

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Semakin meningkatnya perkembangan teknologi informasi dewasa ini telah mengakibatkan semakin beragamnya pula aneka jasa-jasa (*feature*) fasilitas komunikasi yang ada, serta semakin canggihnya produk-produk teknologi informasi yang mampu mengintegrasikan semua media informasi. Salah satu produk inovasi teknologi adalah internet (*interconnection networking*) yaitu suatu koneksi antar jaringan komputer. Aplikasi internet saat ini telah memasuki berbagai segmen aktifitas manusia, baik dalam sektor politik, sosial, budaya, maupun ekonomi dan bisnis.

Internet telah melakukan revolusi besar dalam dunia komputer dan komunikasi. Internet adalah sebuah alat penyebaran informasi secara global, sebuah mekanisme penyebaran informasi, dan sebuah media untuk berkolaborasi dan berinteraksi antar individu dengan menggunakan komputer tanpa terhalang batas geografis.

Dalam bidang perdagangan, internet mulai banyak dimanfaatkan sebagai media aktifitas bisnis terutama karena kontribusinya terhadap efisiensi. Aktifitas perdagangan melalui media internet ini populer disebut dengan *Electronic Commerce (E-Commerce)*. *Electronic Commerce* tersebut terbagi dalam dua segmen yaitu *Business to Business E-Commerce*

(perdagangan antar pelaku usaha) dan *Business to Consumer E-Commerce* (perdagangan antar pelaku usaha dengan konsumen).

Sepanjang tahun 1997-1998, eksistensi *E-Commerce* di Indonesia sedikit terabaikan karena krisis ekonomi, namun di tahun 1999 hingga saat ini kembali menjadi fenomena yang menarik perhatian meski tetap terbatas pada minoritas masyarakat Indonesia yang mengenal teknologi.

Revolusi yang saat ini tengah berlangsung di bidang teknologi informasi selain “mengubah pengertian mengenai dunia pada umumnya juga menyebabkan bergesernya konsep pasar tradisional menjadi konsep telemarketing (pasar jarak jauh menggunakan media internet)”.¹ Pengertian pasar menurut pasar konvensional/tradisional dimana penjual/produsen secara fisik bertemu dengan pembeli/konsumen di dunia nyata, lalu-lintas informasi; produk/jasa dan pembayaran, masih bersifat fisik atau *face to face*. Akan tetapi saat ini proses perdagangan konvensional telah bergeser menjadi perdagangan secara elektronik. Kini pertemuan antara produsen dan konsumen sudah berlangsung di dunia maya. Aliran informasi produk, proses komunikasi antara produsen dan konsumen, distribusi produk/jasa dan transaksi telah terjadi di sana. Sistem perdagangan yang dilakukan dalam dunia maya tersebut dikenal dengan nama “*Electronic Commerce (E-Commerce)*”.²

¹ Anastasia Diana, *Mengenal E-Business*, cet. I, Yogyakarta : Andi, 2002, hal.1

² Anastasia Diana, *Op.cit.* hal..20

Perkembangan teknologi informasi di Indonesia sendiri memang seperti tak terduga sebelumnya. Beberapa tahun yang lalu internet hanya dikenal oleh sebagian kecil orang yang mempunyai minat di bidang komputer. Namun, “dalam tahun-tahun terakhir ini pengguna jasa internet meningkat secara pesat”.³

Aspek hukum yang terdapat dalam transaksi *Electronic Commerce* diantaranya kepercayaan dan tanggung jawab, pembayaran elektronik, hak atas kekayaan intelektual, privasi dan data personal, transaksi dapat menggunakan tandatangan elektronik.

Kata Tandatangan dalam konteks ini sangat berbeda dengan pengertian umum. Dalam konteks ini Tandatangan yang dimaksud adalah “bukan merupakan tandatangan yang dibubuhkan oleh seseorang dengan tangannya dia atas dokumen-dokumen (*digitized image of handwritten signature*), antara lain dokumen kertas seperti yang lazim dilakukannya”.⁴

Aspek perdata merupakan bidang hukum yang berkaitan dengan aktifitas *E-Commerce*. Pada setiap transaksi misalnya, harus tetap mengacu pada ketentuan tentang “*asas kebebasan berkontrak*” dalam pasal 1320 KUHPdt *Pacta Sunderservanda* Kitab Undang-undang Hukum Perdata (Selanjutnya KUHPdt) dengan tetap memperhatikan Pasal 1320 KUHPdt tentang syarat-syarat sahnya perjanjian.

³ Dirjen Pos dan Telekomunikasi, *Seminar Nasional RUU Teknologi Informasi (Cyber Law); Pemberdayaan Teknologi Informasi*, Semarang, FH UNDIP, 2001, hal.3

⁴ Sutan Remy Syahdeini, *Sistem Pengamanan E-Commerce*, Jurnal Hukum Bisnis, Volume/18 Maret, 2002, hal.10

Persatuan antara teknologi komunikasi dan teknologi informatika menciptakan internet yang saat ini menjadi “*tulang punggung*” dari teknologi informasi. Berkat jaringan internet, tidak ada lagi perbatasan antar suatu negara. Indonesia sebagai negara berkembang tidak luput dari perkembangan teknologi informasi yang semakin hari semakin digunakan dan menjadi salah satu “*kebutuhan primer*” dari sektor perdagangan. Namun di Indonesia, perkembangan teknologi berjalan lebih cepat dan seakan-akan tidak terkejar oleh hukum yang ada, padahal salah satu tujuan hukum adalah memberikan kepastian hukum. Seperti yang dikatakan Doktor Eric Caprioli, “*keamanan dan kehandalan teknik harus sepadan dengan kepastian hukum sebab hukum menciptakan kepercayaan para pengguna terhadap teknologi informasi*” Kepercayaan ini dapat dicapai dengan memberikan kepastian hukum terhadap tulisan elektronik.

Atas dasar itulah memunculkan ide penulisan skripsi ini dengan judul “**KEABSAHAN TANDATANGAN ELEKTRONIK DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE MENURUT HUKUM PERJANJIAN**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas menjadikan penulis tertarik untuk merumuskan masalah yang akan diteliti, diantaranya :

1. Apakah Tandatangan Elektronik dalam suatu kontrak *E-Commerce* memiliki kekuatan hukum yang sah?
2. Apakah Tandatangan Elektronik dapat dijadikan sebagai alat bukti di Pengadilan?

C. Tujuan Penelitian

1. Memberikan gambaran pemikiran guna membantu menyelesaikan permasalahan yang terjadi berkenaan dengan apa yang diuraikan dalam tulisan ini serta membantu para mahasiswa Universitas Bhayangkara dalam studinya pada lingkup kecil, serta diharapkan dapat bermanfaat sebagai acuan dalam pengolahan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang ada.
2. Sebagai syarat penyelesaian studi pada jenjang S-1 Fakultas Hukum Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

D. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dari penulis untuk lebih memperkaya khasanah ilmu pengetahuan hukum, khususnya mengenai masalah *E-Commerce*.

2. Praktis

Secara praktis, penelitian ini juga diharapkan dapat berguna bagi para pihak yang membutuhkan untuk menambah pengetahuan di bidang hukum serta khususnya yang terkait dengan kasus *E-Commerce*.