut tidak berkaitan dengan dokumen secara keseluruhan yang di tanda tangani, namun dokumen yang dapat ditandatangani hanya sidik jari dokumen beserta time stampnya. Time stamp itu sendiri berguna untuk menentukan waktu pengesahan dokumen. Teknologi tanda tangan digital memanfaatkan teknologi kunci publik. Sepasang kunci yaitu kunci publik dan kunci pribadi dibuat untuk keperluan seseorang. Kunci pribadi disimpan oleh pemiliknya, dan dipergunakan untuk membuat tanda tangan digital. Sedangkan kunci publik dapat diserahkan kepada siapa saja yang ingin memeriksa tanda tangan digital yang bersangkutan pada suatu dokumen.

Otentisitas sangat diperlukan dalam berkomunikasi di internet dan menjadi hal yang penting, sebab pertanggungjawaban suatu subjek hukum tergantung pada kejelasan identitasnya. Kebutuhan akan otentisitas ini dapat tercapai dengan menggunakan sertifikat digital. Sertifikat Digital adalah paket data yang mengidentifikasi sesuatu yang sungguh-sungguh ada secara lengkap, dan dikeluarkan oleh CA (Certificate Authority) hanya setelah orang yang berwenang telah memeriksa identitas entity.

⁵³ Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Op.cit*, hal.33.

Terkait dengan tanggung jawab seseorang mengenai tanda tangan elektronik maka dalam Pasal 12 ayat (1) UU ITE disebutkan bahwa “setiap orang yang terlibat dalam tanda tangan elektronik berkewajiban memberikan pengamanan atas tanda tangan elektronik yang digunakannya”. Dalam Pasal 12 ayat (2) UU ITE dijelaskan bahwa “pengamanan tanda tangan elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sekurang-kurangnya meliputi :

1. tidak dapat diakses oleh orang lain yang tidak berhak ;
2. Penandatanganan harus menerapkan prinsip kehati-hatian untuk menghindari penggunaan secara tidak sah terhadap data terkait pembuatan tanda tangan elektronik;
3. Penanda tangan harus tanpa menunda-nunda, menggunakan cara yang dianjurkan oleh penyelenggara tanda tangan elektronik jika ;
4. Penanda tangan mengetahui bahwa data pembuatan tanda tangan elektronik telah di bobol; atau
5. Keadaan yang diketahui oleh penandatanganan dapat menimbulkan resiko yang berarti, kemungkinan akibat bobolnya data pembentukan tanda tangan elektronik.

Dalam hal sertifikasi digunakan untuk mendukung tanda tangan elektronik, penandatanganan harus memastikan kebenaran dan keutuhan semua informasi yang terkait dengan sertifikasi elektronik tersebut.