**PERJANJIAN JUAL BELI PADA *E-COMMERCE* DALAM PANDANGAN HUKUM PERDATA**

1Ananda Yogi Pratama, 2Adinda Septiani Natasya

1Fakultas Hukum, Universitas Pamulang

2Fakultas Hukum, Universitas Pamulang

*E-mail: 1* [*anandayogipratamaa@gmail.com*](mailto:anandayogipratamaa@gmail.com)*, 2*[*adindaseptianinatasya99@gmail.com*](mailto:adindaseptianinatasya99@gmail.com)

**ABSTRAK**

Perjanjian pembelian melalui internet (E-commerce) dalam hal aspek hukum perdata sangat fundamental. E-commerce cukup mudah digunakan dalam hal transaksi jual beli, sehingga terdapat hubungan hukum yang melekat melalui transaksi internet. Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UUITE) sebagai dasar pengaturan transaksi elektronik melalui media internet seperti komputer handphone dan lainnya, sehingga dari kegiatan tersebut mengakibatkan perbuatan hukum yang dapat dipertanggungjawabkan. Agar perbuatan hukum yang dilakukan tersebut dapat dipertanggungjawabkan, maka transaksi yang dibuat berupa perjanjian elektronik secar tertulis. Pentingnya permasalahan hukum di bidang *E-commerce* bertujuan untuk memberikan perlindungan dan penyelesaian sengketa dalam perjanjian jual beli bagi para pihak yang menggunakan media elektronik sebagai media transaksi. Penelitian ini lebih menekankan pada legalitas (kekuatan hukum) perjanjian *E-commerce*, dan penyelesaian sengketa *choice of law (*pilihan hukum) dalam pelaksanaan penyelesaian sengketa antara para pihak dalam transaksi melalui media elektronik.

Kata Kunci : *Alternative Dispute Resolution*-ADR, *E-commerce*, Jual-beli *Online.*

***ABSTRACT***

*An internet purchase agreement (E-commerc) in terms of aspects of civil law is very fundamental. E-commerce is quite easy to use in terms of buying and selling transactions, so there is a legal relationship inherent through internet transactions. The Electronic Information and Transaction Law (UUITE) is the basis for regulating electronic transactions through internet media such as mobile computers and others, so that these activities result in accountable legal actions. In order for the legal actions taken to be accountable, the transaction made in the form of an electronic agreement is written. The importance of legal issues in the field of E-commerce aims to provide protection and settlement of disputes in sale and purchase agreements for parties that use electronic media as a media transaction. This study emphasizes the legality (strength of law) of E-commerce agreements, and choice of law dispute resolution (choice of law) in the implementation of dispute resolution between parties in transactions through electronic media.*

*Keyword : Alternative Dispute Resolution-ADR, E-commerce, Online Buying and Selling.*

**PENDAHULUAN**

**Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi informasi di era globalisasi telah menyebabkan dunia menjadi bebas dan menyebabkan terjadinya berbagai dinamika sosial secara langsung, terus-menerus dan cepat, sehingga kehidupan yang dijalani oleh manusia terasa semakin mudah, serta kebebasan dalam menentukan pilihan di dalam kehidupan. Hal yang saat ini sangat berkembang pesat adalah terjadinya jalinan transaksi serta perjanjian jual beli/perdagangan yang tidak memerlukan tatap muka secara langsung, namun dapat dilakukan melalui dunia teknologi informasi yang terhubung dengan jaringan internet.

Melalui internet saat ini mulai tumbuh komunitas-komunitas yang mengkhususkan diri dalam memperdagangkan barang-barang tertentu. Pelakupelaku bisnis sekarang mulai bergabung dalam situs-situs yang mewadahi komunitas mereka. Situs-situs tersebut mewajibkan penggunanya untuk menjadi anggotanya terlebih dahulu, namun ada juga yang tidak. Sebagaimana sebuah toko online yang menawarkan barang untuk diperjualbelikan melalui internet (Ecommerce). E-Commerce secara umum adalah bentuk perbuatan hukum melalui transaksi elektronik yang menggunakan media teknologi internet. Sebelum berkembangnya metode transaksi elektronik E-Commerce merupakan transformasi dari konsep dasar telemarketing (transaksi melalui internet). Ecommerce pun telah mengubah cara konsumen dalam memperoleh produk yang diinginkannya. Hubungan dagang tersebut harus dilandasi dengan perjanjian. Sehingga hak dan kewajiban para pihak dapat diatur secara tertulis untuk menghindari resiko terburuk yang akan terjadi.

Bagi pihak yang tidak melakukan tanggung jawab sesuai dengan perjanjian yang disepakati dapat digugat oleh pihak yang merasa dirugikan untuk mendapat ganti rugi. Perbuatan hukum berupa transaksi elektronik yang dibuat antara pihak dalam transaksi, tidak lepas dari permasalahan hukum yang terjadi. Wanprestasi adalah salah satu perbuatan hukum yang menciderai proses transaksi elektronik yang sering terjadi, seharusnya salah satu pihak dalam transaksi harus melaksanakan prestasinya, namun dalam perjalanannya salah satu pihak tidak dapat memenuhi prestasi yang diperjanjikan. Berdasarkan Pasal 1233 KUHPerdata, apabila salah satu pihak dalam perjanjian tidak memenuhi prestasi yang telah menjadi kesepakatan (wanprestasi), sehingga akibat dari perbuatan yang dilakukan itu mengakibatkan kerugian materil. Oleh sebab itu, perbuatan yang merugikan tersebut akibat dari salah satu pihak yang tidak melaksanakan tanggungjawabnya sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati melalui media online dapat digugat secara hukum melalui pengadilan.

Perjanjian sebagai hubungan hukum secara privat yang terjalin antara pihak yang telah melakukan perjanjian, atas objek yang telah diperjanjikan sebagai wujud pemenuhan hak dan kewajiban, setelah terciptanya kesepakatan.

**Rumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah diatas, dapat ditarik beberapa permasalahan sebagai berikut:

* 1. Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen dalam e-commerce ?
  2. Upaya hukum apa yang akan dilakukan konsumen jika dirugikan dalam e-commerce?
  3. Bagaimana model perlindungan konsumen dalam e-commerce?

**METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini metode penelitian sebagai berikut :

1. **Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini, adalah penelitian hukum normative - empiris. Penelitian hukum normatif (normative legal research), yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mengkaji peraturan perundang-undangan yang berlaku atau diterapkan terhadap suatu permasalahan hukum tertentu Selain itu juga dengan penelitian empiris yaitu dengan menggali informasi dan pendapat dari praktisi yang mempunyai pengetahuan luas mengenai e-commerce. Dengan wawancara secara tersturtur maupun tidak terstruktur kepada pengusaha atau pelaku bisnis maupun kepada para konsumen.

1. **Lokasi Penelitian**

Penelitian dilakukan di tiga toko online dan satu yayasan lembaga konsumen, adapun lokasi tersebut adalah tersebut adalah

a. PT Bhineka Mentari Dimensi (www.bhineka.com) bidang penjualan alat elektronik di cibubur junction lantai 2. Toko online ini menjual perangkat computer, handphone, printer dan barang elektronik lainnya

b. Perusahaan dan Toko Kaos Buzz (www.kaosbuzz.com) yang ada di Serengan Solo. Toko online ini menawarkan beberapa produk garment. Yang paling banyak macamnya adalah jenis kaos.

c. Roosmijati Online Batik P G S (http:www.batikpgs.com) dengan alamat Lt Basemen Blok B12 No 07-08 PGS. Disamping membuka web untuk toko online, Batik Roosmijati pada awalnya berbisnis di PGS yang merupakan pusat grosir di Solo.

d. YKY /YLKI di Jogjakarta Lembaga Konsumen Yogyakarta (LKY) pada awal berdiri tahun 1978 bernama Yayasan Lembaga Konsumen (YLK)Perwakilan Yogyakarta. Pada tahun 1999 berganti nama menjadi YLKI Yogyakarta. Berdasarkan hasil Musyawarah Anggota II tahun 2005 berganti nama menjadi LKY. Lembaga ini tidak memiliki hubungan struktural dengan lembaga manapun, baik swasta maupun pemerintah. Meskipun berganti nama namun masyarakat masih tetap menyebut YLKI Yogyakarta.

**3. Data dan Sumber data**

Dalam penelitian ini sumber data primer yaitu bahan-bahan hukum yang mengikat yang diperoleh melalui informasi dan pendapat dari pelaku bisnis e-commerce, praktisi dan juga YLKI serta konsumen dari masyarakat. Bahan hukum sekunder, diperoleh dari study kepustakaan dan study dokumen.

Dalam penelitian ini bahan hukum sekunder berupa peraturan yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti yaitu seperti Undang – Undang Perlindungan Konsumen yaitu UU No. 8 tahun 1999, Undang – undang Informasi dan Transaksi elektronik yaitu UU No. 11 tahun 2009, Kitab Undang- undang Hukum Perdata (KUHPerdata), Kitab Undang- undang Hukum Pidana ( KUHP) serta peraturan yang mendukung dalam penulisan ini.

1. **Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Studi kepustakaan adalah merupakan penelaahan peraturan perundang undangan yang terkait serta buku-buku atau literatur sebagai bahan bacaan. Setelah dilakukan studi kepustakaan, kemudian dilanjutkan dengan kualifikasi fakta dan kualifikasi hukum. Kualifikasi fakta dan kualifikasi hukum ini dilakukan dengan cara mengutip kepustakaan yang berhubungan dengan perlindungan konsumendan e-commerce.

b. Selain itu dengan penelitian lapangan dengan cara mengadakan studi lapangan dengan penelitian ke lokasi serta dengan mengadakan wawancara pihak- pihak yang menjadi sumber informasi.

**5. Teknik Analisa Data**

Metode kualitatif adalah cara penulisan yg menghasilkan laporan deskriptif analitis. Yaitu dengan cara data yang dihasilkan diseleksi, diklasifikasikan dan diidentifikasikan untuk dianalisa dalam rangka memperoleh kesimpulan yg benar sesuai dg permasalahan. Analisisa juga dilakukan terhadap bahan-bahan hukum dilakukan dengan cara deskriptif, analisis, evaluatif, interpretatif dan argumentatif. Deskripsi dapat berupa penggambaran bahan-bahan yang diperoleh dilapangan dengan dikombinasikan dengan bahan sekunder sebagaimana adanya.. Untuk selanjutnya Bahan-bahan tersebut diolah kemudian di interpretasikan .

**PEMBAHASAN**

Berdasarkan penemuan di lapangan dan hasi penelaahan beberapa literature terkait dengan rumusan masalah tersebut, maka hasil penelitian dapat dideskripsikan sebagai berikut **Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam E-commerce**

Berbelanja lewat internet atau e-commerce akhir –akhir ini banyak dilakukan oleh para konsumen yang membutuhkan sesuatu baik barang ataupun jasa, hal ini terbukti dari hasil kuesioner yang diisi oleh 50 orang, yang menjawab pernah melakukan transaksi e-commerce ada 35 orang dan 15 orang belum pernah melakukannya. Mereka setuju mengatakan bahwa lebih praktis terbukti ada 42 orang dan sisanya 8 orang menjawab rumit dan belum tahu prosedur sebab belum pernah mencoba.

Dengan semakin populernya e-commerce, maka semakin banyak para konsumen yang akan melakukan transaksaksi dengan e-commerce ini, tetapi dalam jual-beli jarak jauh seperti ini, kecurangan dapat terjadi dan dengan demikian konsumen harus dilindungi. Kecurangan- kecurangan tersebut dapat terjadi menyangkut keberadaan penjual, menyangkut barang yang dibeli, dan menyangkut purchase order dan pembayaran oleh pembeli. Kecurangan yang menyangkut keberadaan penjual misalnya bahwa penjual, virtual store yang bersangkutan merupakan toko fiktif. Menyangkut barang yang dikirim kepada pembeli, terjadi kelambatan pengiriman yang berkepanjangan, terjadi kerusakan atas barang yang dikirimkan atau barang yang dikirim cacat dan lain-lain. Purchase order dan pembayaran oleh pembeli disangkal oleh penjual kebenarannya.

Misalnya penjual hanya mengakui bahwa jumlah barang yang dipesan kurang dari yang tercantum didalam purchase order yang dikirimkan secara elektronik dan atau harga per unit dari barang yang dipesan oleh pembeli dikatakan lebih tinggi dari pada harga yang dicantumkan di dalam purchase order.

Ditemukan fakta dilapangan memang ada konsumen yang merasa dirugikan, dari 35 orang yang pernah melakukan transaksi e-commerce 9 orang pernah merasa dirugikan. Berdasarkan data yang diperoleh, kerugian yang dialami oleh para konsumen tersebut adalah kondisi barang yang mereka terima tidak sesuai dengan penawaran lewat layar internet. Untuk pembelian baju , ukuran tidak sesuai dengan standart yang ada. Selain itu kelambatan pengiriman paling banyak dikeluhkan oleh para konsumen e-commerce.

Dipandang dari sisi pelaku bisnis atau pengusaha atau penjual dalam e-commerce ini merupakan peluang usaha yang menarik sebab tidak perlu penjual itu mempunyai toko yang representative yang membutuhkan banyak modal untuk penampilan fisiknya, cukup dengan memiliki gudang guna menyimpan stock barang dagangannya. Tetapi tidak menutup kemungkinan pelaku bisnis yang mempunyai toko secara fisik juga ikut membuka toko online.

Seperti tadi sudah dikatakan bahwa konsumen dapat saja mengalami kerugian baik dalam jual– beli langsung maupun dalam e-commerce, untuk melindungi posisi konsumen dalam UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4 dan pasal 5 mengatur mengenai hak dan kewajiban konsumen. Hak konsumen yang ada dalam pasal 4 UUPK adalah :

a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keslamatan dalam mengkonsumsi barang dan jasa.

b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan

c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/jasa.

d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;

e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;

f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;

g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak deskriminatif;

h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugidan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;

i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang- undangan lainya

Melihat hak konsumen yang ada dalam pasal 4 UUPK tersebut, akan timbul pertanyaan sudahkah para pelaku bisnis e-commerce menjaminnya ?

Hasil dari penelitian dan observasi pada ketiga toko online yang menjadi tempat penelitian penulis, pada dasarnya selama ini telah memberikan perlindungan yang terbaik kepada konsumen. Yang dilakukan adalah sebagai contoh PT Bhineka Mentari Demensi sangat mengutamakan konsumennya yaitu antara lain dengan memberikan garansi untuk menjamin barang yang dijual kepada konsumennya. Toko ini menjual perangkat computer, Handphone, printer dan sebagainya, konsumen lebih banyak membeli perangkat computer secara online di www.bhineka.com. Konsumen diberi pilihan apakah belanja secara online melalui shooping card dan atau belanja melalui via sms, atau e-mail. Konsumen di daerah sangat dimudahkan dengan adanya Toko Bhineka dimana konsumen dapat belanja online. Prosedur konsumen dalam belanja online di took Bhineka :

a. Klik produk yang jadi pilihan dengan menekan tombol beli di halaman product list, tombol buy di halaman detail product atau di halaman mana saja yang ada salah satu diantara kedua tombol itu. Produk yang dipilih masuk ke dalam table Shopping Card.

b. Langkah selanjutnya klik tombol-tombol tersebut, maka barang yang dipilih akan masuk dalam Shopping Card pemesanan. Jika belum paham prosesnya tersedia fasilitas manual Shopping Card.

c. Tahapan konsumen selanjutnya apabila sudah menentukan barang yang akan dibeli, selanjutnya yang perlu konsumen lakukan adalah proses pembayarannya. Konsumen dalam melakukan pembayaran barang yang paling sering yaitu memlalui proses pembayaran secara transfer melalui bank, bayar ditempat (cod) dan kartu kredit atau debit. Khusus konsumen yang melakukan transfer melalui bank, konsumen dapat melakukan dengan transfer lewat ATM Bank Madiri, BCA dan BII Internet Banking.

d. Pihak Bhineka melakukan pengiriman barang setelah pihak konsumen menyelesaikan proses pembayaran. Pihak konsumen yang berada di luar kota, barang yang telah siap dikirim ke ekspedisi, dalam hal ini misalnya TIKI. Menurut tata kerja TIKI, bila pengiriman regular maka dalam waktu 2-3 hari barang sampai ke kota besar (tujuan). Selanjutnya dari kota besar baru didistribusikan ke kota kecil pada hari berikutnya. Hari dihitung berdasarkan hari kerja, dan penerima pengiriman untuk diproses pada hari yang sama adalah sebelum jam 12.00. jika melewati waktu tersebut, berarti akan diproses hari berikutnya. Sebagai contoh misalnya ada konsumen yang berdomisili di Lhoseumawe, Aceh dan memesan barang hari Kamis pagi. Barang akan dikirim ke Banda Aceh dalam waktu 2-3 hari, berati diterima hari senin di Bnda Aceh dan baru akan dikirimkan ke Lhoseumawe pada hari Selasa atau Rabu. Daerah yang jadwal penerbangannya sangat terbatas, pengiriman bias lebih lama. Contoh lain seperti Timika-Papua yang bisa memakan waktu hingga 14 hari. Sedangkan untuk kota- kota besar dalam jalur penerbangan, barang biasanya bias diterima dalam waktu 2-3 hari atau keesokan hari bila memakai jasa ons (over night service).

Hasil wawancara dengan para pelaku usaha dalam e- commerce yaitu Bp Rudi dan Ibu Hanna, mengatakan bahwa mereka memberikan garansi atau jaminan terhadap barang yang dibeli oleh konsumen. Lagi pula setelah konsumen selesai melakukan pembelian barang secara online maka akan segera dikirimkan pesan melalui email untuk tanda bukti bahwa konsumen telah membeli barang ditempat pelaku usaha.

Dalam hal ini jelas sebenarnya konsumen sudah terlindungi jika diihat dari proses yang cukup aman dari pelaku usaha. Selain itu konsumen juga dapat menggunakan tanda bukti itu, apabila kondisi barang yang diterima dalam kondisi yang tidak baik, konsumen dapat menggunakan hak nya untuk menukar barang dengan mengirimkan kembali barang tersbut dengan disertai tanda bukti pemesanan barang yang telah konsumen terima sebelumnya. Pada prinsipnya berdasarkan pengamatan dan penelitian pada ketiga toko tersebut tidak jauh berbeda proses jual-beli online, mereka para pelaku usaha tersebut hendak memberikan pelayanan yang terbaik untuk para konsumennya.

Dari hasil wawancara dengan Bp Rudi, bahwa para pelaku usaha tersebut sudah melakukan perlindungan kepada para konsumennya dengan cara dia memperhatikan apa yang menjadi hak- hak dari konsumen pada umumnya. Sebagai contoh tentang hak konsumen untuk mendapatkan informasi, para pelaku bisnis sudah melakukannya dengan memberikan gambaran dan kondisi barang yang diperdagangkan dengan menyebutkan speck barang dengan detil dan gambar serta ukuran yang ditampilkan dalam layar onlinenya.

Selain itu para pengusaha juga masih melayani konsumen yang ingin bertanya lebih lanjut dengan membalas melaui email yang dikimkan. Hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang sejelas-jelasnya ini juga disadari penting oleh para pelaku bisnis khususnya oleh ketiga toko online yang menjadi tempat penelitian ini.

Hak konsumen tentang keamanan dan keselamatan, hasil penelitian diperoleh informasi bahwa yang dilakukan oleh pengusaha online tersebut adalah dengan memberikan garansi atau jaminan barang untuk Bhineka, Kaos buzz dan Batik Roosmijati juga akan memberikan jaminan jika barang yang telah dikirimkan cacat, tidak sesuai ukuran atau rusak maka barang akan diganti. Sadar akan hak konsumen tersebut maka para pengusaha online khususnya ketiga pengusaha ini sebelum melakukan pengiriman akan ada pengecekkan terlebih dahulu untuk memastikan bahwa barang yang akan dikirimkan benar dan dalam kondisi yang baik.

Berdasarkan hasil wawancara para pengusaha itu sadar bahwa melakukan bisnis harus dengan etika bisnis yang baik sebab untuk prospek jangka panjang dan prinsip saling menguntungkan antara penjual dan pembeli.

**Upaya Hukum yang Dapat Dilakukan Konsumen Jika Dirugikan Dalam E-commerce**

Upaya hokum bagi konsumen dalam e-commerce dapat melakukan beberapa alternative jika memang dirugikan oleh pelaku usaha antara lain dengan mengadakan complain kepada pengusahan secara langsung, hal ini yang sering dilakukan oleh para konsumen,sebab mereka merasa lebih tepat dan lebih cepat mendapatkan penyelesaian. Selain itu dapat melalui YLKI yang akan membantu menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku bisnis. Lembaga perantara penyelesaian sengketa yang lain seperti Arbitrase, Lembaga Penyelesaian Konsumen dapat ditempuh oleh konsumen yang dirugikan. selain itu upaya hokum dapat juga sampai gugatan secara perdata ke Pengadilan. Secara pidana juga dapat dilakukan sebagai upaya hokum konsumen yang dirugikan, pasal 378 KUHP dapat diterapkan dalam upaya hukum ini.

**Model Perlindungan Konsumen Dalam E-commerce**

Semakin konvergennya perkembangan teknologi informasi, telekomunikasi dan komputer dewasa ini telah mengakibatkan semakin beragam pula aneka jasa-jasa (feactures) fasilitas komunikasi yang ada serta semakin canggihnya produk-produk teknologi informasi yang mampu mengintregasikan semua media informasi.

Diikuti dengan banyaknya pelaku usaha online yang dapat menawarkan berbagai produknya lewat internet, dan semakin banyaknya konsumen yang menginginkan kepraktisan dalam berbelanja. Perkembangan yang pesat ini tentu juga diikuti dengan berbagai masalah yang dapat timbul dalam transaksi lewat internet tersebut.

Dalam pembahasan sebelumnya telah dibicarakan tentang posisi konsumen dalam e-commerce, hak yang dimiliki konsumen dan upaya hukumnya. Untuk tercapainya tujuan semua pihak yaitu hubungan yang saling menguntungkan, tidak ada pihak yang dirugikan berikut dibahas tentang model perlindungan konsumen khususnya dalam e-commerce.

Menurut pendapat penulis dalam banyak kasus, sebuah perusahaan e-commerce bisa bertahan tidak hanya mengandalkan kekuatan produk saja, tapi dengan adanya tim manajemen yang handal, pengiriman yang tepat waktu, pelayanan yang bagus, struktur organisasi bisnis yang baik, jaringan infrastruktur dan keamanan, desain situs web yang bagus, beberapa faktor yang termasuk adalah Menyediakan harga kompetitif; Menyediakan jasa pembelian yang tanggap, cepat, dan mudah; Menyediakan informasi barang dan jasa yang lengkap dan jelas; Menyediakan banyak bonus seperti kupon, penawaran istimewa, dan diskon; Memberikan perhatian khusus seperti usulan pembelian; Menyediakan rasa komunitas untuk berdiskusi, masukan dari pelanggan, dan lain-lain; Mempermudah kegiatan perdagangan; Sistem pembayaran domestik dan internasional; Newsgroup; On-line Shopping; Conferencing; Online Banking.

Perusahaan yang terkenal dalam bidang ini antara lain: eBay, Yahoo, Amazon.com, Google, dan Paypal. Untuk di Indonesia, bisa dilihat tradeworld.com, bhineka.com, fastncheap.com, dll.

Selain itu jika lebih jauh pembicaraan tentang transaksi e- commerce, maka aspek perlindungan konsumen dalam penggunaan digital signature perlu diperhatikan sebab tujuan dari suatu tandatangan dalam suatu dokumen adalah untuk memastikan otentisitas dari dokumen tersebut. Suatu digital signature sebenarnya adalah bukan suatu tanda tangan seperti yang kita kenal selama ini, ia menggunakan cara yang berbeda untuk menandai suatu dokumen sehingga dokumen atau data tidak hanya mengidentifikasi dari pengirim, namun juga memastikan keutuhan dari dokumen tersebut tidak berubah selama proses transmisi. Suatu digital signature didasarkan dari isi dari pesan itu sendiri. Dalam penggunaan Digital Signature ada dua pihak, yaitu:

1. Certificate Authority (CA)

2. Subscriber

Hubungan antara CA sebagai penyelenggara jasa dan subscriber sebagai konsumen. Sebagai penyelenggara jasa, CA semstinya harus menjamin hak-hak subscriber.

Kebutuhan yang diperlukan untuk konsumen dalam melindungi diri bertransaksi dalam perdagangan e-commerce terangkum dalam beberapa model perlindungan, yaitu:

a. Hak- hak konsumen dijamin yang sudah diatur dalam peraturan yang sudah ada tetap dipertahankan.

b. Ada pengakuan dari pelaku bisnis , dalam hal digital signature, yaitu meliputi :

1) Privacy

Contoh: Ketika subscriber meng"apply" kepada CA, subs akan dimintai keterangan mengenai identitasnya, besar kecilnya keakuratan dari identitas tersebut tergantung dari jenis tingkatan sertifikat tersebut. Semakin tinggi tingkat sertifikat maka semakin akurat pula identitas sebenarnya dari subscriber.

Namun dalam hal ini yang perlu diperhatikan adalah CA sebagai penyaji data berkewajiban menjaga kerahasiaan identitas subs dari pihak yang tidak berkepentingan. CA hanya boleh mengkonfirm bahwa sertifikat yang dimiliki oleh subs adalah benar dan diakui oleh CA.

Di negara maju data pribadi mendapat perlindungan dalam undang-undang (data protection act). Di dalam Undang-Undang yang bersangkutan tercantum prinsip perlindungan data (Data Protection Principles) yang harus ditaati oleh orang-orang yang menyimpan atau memproses informasi dengan mempergunakan komputer yang menyangkut kehidupan orang-orang. Biro-biro komputer yang menyediakan jasa pelayanan bagi mereka yang hendak memproses informasi juga sama dikontrol dan harus melakukan pendaftaran menurut undang-undang tersebut. Individu-individu, yang informasi dirinya disimpan pada komputer, diberi hak-hak untuk akses dan hak untuk memperoleh catatancatatan pembetulan dan penghapusan informasi yang tidak benar. Mereka itu pun dapat mengajukan pengaduan kepada Data Protection Registrar (yang diangkat berdasarkan undang-undang) aapabila mereka tidak merasa puas terhadap cara orang atau organisasi yang mengumpulkan informasi dan, menurut keadaan-keadaan tertentu, individu-individu memiliki hak atas ganti kerugian.

2) Accuracy

Dalam prinsip ini terkandung pengertian "ketepatan" antara apa yang diminta dengan apa yang didapatkan. Bahwa apa yang didapat oleh subs sesuai dengan apa yang ia minta berdasarkan informasi yang diterimanya. Ketepatan informasi (informasi yang benar tanpa tipuan) juga merupakan prinsip accuracy.

Sebagai contoh: subs yang meminta level tertentu dari sertifikat sebaiknya tidak diberikan level yang lebih rendah atau lebih tinggi. CA juga berkewajiban memberitahukan segala keterangan yang berkaitan dengan penawaran maupun permintaan yang diajukan Secara tidak langsung subs berhak untuk mendapatkan CA yang berlisensi artinya ketika subs mengakses ke CA, terdapat praduga bahwa CA adalah CA yang sah dan berlisensi dan subs harus dilindungi dari penyimpangan CA yang gadungan.

3) Property

Termaktub dalam pasal 4 butir 8 UU No 8 tahun 1999. Subs harus dilindungi hak miliknya dari segala penyimpangan yang mungkin terjadi akibat masuknya subs ke dalam sistem ini. Artinya subs berhak dilindungi dari segala bentuk penyadapan, penggandaan, dan pencurian. Jika hal ini terjadi maka CA berkewajiban mengganti kerugian yang diderita.

4) Accessibility

Termaktub dalam pasal 4 butir 4, 5, 6,dan 7 UU No 8 tahun 1999. Bahwa setiap pribadi berhak medapat perlakuan yang sama dalam hal untuk mengakses dan informasi. Artinya tiap subs bisa masuk ke dalam sistem ini jika memenuhi persyaratan, dan ia bisa mempergunakan sistem ini tanpa adanya hambatan. Dan subs juga berhak untuk didengar pendapat dan keluhannya.

5) Integrity

Integritas/integrity berhubungan dengan masalah keutuhan dari suatu data yang dikirimkan. Seorang penerima pesan/data dapat merasa yakin apakah pesan yang diterimanya sama dengan pesan yang dikirimkan. Ia dapat merasa yakin bahwa data tersebut pernah dimodifikasi atau diubah selama proses pengiriman atau penyimpanan.

6) Non-Repudiation (Tidak dapat disangkal keberadaannya)

Non repudiation/tidak dapat disangkalnya keberadaan suatu pesan berhubungan dengan orang yang mengirimkan pesan tersebut. Pengirim pesan tidak dapat menyangkal bahwa ia telah mengirimkan suatu pesan apabila ia sudah mengirimkan suatu pesan. Ia juga tidak dapat menyangkal isi dari suatu pesan bebeda dengan apa yang ia kirimkan apabila ia telah mengirim pesan tersebut.

Non repudiation adalah hal yang sangat penting bagi e-commerce apabila suatu transaksi dilakukan melalui suatu jaringan internet, kontrak elektronik (electronic contracts), ataupun transaksi pembayaran. Non repudiation ini timbul dari keberadaan digital signature yang menggunakan enkripsi asimetris (asymmetric encryption). Enkripsi asimetris ini melibatkan keberadaan dari kunci privat dan kunci publik. Suatu pesan yang telah dienkripsi dengan menggunakan kunci privat maka ia hanya dapat dibuka/dekripsi dengan menggunakan kunci publik dari pengirim.

Jadi apabila terdapat suatu pesan yang telah dienkripsi oleh pengirim dengan menggunakan kunci privatnya maka ia tidak dapat menyangkal keberadaan pesan tersebut karena terbukti bahwa pesan tersebut dapat didekripsi dengan kunci publik pengirim. Keutuhan dari pesan tersebut dapat dilihat dari keberadaan hash function dari pesan tersebut, dengan catatan bahwa data yang telah di-sign akan dimasukkan kedalam digital envelope.

7) Confidentiality

Pesan dalam bentuk data elektronik yang dikirimkan tersebut bersifat rahasia/ confidential, sehingga tidak semua orang dapat mengetahui isi data elektronik yang telah di-sign dan dimasukkan dalam digital envelope. Keberadaan digital envelope yang termasuk bagian yang integral dari digital signature menyebabkan suatu pesan yang telah dienkripsi hanya dapat dibuka oleh orang yang berhak. Tingkat kerahasiaan dari suatu pesan yang telah dienkripsi ini, tergantung dari panjang kunci/key yang dipakai untuk melakukan enkripsi. Pada saat ini standar panjang kunci yang digunakan adalah sebesar 128 bit.

Pengamanan data dalam e-commerce dengan metode kriptografi melalui skema digital signature tersebut secara teknis sudah dapat diterima dan diterapkan, namun apabila kita bahas dari sudut pandang ilmu hukum ternyata masih kurang mendapatkan perhatian. Kurangnya perhatian dari ilmu hukum dapat dimengerti karena, khususnya di Indonesia, penggunaan komputer sebagai alat komunikasi melalui jaringan internet baru dikenal semenjak tahun 1994. Dengan demikian pengamanan jaringan internet dengan metode digital signature di Indonesia tentu masih merupakan hal yang baru bagi kalangan pengguna komputer.

c. Perlunya perdagangan melalui Internet diasuransikan

Perdagangan melalui Internet seperti dijelaskan sebelumnya memiliki banyak resiko. Resiko-resiko tersebut adalah: penyadapan, penipuan, penggandaan informasi transaksi, pencurian informasi rahasia, dan sebagainya. Dalam e-commerce yang memanfaatkan kriptografi, kejahatan tersebut dapat dilakukan dengan beberapa cara, diantaranya adalah pembobolan kunci dan pencurian kunci. Pembobolan kunci yaitu dimana si pembobol memakai berbagai cara untuk menemukan kunci yang sama dengan yang asli. Cara pembobolan yang paling umum digunakan adalah yang dikenal dengan istilah brute force attack, sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, si pelaku mencoba berbagai kemungkinan hingga akhirnya ia menemukan kunci yang cocok. Pencurian kunci, adalah dimana si pelaku menemukan kunci yang asli dan menggunakannya, sehingga ia dapat bertindak sebagai pemilik yang asli. Pencurian seperti ini dikenal dengan istilah man in the middle attack.

E-commerce merupakan salah satu kegiatan ekonomi. Para pelakunya tentu tidak ingin mengalami resiko kerugian di kemudian hari. Jika ia tidak ingin menanggung resiko tersebut, ia harus mengalihkannya kepada orang lain. Lembaga yang paling cocok dalam hal ini adalah asuransi sebagai alat pemindahan resiko. Karena itu jika para pelaku tidak ingin menanggung kerugian, akan mengalihkan resiko tersebut kepada lembaga asuransi. Hal yang sama sebaiknya diterapkan pula dalam e-commerce.

d. Lembaga Penjaminan

Diadakan pihak penjamin antara pelaku usaha dan konsumen yang terpercaya, sebagai contoh seperti bank garansi yang menjamin kepada pihak konsumen bahwa dia pasti akan memdapatkan barang atau jasa yang dipesan setelah membayar kepada lembaga penjamin (bank garansi) sehingga tidak takut uangnya hilang. Sedangka bagi pelaku usaha juga dijamin bahwa mereka akan mendapatkan pembayaran setelah barang pesanan mereka kirimkan kepada konsumen sebab uang dari konsumen sudah ada dalam bank garansi atau lembaga penjaminan.

Dari hasil survey terlihat animo masyarakat untuk melakukan e-commerce meningkat dengan pesat dari waktu ke waktu. Kecenderungan masyarakat ini tentunya akan lebih tinggi apabila e-commercedidukung protokol-protokol transaksi elektronik yang aman. Secure Electronic Transaction yang menggunakan kriptografi dalam pengamanannya adalah sistem perdagangan Internet yang relatif paling aman dari serangan-serangan yang mungkin dilakukan dalam Internet, antara lain pembobolan kunci dan pencurian kunci.

1. Pengawasan

Badan Pengawasan dalam pergangan elektronik atau e-commerce perlu difungsikan dengan maksimal. Hal ini untuk mngawasi dan mengantisipasi para pelaku bisnis yang fiktif dan tidak bertanggung jawab khususnya toko online harus punya ijin dalam menawarkan dagangannya atau jasanya dalam internet dan syarat- syarat tersebut harus dipenuhi. Dengan demikian tujuan antara pelaku bisnis dan konsumen dapat tercapai.

1. Standarisasi global

Dalam jurnal yang berjudul Issues in Mobile E-Commerce, yang ditulis oleh Peter Tarasewich, Robert C. Nickerson, Merrill Warkentin menyatakan bahwa dalam e-commerce suatu perusahaan global sebaiknya dapat menangani perbedaan standar komunikasi wireless di seluruh dunia.

Dengan demikian perlu ada standar yang harus dipenuhi atau ditaati oleh pelaku bisnis online. Pemerintah atau organisasi internasional yang berwenang membuat dan merumuskan standarisasi global tersebut. Dengan adanya standarisasi global, maka dapat menjawab tantangan kebijakan utama yang dihadapi administrasi. Antara lain tantangan tentang perlindungan konsumen, tantangan promosi serta bagi negara- negara yang berkembang dapat diterapkan juga untuk perusahaan kecil dan menengah dapat masuk dalam perdagangan ini.

**PENUTUP**

Perlindungan konsumen diatur dalam beberapa peraturan perundang- undangan yaitu dalam UUPK yaitu UU No. 8 tahun 1999. Dalam KUHPerdata terutama pasal yang berkaitan dengan perjanjian. Pasal dalam KUHP terutama pasal yang berhubungan dengan penipuan. Dalam UU ITE yaitu UU No. 11 tahun 2008, khususnya tentang berkas transaksi dapat dijadikan alat bukti dalam persidangan. Upaya hokum yang dapat dilakukan konsumen e-commerce jika mereka dirugikan dalam ecommerce aitu yang paling gampang dan praktis adalah kompalian langsung kepada toko online atau pelaku usaha secara langsung.atau dapat mengajukan aduan kepada Yayasan Lembaga Konsumen Indonsia, atau penuntutan dengan perdata maupun pidana dapat dilakukan.

Setelah melakukan penelitian dan pembahasan maka model yang diharapkan mendukung semua pihak dalam e-commerce adalah adanya design web yang bagus dan informative, perlindungan konsumen dalam penggunaan digital signature, transaksi atau perdagangan dalam E-commerce diasuransikan, adanya pengawasan perdagangan dengan internet/E-Commerce, dan dibentuk Lembaga penyelesaian sengketa E-Commerce sebagai badang dalam penyelesaikan persoalan.

Dan berdasarkan pembahasan tersebut sebaiknya ada pengawasan khusus dalam e-commerce, terutama tentang informasi yang jelas toko online hal ini untuk mengantisipasi adanya toko online fiktif. Diadakan pihak penjamin antara pelaku usaha dan konsumen yang terpercaya, sebagai contoh seperti bank garansi. Konsumen lebih hati-hati dan teliti terutama dalam memilih pengusaha toko online dan barang atau jasa yang dibeli.Dan dibentuk Lembaga penyelesaian sengketa E-Commerce sebagai bidang dalam penyelesaikan persoalan. Lembaga ini dibuat yang lebih sederhana dan tidak rumit pengurusannya.

**DAFTAR PUSTAKA**

**Buku**

Berkatulah, Abdul Halim., *Hukum Perlindungan Konsumen Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*, (Banjarmasin : FH Unlam Press, 2008).

Gultom, Elisatris dan Dikdik M. Arif Mansur., *Cyber Law Aspek Hukum Teknologi Informasi*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2005).

H.S, Salim., *Hukum Kontrak Teori dan tejnik Penyusunan Kontrak*, (Jakarta Sinar Grafika, 2003).

Mansyur, Ali, *Penegakan Hukum tentang Tanggung Gugat Produsen dalam Perwujudan Perlindungan Konsumen.* (Semarang: Genta Press, 2007).

Mariam Darus Badrulzaman., *Kompilasi Hukum Perikatan*. (Bandung : PT Citra Aditya Bakti, 2001).

Muhamad,Abdulkadir., *Hukum dan Penelitian Hukum*, (Bandung:PT Citra Aditya Bakti, 2004).

Nasution, AZ., *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Jakarta:Daya Widya, 1999).

Nugroho, Adi., *E-Commerce Memahami Perdagangan Di Dunia Maya*. (Bandung:Informatika, 2006).

Siahaan, NHT., *Hukum Perlindungan Konsumen Dan Tanggung Jawab Produk*. (Jakarta:Panta Rei, 2005).

Wahyudi, Aang Arif dan Onno W.Purbo., *Mengenal E-Commerce*. (Jakarta:PT Elex Media Komputindo, 2001).

**Jurnal**

Ajibah, Nur Azizatil (2004). Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Melalui E-Commerce, *Jurisprudence*,vol 1, Maret 2004. 76-98.

Nur Azizatil Ajibah, *Perlindungan Konsumen Dalam Traksaksi Melalui E-Commerce(Tinjuan Hukum Islam)*. Jurisprudensi, vol1 no.1, Maret 2004.

Rahayu Hartini, *Aspek Hukum Keperdataan E-Commerce*. Legality vol 11, no.2. September 2003-februari 2004.

Chantal Mak, *Fundamental Right and the European Regulation of iConsumer Contacts*. J Consum Policy, June 2008.

Ian J Redpath; Eric M Redpath; Kathleen Ryan, Sales and Use Taxation in E-Commerce: Where we and What Needs to be Done. Information System Management, Sumer 2007.

Shubajit Basu, To Tax or Not to Tax? That is the question? Overview of Option in Consumtion Taxtion of ECommerce, Law Technology, second Quarter 2004.

**Internet**

Esther Dwi Magfirah. *Perlindungan Konsumen Dalam E-Commerce*. http://www.solusihukum.com/artikel/ artikel31.php

**Undang-Undang**

Kitab Undang-Undang Hukum Pidana

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

UU No. 11 tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik