

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

Roida Nababan¹, Michael Ntuacademy²

^{1,2}Universitas HKBP Nommensen Medan

roidanababano81@gmail.com¹, mic.id9@gmail.com²

Abstract

This research aims to determine the legal aspects of contracts in trading via the internet (e-commerce) in terms of contract law, as well as to determine the factors driving and inhibiting the implementation of e-commerce so that solutions can be found to problems in e-commerce contracts. This research, seen from its objectives, includes a descriptive type of normative legal research using qualitative methods. Data sources come from secondary data sources, namely literature, regulations, reports, archives and the internet. After the data was obtained, qualitative data analysis was carried out using non-statistical analysis. Based on the results of the research and data analysis that has been carried out, it can be seen that contracts in trading via the internet (e-commerce) have fulfilled several legal aspects of agreements in Book III of the Civil Code regarding the legal requirements, namely the agreement of the parties, a certain matter and the reasons why halal, even though it flows towards the element of maturity as a requirement for skill to enter into an agreement cannot be fulfilled, contracts in e-commerce are still valid and binding and become law for the parties who make them as long as the parties do not dispute it. This is because the skill requirement to enter into an agreement is a subjective requirement, which means that even if the skill requirement is not met, the contract in e-commerce made and agreed upon by the parties is still valid, but as a result of the contract, one of the parties can request an exemption. Apart from that, contracts in e-commerce fulfill the principles of agreement in the Civil Code. As well as the existence of factors encouraging and inhibiting the implementation of trading via the internet and also solutions to problems that arise in trading contracts via the internet (e-commerce). Solutions to problems arising from contracts in e-commerce such as authenticity, legality, data confidentiality can be overcome by the use of cryptography, digital signatures (digital signatures). Apart from that, the problem of announcing the choice of law can be overcome by using The Most Characteristic Connection, which means that the law used is the law of reporting the most prestige.

Keywords: Contract, Electronic Contract, Conventional Contract, Agreement

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aspek hukum kontrak dalam perdagangan melalui internet (e-commerce) ditinjau dari hukum perjanjian, serta untuk mengetahui faktor pendorong dan penghambat pelaksanaan e-commerce sehingga dapat ditemukan solusi atas permasalahan dalam kontrak e-commerce. Penelitian ini dilihat dari tujuannya termasuk jenis penelitian hukum normatif bersifat deskriptif dengan menggunakan metode kualitatif.

Sumber data berasal dari sumber data sekunder yaitu, literatur, peraturan perundang-undangan, laporan, arsip, dan internet. Setelah data diperoleh lalu dilakukan analisis data kualitatif dengan analisis non statistik. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa kontrak dalam perdagangan melalui internet (e-commerce) telah memenuhi beberapa aspek hukum perjanjian dalam Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata mengenai syarat sahnya perjanjian yaitu kesepakatan para pihak, suatu hal tertentu dan sebab yang halal, meskipun pemenuhan terhadap unsur kedewasaan sebagai syarat kecakapan untuk mengadakan suatu perikatan tidak dapat terpenuhi, kontrak dalam e-commerce tetap sah dan mengikat serta menjadi undang-undang bagi para pihak yang membuatnya sepanjang para pihak tidak mempermasalahkannya. Hal ini dikarenakan syarat kecakapan untuk mengadakan perikatan termasuk dalam syarat subjektif yang berarti meskipun syarat kecakapan tidak terpenuhi, kontrak dalam e-commerce yang dibuat dan disepakati oleh para pihak tetap sah, namun berakibat terhadap kontrak tersebut dapat dimintakan pembatalan oleh salah satu pihak. Selain itu kontrak dalam e-commerce telah memenuhi asas-asas perjanjian dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Serta adanya faktor pendorong serta penghambat pelaksanaan perdagangan melalui internet dan juga solusi atas permasalahan yang muncul dalam kontrak perdagangan melalui internet (e-commerce). Solusi atas permasalahan yang muncul dari kontrak dalam e-commerce seperti keaslian, keabsahan, kerahasiaan data dapat diatasi dengan penggunaan kriptografi, digital signature (tanda tangan digital). Selain itu masalah yurisdiksi pilihan hukum dapat diatasi dengan penggunaan *The Most Characteristic Connection* yang berarti bahwa hukum yang digunakan adalah hukum pemberi prestasi terbanyak.

Kata kunci : Kontrak, Kontrak Elektronik, Kontrak Konvensional, Perjanjian

A. Pendahuluan

Perdagangan dewasa ini sangat pesat kemajuannya. Perkembangan tersebut tidak hanya pada apa yang diperdagangkan tetapi juga pada tata cara dari perdagangan itu sendiri. Pada awalnya perdagangan dilakukan secara barter antara dua belah pihak yang langsung bertemu dan bertatap muka yang kemudian melakukan suatu kesepakatan mengenai apa yang akan dipertukarkan tanpa ada suatu perjanjian. Setelah ditemukannya alat pembayaran maka lambat laun berter berubah menjadi kegiatan jual beli sehingga menimbulkan perkembangan tata cara perdagangan. Tata cara perdagangan kemudian berkembang dengan adanya suatu perjanjian diantara kedua belah pihak yang sepakat mengadakan suatu perjanjian perdagangan yang di dalam perjanjian tersebut mengatur mengenai apa hak dan kewajiban diantara kedua belah pihak.¹

Kecanggihan teknologi berdampak pada tatanan adat istiadat, bahasa, pendidikan dan aspek lain yang dialami dan dilakukan oleh manusia. Serba mudah adalah dampak yang diberikan oleh kecanggihan teknologi kepada manusia dalam melakukan pekerjaan. Sebagai contoh telepon genggam untuk berkomunikasi dalam jarak yang jauh, robot diciptakan untuk membantu pekerjaan rumah, internet sebagai koneksi ke berbagai penjuru dunia dan sebagainya. Perkembangan ekonomi di Indonesia melaju cepat dalam beberapa tahun belakangan ini. teknologi dalam segala bidang. Tidak terkecuali pada bisnis *online*.

Kemudian, pada tahun 1996, muncul *Dyviacom Intrabumi* atau *D-Net* yang dianggap sebagai perintis jual beli *online*. Kehadiran media transaksi ini tentu saja menjadi kabar yang baik tidak hanya pemilik bisnis melainkan konsumen. Dengan menggunakan internet, proses transaksi akan jauh lebih mudah. Akan tetapi, pada mulanya, penggunaan internet hanya

sebatas menampilkan produk. Untuk transaksi pembayaran, tetap saja antara penjual dan konsumen harus bertemu. Istilah tersebut kemudian hari dinamakan *cash on delivery* (COD). Seiring berkembangnya kemajuan teknologi, hadir pula toko *online*. Kemudian, inilah titik mula munculnya e-commerce Indonesia. Selain itu e-commerce juga dapat diartikan sebagai suatu cara berbelanja atau berdagang secara online atau *direct selling* yang memanfaatkan fasilitas internet dimana terdapat website yang dapat menyediakan layanan *get and deliver*.⁷ Perkembangan ini semakin memudahkan orang maupun perusahaan untuk melakukan berbagai macam transaksi bisnis khususnya perdagangan. Perjanjian e-commerce yang dilakukan oleh para pihaknya bukan seperti layaknya perjanjian pada umumnya, tetapi perjanjian tersebut dapat dilakukan meskipun tanpa adanya pertemuan langsung antara kedua belah pihak, namun perjanjian antar para pihak tersebut dilakukan secara elektronik. Era Pertengahan Tahun 2010-2011, satu per satu e-commerce di Indonesia mulai menampakkan diri. Salah satunya Go-Jek. Aplikasi yang pada mulanya hanya mengantar dan menjemput pelanggan. Namun kini bertambah fiturnya dengan pemesanan makanan hingga membayar tagihan listrik, telepon, dan sebagainya. Tidak heran apabila Go-Jek dikatakan sebagai *startup* dengan level Unicorn karena valuasinya mencapai Rp1 miliar lebih. Inovasi yang dilakukan oleh Go-Jek memberikan banyak inspirasi ke e-commerce lainnya. Maka kemunculan Go-Jek jugadiikuti oleh e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak dan sebagainya.

Era Keemasan Saat ini, bisa dikatakan bahwa era keemasan e-commerce di Indonesia. Anda akan sangat jarang menemukan konsumen yang membelanjakan uangnya tidak melalui e-commerce. Apalagi saat pandemi seperti ini. Semuanya hanya butuh klik dan transaksi akan terjadi. E-commerce di Indonesia yang sudah populer dan memiliki reputasi yang baik adalah seperti www.bhineka.com, www.blibli.com, www.gramedia.com, Shoope dan Lazada. E-commerce adalah sebuah layanan internet yang dimanfaatkan untuk jual-beli. Dengan e-commerce telah banyak merubah dalam proses jual-beli. Jika dalam suatu jual-beli penjual dan pembeli bertemu, namun jika dengan e-commerce mereka tidak perlu bertemu, mereka berinteraksi dengan melalui internet maupun dengan komunikasi melalui telepon. Dalam proses ini kepercayaanlah yang menjadi modal utama. Karena tanpa kepercayaan kedua belah pihak, maka proses jual-beli e-commerce bisa terjadi dan terlaksana. Namun dengan perkembangan yang semakin pesat, maka banyak toko online / e-commerce bermunculan. Baik mereka dengan memanfaatkan blog, social media, website.

B. Metode Penelitian

Metode artinya adalah “jalan ke”, sedangkan penelitian adalah suatu kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan analisis dan konstruksi, yang dilakukan secara metodologis, sistematis, dan konsisten.²⁹ Metode merupakan cara yang utama yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan, untuk mencapai tingkat ketelitian, jumlah, dan jenis yang dihadapi. Akan tetapi dengan mengadakan klasifikasi yang berdasarkan pada pengalaman, dapat ditentukan teratur dan terpikirkannya alur yang runtut dan baik untuk mencapai suatu maksud. Penelitian adalah suatu usaha untuk menemukan, mengembangkan, dan menguji kebenaran suatu pengetahuan, gejala atau hipotesa, usaha mana dilakukan dengan menggunakan metode ilmiah.

Dengan demikian metode penelitian adalah jalan yang dilakukan berupa serangkaian kegiatan ilmiah yang dilakukan secara metodologis, sistematis, dan konsisten untuk memperoleh data yang lengkap yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, sehingga

tujuan penelitian dapat dicapai. Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : Jenis penelitian yang penulis pergunakan dalam penyusunan penulisan hukum ini adalah penelitian hukum doktrinal/normatif atau penelitian hukum kepustakaan, yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier.

Bahan-bahan tersebut disusun secara sistematis, dikaji, kemudian ditarik suatu kesimpulan dalam hubungannya dengan masalah yang diteliti. Hal ini sesuai dengan pandangan Soerjono Soekanto, bahwa penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder belaka, dapat dinamakan penelitian hukum normatif atau penelitian hukum kepustakaan. Penelitian hukum normatif atau kepustakaan tersebut mencakup.³⁰

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

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

Sifat penelitian yang digunakan penulis dalam penulisan hukum ini adalah deskriptif, yaitu menggambarkan serta menguraikan semua data yang diperoleh dari hasil studi kepustakaan yang berkaitan dengan judul penulisan hukum yang secara jelas dan rinci kemudian dianalisis guna menjawab permasalahan yang diteliti. Pendekatan penelitian dalam penulisan hukum ini adalah pendekatan normatif/juridis. Pendekatan ini merupakan metode pendekatan yang mengkonsepsikan hukum sebagai norma, kaidah, asas, atau dogma-dogma (yang seharusnya).

C. Hasil dan Pembahasan

Pemenuhan terhadap Syarat Sahnya Suatu Perjanjian

Berdasarkan Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 alinea keempat yang berbunyi : “Kemudian dari pada itu untuk membentuk suatu pemerintah negara Indonesia yang melindungi segenap bangsa Indonesia ...”, merupakan landasan hukum dalam upaya melindungi segenap bangsa Indonesia, tidak terkecuali bagi orang-orang yang melakukan perbuatan hukum tertentu seperti transaksi jual beli secara elektronik. Indonesia merupakan negara hukum sehingga setiap warga negara bersamaan kedudukannya dalam hukum, sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Dasar 1945.

Menurut Pasal II Aturan Peralihan Undang-Undang Dasar 1945, disebutkan bahwa segala badan negara dan peraturan yang ada masih tetap berlaku sebelum diadakan yang baru menurut Undang-Undang Dasar 1945 ini. Ketentuan tersebut mengandung arti bahwa peraturan perundangundangan yang ada di Indonesia masih tetap berlaku seperti Kitab

Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) dan peraturan perundangundangan lainnya apabila ketentuan termaksud memang belum diubah atau dibuat yang baru.

Berbicara mengenai transaksi jual beli secara elektronik, tidak terlepas dari konsep perjanjian secara mendasar sebagaimana termuat dalam Pasal 1313 KUH Perdata yang menegaskan bahwa perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.

Ketentuan yang mengatur tentang perjanjian terdapat dalam Buku III KUHPerdata, yang memiliki sifat terbuka artinya ketentuan-ketentuannya dapat dikesampingkan, sehingga hanya berfungsi mengatur saja.

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

Demikian juga halnya dengan perjanjian atas adanya kesepakatan untuk melakukan transaksi perdagangan. E-commerce sebagai dampak dari perkembangan teknologi memberikan implikasi pada berbagai sektor, implikasi tersebut salah satunya berdampak pada sektor hukum, pengaturan mengenai masalah ecommerce di Indonesia belum ada aturan yang secara khusus mengatur mengenai masalah tersebut. Pengaturan mengenai e-commerce masih menggunakan aturan dalam Buku III KUHPerdata khususnya pengaturan mengenai masalah perjanjian yang terjadi dalam e-commerce. Perjanjian dalam e-commerce terjadi antara kedua belah pihak yang mana salah satu pihak berjanji kepada pihak yang lain untuk melakukan sesuatu. Hal ini sesuai dengan Pasal 1313 KUHPerdata, yang mana disebutkan: *“Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih”*.

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

Sepakat Mereka yang Mengikatkan Dirinya

Terhadap syarat yang pertama ini maka segala perjanjian haruslah merupakan suatu hasil kesepakatan antara kedua belah pihak tidak boleh ada paksaan, kekhilapan, dan penipuan (*dwang, dwaling, bedrog*).

Kata sepakat di dalam perjanjian pada dasarnya adalah pertemuan antara persesuaian kehendak antara para pihak di dalam perjanjian. Seseorang dikatakan memberikan persetujuannya dan kesepakatannya jika ia memang menghendaki apa yang disepakati. Hal ini sesuai dengan asas konsensualisme dalam suatu perjanjian bahwa suatu kontrak yang telah dibuat maka telah sah dan mengikat secara penuh bagi para pihak yang membuatnya.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, perjanjian yang ada dalam transaksi e-commerce muncul karena adanya kesadaran dari para pihak untuk saling

mengikatkan diri. Pihak pembeli menyetujui atau menyepakati klausul kontrak yang telah disediakan oleh penjual. Klausul kontrak ini biasanya telah disediakan dan pembeli tinggal menyetujuinya dengan cara me-check pada kotak yang disediakan atau menekan tombol accept sebagai tanda persetujuan. Perjanjian dalam kontrak e-commerce merupakan suatu perjanjian take it or leave it.

Sehingga jika pembeli setuju maka ia akan menyetujui perjanjian tersebut, jika tidak maka pembeli tidak perlu melakukan persetujuan dan proses transaksi pun batal atau tidak terjadi. Perjanjian atau kontrak yang terjadi dalam e-commerce terjadi karena adanya kesepakatan, apabila dikaitkan dengan teori dalam perjanjian yang diungkapkan . maka untuk menentukan kapan suatu kesepakatan kehendak terjadi dapat digunakan sebagai suatu patokan untuk menentukan keterikatan seseorang pada perjanjian tertutup sehingga perjanjian dianggap telah mulai berlaku, Sehingga suatu kesepakatan kehendak antar para pihak telah terjadi ketika customer melakukan pengisian order form maupun form lainnya, dan merchant dengan menggunakan perangkat software menyetujuinya transaksi tersebut.

Teori Konfirmasi

Teori ini menjelaskan bahwa suatu kata sepakat telah ada atau dianggap telah terjadi ketika pihak yang melakukan penawaran mendapat jawaban atau konfirmasi jawaban dari pihak yang menerima tawaran.

Sehingga kata sepakat dalam transaksi ecommerce terjadi ketika merchant mendapat jawaban dari customer atas berita konfirmasi jawaban dari pihak yang melakukan penawaran termasuk juga informasi yang dikirimkan oleh customer yang telah memenuhi persyaratan atau dinyatakan valid.

Ada satu teori lagi yaitu teori kehendak (wilstheorie) yaitu teori yang berusaha untuk menjelaskan jika kontroversi antara apa yang dikehendaki dengan apa yang dinyatakan dalam perjanjian, maka apa yang dinyatakan tersebut dianggap tidak berlaku, akan tetapi teori tersebut tidak dapat digunakan untuk menentukan kapan terjadi suatu kesepakatan dalam perjanjian e-commerce karena tidak memberikan kepastian hukum bagi para pihaknya. Kesepakatan perjanjian atau kontrak e-commerce terjadi ketika customer menyepakati terhadap ketentuan atau syarat yang disodorkan oleh merchant. Hal tersebut terbukti ketika customer memberikan tanda check (√) pada kolom yang isinya bahwa ia sepakat dengan apa yang telah disyaratkan, serta pada saat customer mengisi form yang berisi mengenai data diri.

Jika dikaitkan dengan proses terjadinya kontrak e-commerce maka kesepakatan para pihak dapat terjadi melalui cara:

Kontrak melalui chatting dan video conference

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

Kontrak melalui e-mail

Kontrak melauai email dapat berupa kontrak e-mail murni di mana penawaran yang dikirim kepada seseorang atau kepada banyak orang yang tergabung dalam mailing list, penerimaan dan pemberitahuan seluruhnya dikirimkan melalui e-mail. Selain itu, kontrak melalui e-mail dapat berupa gabungan beberapa formula yang ketika penawaran barangnya

diberikan di situs web yang mengirimkan penawarannya, dan penerimaannya dikirimkan melalui e-mail.

Selain itu kontrak melalui e-mail jika dikaitkan dengan kontrak konvensional tidak menimbulkan persoalan, karena peraturan yang berkaitan dengan surat dapat diterapkan dalam kontrak melalui e-mail. Dengan model ini kesepakatan terjadi ketika seseorang yang menerima e-mail penawaran mengirimkan email balasan bahwa ia menerima penawaran tersebut.

Kontrak melalui web (situs)

Kontrak melalui web biasanya kompleks, karena melibatkan pihak-pihak di luar yang mengadakan kontrak. Pihak-pihak yang terkait diantaranya adalah pihak-pihak otentifikasi (penyedia sertifikat digital), lembaga keuangan yang memfasilitasi pembayaran melalui web, pemberi label yang mensertifikasi yang menyatakan bahwa halaman web tersebut adalah aman. Dalam model ini, kesepakatan terjadi ketika customer setuju dengan apa yang disebut user agreement yang berisi mengenai hak dan kewajiban customer, pada saat ia mendaftar sebagai anggota web tersebut. Berdasarkan uraian di atas maka pemenuhan syarat kesepakatan para pihak dalam membuat perjanjian atau kontrak dalam e-commerce dapat dipenuhi, sehingga perjanjian tersebut dari sudut pandang kesepakatan dianggap sah dan mengikat para pihaknya.

Kecakapan untuk Membuat Suatu Perikatan

Perkembangan internet menyebabkan terbentuknya suatu arena baru yang lazim disebut dengan dunia maya (cyberspace), dimana setiap individu mempunyai hak dan kemampuan untuk berhubungan dengan individu lain tanpa batasan apapun yang menghalanginya. Sehingga dengan adanya kebebasan untuk melakukan hubungan atau melakukan sesuatu maka tidak menutup kemungkinan bahwa setiap individu juga mempunyai kebebasan untuk mengadakan suatu kesepakatan atau perjanjian dengan individu lainnya. Demikian juga dalam e-commerce, setiap orang pun berhak mengadakan suatu perikatan. Untuk membuat suatu perjanjian diperlukan pemenuhan terhadap syarat sahnya suatu perjanjian, salah satu syarat tersebut adalah kecakapan untuk membuat suatu perikatan. Pada dasarnya, setiap orang yang telah dewasa atau akilbaliq dan sehat pikirannya adalah cakap untuk membuat perikatan, dimana hal ini disebutkan dalam Pasal 1329 KUHPerdara yaitu:

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

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

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

Pemenuhan Asas-asas Perjanjian dalam KUH Perdata

Berdasarkan hasil penelitian yang menemukan bahwa kontrak dalam e-commerce jika ditinjau dengan Hukum Perjanjian di Indonesia yang bersumber pada KUHPerdara adalah sah karena telah memenuhi syarat yang diharuskan baik syarat obyektif maupun syarat subyektif, maka sebagaimana halnya kontrak pada umumnya (konvensional) kontrak dalam e-commerce secara tidak langsung haruslah memenuhi

Faktor Pendukung Pelaksanaan Perdagangan Melalui Internet (ecommerce)

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

Cakupan yang luas

E-Commerce mempunyai kemampuan untuk menjangkau lebih banyak customer sehingga jangkauan pemasaran menjadi semakin luas dan tidak terbatas oleh area geografis dimana perusahaan berada dan setiap saat customer dapat mengakses seluruh informasi yang up date dan terus menerus. Sehingga informasi yang disampaikan selalu informasi terbaru, hal tersebut memberikan kemudahan bagi customer untuk mengetahui apakah barang yang akan ia pesan tersedia atau tidak.

Selain itu e-commerce memberikan kesempatan customer yang berada di belahan dunia manapun untuk dapat menggunakan sebuah produk atau service yang dihasilkan dari belahan dunia yang berbeda dan melakukan transaksi serta meraih informasi dari pihak merchant sepanjang tahun. Bagi merchant dengan cakupan dari e-commerce yang sangat luas yang dapat mencakup seluruh dunia memberikan keuntungan dalam sisi pemasaran dimana dapat mengurangi biaya untuk proses pemasaran produk yang dihasilkannya maupun yang dijual.

Proses transaksi yang cepat

Penggunaan teknologi informasi dalam proses e-commerce memberikan kemudahan dalam transaksi perdagangan, hal ini dimungkinkan karena proses transaksi tidak memerlukan pertemuan langsung antara kedua belah pihak, tetapi hanya diperlukan suatu komputer yang terkoneksi dengan jaringan internet. Penggunaan teknologi dalam proses perdagangan memberikan kemudahan dan kenyamanan serta keamanan, sehingga ketika proses transaksi telah terjadi maka pembayaran atas transaksi tersebut tidak memerlukan uang cash akan tetapi cukup dengan proses transfer melalui jasa pihak perbankan, dimana hal tersebut mempercepat proses transaksi. Selain itu, proses kesepakatan yang terjadi antar para pihaknya pun tidak memerlukan suatu pertemuan langsung, customer cukup dengan menekan tombol accept atau memberikan tanda check (√) sebagai tanda setuju atau sepakat terhadap kontrak yang disodorkan oleh pihak merchant sehingga tidak membutuhkan waktu yang lama untuk melakukan negosiasi mengenai isi dari kontrak tersebut, karena kontrak dalam e-commerce bersifat take it or leave it.

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

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

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

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

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

Adanya faktor pendorong tersebut diatas maka mendorong suatu kepuasan bagi customer terhadap segala kemudahan dan keuntungan yang diperoleh dengan adanya e-commerce yang pada akhirnya akan memberikan kepuasan yang disebabkan oleh kecepatan transaksi, pelayanan yang aman dan akurat serta memberikan kemudahan. Selain hal tersebut diatas, perdagangan secara elektronik jika dibandingkan dengan perdagangan secara konvensional maka akan sangat terlihat perbedaannya yang kemudian akan menunjukkan kemudahankemudahan yang diberikan oleh e-commerce.

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

Hal tersebut tentu saja membutuhkan biaya yang tidak sedikit dan terjadi suatu inefisiensi waktu, sehingga tujuan mencapai kepuasan dengan pelayanan yang cepat kepada customer tentu saja sulit untuk dicapai. Perdagangan secara elektronik (e-commerce) memberikan berbagai kemudahan yang mana kemudahan tersebut memberikan keuntungan bagi semua pihak. Keuntungan yang diperoleh dengan adanya e-commerce secara tidak langsung menjadikannya sebagai faktor yang mendorong terhadap pelaksanaan e-commerce itu sendiri. Keuntungan tersebut apabila dikelompokkan maka akan diperoleh hal sebagai berikut:

a. Ditinjau dari sisi Produsen (merchant)

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

- 7) Menurunkan biaya operasi (operating cost), penggunaan teknologi internet memungkinkan untuk melakukan kegiatan perdagangan selama 24 jam sehari, 7 hari seminggu, dimana hal tersebut tidak berpengaruh terhadap biaya yang dikeluarkan untuk biaya lembur untuk karyawan atau pegawai, karena segala sesuatunya dikerjakan oleh komputer yang tidak membutuhkan operator untuk menjalankan proses perdagangan, cukup hanya dengan penggunaan software tertentu maka segala aktivitas dalam transaksi perdagangan dapat dilakukan.
- 8) Penghematan besar yang dimungkinkan melalui e-mail, penghematan ini terjadi karena berkurang atau bahkan tidak ada sama sekali adanya penggunaan kertas dalam segala proses transaksi, dimana segala sesuatunya di dalam e-commerce menggunakan suatu data digital sehingga tidak membutuhkan kertas sebagai media, yang pada akhirnya memberikan penghematan besar terhadap pengeluaran dalam proses transaksi.

Ditinjau dari sisi Konsumen (customer)

Memungkinkan transaksi jual beli secara langsung, mudah dan nikmat, maksudnya adalah proses jual beli yang terjadi dalam ecommerce tidak membutuhkan perantara, dimana proses transaksi yang terjadi langsung antara merchant dengan customer. Sehingga, hal ini memberikan suatu kemudahan karena tidak perlu suatu proses transaksi yang berbelit-belit dan cenderung lama, yang pada akhirnya hal ini memberikan kenikmatan terhadap customer dalam melakukan transaksi perdagangan melalui internet.

Disintermediation adalah proses meniadakan calo dan pedagang perantara. Dengan kata lain, konsumen tidak perlu membayar lebih untuk sebuah barang atau jasa yang dibelinya. Penggunaan ecommerce merupakan proses transaksi langsung antara merchant dengan customer tanpa memerlukan perantara meskipun keberadaan para pihaknya jauh atau berbeda negara, dengan ecommerce customer dapat mengecek langsung keberadaan barang yang dibutuhkan, serta mendapatkan harga yang langsung diberikan oleh merchant, sehingga biaya yang dikeluarkan tidak jauh lebih mahal.

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

Menggunakan digital cash atau elektronik cash (e-cash). Tanpa harus membayar dengan uang tunai. Maksudnya adalah customer tidak perlu membawa uang tunai untuk membayar transaksi jual beli yang dilakukannya dengan pihak merchant, dimana pembayaran yang dilakukan oleh customer cukup dengan mentransfer sejumlah uang sesuai dengan harga barang yang dipesan plus ongkos kirim kepada rekening yang telah disediakan oleh pihak merchant, atau juga hanya dengan memasukan nomor kartu kredit yang dimiliki oleh customer dalam form pembayaran yang telah disediakan oleh pihak merchant. Sehingga dengan cara yang demikian semakin memberikan kemudahan dalam bertransaksi yang kemudian memberikan rasa aman karena tidak perlu membawa uang tunai dalam jumlah yang tidak sedikit untuk diserahkan kepada merchant yang penuh resiko terhadap tindak kejahatan seperti perampokan dan sebagainya.

Memberikan kesempatan konsumen yang berada di belahan dunia manapun untuk dapat menggunakan sebuah produk atau service yang dihasilkan dari belahan dunia yang berbeda dan melakukan transaksi dan meraih informasi dari pihak pertama sepanjang tahun tanpa terbatas oleh ruang dan waktu.

Memberikan kesempatan konsumen untuk mendapatkan produk atau service terbaik dari berbagai pilihan yang ada karena konsumen mendapat kesempatan untuk memilih berbagai jenis produk atau service secara langsung.

Memberikan kesempatan bagi konsumen yang terpisah tempat tinggalnya dari produsen untuk berinteraksi, berdiskusi, dan bertukar pengalaman. Sehingga akan sangat menguntungkan produsen untuk meningkatkan kualitas produk atau service sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen.

Ditinjau dari sisi Masyarakat umum dan Pemerintah

- 1) Semakin banyak manusia yang bekerja dan beraktifitas di rumah dengan menggunakan internet berarti mengurangi perjalanan untuk bekerja, belanja, dan aktifitas lainnya, sehingga mengurangi kemacetan jalan dan mereduksi polusi udara.
- 2) Meningkatkan daya beli dan kesempatan masyarakat untuk mendapatkan produk atau service yang terbaik karena perusahaan yang mengeluarkan produk atau service dapat menjualnya lebih murah karena biaya produksi yang rendah.
- 3) Mengurangi pengangguran karena masyarakat semakin bergairah untuk berbisnis karena cara kerja yang gampang dan tanpa modal yang besar.
- 4) Meningkatkan daya kreatifitas masyarakat, berbagai jenis produk dapat dipasarkan dengan baik, sehingga akhirnya juga membantu pemerintah untuk menggairahkan perdagangan khususnya usaha kecil menengah. Adanya berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh e-commerce, hal tersebut memacu pertumbuhan e-commerce di

Hambatan-hambatan tersebut tentu saja memberikan suatu keraguraguan bagi orang untuk mengimplementasikan atau melaksanakan serta menggunakan e-commerce untuk melakukan transaksi perdagangan, meskipun banyak kemudahan dan keuntungan yang ditawarkan dan diberikan oleh e-commerce. Hambatan-hambatan tersebut diantaranya adalah:

- a. Keaslian Data
 - b. Keabsahan (validity)
 - c. Kerahasiaan (confidentiality/privacy)
 - d. Keberadaan barang (availability)
 - e. Pembuktian kecakapan para pihak
 - f. Yurisdiksi
- a. Menimbulkan Tindak Pidana
 - b. Meningkatkan Individualisme.
 - c. Terkadang Menimbulkan Kekecewaan.
 - d. Tidak Manusiawi.

D. Kesimpulan

Pelaksanaan kontrak perdagangan secara konvensional dalam kenyataannya tidak mungkin terlepas dari suatu permasalahan, demikian juga halnya pelaksanaan kontrak perdagangan melalui internet (e-commerce).

Meskipun memiliki berbagai kemudahan dan keuntungan yang ditawarkan, pelaksanaannya juga tidak terlepas berbagai permasalahan. Permasalahan-permasalahan dalam pelaksanaan atau implementasi kontrak perdagangan melalui internet diantaranya yaitu:

1. Keaslian data
2. Keabsahan (validity)
3. Kerahasiaan (confidentiality/privacy) .
4. Keberadaan barang (availability)
5. Pembuktian kecakapan para pihak

6. Yurisdiksi

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

- a) Mail box theory (Teori Kotak Pos)
- b) Acceptance theory (Teori Penerimaan)
- c) Proper Law of Contract
- d) The most characteristic connection

Daftar Pustaka

Buku

- Abdulkadir Muhammad. 1986. Hukum Perjanjian. Bandung: Penerbit Alumni. 1992. Hukum Perikatan. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Abdul Halim Barakatullah dan Teguh Prasetyo. 2005. Bisnis E- Commerce Studi Sistem Keamanan Dan Sistem Hukum di Indonesia. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Adi Nugroho. 2006. e-Commerce "Memahami Perdagangan Modern di dunia Maya". Bandung: Informatika.
- Ahmad Bustami. 1999. Cara Mudah Belajar Internet. Home Site. dan HTML. Jakarta: Dinastindo. Hasanuddin Rahman. 2003. Contract Drafting. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- M Yahya Harahap. 1986. Segi-Segi Hukum Perjanjian. Bandung: Penerbit Alumni.
- Mariam Darus Badruzaman. 1983. Hukum Perdata Buku III dengan Penjelasan. Bandung: Penerbit Alumni.
- Moleong Lexy, 2002, Metode Penelitian Kualitatif, Bandung : CV. Remaja, hal 11
- Munir Fuady. 1999. Hukum Kontrak Dari Sudut Hukum Bisnis. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- _____. 2005. Pengantar Hukum Bisnis "Menata Bisnis Modern di Era Global". Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Onno W Purbo. 2000. Mengenal E-Commerce. Jakarta: PT Elek Media Komputindo.
- Soerjono Soekanto. 1986. Pengantar Penelitian Hukum. Jakarta : Universitas Indonesia (UI Press).
- Subekti. 2001. Pokok-Pokok Hukum Perdata. Jakarta: Intermasa.

Internet

- Budi Rahardjo. E-COMMERCE DI INDONESIA Peluang dan Tantangan
<http://www.cert.or.id/~budi/articles/1999-02.pdf> diakses 22 April 2007
- Dewi Lestari. KONSUMEN, e-COMMERCE, DAN PERMASALAHANNYA. <http://www.lkht-fhui.com> diakses 28 Maret 2007
- Roger Clarke. Electronic Commerce Definitions.
<http://www.anu.edu.au/people/Roger.Clarke/EC/ECDefns.html> Diakses tanggal 22 April 2007
Internet: Pengertian, sejarah, dan Fasilitas-fasilitasnya.
<http://library.usu.ac.id/modules.php?> Diakses tanggal 22 April 2007
- Electronic Commerce <http://r-marpaung.tripod.com/ElectronicCommerce.doc> Diakses tanggal 28 Maret 2007
- Mengenal E-Commerce. <http://www.nofieiman.com> diakses tanggal 28 Maret 2007
<http://www.damandiri.or.id/arirahmathakimundipbab2c.pdf> diakses tanggal 22 April 2007
- <http://www.freewebs.com/pemula/#antar> Diakses tanggal 28 Maret 2007
- <http://www.nofieiman.com> diakses tanggal 22 April 2007

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

Sumber Lain

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

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1997 Tentang Dokumen Perusahaan

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

Kamus Besar Bahasa Indonesia