

E-COMMERCE DALAM KEJAHATAN BISNIS

Oleh
Fudji Sri Mar'ati
Dosen STIE AMA Salatiga

Abstrak

Perdagangan sebenarnya merupakan kegiatan yang dilakukan manusia sejak awal peradabannya. Sejalan dengan perkembangan manusia, cara dan sarana yang digunakan untuk berdagang senantiasa berubah. Bentuk perdagangan terbaru yang kian memudahkan penggunaannya kini ialah *e-commerce*. Makhluik apa sesungguhnya *e-commerce* itu, bagaimana kita dapat mempermudah menggunakannya, bagaimanan peran pentingnya serta bagaimana *e-commerce* di dalam kejahatan bisnis.

Kata Kunci: E-Commerce

A. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital yang dipadu telekomunikasi telah membawa komputer memasuki masa-masa “revolusinya”. Di awal tahun 1970-an, teknologi PC atau Personal Computer mulai diperkenalkan sebagai alternatif pengganti mini komputer. Dengan seperangkat komputer yang dapat ditaruh di meja kerja (desktop), seorang manajer atau teknisi dapat memperoleh data atau informasi yang telah diolah oleh komputer (dengan kecepatan yang hampir sama dengan kecepatan mini komputer. Kegunaan komputer di perusahaan tidak hanya untuk meningkatkan efisiensi, namun lebih jauh untuk mendukung terjadinya proses kerja yang lebih efektif. Tidak seperti halnya pada era komputerisasi dimana komputer hanya menjadi “milik pribadi” Divisi EDP (*Electronic Data Processing*) perusahaan, di era kedua ini setiap individu di organisasi dapat memanfaatkan kecanggihan komputer, seperti untuk mengolah database, *spreadsheet* maupun data *processing* (*end-user computing*). Pemakaian komputer di kalangan perusahaan semakin marak, terutama didukung dengan alam kompetisi yang telah berubah dari monopoli menjadi pasar bebas. Secara tidak langsung, perusahaan yang telah

memanfaatkan teknologi komputer sangat efisien dan efektif dibandingkan perusahaan yang sebagian prosesnya masih dikelola secara manual. Pada era inilah komputer memasuki babak barunya, yaitu sebagai suatu fasilitas yang dapat memberikan keuntungan kompetitif bagi perusahaan, terutama yang bergerak di bidang pelayanan atau jasa.

Tidak dapat disangkal lagi bahwa pelanggan terletak pada kualitas pelayanan. Pada dasarnya, seorang pelanggan dalam memilih produk dan jasa yang dibutuhkannya, akan mencari perusahaan yang menjual produk atau jasa tersebut: *cheaper* (lebih murah), *better* (lebih baik) dan *faster* (lebih cepat). Di sinilah peranan sistem informasi sebagai komponen utama dalam memberikan keunggulan kompetitif perusahaan. Oleh karena itu, kunci dari kinerja perusahaan adalah pada proses yang terjadi baik di dalam perusahaan (*back office*) maupun yang langsung bersinggungan dengan pelanggan (*front office*). Dengan memfokuskan diri pada penciptaan proses (*business process*) yang efisien, efektif dan terkontrol dengan baiklah sebuah perusahaan akan memiliki kinerja yang handal. Tidak heran bahwa di era tahun 1980-an sampai dengan awal tahun 1990-an terlihat banyak sekali perusahaan yang melakukan BPR (*Business Process Reengineering*), restrukturisasi, implementasi ISO-9000, implementasi TQM, instalasi dan pemakaian sistem informasi korporat (SAP, Oracle, BAAN) dan lain sebagainya. Utilisasi teknologi informasi terlihat sangat mendominasi dalam setiap program manajemen perubahan yang dilakukan perusahaan-perusahaan.

Tidak ada yang dapat menahan lajunya perkembangan teknologi informasi. Keberadaannya telah menghilangkan garis-garis batas antar negara dalam hal *flow of information*. Tidak ada negara yang mampu untuk mencegah mengalirnya informasi dari atau ke luar negara lain, karena batasan negara tidak dikenal dalam *virtual world of computer*. Penerapan teknologi seperti LAN, WAN, GlobalNet, Intranet, Internet, Ekstranet, semakin hari semakin merata dan membudaya di masyarakat. Terbukti sangat sulit untuk menentukan perangkat hukum yang sesuai dan terbukti efektif untuk menangkal segala hal yang berhubungan dengan penciptaan dan aliran

informasi. Perusahaan-perusahaan pun sudah tidak terikat pada batasan fisik lagi. Melalui *virtual world of computer*, seseorang dapat mencari pelanggan di seluruh lapisan masyarakat dunia yang terhubung dengan jaringan internet. Sulit untuk dihitung besarnya uang atau investasi yang mengalir bebas melalui jaringan internet. Transaksi-transaksi perdagangan dapat dengan mudah dilakukan di *cyberspace* melalui *electronic transaction* dengan mempergunakan *electronic money*. Tidak jarang perusahaan yang akhirnya harus mendefinisikan kembali visi dan misi bisnisnya, terutama yang bergelut di bidang pemberian jasa. Kemudahan-kemudahan yang ditawarkan perangkat canggih teknologi informasi telah merubah mindset manajemen perusahaan sehingga tidak jarang terjadi perusahaan yang banting stir menggeluti bidang lain. Bagi negara dunia ketiga atau yang sedang berkembang, dilema mengenai pemanfaatan teknologi informasi amat terasa. Di suatu sisi banyak perusahaan yang belum siap karena untuk membeli perangkat teknologi informasi, berarti tidak dapat bersaing dengan perusahaan multinasional lainnya alias harus gulung tikar.

Tidak dapat disangkal lagi bahwa *Electronic Commerce* telah menjadi primadona wacana pembicaraan dunia bisnis global dewasa ini. Tercatat sejumlah seminar besar mengenai hal ini telah dilakukan oleh para praktisi bisnis dan teknologi informasi di Indonesia selama kurun waktu dua tahun terakhir. Setiap seminar yang diadakan pada intinya adalah memperkenalkan seluk beluk fenomena global yang telah "memaksa" perusahaan untuk mau tidak mau mencermati keberadaan teknologi ini jika ingin tetap bersaing dan mempresentasikan beragam teknologi informasi yang tersedia di pasaran untuk membantu perusahaan meng"*electronic commerce*"kan dirinya dalam waktu yang relatif cepat. Majalah-majalah dan surat kabar-surat kabar berbau ekonomi dan bisnis pun tidak kalah gencarnya mempromosikan mengenai kecanggihan teknologi digital ini. Namun, terlepas dari berbagai dan tanggapan yang ada, terdapat beberapa hal mendasar yang sama sekali belum tersentuh dalam berbagai wacana tersebut. Hal ini menyangkut dampak makro yang akan terjadi seandainya diasumsikan bahwa

dunia nanti telah terhubung secara digital, sehingga setiap individu dan korporasi dapat dengan leluasa bertransaksi melalui internet.

Kini internet telah menjadi persoalan khusus semenjak dimanfaatkan dalam kegiatan perdagangan atau bisnis. Diakui secara ekonomi, pemanfaatan internet telah memberikan nilai tambah dalam mempercepat proses transaksi, tetapi secara yuridis masalah pemanfaatan internet ini sangat riskan bagi para pihak karena karakteristiknya sangat berbeda dengan bisnis konvensional, sehingga sulit dijangkau dengan aturan hukum yang berlaku.

E-commerce merupakan salah satu bentuk transaksi perdagangan paling banyak dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi. Melalui transaksi perdagangan ini konsep pasar tradisional (penjual dan pembeli secara fisik bertemu) berubah menjadi sistem Telemarketing (jarak jauh menggunakan internet). *E-commerce* pun telah mengubah cara konsumen dalam memperoleh produk yang diinginkan.

Alasan ini didasarkan kepada suatu realitas bahwa transaksi *E-commerce* yang memanfaatkan media internet sifatnya tidak hanya sebatas lingkup lokal atau nasional tetapi berjalan tanpa batas, sehingga menimbulkan *choice of law, choice of forum* dan masalah yuridiksi.

B. IDENTIFIKASI MASALAH

Merujuk dari hal tersebut di atas, maka timbul beberapa permasalahan yang akan dianalisis, sebagai berikut:

1. Apakah sebenarnya *E-commerce*?
2. Apakah permasalahan yang mendasar dalam *E-commerce*?
3. Apakah penerapan hukum dalam *E-commerce*?
4. Apakah contoh kasus-kasus *E-commerce*?

C. PEMBAHASAN

Mempelajari *E-commerce* sebenarnya cukup mudah, karena tidak jauh berbeda dengan memahami bagaimana perdagangan atau bisnis selama ini dijalankan. Yang membedakannya adalah diikutsertakannya teknologi komputer dan telekomunikasi secara insentif sebagai sarana untuk melakukan dua hal utama.

1. Pengertian *E-commerce*

Definisi dari *E-commerce* sendiri sangat beragam, tergantung dari perspektif atau kacamata yang memanfaatkannya. *Association for Electronic Commerce* secara sederhana mendefinisikan *E-commerce* sebagai “mekanisme bisnis secara elektronik”. *Commercenet*, sebuah konsorsium industri, memberikan definisi yang lebih lengkap, yaitu “penggunaan jejaring komputer (komputer yang saling terhubung) sebagai sarana penciptaan relasi bisnis”. Tidak puas dengan definisi tersebut, *CommerceNet* menambahkan bahwa di dalam *E-commerce* terjadi “proses pembelian dan penjualan jasa atau produk antara dua belah pihak melalui internet atau pertukaran dan distribusi informasi antar dua pihak di dalam satu perusahaan dengan menggunakan intranet”.

E-commerce sebagai “suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai medium pertukaran barang dan jasa baik antara dua buah institusi maupun antar institusi dan konsumen langsung”. Beberapa kalangan akademisi pun sepakat mendefinisikan *E-commerce* sebagai “salah satu cara memperbaiki kinerja dan mekanisme pertukaran barang, jasa, informasi dan pengetahuan dengan memanfaatkan teknologi berbasis jaringan peralatan digital.

Perkembangan teknologi informasi terutama internet, merupakan faktor pendorong perkembangan *E-commerce*. Internet merupakan jaringan global yang menyatukan jaringan komputer di seluruh dunia, sehingga memungkinkan terjalinnya komunikasi dan interaksi antara satu dengan lain di seluruh dunia. Dengan menghubungkan jaringan komputer perusahaan dengan internet, perusahaan dapat menjalin hubungan bisnis dengan rekan bisnis atau konsumen secara lebih efisien. Sampai saat ini internet merupakan infrastruktur yang ideal untuk menjalankan *E-commerce*, sehingga istilah *E-commerce* pun terjadi identik dengan menjalankan bisnis di internet.

Pertukaran informasi dalam *E-commerce* dilakukan dalam format digital sehingga kebutuhan akan pengiriman data dalam bentuk cetak dapat dihilangkan. Dengan menggunakan sistem komputer yang saling terhubung melalui jaringan telekomunikasi, transaksi bisnis dapat dilakukan secara otomatis dan dalam waktu yang singkat. Akibatnya informasi yang dibutuhkan untuk keperluan transaksi bisnis dapat menekan biaya yang harus dikeluarkan untuk keperluan pengiriman informasi. Proses transaksi yang berlangsung secara cepat juga mengakibatkan meningkatnya produktivitas perusahaan.

Dengan menggunakan teknologi informasi, *E-commerce* dapat dijadikan sebagai solusi untuk membantu perusahaan dalam mengembangkan perusahaan dan menghadapi tekanan bisnis. Tingginya tekanan bisnis yang muncul akibat tingginya tingkat persaingan mengharuskan perusahaan untuk dapat memberikan respon. Penggunaan *E-commerce* dapat menimbulkan efisiensi biaya dan produktivitas perusahaan, sehingga dapat meningkatkan kemampuan dalam bersaing.

Faktor-faktor yang mendorong perkembangan dari *E-commerce* antara lain:

- a. *E-commerce* memiliki kemampuan untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dan setiap pelanggan dapat mengakses seluruh informasi secara terus-menerus.

- b. *E-commerce* dapat mendorong kreatifitas dari pihak penjual secara tepat dan pendistribusian informasi yang disampaikan berlangsung secara periodik.
- c. *E-commerce* dapat menciptakan efisiensi tinggi, murah serta informatif.
- d. *E-commerce* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan pelayanan yang cepat, murah, aman dan akurat.
- e. *E-commerce* tidak hanya dilakukan dalam suatu wilayah tertentu saja, namun tidak terbatas oleh ruang dan waktu dimanapun berada.

Pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi *E-commerce* adalah:

- a. Penjual, yaitu perusahaan yang menawarkan produknya baik barang maupun jasa melalui jaringan internet.
- b. Konsumen, yaitu pihak yang ingin memperoleh pelayanan barang atau jasa dari penjual dengan sistem pembayaran yang telah diperjanjikan sebelumnya (baik menggunakan kartu kredit maupun secara tunai).
- c. *Acquirer* (pihak perantara penagihan yaitu pihak yang meneruskan tagihan kepada penerbit berdasarkan tagihan yang telah masuk kepadanya yang telah diberikan oleh penjual dan pihak inilah yang melakukan pembayaran terhadap penjual) dan (pihak perantara pembayaran yaitu bank dimana pembayaran kredit dilakukan oleh pemegang kartu kredit kemudian akan mengirimkan pembayaran tersebut kepada penerbit kartu kredit).
- d. *Issuer* (perusahaan kartu kredit yang menerbitkan kartu), di Indonesia ada beberapa lembaga yang diizinkan untuk menerbitkan kartu kredit, yaitu:
 - 1) Bank dan lembaga keuangan bukan bank. Tidak semua bank dapat menerbitkan kartu kredit, hanya bank yang memperoleh izin dari *card Internasional* dapat menerbitkan kartu kredit seperti *Master* dan *Visa Card*.
 - 2) Perusahaan non bank dalam hal ini PT. Dinner Jaya Indonesia Internasional yang membuat perjanjian dengan perusahaan yang ada di luar negeri.
 - 3) Perusahaan yang membuka cabang dari perusahaan induk yang ada di luar negeri yaitu *American Express*.

Dalam *E-commerce*, sistem pembayaran yang digunakan antara lain menggunakan:

1. Tunai atau Electronic Cash

Sistem ini mirip dengan pemakaian uang tunai dalam kegiatan sehari-hari, dimana konsumen akan membayar dengan koin atau uang kertas kepada penjual. Dalam sistem *E-commerce* nilai dari koin atau uang kertas ini akan digantikan oleh nilai digital (*digital value*) atau dengan digital token. Beberapa contoh sistem ini adalah: *NetCash*, *VisaCash*, *Ecash*, *Millicent*, *CyberCoin*, *WorldPay*.

Dalam menerapkan sistem pembayaran tunai ini ada beberapa sistem *E-commerce* yang menerapkan pembayaran *offline*, yaitu pembayaran dilakukan ditempat konsumen pada saat barang diantar (*cash on delivery*).

2. Sistem Debit

Pada sistem debit pembayaran dilakukan dengan cara mengambil (di debit) dari rekening konsumen. Contoh dari sistem ini antara lain adalah: *Bank Internet Payment System (BIPS)*, *FSTC Electronic Check (Echeck)*, *Ecount*.

3. Sistem Kredit

Pada sistem ini kewajiban pembayaran dialihkan kepada pihak ketiga. Pedagang akan menerima pembayaran dari pihak (perantara), sementara penagihan pembayaran terhadap konsumen akan dilakukan oleh pihak ketiga. Sistem ini terdiri dari *Credit Card Over HTTP/SSL* dan *SET*.

4. Digital Cash

Digital cash adalah bentuk elektronik dari uang yang kita kenal sehari-hari. *Digital Cash* dapat dibeli dari Bank yang menerbitkannya. *Digital Cash* ini dikembangkan oleh David Chaum yang dikenal sebagai bapak uang elektronik. Uang elektronik yang dikeluarkan DigiCash diberi nama *Ecash*.

5. Cyber Cash

CyberCash adalah sebuah cara pembayaran yang ditujukan terutama untuk transaksi pembayaran barang-barang yang berharga murah (*micropayments*) di internet, karena kartu kredit tidak dapat digunakan untuk transaksi yang nilainya di bawah minimum pembelian. Dalam skenario *CyberCash* konsumen dan dijalankan *browser* pada saat konsumen berbelanja. Sebelum digunakan konsumen harus mengisi walletnya terlebih dahulu dengan kartu kredit atau dengan uang elektronik yang diedarkan *CyberCash* yang diberi nama *CyberCoin*. Pada sisi pedagang digunakan perangkat lunak *Secure Merchant Payment System* (SMPS) yang disediakan oleh *CyberCash*. Perangkat lunak ini berfungsi menghubungkan antara pedagang dengan *CyberCash*. Sebelum menggunakan *CyberCash* pedagang harus mendaftar terlebih dahulu kepada *CyberCash*.

6. *First Virtual*

First virtual adalah sebuah perusahaan jasa pelayanan pembayaran transaksi di internet dengan menggunakan kartu kredit. *First virtual* bertindak sebagai perantara antara konsumen, pengelola kartu kredit dan pedagang. Dalam skenario sistem pembayaran yang dilakukan *First Virtual* konsumen membayar kepada *First Virtual* terlebih dahulu. Setelah *First Virtual* menerima pembayaran dari pengelola kartu kredit konsumen, baru kemudian pedagang menerima pembayaran dari *first virtual*.

7. *NetChex*

NetChex adalah cek elektronik yang ditulis konsumen dengan menggunakan perangkat lunak yang dikeluarkan *NetChex*. Sebelum konsumen dapat menggunakan *NetChex* terlebih dahulu harus mendaftar ke *NetChex* untuk mendapatkan *shadow account*. Waktu konsumen menulis cek yang digunakan bukan nomor rekening asli tapi menggunakan *shadow account*, sehingga nomor rekening bank dan data sensitif lainnya tidak perlu ditranmisikan lewat internet. Pada waktu proses kliring yang terlibat adalah bank konsumen, bank pedagang dari konsumen dan

pedagang, proses kliringnya tetap dilakukan sesuai cara yang digunakan perbankan.

8. *E-Gold*

Hampir sama dengan *digitalCash*, *E-Gold* juga merupakan uang elektronik yang dikeluarkan oleh perusahaan *E-Gold* dalam bentuk emas, sehingga nilai uangnya akan mengikuti harga emas di pasaran. Untuk dapat menggunakan *E-Gold* konsumen dan pedagang harus mendaftar terlebih dahulu untuk mendapatkan *account* dari *E-Gold*. Pembayaran dilakukan dengan mentransfer *E-Gold* dalam jumlah tertentu ke *account E-Gold* pedagang.

2. Permasalahan Mendasar Dalam *E-commerce*

Permasalahan-permasalahan yang mendasar dalam *E-commerce* adalah sebagai berikut:

a. Permasalahan yang bersifat substantif

1) Keaslian Data *Message* dan *Digital Signature*

Keabsahan dan message ini menjadi persoalan yang sangat vital dalam *E-commerce*, karena data *message* inilah yang dijadikan dasar utama terbentuknya suatu kontrak, baik itu dalam hubungannya dengan kesepakatan ketentuan-ketentuan dan persyaratan kontrak ataupun dengan substansi kesepakatan sendiri.

2) Keabsahan (*Validity*)

Keabsahan suatu kontrak tergantung pada pemenuhan syarat-syarat kontrak. Apabila syarat-syarat kontrak telah terpenuhi, yang terutama adalah adanya kesepakatan atau persetujuan antara para pihak, maka kontrak dinyatakan terjadi. Dalam *E-commerce* ini, terjadi kesepakatan data *message* yang memuat kesepakatan itu.

3) Kerahasiaan (*Privacy*)

Kerahasiaan ini meliputi data dan atau informasi dan juga perlindungan terhadap data dan informasi tersebut dari akses yang tidak sah dan berwenang.

4) Keamanan (*Security*)

Masalah keamanan merupakan masalah penting karena keberadaannya menciptakan rasa nyaman bagi para pengguna (*user*) dan pelaku bisnis untuk tetap menggunakan media elektronik sebagai kepentingan bisnisnya.

5) Ketersediaan (*Availability*)

Permasalahan lain yang harus diperhatikan juga adalah keberadaan informasi yang dibuat dan ditranmisikan secara elektronik yang harus ada setiap kali dibutuhkan.

b. Permasalahan yang bersifat prosedural

Yaitu pengakuan dan daya mengikat putusan hakim dari negara lain untuk diberlakukan dan dilaksanakan di negeri lawan, sekalipun hal ini memakai instrumen-instrumen internasional.

Sepanjang menyangkut permasalahan-permasalahan pidana, suatu negara memiliki yuridiksi sebagai berikut:

- 1) Yuridiksi dengan prinsip teritorial yaitu setiap negara mempunyai yuridiksi terhadap kejahatan-kejahatan yang dilakukan di wilayahnya, terhadap setiap orang dan setiap benda yang berada dalam wilayahnya.
- 2) Yuridiksi berdasarkan kewarganegaraan atau kebangsaan.
- 3) Yuridiksi berdasarkan perlindungan kepentingan negara. Berdasarkan prinsip ini, suatu negara dapat melaksanakan yuridikasinya terhadap warga negara lain yang melakukan kejahatan di luar negeri yang bisa mengancam kepentingan keamanan, kemerdekaan dan integritasnya.
- 4) Yuridiksi Universal, yaitu bahwa setiap warga negara mempunyai yuridiksi untuk mengadili tindak kejahatan tertentu apabila kejahatan atau memiliki karakter membahayakan rakyat internasional tanpa melihat siapa pelaku, warga negara mana dan tempat kejadiannya dimana.

3. Penerapan Hukum (*Cyberlaw*) Dalam *E-commerce*

Hak dan kewajiban tidak ada artinya jika tidak dilindungi oleh hukum yang dapat menindak mereka yang mengingkarinya. Sebuah dokumen untuk dapat diajukan ke depan pengadilan harus mengikuti tiga aturan utama:

- a. *The Rule Of Authentication*
- b. *Hearsay Rule*
- c. *The Best Evidence Rule*

Pengadilan modern telah dapat mengadaptasi ketiga jenis aturan ini di dalam sistem *E-commerce*. Masalah autentifikasi misalnya telah dapat terpecahkan dengan memasukkan unsur-unsur *origin* dan *accuracy of storage* jika *email* ingin dijadikan sebagai barang bukti (sistem *email* telah diaudit secara teknis untuk membuktikan bahwa hanya orang tertentu yang dapat memiliki *email* dengan alamat tertentu dan tidak ada orang lain yang dapat mengubah isi *email* ataupun mengirimnya selain yang bersangkutan). Termasuk pula untuk proses autentifikasi dokumen digital yang telah dapat diimplementasikan dengan konsep digital *signature*. Aspek *hearsay* yang dimaksud adalah adanya pernyataan-pernyataan di luar pengadilan yang dapat diajukan sebagai bukti. Di dalam dunia maya, hal-hal semacam *email*, *chatting* dan *tele-conference* dapat menjadi sumber potensi yang dapat dijadikan bukti.

Namun tentu saja pengadilan harus yakin bahwa berbagai bukti tersebut benar-benar dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Faktor *best-evidence* berpegang pada hirarki jenis bukti yang dapat dipergunakan di pengadilan untuk meyakinkan pihak-pihak terkait mengenai suatu hal, mulai dari dokumen tertulis, rekaman pembicaraan, video, foto dan lain sebagainya. Hal-hal semacam tersebut di atas selain secara mudah telah dapat didigitalisasi oleh komputer, dapat pula dimanipulasi tanpa susah payah, sehubungan dengan hal ini, pengadilan berpegang pada prinsip originalitas (mencari bukti yang asli).

Dalam melakukan kegiatan *E-commerce*, tentu saja memiliki payung hukum, terutama di negara Indonesia. Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Internet dan Transaksi Elektronik, walaupun belum secara keseluruhan mencakup atau memayungi segala perbuatan atau kegiatan di dunia maya, namun

telah cukup untuk dapat menjadi acuan atau patokan dalam melakukan kegiatan *cyber* tersebut.

Beberapa pasal dalam Undang-undang Internet dan Transaksi Elektronik yang berperan dalam *E-commerce* adalah sebagai berikut:

1. Pasal 2

Undang-undang ini berlaku untuk setiap orang yang melakukan perbuatan hukum, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini, baik yang berada di wilayah hukum Indonesia maupun di luar wilayah hukum Indonesia, yang memiliki akibat hukum di wilayah hukum Indonesia dan atau di luar wilayah hukum Indonesia dan merugikan kepentingan Indonesia.

2. Pasal 9

Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen dan produk yang ditawarkan.

3. Pasal 10

- (1) Setiap pelaku usaha yang menyelenggarakan transaksi elektronik dapat disertifikasi oleh Lembaga Sertifikasi Keandalan.
- (2) Ketentuan mengenai pembentukan Lembaga Sertifikasi Keandalan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan Peraturan Pemerintah.

4. Pasal 18

- (1) Transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak.
- (2) Para pihak memiliki kewenangan untuk memilih hukum yang berlaku bagi transaksi elektronik internasional yang dibuatnya.
- (3) Jika para pihak tidak melakukan pilihan dalam transaksi elektronik internasional, hukum yang berlaku didasarkan pada asas Hukum Perdata Internasional
- (4) Para Pihak memiliki kewenangan untuk menetapkan forum pengadilan, arbitrase atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya yang berwenang menangani sengketa yang timbul dari Transaksi Elektronik Internasional yang dibuatnya.

- (5) Jika para pihak melakukan pilihan forum sebagaimana dimaksud pada ayat (4), penetapan kewenangan pengadilan, arbitrase atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya yang berwenang menangani sengketa yang mungkin timbul dari transaksi tersebut, didasarkan pada asas Hukum Perdata internasional.

5. Pasal 20

- (1) Kecuali ditentukan lain oleh para pihak, Transaksi Elektronik terjadi pada saat penawaran transaksi yang dikirim pengirim telah diterima dan disetujui penerima.
- (2) Persetujuan atas penawaran Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus dilakukan dengan pernyataan penerimaan secara elektronik.

6. Pasal 21

- (1) Pengirim atau penerima dapat melakukan transaksi elektronik sendiri, melalui pihak yang dikuasakan olehnya atau melalui Agen Elektronik.
- (2) Pihak yang bertanggungjawab atas segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur sebagai berikut:
- a. Jika dilakukan sendiri, segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik menjadi tanggungjawab para pihak yang bertransaksi.
 - b. Jika dilakukan melalui pemberian kuasa, segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik menjadi tanggungjawab pemberi kuasa
 - c. Jika dilakukan melalui Agen Elektronik, segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik menjadi tanggungjawab penyelenggara Agen Elektronik.
- (3) Jika kerugian Transaksi Elektronik disebabkan gagal beroperasinya Agen Elektronik akibat tindakan pihak ketiga secara langsung terhadap

sistem elektronik, segala akibat hukum menjadi tanggungjawab penyelenggara Agen Elektronik.

- (4) Jika kerugian Transaksi Elektronik disebabkan gagal beroperasinya Agen Elektronik akibat kelalaian pihak pengguna jasa layanan, segala akibat hukum menjadi tanggungjawab pengguna jasa layanan.
- (5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak berlaku dalam hal dapat dibuktikan terjadinya keadaan memaksa, kesalahan dan atau kelalaian pihak pengguna sistem elektronik.

7. Pasal 22

- (1) Penyelenggara Agen Elektronik tertentu harus menyediakan fitur pada Agen Elektronik yang dioperasikannya yang memungkinkan penggunanya melakukan perubahan informasi yang masih dalam proses transaksi.
- (2) Ketentuan lebih lanjut mengenai penyelenggara Agen Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan Peraturan Pemerintah.

8. Pasal 30

- (1) Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum mengakses komputer dan atau sistem elektronik milik orang lain dengan cara apapun.
- (2) Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak melawan hukum mengakses komputer dan atau sistem elektronik dengan cara apapun dengan tujuan untuk memperoleh informasi elektronik dan atau dokumen elektronik.
- (3) Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum mengakses komputer dan atau sistem elektronik dengan cara apapun dengan melanggar, menerobos, melampaui atau menjebol sistem pengamanan.

9. Pasal 46

- (1) Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam)

tahun dan atau denda paling banyak Rp 600.000.000,00 (enam ratus juta rupiah).

(2) Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30 ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan atau denda paling banyak Rp 700.000.000,00 (tujuh ratus juta rupiah).

(3) Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30 ayat (3) dipidana dengan pidana penjara paling lama 8 (delapan) tahun dan atau denda paling banyak Rp 800.000.000,00 (delapan ratus juta rupiah).

4. Contoh Kasus dalam *E-commerce*

Dalam beberapa dekade terakhir ini, banyak sekali perbuatan-perbuatan pemalsuan (*forgery*) terhadap surat-surat dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan bisnis. Perbuatan-perbuatan pemalsuan surat itu telah merusak iklim bisnis di Indonesia. Dalam KUH Pidana memang telah terdapat Bab Khusus yaitu Bab XII yang mengkriminalisasi perbuatan-perbuatan pemalsuan surat, tetapi ketentuan-ketentuan tersebut sifatnya masih sangat umum. Pada saat ini surat-surat dan dokumen-dokumen yang dipalsukan itu dapat berupa *elektronik document* yang dikirimkan atau disimpan di *electronic files* badan-badan atau institusi-institusi pemerintah, perusahaan atau perorangan. Seyogyanya Indonesia memiliki ketentuan-ketentuan pidana khusus yang berkenaan dengan pemalsuan surat dan dokumen dengan membedakan jenis surat atau dokumen pemalsuan yang merupakan *lex specialist* di luar KUH Pidana.

Di Indonesia pernah terjadi kasus *cybercrime* yang berkaitan dengan kejahatan bisnis, tahun 2000 beberapa situs web Indonesia diacak-acak oleh *craker* yang menamakan dirinya *Fabianclone* dan Naisenodni. Situs tersebut adalah antara lain milik BCA, Bursa Efek Jakarta dan Indosatnet (Agus Raharjo, 2002:37).

Selanjutnya pada bulan September dan Oktober 2000, seorang *craker* dengan julukan *fabianclone* berhasil menjebol *web* milik Bank Bali. Bank ini memberikan layanan *internet banking* pada nasabahnya. Kerugian yang ditimbulkan sangat besar dan mengakibatkan terputusnya layanan nasabah (Agus Raharjo, 2000:38).

Kejahatan lainnya yang dikategorikan sebagai *cybercrime* dalam kejahatan bisnis adalah *Cyber Fraud*, yaitu kejahatan yang dilakukan dengan melakukan penipuan lewat internet, salah satu diantaranya adalah dengan melakukan kejahatan terlebih dahulu yaitu mencuri nomor kartu kredit orang lain dengan meng-*hack* atau membobol situs pada internet.

Menurut riset yang dilakukan perusahaan *Security Clear Commerce* yang berbasis di Texas, menyatakan Indoensia berada di urutan kedua setelah Ukraina (Shintia Dian Arwida, 2002).

Cyber Squalling yang dapat diartikan sebagai mendapatkan, memperjualbelikan atau menggunakan suatu nama domain dengan itikad baik atau jelek. Di Indonesia kasus ini pernah terjadi antara PT Mustika Ratu Tjandra, pihak yang mendaftarkan nama domain tersebut (Iman Sjahputra, 2002:151-152).

Satu kasus lagi yang berkaitan dengan *cybercrime* di Indonesia, kasus tersebut diputus di Pengadilan Negeri Sleman dengan terdakwa Petrus Pangkur alias Bonny Diobok Obok. Dalam kasus tersebut, terdakwa didakwa melakukan *cybercrime*. Dalam amar putusannya Majelis Hakim berkeyakinan bahwa Petrus Pangkur alias Bonny Diobok Obok telah membobol kartu kredit milik warga Amerika Serikat, hasil kejahatannya digunakan untuk membeli barang-barang seperti helm dan sarung tangan merek AGV. Total harga barang yang dibelinya mencapai Rp 4.000.000,- (Pikiran Rakyat, 31 Agustus 2002).

Namun, beberapa kasus yang berkaitan dengan *cybercrime* dalam kejahatan bisnis jarang yang sampai ke meja hijau, hal ini dikarenakan masih terjadi perdebatan tentang regulasi yang berkaitan kejahatan. Terlebih mengenai UU No. 11 Tahun 2008 Tentang Elektronika yang sampai dengan

hari ini walaupun telah disahkan pada tanggal 21 April 2008 belum dikeluarkan Peraturan Pemerintah untuk sebagai penjelasan dan pelengkap terhadap pelaksanaan Undang-Undang tersebut.

Di samping itu, banyaknya kejadian tersebut tidak dilaporkan oleh masyarakat kepada pihak kepolisian sehingga *cybercrime* yang terjadi hanya ibarat angin lalu dan diderita oleh sang korban.

D. KESIMPULAN

1. Definisi dari *E-commerce* sendiri sangat beragam, tergantung dari perspektif atau kacamata yang memanfaatkannya. *Association for Electronic Commerce* secara sederhana mendefinisikan *E-commerce* sebagai “mekanisme bisnis secara elektronik”. *Commercenet*, sebuah konsorsium industri, membeirkan definisi yang lebih lengkap, yaitu “penggunaan jejaring komputer (komputer yang saling terhubung) sebagai sarana penciptaan relasi bisnis”. Tidak puas dengan definisi tersebut, *CommerceNet* menambahkan bahwa di dalam *E-commerce* terjadi “proses pembelian dan penjualan jasa atau produk antara dua belah pihak melalui internet atau pertukaran dan distribusi informasi antar dua pihak di dalam satu perusahaan dengan menggunakan intranet”.
2. Permasalahan-permasalahan yang mendasar dalam *E-commerce* antara lain:

Pertama, di dalam dunia maya, virtualisasi merupakan konsep utama yang mendasari bentuk dan struktur sebuah perusahaan. Di dalam perusahaan virtual, aset-aset yang bersifat fisik sedapat mungkin ditiadakan. Para pelanggan yang ada di seluruh dunia tidak berhadapan dengan institusi melalui transaksi fisik yang melibatkan bangunan, orang dan benda-benda riil lainnya, melainkan hanya berhadapan dengan sebuah situs elektronik. Cukup dengan uang \$35 setahun (untuk memesan sebuah domain alamat), sebuah perusahaan dapat berdiri dan menawarkan jasa atau produknya ke berbagai negara, tanpa harus dibebani dengan berbagai urusan administratif. Penerapan pasal-pasal *cyberlaw* yang mempersulit

pendirian sebuah perusahaan akan mengurangi niat pemain-pemain baru untuk mendirikan perusahaan virtual, yang artinya akan membuat lesu industri di dunia maya.

Kedua, model bisnis yang diterapkan cenderung menghilangkan segala bentuk mediasi. Hal ini dimungkinkan terjadi karena melalui jaringan internet, individu dapat dengan mudah melakukan transaksi dengan individu lain (atau antar perusahaan) secara cepat. Fenomena ini adalah bentuk sederhana dari sebuah pasar bebas dimana kedua belah pihak yang bertransaksi secara sadar melakukan pertukaran jasa atau produk dengan resiko yang disadari bersama. Penerapan pasal-pasal *cyberlaw* yang mengurangi keuntungan maksimum yang selama ini didapatkan oleh kedua belah pihak yang melakukan transaksi akan berakibat berkurangnya frekuensi dan volume bisnis di Internet.

Ketiga, batasa antara produsen dan konsumen menjadi kabur. Istilah yang berkembang adalah "prosumer" karena model bisnis yang ada di dunia maya memungkinkan seseorang untuk menjadi produsen dan konsumen pada saat yang bersamaan (seperti kasus keanggotaan *American Online*, *E-Groups*, *Geocities*, dsb). Penerapan pasal-pasal *cyberlaw* yang mendasarkan diri pada sistem ekonomi konvensional (seperti hukum permintaan dan penawaran) akan mencegah tumbuhnya berbagai model bisnis yang selama ini menjadi daya tarik dan keunggulan dari dunia maya.

Keempat, adalah suatu kenyataan bahwa sebuah perusahaan virtual tidak dapat mengerjakan seluruh bisnisnya sendiri, harus melakukan kerja sama dengan berbagai perusahaan virtual lainnya (seperti *merchants*, *contact providers*, *technology vendors*, dsb). Hal ini berakibat adanya ketergantungan antar perusahaan di internet yang sangat tinggi. Penerapan pasal-pasal *cyberlaw* yang mempermudah sebuah perusahaan untuk gulung tikar akan berakibat runtuhnya bisnis beberapa perusahaan lain yang bergantung padanya.

Kelima, sumber daya utama yang mutlak dibutuhkan dalam proses penciptaan produk dan jasa adalah pengetahuan (*knowledge*). Karena pengetahuan pada dasarnya melekat pada sumber daya manusia (unsur-unsur kreativitas, intelektual, emosional, dsb), tidak mengenal batasan negara dan mudah dipertukarkan maupun dikomunikasikan maka segala bentuk proteksi menjadi tidak relevan dan efektif untuk diterapkan. Penerapan pasal-pasal *cyberlaw* yang bersifat membatasi dan mengekang individu untuk mempergunakan atau mempertukarkan pengetahuan yang dimilikinya akan berdampak berkurangnya jenis produk atau jasa yang mungkin diciptakan.

Dari kelima prinsip utama di atas terlihat bahwa perumusan dan pengembangan *cyberlaw* harus dilakukan secara ekstra hati-hati. Dunia maya merupakan satu-satunya area bisnis saat ini yang telah menerapkan konsep pasar bebas dan globalisasi informasi secara hampir sempurna. Keberadaan *cyberlaw* pada dasarnya sangat dibutuhkan bukan semata-mata untuk melindungi hak-hak konsumen atau menegakkan keadilan dalam aturan main bisnis, namun lebih jauh untuk mencegah terjadinya "chaos" di dunia maya. Karena walau bagaimanapun, kekacauan di dunia maya akan berdampak secara langsung terhadap kehidupan manusia di dunia nyata.

3. Penerapan *cyberlaw* yang bertentangan dengan prinsip-prinsip dasar ekonomi digital dapat berakibat tidak berkembangnya model transaksi bisnis modern ini. Pemikiran mengenai *cyberlaw* ada baiknya untuk mulai dibuka dan dipandang serius. Hal ini sangat perlu dilakukan mengingat banyaknya para praktisi hukum, manajemen, bisnis dan teknologi informasi yang ingin buru-buru menyusun dan membuat konsepnya tanpa pemahaman yang lengkap dan memadai mengenai konsep perdagangan elektronik, atau yang lebih dikenal sebagai *E-commerce*. Gagal memahami dan mengerti mengenai bagaimana konsep bisnis di dunia maya terjadi dapat membuat keberadaan *cyberlaw* menjadi kontraproduktif. Implementasi *cyberlaw* yang pada mulanya ditujukan untuk

menggairahkan bisnis *E-commerce* tidak mustahil malah berdampak sebaliknya, yaitu mematikan pertumbuhan konsep bisnis yang sedang menjadi trend di berbagai belahan dunia. *E-commerce* merupakan salah satu varian dari *E-business* yang hanya akan secara efektif beroperasi jika prinsip-prinsip ekonomi digital dipenuhi.

4. Kasus-kasus *cybercrime* dalam bidang *E-commerce* sebenarnya banyak sekali terjadi, namun di tengah keterbatasan teknologi dan sumber daya manusia di bidang penyelidikan dan penyidikan, banyak kasus-kasus yang tidak terselesaikan bahkan tidak sempat dilaporkan oleh korban.

E. SARAN

Teknologi telah berkembang pesat dan mempengaruhi berbagai aspek kehidupan termasuk bisnis. Perkembangan teknologi komputer, telekomunikasi dan informasi telah berjalan sedemikian rupa, sehingga kondisi saat ini sudah sangat jauh berbeda dengan beberapa waktu yang lalu. Pemanfaatan teknologi tersebut telah mendorong pertumbuhan bisnis yang pesat, karena berbagai informasi telah dapat disajikan dengan canggih dan mudah diperoleh dan melalui hubungan jarak jauh dengan memanfaatkan teknologi telekomunikasi dapat digunakan untuk bahan melakukan langkah bisnis selanjutnya, pihak-pihak yang terkait dalam transaksi tidak perlu bertemu *face to face*, cukup melalui peralatan komputer dan telekomunikasi, kondisi yang demikian merupakan pertanda dimulainya era *cyber* dalam bisnis.

Perkembangan teknologi khususnya internet, menyebabkan sebuah era baru yang disebut sebagai dunia maya, yang berarti bahwa setiap individu memiliki hak dan kemampuan untuk berhubungan dengan individu yang lain. Internet memberikan manfaat bagi para pelaku bisnis. Internet tidak lagi digunakan perusahaan hanya untuk sekedar mendapatkan informasi, melainkan sudah menjadi bagian penting dalam perusahaan khususnya dalam kegiatan transaksi. Transaksi tidak lagi berlangsung secara manual, namun hanya dengan "klik" transaksi dapat terjadi. Kegiatan bisnis seperti inilah yang

dilakukan antara dua pihak atau lebih, terjadi adanya pertukaran barang, jasa atau informasi yang menggunakan internet sebagai media utama dalam proses atau mekanisme perdagangan tersebut.

Di satu sisi, internet memberikan manfaat bagi para pelaku bisnis yang dapat memungkinkan adanya transaksi secara global. Namun, di sisi lain internet juga tidak terlepas dari adanya kelemahan terutama dalam tindak kejahatan atau kecurangan komputer dan internet. Bukan hanya karena dikerjakan oleh komputer, maka segala kegiatan bisnis berjalan lancar dan benar. *E-commerce* juga tidak lepas dari adanya kesalahan dan rawan akan tindak kejahatan. Untuk itu, dibutuhkan sistem keamanan yang dapat memberikan jaminan bagi perusahaan yang menjalankan *E-commerce*. Hal inilah yang menuntut adanya kemampuan baru bagi auditor untuk melaksanakan tugasnya baik auditor internal maupun auditor eksternal.

Adanya hukum siber (*cyberlaw*) akan membantu pelaku bisnis dan auditor untuk melaksanakan tugasnya. *Cyberlaw* memberikan rambu-rambu bagi para pengguna internet. Pengguna internet dengan bebas ketika tidak ada peraturan yang mengikat dan "memaksa". Namun, adanya peraturan atau hukum yang jelas akan membatasi pengguna agar tidak melakukan tindak kejahatan dan kecurangan dengan menggunakan internet. Bagi auditor, selain menggunakan standart baku dalam mengaudit sistem informasi, hukum yang jelas dan tegas dapat meminimalisasikan adanya tindak kejahatan dan kecurangan sehingga memberikan kemudahan yang diberikan akan menumbuhkan kepercayaan di mata masyarakat pengguna sehingga diharapkan pelaksanaan *E-commerce* khususnya di Indoensia dapat berjalan dengan baik.

Dan juga saran yang paling utama adalah:

1. Agar ditingkatkan sumber daya manusia para penegak hukum di Indonesia melalui pelatihan-pelatihan yang secara khusus membahas permasalahan-permasalahan yang berkaitan dengan teknologi informasi khususnya bidang *E-commerce*.

2. Pemerintah agar mensosialisasikan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Internet dan Transaksi Elektronik dan segera mengeluarkan Peraturan Pemerintah sebagai pedoman pelaksana undang-undang tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Wahid, Mohammad Labib. 2005. *Kejahatan Mayantara, Cyber Crime*, Refika Aditama. Bandung.
- Barda Nawawi Arief,. 2006. *Tindak Pidana Perkembangan Kajian Cyber Crime Di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Press
- Budi Rahardjo. 1998-2005. *Keamanan Sistem Informasi Berbasis Internet*. Banskung: Insane Indonesia.
- Cambridge William Gibson. 1984. *Neuromancer New York: Ace Hal 51*, Dikutip Dari Agus Raharjo, Cybercrime,, Citra Aditya, Bandung. 2002.
- Didik M Arief Mansur, Gultom, Elisatris. 2009. *Cyberlaw Aspek Hukum Teknologi Informasi*. Bandung: Cet. Ke-2.
- Eoghan Casey. *Digital Evidence And Computer Crime*. (London: A Harcourt Science And Technology Company, 2001)
- Ricardus Eko Indrajit. *E-Business: Konsep Dan Aplikasi E-Business*. Edisi Koleksi Dan Pemikiran. Editor Yurindra
- _____. *E-commerce. Kiat Dan Strategi Di Dunia Maya*. Edisi Koleksi Dan Pemikiran. Editor Yurindra
- Didik M Arief Mansur, Gilton, Elisatris. 2009. *Cyber Law Aspek Hukum Teknologi Informasi*. Bandung: Refika Aditama Cet. Ke-2. Hal 35-36