

OPTIMALISASI CYBERLAW UNTUK PENANGANAN CYBERCRIME PADA E-COMMERCE

Eva Argarini Pratama

AMIK Bina Sarana Informatika, Purwokerto
 Jl. Dr Bunyamin No.106, Pabuaran, Purwokerto
 eva.eap@bsi.ac.id

Abstrak

Dengan menggunakan internet, maka pengguna dapat memperbanyak arus informasi, mempercepat arus informasi, memberikan kesempatan pada semua orang khususnya disini semua pengguna internet untuk dapat cakrawala yang lebih luas. Sehingga meningkatkan pendidikan dasar, menengah, tinggi, pertukaran informasi pekerjaan, membuat transparansi pemerintahan (pajak, Bank, APBN, dll), serta pertukaran informasi perdagangan atau dapat disebut dengan e-commerce. E-commerce dapat memberikan keuntungan yang begitu banyak dalam transaksi perdagangan yang dilakukan baik pada sisi pedagang maupun pembeli. Namun pada kenyataannya terkadang baik pedagang dan pembeli terkadang lupa akan dampak lain yang mungkin saja bisa terjadi dalam transaksi tersebut. Karena tidak dapat dipungkiri ada pihak-pihak tertentu yang dengan sengaja mencari celah untuk dapat memanfaatkan transaksi tersebut untuk keuntungan pribadi atau sering disebut cybercrime. Salah satu penanganan cybercrime yang memang sudah terjadi adalah dengan adanya cyberlaw. Dengan penelitian deskriptif inidilakukan suatu pencandraan (deskripsi) mengenai situasi-situasi atau kejadian-kejadian yang dalam hal ini disebut dengan cybercrime yang ditangani menggunakan cyberlaw akan seberapa optimalkah penanganan tersebut. Khususnya dalam ruang lingkup e-commerce.

Kata Kunci: e-commerce, cybercrime, dan cyberlaw.

1. PENDAHULUAN

Kemajuan dan perkembangan teknologi informasi sekarang ini merupakan salah satu acuan dalam menilai sukses tidaknya suatu bentuk perilaku manusia modern pada hampir semua bidang kehidupan. Baik pada bidang pendidikan, politik, sosial, budaya, dan kesehatan. Dalam hal ini khususnya pada bidang ekomi, karena seperti kita ketahui bersama bidang ekonomi memegang peranan paling penting dalam hidup ini. Sebagai gambaran bidang pendidikan tidak akan dapat berjalan dengan sukses tanpa adanya dukungan dari bidang ekonomi yang mumpuni, bidang kesehatan juga tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya bidang ekonomi yang mapan. Dan untuk mencapai bidang ekonomi yang dapat menunjang dengan baik seluruh bidang yang ada, perlu adanya suatu media pendukung yang dapat mengikuti kemajuan dan perkembangan kebutuhan masyarakat.

Berkenaan dengan kemajuan dan perkembangan kebutuhan masyarakat tersebut, tentunya tidak lepas dari pembangunan teknologi informasi melalui internet (*Interconnetion Network*) (Arief,2009).

Seperti diketahui bersama internet merupakan suatu wadah atau tempat pengelolaan dan pertukaran berbagai macam informasi di dunia ini melalui berbagai macam komponen yang dalam hal

ini adalah mesin komputer, baik berupa *server*, komputer pribadi, *handphone*, PDA, dan media komunikasi & informasi lainnya. Berbagai jenis mesin ini saling terhubung melalui suatu wadah yang disebut internet ini. Mereka dapat terhubung melalui kabel, saluran telepon, satelit, gelombang listrik, cahaya, serta media apa saja yang dimungkinkan untuk dialiri oleh data.

Dalam perkembangannya internet telah mengalami perkembangan yang signifikan. Saat ini menurut para pakar dan pengamat internet, sudah memasuki generasi kedua. Berikut dijelaskan tabel yang menggambarkan ciri-ciri dan perbandingan antara internet generasi pertama dengan generasi kedua sesuai dengan yang dikutip dari Ari Juliano dalam Abdul Wahid.

Tabel 1.1 Perbandingan internet generasi II dan II

	Internet Generasi I	Internet Generasi II
Tempat mengakses	Didepan meja	Dimana saja
Sarana	Hanya PC	Peripheral apapun yang dapat terhubung

		dengan internet
Sumber Pelayanan	Storefront Web	E-Service otomatis
Hubungan Antar provider	Persaingan ketat	Transaksi
Lingkup Aplikasi	Aplikasi terbatas	E-service modular
Fungsi IT	IT sebagai asset	IT sebaga jasa

Berdasarkan gambaran paparan diatas, dengan menggunakan internet, maka pengguna dapat memperbanyak arus informasi, mempercepat arus informasi, memberikan kesempatan pada semua orang khususnya disini semua pengguna internet untuk dapat cakrawala yang lebih luas. Sehingga meningkatkan pendidikan dasar, menengah, tinggi, pertukaran informasi pekerjaan, membuat transparansi pemerintahan (pajak, Bank, APBN, dll), serta pertukaran informasi perdagangan (Febrian, 2008).

Manfaat internet dalam bidang ekonomi, seperti yang telah disebutkan di atas, berdampak pada masa kini kita dapat melihat ada bentuk perdagangan yang dapat dilaksanakan dengan cara tidak bertatap muka secara langsung antara pedagang dengan pembeli, namun transaksi perdagangan melalui media internet atau yang sekarang ini sering disebut dengan *e-commerce*.

Dengan *e-commerce* maka baik pedagang ataupun pembeli sama-sama mendapat beberapa keuntungan. Diantaranya dari sisi pedagang, pedagang mendapat keuntungan dari segi promosi, pedagang dapat mempromosikan produknya tidak hanya pada wilayah lokal dimana bisnisnya berjalan saja. Tapi pedagang juga dapat mempromosikan keseluruhan penjuru dunia yang memang sebagian besar sudah terkoneksi internet.

Adapun dari sisi pembeli keuntungan yang dapat diperoleh adalah pembeli dapat melihat dan memilih berbagai macam produk yang diinginkan sesuai dengan kebutuhan tanpa harus terpaku pada 1 toko atau 1 pedagang. Sehingga ruang gerak dalam melihat dan memilih produk yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Melihat keuntungan yang ada terkadang baik pedagang dan pembeli terkadang lupa akan dampak lain yang mungkin saja bisa terjadi dalam transaksi tersebut. Karena tidak dapat dipungkiri ada pihak-pihak tertentu yang denga sengaja mencari celah untuk dapat memanfaatkan transaksi tersebut untuk keuntungan pribadi, mengingat seperti yang disebutkan sebelumnya di atas, bidang ekonomi merupakan salah satu bidang yang memegang peranan paling penting diantara bidang kehidupan lainnya.

Pemanfaatan yang dilakukan oleh orang

yang tidak bertanggung jawab tersebut, dapat dikatakan sebagai suatu kejahatan, dan karena ruang gerak kejahatan tersebut terjadi pada dunia maya melalui internet maka pemanfaatan yang tidak bertanggung jawab ini dapat disebut dengan *cybercrime*.

Dan untuk sekarang ini bentuk penyelesaian masalah mengenai lebih banyak ditekankan pada pembentukan suatu undang-undang yang membahas tentang *cybercrime* ini atau sering disebut dengan *cyberlaw*. Namun permasalahan yang muncul berikutnya adalah apakah undang-undang yang sudah dimanfaatkan secara optimal sesuai dengan kebutuhan penanganan *cybercrime* yang banyak terjadi sekarang ini.

2. LANDASAN TEORI

2.1 E-commerce

E-commerce merupakan suatu transaksi digital yang mencakup berbagai macam transaksi yang dimediasi dengan teknologi digital elektronik, adapun transaksi yang terjadi sebagian besar terjadi melalui internet dan web. Transaksi komersial ini melibatkan pertukaran nilai (misalnya, uang) yang terjadi antar suatu organisasi atau individu atau perpaduan keduanya dengan suatu imbalan dalam bentuk produk atau jasa. Pertukaran nilai merupakan bagian terpenting memahami definisi dari *e-commerce* itu sendiri, tanpa adanya pertukaran nilai, maka suatu perdagangan tidak akan terjadi (Laudon & Traver, 2009).



Gambar 2.1: Mekanisme E-commerce

Jenis yang paling sering dibahas dari *e-commerce* adalah *Business-to-Consumer* (B2C), *Business-to-Business* (B2B).

Business-to-Consumer (B2C) *e-commerce*, dimana bisnis atau perdagangan online mencoba untuk menjangkau konsumen individu. Meskipun B2C adalah relatif berskala kecil (sekitar \$ 255.000.000.000 pada tahun 2008), namun jumlah ini terus bertambah sejak tahun 1995, dan

merupakan jenis e-commerce yang kebanyakan konsumen mungkin ditemui (Laudon & Traver, 2009).

Dalam *Business-to-Consumer (B2C)*, konsumen harus melakukan pencarian (*search*) terhadap apa saja yang akan mereka beli. Adapun ciri-ciri dari *e-commerce Business-to-Consumer*, beberapa diantaranya adalah:

1. Informasi yang ada pada *e-commerce* tersebut bersifat terbuka untuk umum
2. Pelayanan yang dilakukan bersifat umum juga sehingga mekanismenya dapat digunakan oleh banyak orang.
3. Pelayanan yang diberikan berdasarkan permintaan konsumen.

Dan *Business-to-Business (B2B)* merupakan sistem komunikasi bisnis *on line* antar pelaku bisnis. Para pengamat *e-commerce* mengakui akibat terpenting dari adanya sistem komersial berbasis web paling jelas tampak terlihat pada transaksi *Business-to-Business (B2B)*.

Adapun ciri-ciri umum dari *ecommerce Business-to-Business (B2B)* beberapa diantaranya adalah:

1. *Trading Partners* sudah saling mengetahui sehingga pertukaran informasi hanya berlangsung di antara mereka.
2. Pertukaran data dilakukan secara berulang-ulang pada periode yang memang sudah ditentukan.
3. Salah satu pihak tidak harus menunggu pihak *trading partner* lainnya untuk mengirim permintaan data.

(Arief, 2009).

2.2. Cybercrime

Pada perkembangan sekarang ini internet pada kenyataannya ternyata membawa sisi negatif, dengan membuka peluang munculnya tindakan-tindakan anti sosial yang selama ini dianggap tidak mungkin terjadi atau tidak terpikirkan akan terjadi. Sebuah teori menyatakan, *crime is product of society its self*, yang dapat diartikan bahwa masyarakat itu sendirilah yang menghasilkan kejahatan. Kejahatan yang terjadi sebagai dampak negatif dari perkembangan aplikasi internet ini sering disebut juga dengan *cybercrime* (Wahid, 2010).

Pada intinya *cybercrime* meliputi semua tindak pidana yang berkenaan dengan informasi, dan sistem informasi itu sendiri, serta sistem komunikasi yang merupakan sarana untuk penyampaian/pertukaran informasi pada pihak lainnya (Arief, 2009).

Banyak berbagai informasi dapat diperoleh dari beberapa sumber seperti majalah, televisi, atau surat kabar yang memberikan terjadinya berbagai tindak pidana dengan mempergunakan internet sebagai sarana pendukungnya, sebagai contoh fasilitas internet banking Bank Central Asia (BCA) lewat situs www.klikbca.com telah disabotase oleh seseorang *hacker* dengan membuat 5 nama situs yang memiliki nama yang mirip dengan nama situs milik BCA atau situs aslinya tersebut (*typosite*). 5 nama situs tiruan tersebut adalah kilkbca.com, wwwklikbca.com, klikbca.com, dan klikbac.com.

Hal ini mengakibatkan para nasabah BCA apabila menggunakan fasilitas *internet banking* BCA namun menetikkan salah satu nama situs tiruan, misal www.kilkbca.com, maka transaksi transaksi yang dilakukan oleh nasabah tersebut sudah dapat dipastikan tidak akan sesuai dengan kebutuhan dan permintaan nasabah atau dapat dikatakan transaksi palsu. Sebagai contoh jika nasabah melakukan transaksi transfer melalui *internet banking* maka sangat dimungkin hasil transaksi tersebut tidak akan sampai pada pihak yang seharusnya menerima hasil transaksi. Sehingga akan membawa kerugian baik pada nasabah yang menstrasfer sejumlah uang karena uang yang di transfer tidak diterima oleh orang yang dituju dan kerugian pada pihak yang seharusnya mendapat transferan uang karena tidak mendapat uang sesuai dengan keinginan yang disebabkan oleh sabotasi pihak yang tidak bertanggung jawab.

Adapun bentuk dari *cybercrime* yang terjadi, khususnya dalam hal ini pada *e-commerce* adalah adanya manipulasi informasi yang disampaikan baik dari pedagang ke konsumen, ataupun konsumen ke pedagang. Sebagai contoh bentuk kejahatan dunia maya yang dilakukan pedagang ke konsumen salah satunya adalah barang yang diberikan pada konsumen tidak sesuai dengan kondisi barang yang di promosikan dan tidak sesuai dengan informasi jelaskan pada konsumen.

Dan contoh bentuk kejahatan dunia maya yang dilakukan oleh konsumen pada pedagang adalah konsumen tidak memenuhi kesepakatan yang sudah disepakati bersama sebelumnya pada pedagang, konsumen berjanji akan memberikan uang muka yang tidak sepadan dengan harga barang, setelah barang sudah disiapkan oleh pedagang konsumen tidak jadi untuk membeli, jelas hal tersebut mengakibatkan kerugian pada pedagang tidak hanya pada sisi uang, tetapi juga waktu.

2.3. Cyberlaw

Cyberlaw merupakan hukum yang biasanya digunakan pada dunia maya (*cyber*) yang umumnya diasosiasikan dengan internet. Atau *cyberlaw* dapat

diartikan dengan suatu aspek hukum yang batasan ruang lingkupnya hanya terdapat pada setiap aspek yang berhubungan dengan suatu kelompok atau perorangan atau subjek hukum lain yang menggunakan dan memanfaatkan teknologi jaringan internet yang dapat dimulai pada saat mulai online dan memasuki dunia cyber (Sitompul, 2012).

Berkaitan dengan *cyberlaw* yang merupakan aspek dari suatu hukum. Maka disini hukum merupakan bagian paling penting, karena hukum pada prinsipnya sebagai pengatur perilaku seseorang dan kelompok masyarakat, dimana pasti akan ada suatu sanksi bila seseorang atau kelompok masyarakat tersebut melanggarnya.

Adapun alasan kenapa *cyberlaw* memang dibutuhkan, terutama dalam berinteraksi lewat internet adalah karena masyarakat yang ada di dunia maya sebenarnya merupakan masyarakat yang berasal dari dunia nyata di dunia ini yang memiliki kepentingan, kebutuhan dan interaksi melalui suatu jaringan internet yang dapat berhubungan secara luas kemanapun dan dimanapun. Alasan yang lain adalah walaupun terjadi di dunia maya, namun transaksi yang dilaksanakan oleh seseorang atau sekelompok masyarakat tersebut akan memiliki pengaruh pada dunia nyata (Sitompul, 2012).

Cyberlaw-pun memiliki ruang lingkup (Rosenoer, 1997), diantaranya:

1. *Cyberlaw* yang mengatur tentang hak cipta (*copy right*).
2. *Cyberlaw* yang mengatur tentang hak merk (*trademark*).
3. *Cyberlaw* yang mengatur tentang pencemaran nama baik (*defamation*).
4. *Cyberlaw* yang mengatur tentang fitnah, penistaan, dan penghinaan (*hate speech*).
5. *Cyberlaw* yang mengatur tentang serangan terhadap fasilitas komputer (*hacking, viruses, illegal access*).
6. *Cyberlaw* yang mengatur tentang pengaturan sumber daya internet seperti IP-Address, domain name, dll.
7. *Cyberlaw* yang mengatur tentang kenyamanan individu (*privacy*).
8. *Cyberlaw* yang mengatur tentang prinsip kehati-hatian (*duty care*).
9. *Cyberlaw* yang mengatur tentang tindakan kriminal biasa yang menggunakan TI sebagai alat.
10. *Cyberlaw* yang mengatur tentang isu prosedural, seperti yuridiksi, pembuktian, penyelidikan, dll.
11. *Cyberlaw* yang mengatur tentang kontrak atau transaksi elektronik dan tanda tangan digital.

12. *Cyberlaw* yang mengatur tentang pornografi.
13. *Cyberlaw* yang mengatur tentang pencurian melalui internet.
14. *Cyberlaw* yang mengatur tentang perlindungan konsumen
15. *Cyberlaw* yang mengatur tentang pemanfaatan internet dalam aktivitas keseharian seperti *e-commerce, e-government, e-education*, dll.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dapat dikategorikan sebagai penelitian deskriptif, hal ini didasarkan pada tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat pencandraan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat suatu populasi tertentu (Suryabrata, 2012).

Penelitian lebih spesifik dengan memusatkan perhatian kepada aspek-aspek tertentu dan sering menunjukkan hubungan antara berbagai variabel, sering penelitian deskriptif didahului oleh penelitian eksploratif dan memberikan bahan yang memungkinkan untuk ke penelitian eksperimental (Nasution, 2004).

Melihat tujuan dan deskripsi dari penelitian deskriptif di atas dapat ditarik kesimpulan sehubungan dengan metode penelitian yang ada pada penelitian ini. Penelitian ini dilakukan dengan melakukan pencandraan terhadap suatu fenomena yang telah dan masih berlangsung pada saat ini, khususnya yang terjadi di Indonesia, penelitian pun dilaksanakan secara sistematis, faktual dan akurat berdasarkan studi literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas pada penelitian ini, sehubungan dengan sampai sejauh mana penggunaan *cyberlaw* terhadap penanggulangan *cybercrime* yang terjadi di Indonesia khususnya *cybercrime* yang berkaitan dengan *e-commerce*.

Berkenaan dengan hubungan definisi penelitian deskriptif yang kedua dengan penelitian ini. Penelitian ini dapat berdasarkan dari peninjauan sesuatu permasalahan yang belum dibahas atau baru sedikit dibahas, yang mana hal tersebut merupakan pengertian dari penelitian eksploratif. Dengan penelitian di atas dapat dilanjutkan melaksanakan penelitian ini (penelitian deskriptif), maka untuk selanjutnya diharapkan dengan adanya penelitian deskriptif ini dapat menghasilkan penelitian eksperimental dengan mengadakan percobaan atau eksperimen, untuk mengetes suatu variabel, yang berhubungan dengan permasalahan yang ada.

Penelitian deskriptif memiliki ciri-ciri sama dengan penelitian yang sedang dibahas sekarang ini,

adapun ciri-ciri dari penelitian deskriptif disini yaitu penelitian ini dimaksudkan untuk membuat pencandraan (deskripsi) mengenai situasi-situasi atau kejadian-kejadian, dalam artian penelitian ini merupakan akumulasi data dasar dalam cara deskriptif semata-mata tidak perlu mencari atau menerangkan saling hubungan, membuat ramalan, atau mendapatkan makna dan implikasi (Suryabrata, 2012).

4. PEMBAHASAN DAN HASIL

4.1 Pembahasan

E-commerce telah membawa berbagai perubahan pada dunia bisnis di Indonesia, selain dikarenakan adanya perkembangan dari segi teknologi informasi dan komunikasi, e-commerce juga terbentuk karena adanya tuntutan kebutuhan masyarakat akan pelayanan yang serba cepat, mudah, praktis, dapat dilakukan dimana saja, dan kapan saja. Dengan menggunakan internet, masyarakat memiliki ruang gerak yang lebih luas dalam melihat dan memilih produk yang dibutuhkan.

Berikut gambaran prospek teknologi informasi, yang khususnya *e-commerce* di Amerika Serikat, yang dikutip oleh Didik Arief pada Alihanafiah dari Majalah Forester edisi Mei 1998.

Tabel 4.1 Pertumbuhan Pasar E-commerce di Amerika Serikat

No.	Tahun	Jumlah
1.	1997	8 milyar US Dollar
2.	1998	17 milyar US Dollar
3.	1999	41 milyar US Dollar
4.	2000	105 milyar US Dollar
5.	2001	183 milyar US Dollar
6.	2002	302 milyar US Dollar

Adapun dalam hal ini alasan kenapa memilih Amerika Serikat yang dijadikan sebagai tolak ukur prospek dari perkembangan teknologi informasi yang dapat berpengaruh terhadap pertumbuhan pasar *e-commerce* adalah karena keberadaan negara tersebut yang selalu diposisikan sebagai pusat ekonomi dunia, baik secara kualitas maupun kuantitas, sehingga dengan melihat prospek pertumbuhan ekonomi pada negara adidaya tersebut maka akan dapat dilihat pula prediksi pertumbuhan ekonomi dunia dimana Indonesia merukan salah satu diantaranya.

Berdasarkan tabel diatas dapat diambil suatu kesimpulan bahwa melihat periode tahun 1997-2002 yang mana dapat terhitung kurang lebih 6 tahun pertumbuhan yang terjadi secara signifikan

yang semula masih dalam kisaran 8 Milyar US Dollar menuju angka 302 Milyar US Dollar. Hal tersebut dapat diartikan bahwa pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi yang ada memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi.

Di Indonesia juga, *e-commerce* juga menggambarkan tren yang terus naik dengan signifikan. Nilai transaksinya pada tahun 2000 dapat mencapai 100juta US Dollar dan naik menjadi 200juta US Dollar pada tahun 2001 (Arief, 2009).

Fenomena *e-commerce* sudah dikenal di Indonesia sejak tahun 1996, yang diawali dengan adanya situs <http://www.sanur.com> sebagai toko buku *on-line* pertama di Indonesia. Walaupun situs ini belum terlalu populer namun, situs ini dapat dijadikan sebagai pemicu bagi kemunculan berbagai macam situs yang melakukan *e-commerce*.

Dengan *e-commerce* semua formalitas-formalitas yang biasany ada pada transaksi konvensional dikurangi, disamping itu konsumen dapat mengumpulkan dan membandingkan informasi produk secara lebih leluasa tanpa terbatas oleh batas wilayah dan waktu. *E-commerce* juga memberikan perubahan cara pandang konsumen dalam memperoleh produk yang diinginkan. Sehingga dapat disimpulkan juga telah mengubah perilaku konsumen menjadi semakin kritis dan selektif dalam menentukan produk yang akan dipilihnya.

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa dengan adanya *e-commerce* memberikan dampak bagi konsumen ataupun pedagang, baik itu dampak positif maupun negatif. Dampak positif yang didapatkan oleh konsumen salah satunya konsumen dapat mengakses lebih besar bermacam-macam produk yang disesuaikan dengan kebutuhan dari beberapa sumber (toko), tidak hanya 1 sumber (toko). Sedangkan bagi produsen, dapat memeberikan dampak positif dalam mempermudah pemasaran produknya sehingga dapat memotong jalur distribusi yang berakibat pada penghematan biaya dan waktu.

Melihat dampak positif yang ada, tidak menutup kemungkinan juga akan terdapat dampak negatif yang akan muncul, hal tersebut karena pihak-pihak dalam hal ini juga termasuk produk yang ditawarkan dalam melakukan transaksi tidak bertemu secara langsung.

Bentuk negatif lainnya yang sering terlihat dalam transaksi *e-commerce* adalah apabila produk yang di tawarkan berkualitas rendah serta informasi dan pelayanan yang diberikan oleh

pedagang kurang memuaskan salah satu konsumen, maka bisa jadi kondisi tersebut akan menyebabkan penyebaran kondisi yang dilakukan oleh salah satu konsumen tersebut kepada konsumen lain yang akan membeli produk tidak mampu dibendung, mengingat keunggulan dari internet yang sudah dijelaskan sebelumnya dapat digunakan oleh siapa saja, kapan saja, dan dimana saja, atau dapat dikatakan penggunaan internet tidak mengenal batasan wilayah dan waktu. Sehingga hal tersebut dapat menyebabkan kerugian pada pedagang baik pada sisi promosi dan jumlah konsumen.

Selain itu dengan melihat banyaknya jumlah orang yang dapat mengakses internet hal tersebut dapat berakibat pada produsen yang sukar untuk mendeteksi apakah pembeli yang telah berinteraksi dan hendak memesan produknya merupakan pembeli yang memang berniat membeli atau pembeli yang hanya iseng belaka.

Namun kondisi seperti di atas bukan hanya berdampak pada negatif pada pedagang saja, karena tidak menutup kemungkinan juga dari sisi pembeli. Karena banyaknya pilihan penjual yang menjajakan produknya maka pembeli menjadi rancu, kira-kira penjual atau pedagang manakah yang memang memiliki kualitas baik produk maupun pelayanan baik dan dapat dipercaya sebelumnya. Dampak negatif yang telah dijelaskan di atas terjadi karena tidak lepas dari berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi yang menyebabkan adanya *cybercrime*.

Tabel 4.2 Pertumbuhan Jumlah Internet, IP Address dan *Cybercrime* di Indonesia Periode Januari 2003 – Agustus 2004

Jumlah pengguna internet	8,08 juta	12 juta
Ipv4	2.505	2.675
Ipv6	131.073	131.073
Kasus Spam	8.389	2.585
Kasus carding	210	46
Penyalahgunaan jaringan IT	2.267	778
Open proxy	1.210	3.029

Sumber: APJII

Seperti yang disampaikan Arief Pitoyo dalam Abdul Wahid, menyatakan bahwa: “Perkembangan *cybercrime* di Indonesia telah meningkat secara signifikan sejak 1998 seiring

dengan meningkatnya pengguna internet di Indonesia saat itu mencapai 512.000 orang.” Hal ini jelas dapat diambil sedikit kesimpulan bahwa berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi juga akan membuka peluang yang lebih besar untuk terjadinya suatu kejahatan dunia maya termasuk diantaranya adalah kejahatan dalam *e-commerce*. Dinama pada perdagangan elektronik atau sering disebut dengan *e-commerce* ini tidak hanya interaksi yang melibatkan pembeli dan penjual saja namun ada pihak-pihak lain yang terhubung dalam perdagangan elektronik (*e-commerce*) ini seperti perantara pembayaran, perusahaan *credit card*, dan jasa pengiriman (ekspedisi).

Banyaknya pihak-pihak yang terlibat juga akan menjadi celah terjadinya kejahatan dalam *e-commerce* tersebut. Terlepas dari banyak pihak yang terlibat dalam *e-commerce* perlindungan konsumen dalam transaksi melalui *e-commerce* menjadi pokok pembahasan di sini.

Dalam berinteraksi *e-commerce* tidak dapat dipungkiri pasti dan selalu seorang atau beberapa kelompok konsumen pasti menginginkan kepuasan terhadap produk yang akan dibeli dan dimilikinya nanti. Adapun hal-hal yang perlu diperhatikan berkenaan dengan keinginan konsumen yang disebutkan di atas adalah:

1. Adanya informasi yang valid dan relevan tentang produk yang ditawarkan
2. Aberkeyakinan produk yang ditawarkan tidak memberi efek yang berbahaya untuk kesehatan ataupun keamanan jiwa.
3. Produk yang ditawarkan dan akhirnya diberi sesuai dengan keinginan, baik dilihat dari segi kualitas, ukuran, harga dan sebagainya, sesuai dengan informasi yang ditawarkan sebelumnya.
4. Sebagai konsumen setelah produk terbeli konsumen dapat mengetahui cara dari penggunaan produknya.
5. Adanya jaminan bahwa produk yang sudah beli tidak terdapat kecacatan, dapat berfungsi secara semestinya dan dapat berguna sesuai dengan informasi yang ditawarkan sebelumnya.
6. Adanya jaminan terhadap konsumen jika barang yang sudah dibeli dan diterima tidak sesuai ataupun tidak dapat digunakan sesuai dengan informasi yang ditawarkan, maka konsumen dapat memperoleh

penggantian baik berupa produk maupun barang.

Namun pada kenyataannya yang banyak terjadi adalah konsumen tidak mendapatkan sesuatu seperti apa yang diinginkan dan diharapkan dan hal tersebut dapat dikategorikan bahwa konsumen pada pihak yang dirugikan.

4.2 Hasil

Didasarkan pada permasalahan yang dijelaskan sebelumnya di atas ada beberapa tindakan penanganan yang dapat dilakukan untuk penanganan *cybercrime* yang berhubungan dengan *e-commerce*. Salah satunya adalah seperti yang dijelaskan oleh Nasution AZ dalam Didik Arief, menyatakan bahwa:

“Perserikatan Bangsa-Bangsa dalam Resolusinya No. 39/248 Tahun 1985 memberikan rumusan tentang hak-hak konsumen yang harus dilindungi oleh produsen/pengusaha. Rumusan hak-hak konsumen ini didasarkan atas hasil penelitian yang cukup lama terhadap 25 negara anggota Perserikatan Bangsa-Bangsa. Adapun hak-hak konsumen yang dimaksud adalah:”

1. Perlindungan konsumen dari bahaya-bahaya terhadap kesehatan dan keamanan.
2. Promosi dan perlindungan dari kepentingan sosial, ekonomi konsumen.
3. Tersedianya informasi yang memadai bagi konsumen.
4. Pendidikan konsumen.
5. Tersedianya upaya ganti rugi yang efektif.
6. Kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen atau organisasi lainnya yang relevan dan memberikan kesempatan kepada organisasi tersebut untuk menyuarkan pendapatnya dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut kepentingan mereka.

Adapun bentuk tindakan yang dilakukan sehubungan dengan penanganan permasalahan tersebut, khususnya di Indonesia yang dijelaskan oleh Nasution AZ dalam Didik Arief, menyatakan bahwa:”

“Dengan adanya UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 4 telah mengatur hak-hak konsumen yang meliputi”:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapat barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.

3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

“Pada dasarnya instrumen hukum mengenai perlindungan konsumen pada suatu perdagangan dapat digambarkan dalam 2 bentuk pengaturan, yaitu: 1. Perlindungan hukum melalui suatu bentuk perundang-undangan tertentu (undang-undang peraturan pemerintah, dan sebagainya) yang sifatnya umum untuk setiap orang yang melakukan transaksi dan yang ke 2. perlindungan hukumberdasarkan perjanjian yang khusus dibuat oleh para pihak, dalam bentuk isi perjanjian antara konsumen dan produsen, seperti halnya ketentuan tentang ganti rugi, jangka waktu pengajuan klaim, penyelesaian sengketa, dan sebagainya”(Arief, 2009).

“Dan diantara kedua bentuk perlindungan hukum di atas, maka perlindungan hukum melalui ketentuan perundangan-undangan (regulasi) merupakan instrumen/sarana yang paling efektif digunakan mengingat perundang-undangan dapat dijadikan dasar bagi kedua belah pihak dalam membuat perjanjian serta pemerintah melalui perangkatnya dapat memaksakan memberlakukan undang-undang tersebut” (Arief, 2009).

Adapun alasan yang menyatakan perlu adanya turut serta pemerintah dalam memberikan perlindungan yang sudah dijelaskan sebelumnya adalah:

1. Untuk melindungi kepentingan kedua belah pihak yaitu konsumen dan pedagang atau pembeli dengan penjual.
2. Untuk menekan kembali berkembangnya praktek-praktek bisnis curang / tidak bertanggung jawab.

3. Membuka keterbukaan atau transparansi baik sebelum, sedang, ataupun setelah bertransaksi.
4. Menciptakan suatu iklim usaha yang dapat diharapkan meningkatkan pertumbuhan ekonomi baik secara makro ataupun mikro.

Dengan melihat keinginan dan permasalahan yang muncul dalam transaksi perdagangan tersebut. Untuk transaksi yang sama yang mana transaksi tersebut menggunakan media internet. Maka oleh pemerintah dibentuklah suatu undang-undang yang sekarang lebih dikenal dengan UU ITE (Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik) adapun latar belakang UU ITE ini adalah berdasar pada surat Presiden RI No.R./70/Pres/9/2005 tanggal 5 September 2005, naskah UU ITE yang sudah disepakati bersama tersebut secara resmi disampaikan kepada DPR yang kemudian di sahkan pada tanggal 21 April 2008. UU Nomor 11 Tahun 2008 ini merupakan undang-undang pertama di Indonesia yang secara khusus mengatur tentang informasi dan transaksi elektronik yang berhubungan dengan tindak pidana pada dunia maya *cyber*. Terdapat 2 garis besar tindakan yang diatur dalam UU ITE ini adalah:

1. Pengaturan dalam berinteraksi ataupun bertransaksi secara elektronik, dengan begitu etika yang terbentuk diantara pengguna terjalin dengan baik sesuai dengan norma yang ada.
2. Tindakan pidana *cyber*. Jika memang dengan pengaturan yang sudah ada pada poin pertama tidak dapat dipenuhi oleh salah satu dari kedua belah pihak yang bertransaksi ataupun berinteraksi secara elektronik, maka hal yang perlu ditekankan adalah aturan yang dapat dijadikan patokan atau pedoman dalam pertanggung jawaban pelanggaran tersebut.

Tindakan pidana yang diatur dalam UU ITE yang diatur dalam BAB VII tentang perbuatan yang dilarang, perbuatan tersebut dapat dipilah-pilah menjadi beberapa kategori pelanggaran yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Tindakan pidana yang berhubungan dengan aktivitas ilegal
2. Tindak pidana yang berhubungan dengan gangguan (interfensi)
3. Tindak pidana memfasilitasi perbuatan yang dilarang
4. Tindak pidana pemalsuan informasi atau dokumen elektronik
5. Tindak pidana tambahan, dan

6. Pemberatan-pemberatan terhadap ancaman pidana.

Dengan gambaran bentuk undang-undang yang sudah ada pada dasarnya merupakan suatu jawaban hukum terhadap persoalan yang terjadi dan ada di masyarakat. Namun pada kenyataannya sering dijumpai suatu undang-undang yang sudah dibentuk, dibuat, dan disepakati bersama pada pelaksanaannya banyak kemungkinan tidak terjangkau saat undang-undang tersebut dibentuk.

Faktor yang biasanya mempengaruhi fenomena di atas, tidak lain adalah:

1. Sebagai manusia pastinya memiliki keterbatasan dalam memprediksi dengan tepat dan akurat apa yang dibutuhkan dan apa yang akan terjadi di masa yang akan datang.
2. Bentuk kehidupan masyarakat manusia baik secara individu, kelompok, dan bangsa yang pastinya juga akan membentuk suatu permasalahan yang kompleks.
3. Pada saat undang-undang diundangkan langsung bersifat “konservatif”, setidaknya hal tersebut yang sering terjadi sekarang ini, fenomena yang terjadi seperti itu.

Melihat apa yang menjadi faktor di atas secara otomatis akan menimbulkan celah hukum dalam kriminalisasi *cybercrime* yang ada dalam UU ITE, diantaranya adalah (Suhariyanto, 2012):

1. Pasal pornografi di internet (*cyberporn*).
2. Pasal perjudian di internet (*gambling on line*).
3. Pasal penghinaan dan atau pencemaran nama baik melalui media elektronik.
4. Pasal pemerasan dan atau pengancaman melalui media elektronik.
5. Penyebaran berita bohong dan penghasutan melalui media elektronik.
6. Profokasi melalui media elektronik.

Dalam celah hukum yang terjadi di atas dapat diambil satu contoh seperti pada pasal 28 Ayat 1 tentang penyebaran berita bohong dan penghasutan melalui media elektronik yang berbunyi:

“Setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik”.

Berdasarkan pasal di atas celah yang dapat diambil oleh pelaku kejahatan adalah tidak dideskripsikan secara jelas bentuk dari berita bohong tersebut sampai sejauh mana nilai kebohongan tersebut. Dan celah hukum yang lain seperti yang dijelaskan pada pasal tersebut pihak yang menjadi

korban adalah konsumen dan pelakunya tidak lain berarti menunjuk pada pedagang, padahal seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa dalam *e-commerce* pihak yang terlibat tidak hanya konsumen atau pembeli dengan pedagang atau penjual saja namun juga pihak lain dan bila terjadi permasalahan yang tidak ditimbulkan oleh kedua belah pihak namun justru oleh pihak lain tersebut maka bentuk penyelesaian akan semakin sulit untuk dilaksanakan. Dan yang berkaitan dengan pasal ini dapat dimungkinkan pula korban bukan dari pihak konsumen namun bisa jadi dilain pihak bisa jadi yang menjadi korban adalah penjual atau pedagang. “Disisi lain perlindungan pelaku dan pengguna perdagangan *online* masih lemah. Dalam artian, para pelaku belum begitu paham mengenai mekanisme atau cara-cara pembelian di *e-commerce* itu sendiri, misalnya produk yang diterima tidak sesuai kualitas sesuai dengan yang diharapkan (Firdaus, 2011).

Dengan melihat fenomena yang telah dijabarkan dan dijelaskan sebelumnya tersebut di atas dapat diambil suatu hasil bahwa seperti yang disampaikan oleh Wakil Menteri Perdagangan Mahendra Siregar yang dikutip dalam surat kabar tempo yang ditulis oleh Febriana Firdaus menyatakan bahwa “hanya soal waktu, *e-commerce* kita akan lebih besar dari yang fisik. Pertumbuhan perdagangan *online* ini bukan untuk menggantikan perdagangan fisik. Tapi dalam perkembangannya volume perdagangan *online* terus meningkat. Tantangannya adalah kalau tidak dibenahi dari segi perlindungan konsumen, bisa merupakan satu resiko”.

Wakil Menteri Perdagangan Mahendra Siregar yang dikutip dalam surat kabar tempo yang ditulis oleh Febriana Firdaus juga menyatakan bahwa: “Belum ada perlindungan konsumen untuk *e-commerce* atau perdagangan *online*. Karena itu, pemerintah kini menjalin kerja sama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika untuk menyusun kerangka perlindungan konsumen untuk *e-commerce*”.

“Indonesia hingga kini belum punya hukum yang mengatur dunia maya ber-internet (*cyberlaw*), padahal penggunaan internet untuk mendukung aktivitas bisnis dan pemerintahan semakin meluas demikian pula kejahatan ber-internet (*cybercrime*)” (Ant, 2007).

Pakar teknologi informasi Mas Wigrantoro dalam Ant yang ditulis pada surat kabar Suara Merdeka menyatakan bahwa: “RUU Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) yang saat ini sedang digodok di DPR juga belum cukup disebut sebagai “*cyberlaw*” karena “*cyberlaw*” tidak hanya mengatur masalah pengakuan hukum terhadap bukti atau transaksi elektronik”.

5. KESIMPULAN

Dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui dan menganalisa sampai sejauh mana *cyberlaw* yang ada di Indonesia ini, berjalan dengan optimal. Berdasarkan pembahasan dan hasil yang sudah dipaparkan sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwa masih terdapat banyak celah hukum pada *cybercrime*, terutama dalam *e-commerce*. Seperti yang dinyatakan oleh pakar multimedia KRMT Ry Suryo Notodiprojo yang tertulis pada surat kabar Suara Merdeka yang dapat dilihat secara *online* yaitu *Cybercrime* saat ini sulit ditangani, lanjut Roy, karena belum ada aturan hukum yang menjangkau. Akibatnya, kalau pelakunya tidak tertangkap tangan akan sulit menjeratnya. Bahkan jika tertangkap tangan pun, tetap sulit dijerat (Wiyono, 2006).

Berarti dapat disimpulkan berdasarkan pendapat para pakar yang berhubungan dengan *cybercrime* dan *cyberlaw* yang ada di Indonesia. *Cyberlaw* yang ada di Indonesia belum dapat digunakan secara optimal terlebih lagi dalam penanganan kasus kejahatan dunia maya yang berhubungan dengan transaksi *e-commerce*. Sehingga diharapkan kedepannya *cyberlaw* yang ada dapat dioptimalkan dengan kesiapan aparat yang menjadi tumpuan awal dalam penanganan *cybercrime* pada transaksi *e-commerce*.

DAFTAR REFERENSI

- Ant. 2007. Belum Punya “Cyberlaw”, “Cybercrime” RI Sulit Ditangani. Diambil dari: <http://www.suaramerdeka.com/cybernews/harian/0706/11/nas22.htm>. (24 Juli 2013).
- Arief, D. M., & Gutom, E. (2009). *Cyberlaw Aspek Hukum Teknologi Informasi*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Febrian, J. (2008). *Menggunakan Internet*. Bandung: Informatika Bandung.
- Firdaus, Febriana. 2011. *Aturan Perlindungan Konsumen Perdagangan Online Disusun*. Diambil dari: <http://www.tempo.co/read/news/2011/10/17/090361777/Aturan-Perlindungan-Konsumen-Perdagangan-Online-Disusun>. (24 Juli 2013).
- Nasution, S. (2004). *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: Sinar Grafika Offset.

- Nasution, Z. (1995). *Konsumen dan Hukum, Tinjauan Sosial, Ekonomi dan Hukum pada Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Prayudi, Y., & Afrianto, D. S. (2007). Antisipasi Cybercrime Menggunakan Teknik Komputer Forensik. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2007 (SNATI 2007)* , B.97 - B.100.
- Rosenoer, Jonathan.(1997). *Cyberlaw : The Law of the Internet*. New York:Springer-Verlag.
- Sitompul, J. (2012). *Cyberspace Cybercrimes Cyberlaw Tinjauan Aspek Hukum Pidana*. Jakarta: PT. Tata Nusa.
- Suhariyanto, B. (2012). *Tindak Pidana Teknologi Informasi (Cybercrime)*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Suryabrata, S. (2012). *Metode Penelitian*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Wahid, A., & Labib, M. (2010). *Kejahatan Mayantara (Cyber Crime)*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Wiyono, Setyo. 2006. RUU ITE Akan Tekan Cybercrime. Diambil dari: <http://www.suamerdeka.com/cybernews/harian/0604/04/dar23.htm>. (24 Juli 2013)