

**TINJAUAN YURIDIS TERHADAP KONTRAK E-COMMERCE DALAM RUANG LINGKUP BUSINESS TO CUSTOMER DI INDONESIA**

*Skripsi:*

*Diajukan Guru Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Hukum*

*Oleh:*

**AMASOVA**  
**01 140 187**

**PROGRAM KEKHLUSUSAN : PERDATA EKONOMI (PK II)**



**FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2005**

**No. Reg. 1937/PK II/0805**

Foto hitam putih ukuran 4 x 6	No. Alumni Universitas 49444	AMASOVA	No. Alumni Fakultas 5808
	a) Tempat/Tgl Lahir: Tapan, 28/09/1983 b). Nama Orang Tua: H.Ramli Idris dan Hj. Emi Eryati c) Fakultas: Hukum d) Jurusan: Ilmu Hukum e) No.BP: 01 140 187 f) Tgl lulus : 24 Agustus 2005 g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan h) IPK: 3,44 i) Lama studi: 4 Tahun 0 Bulan j) Alamat Orang Tua: Komp Cendana Andalas Blok BB No. 2 Padang		

## **TINJAUAN YURIDIS TERHADAP KONTRAK E-COMMERCE DALAM RUANG LINGKUP BUSINESS TO CUSTOMER DI INDONESIA**

Skripsi S1 oleh: Amasova, Pembimbing: 1. Hj. Zahara, S.H., M.H. 2. Neneng Oktarina, S.H., M.H

### ABSTRAK

Pada awal penggunaannya, internet ditujukan untuk kepentingan militer, riset dan pendidikan di Amerika Serikat. Dalam perkembangan selanjutnya, pemanfaatan internet sudah jauh berbeda dari tujuan semula. Internet terus berkembang memasuki berbagai sektor kehidupan manusia, termasuk aktivitas bisnis. Salah satu bentuk pemanfaatan internet di bidang bisnis adalah *Electronic Commerce (E-Commerce)*. Secara singkat dapat dipahami *e-commerce* adalah transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet. Dalam praktik, jenis *e-commerce* yang sering digunakan adalah *Business to business (B to b)* dan *Business to customer (B to c)*. Fokus dari penelitian ini adalah *B to c*. *B to c* merupakan transaksi jual beli antara perusahaan dengan individu sebagai *end user* (pengguna terakhir). Kontrak *B to c* merupakan kontrak standar yang dapat menimbulkan permasalahan bagi pembeli dan memberikan peluang kemungkinan terjadinya wanprestasi dari pihak penjual. Walaupun transaksi melalui internet telah dilaksanakan di Indonesia, sampai saat ini belum ada pengaturan khusus mengenai *e-commerce*.

Gambaran di atas menimbulkan pertanyaan bagaimana hukum perdata Indonesia yang ada saat ini menjawab permasalahan yang ada seputar *e-commerce*, termasuk *B to c*, yaitu terutama mengenai bagaimanakah keabsahan kontrak *B to c* dan bentuk tanggung jawab penjual (*merchant*) yang melakukan wanprestasi. Selain itu, apakah perbedaan antara jual beli konvensional dalam dunia nyata dengan jual beli melalui *B to c* dalam dunia maya.

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif yaitu penelitian yang dilakukan terhadap bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier yang berkaitan dengan kontrak dan transaksi *e-commerce*.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, sebelum terbentuknya peraturan perundang-undangan yang mengatur secara lebih spesifik, maka segala sesuatu yang berkaitan dengan kontrak *e-commerce* dikembalikan kepada Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHPPerdata). Perbedaan media yang digunakan sebagai tempat bertransaksi menyebabkan antara lain perbedaan proses terbentuknya kontrak dan perbedaan biaya yang harus dialokasikan baik oleh pembeli ataupun penjual untuk terlibat dalam transaksi *B to c*.

Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang pengaji dan dinyatakan lulus pada tanggal 24 Agustus 2005  
Abstrak telah disetujui pengaji.

Pengaji :

Tanda tangan	1.	2.
Nama Terang	DR. Ade Sapitomo, S.H., M.A	Syahrial Razak, S.H., M.H

Mengetahui,

Ketua Jurusan Prof.DR.Yulia Mirwati,S.H.C.n.,M.H

Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan telah mendapat Nomor Alumnus

Petugas Fakultas/Universitas

Nomor Alumni Fakultas 5808	Nama	Tanda Tangan
Nomor Alumni Universitas 49444	Nama	Tanda Tangan

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Permasalahan

Era globalisasi yang serba terbuka dan serba cepat, tidak dapat dipungkiri banyak dipengaruhi oleh peranan perkembangan teknologi informasi di seluruh dunia. Perkembangan teknologi informasi yang sedemikian pesat ini, antara lain ditandai dengan pemanfaatan teknologi informasi yang semakin meluas dalam berbagai bidang, seperti pendidikan, perdagangan, hiburan, pemerintahan, dan komunikasi di seluruh dunia, termasuk Indonesia.

Kemajuan teknologi informasi memberikan kemudahan orang mengetahui berbagai peristiwa yang terjadi di seluruh belahan dunia. Komunikasi tidak terbatas lagi oleh jarak dan waktu. Salah satu kecanggihan teknologi yang banyak digunakan oleh berbagai elemen masyarakat dunia sekarang ini adalah internet.

Internet, sebuah jaringan komputer yang terkoneksi, mulai banyak diperbincangkan sejak dekade tahun 90-an. Kehadiran Internet, ternyata telah membawa dampak besar terhadap kebiasaan manusia dalam berinteraksi satu dengan yang lainnya. Internet yang pada awal penggunaannya ditujukan untuk kepentingan militer, riset dan pendidikan di Amerika Serikat, terus berkembang memasuki berbagai sektor kehidupan manusia, termasuk aktivitas bisnis<sup>1</sup>.

*Electronic commerce (E-commerce)* adalah salah satu bentuk pemanfaatan media internet di bidang bisnis yang digunakan oleh para pelaku usaha. *E-commerce* merupakan suatu transaksi perdagangan antara penjual dan

---

<sup>1</sup> [www.elektroindonesia.com/elektro/no.3b.html](http://www.elektroindonesia.com/elektro/no.3b.html)

pembeli dengan menggunakan media internet. Dalam *e-commerce*, pengusaha (*merchant*) mempromosikan produk-produknya melalui sebuah *webshop*<sup>2</sup> (toko pada web) yang dibuka selama 24 jam. Disini, biasanya ditampilkan produk-produk yang ditawarkan dan masing-masing harganya, alamat pengiriman, serta cara pembayaran yang bisa digunakan oleh pembeli.

Pada dasarnya perdagangan secara elektronik (*e-commerce*) berlaku juga komponen-komponen penawaran, permintaan, pembayaran, layaknya terjadi pada transaksi konvensional. Bedanya dalam *e-commerce* semua hal diatas disuguhkan secara *online*. Sistem transaksi yang semula berbasis kertas (*paper based*), beralih pada non kertas (*paperless based*). Selain itu kemajuan teknologi ini telah memungkinkan untuk dilakukannya hubungan bisnis tidak lagi secara langsung berhadapan (*face to face*), melainkan hanya dengan jalan melakukan transaksi melalui perangkat lunak (*software*) yang ada dalam dunia maya.

Bajaj dalam bukunya yang berjudul *E-commerce: The Cutting Edge of Business*, sebagaimana dikutip M. Arsyad Sanusi, menyebutkan sejumlah keuntungan (*advantage*) yang bisa diperoleh dari *e-commerce* ini<sup>3</sup>, antara lain:

Pertama, penghematan waktu. Sebelumnya, transaksi bisnis *offline* biasanya menghabiskan waktu beberapa hari dalam bisnis konvensional, dapat dipersingkat menjadi beberapa menit saja dengan menggunakan jasa internet. Kedua, tidak akan ada lagi penundaan (*delay*) sebagai akibat kendala transportasi. Ketiga, mengurangi kemungkinan melakukan kesalahan dalam pengetikan dan sebagainya karena sudah disiapkan sebuah model standar yang tidak perlu diketik ulang.

<sup>2</sup> Wahana Komputer Semarang, *Apa dan Bagaimana E-Commerce*, Andi, Yogyakarta, 2000, h. 2

<sup>3</sup> M. Arsyad Sanusi, "Transaksi Bisnis dalam Electronic Commerce (E-Commerce): Studi tentang Permasalahan Hukum dan Solusinya", *Jurnal Hukum*, No. 16 Vol. 8, Maret, 2001, h. 10

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Sebelum adanya pengaturan tentang internet di Indonesia, keabsahan transaksi *Business to customer (B to c)* dikembalikan kepada sahnya suatu kontrak (perjanjian) menurut Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHPerdata), terutama Bab III tentang Perikatan. Dalam kaitannya dengan *data message* (data elektronik), yang menjadi dasar terciptanya suatu kontrak, hukum Indonesia telah mengakui nilai hukum (*legal value*) dari data elektronik melalui Undang-undang No. 8 Tahun 1997 tentang Dokumen Perusahaan. Selain merujuk kepada KUHPerdata, Indonesia juga dapat berpedoman kepada peraturan perundang-undangan yang bersifat global, seperti UNCITRAL *Model Law on E-commerce* yang telah diterima banyak negara.
2. *Merchant* yang melakukan wanprestasi diwajibkan memberikan ganti rugi. Bentuk ganti rugi itu sekaligus sebagai jaminan yang diberikan oleh *merchant* di dalam syarat-syarat kontrak B to c, yang dapat berupa *Return Policy*, yaitu pengembalian pembayaran secara penuh (*full refund*). Namun, kebanyakan *merchant* di Indonesia hanya bersedia mengganti produk tertentu yang rusak selama proses pengiriman tanpa penggantian biaya pengiriman dalam jangka waktu tertentu yang ditentukan oleh *merchant*. Apabila bentuk ganti rugi itu tidak ditentukan di dalam kontrak