

LEGALITAS WEBSITE KOMERSIAL

(Legality of The Commercial Website)

Cynthia Hayat*, Afrido V. Hutapea**

*Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer Jurusan Sistem Informasi
Universitas Kristen Krida Wacana – Jakarta

**Program PascaSarjana Manajemen Sistem Informasi
Universitas Gunadarma

*cynthia.hayat@ukrida.ac.id, **afrido_vh@yahoo.com

Abstrak

Transaksi jual beli dengan media internet umumnya tidak terkontrol, baik dari aspek kejelasan hukum maupun dari pajak jual beli. Banyaknya kasus penipuan dan kecurangan yang merugikan pelanggan menjadi alasan pentingnya suatu badan atau sistem yang dapat mengatur perdagangan dengan menggunakan media internet. Badan atau sistem tersebut berfungsi sebagai badan yang mengeluarkan ijin resmi atau legalitas *website* komersial. Dengan adanya legalitas *website* komersial diharapkan proses transaksi jual beli *online* menjadi lebih tertib dan jelas aturan hukumnya serta agar pemerintah dapat menarik pajak jual beli dari suatu barang atau jasa. Legalitas *website* ini dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan pada saat bertransaksi, meminimalisir tingkat kejahatan/kecurangan, dan juga agar pemilik usaha dengan media *website* lebih taat pajak.

Kata Kunci: legalitas, *website* komersial, EC-trust

Abstract

Transactions over the internet are uncontrolled both from the legal clarity and trade tax aspects. The increasing number of deception and fraud cases emphasizes the importance of a system or a governing body to manage online trade. This system or body should issue permits for or approve the legitimacy of commercial websites. The online transactions are expected to be better organized and legally existed. The government can also apply trade tax for online transactions. The website legality will increase customers' confidence to do online transactions, reduce the crime rate, and increase the country's income through online trade tax.

Keywords: *legality, legality of commercial website, EC-trust*

Tanggal Terima Naskah : 30 November 2012

Tanggal Persetujuan Naskah : 04 Januari 2013

1. PENDAHULUAN

Teknologi informasi telah melahirkan internet. Perkembangan internet yang sangat pesat telah menghasilkan sebuah model perdagangan elektronik, yaitu *Electronic Commerce (e-commerce)*. Dalam pelaksanaannya, *e-commerce* menimbulkan beberapa isu menyangkut aspek hukum perdagangan dalam penggunaan sistem yang terbentuk secara *online networking management* tersebut. Beberapa permasalahan, antara lain

menyangkut prinsip-prinsip yurisdiksi dalam transaksi, permasalahan kontrak dalam transaksi elektronik, masalah perlindungan konsumen, masalah pajak (*taxation*), dan kasus-kasus penipuan, serta kecurangan bertransaksi [1]. Dari fakta yang ada diperoleh adanya kesulitan dalam penegakan hukum pada perdagangan elektronik. Hal ini akan merepotkan, karena jika pada pembuatnya saja yang terkena pidana, maka akan terjadi tebang pilih atau diskriminasi dalam penerapan hukum [2].

Penelitian di Malaysia terhadap 370 responden oleh sebuah universitas swasta di Selangor, menemukan bahwa kepercayaan (*trust*) dan sikap konsumen memiliki efek langsung yang lebih kuat terhadap minat membeli secara online [3]. Beberapa permasalahan dalam perdagangan secara elektronik antara lain, masalah hukum perpajakan, pembayaran elektronik, hukum kontrak dan pembuktian, liabilitas/tanggung jawab, hak atas kekayaan intelektual, perlindungan konsumen, permasalahan privasi, dan hukum perdata internasional [4].

Munculnya berbagai permasalahan yang menyangkut perdagangan melalui media internet tersebut memerlukan adanya acuan model hukum yang dapat digunakan sebagai standar transaksi. Salah satu acuan internasional yang banyak digunakan adalah *Unctral Model Law on Electronic Commerce* tersebut diterbitkan oleh *Uncitral* sebagai salah satu komisi internasional yang berada di bawah naungan PBB. Model hukum ini telah digunakan oleh banyak negara untuk menjadi dasar pembuatan undang-undang di bidang *e-commerce*, misalnya *Electronic Transaction Act of Singapore*, undang-undang transaksi elektronik di Malaysia, dan masih banyak yang lainnya [5].

Penulisan ini diharapkan akan memberikan solusi dari berbagai permasalahan yang timbul akibat perdagangan elektronik. Solusi yang dapat diterapkan, yaitu melakukan proses legalisasi bagi semua *website* komersial. Legalitas *website* komersial tersebut akan menggunakan media *web portal* sebagai sarana bagi pemerintah untuk memberikan informasi kepada masyarakat. Dengan adanya legalitas *website* komersial diharapkan agar perdagangan elektronik lebih tertib dan jelas aturan hukumnya sehingga dapat meningkatkan kepercayaan (*trust*) pelanggan pada saat bertransaksi.

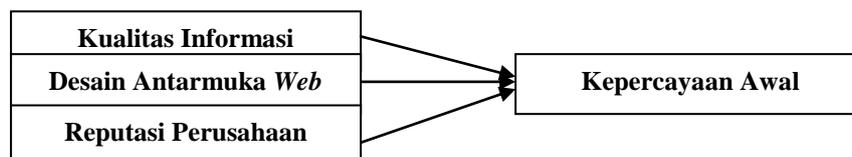
2. KONSEP DASAR

2.1 Kepercayaan dalam Perdagangan Elektronik (*EC-Trust*)

Belanja dengan media internet berbeda dengan belanja di pasar tradisional dalam segi kuantitas dan kualitas informasi yang ditawarkan kepada pelanggan. Komunikasi dua arah yang intensif harus disediakan untuk menghasilkan transaksi yang berhasil. Dalam proses komunikasi, pengembangan loyalitas pelanggan dan kepercayaan menjadi isu yang penting/kritis.

Kepercayaan dalam media elektronik disebut juga “*e-trust*”, dipercaya meningkatkan loyalitas konsumen. Saat ini sebagian besar konsumen percaya bahwa saluran pembayaran di internet tidak aman. Hal ini mengurangi kepercayaan konsumen, sehingga konsumen malas melakukan transaksi *online banking* [6].

Terdapat tiga faktor *EC-Trust* yang dapat diidentifikasi dan dianalisis. Faktor-faktor tersebut adalah kualitas informasi, antarmuka desain *web*, dan reputasi perusahaan.



Gambar 1. Faktor-faktor kontribusi *EC-Trust* [6]

2.1.1 Kualitas Informasi

Kualitas informasi yang dipublikasikan pada media internet secara langsung akan mempengaruhi persepsi individu terhadap perusahaan. Pondasi yang kokoh dibangun dari tingkat kepuasan pengguna informasi yang sangat baik, sehingga memberikan titik awal untuk menentukan kualitas informasi [7]. Fokus pada informasi yang disampaikan di internet, dapat dikategorikan ke dalam empat atribut berikut, yaitu:

- Akurasi. Informasi akurat dan sesuai untuk pengetahuan pengguna. Setiap informasi yang menyesatkan akan membangun rasa ketidakpercayaan kepada pengguna.
- Benar. Ejaan dan tata bahasa yang tepat harus digunakan. Setiap kesalahan cetak akan mengalihkan perhatian orang di dalam membaca informasi.
- Tepat waktu. Informasi harus terkini dan tepat waktu sesuai permintaan pengguna.
- Tepat guna. Konten bisnis dari informasi harus mampu memberikan pengunjung pemahaman singkat tentang perusahaan dan produk atau layanan yang diberikan.

2.1.2 Desain Antarmuka *Website*

Desain antarmuka *website* juga menjadi titik awal untuk pengembangan *EC-trust*. Antarmuka *web* yang lebih menarik dan *user-friendly* dapat membuat calon konsumen merasa senang dan tertarik untuk mengunjungi *website* tersebut. Setiap *link* antarmuka yang rusak atau berantakan akan langsung menurunkan niat individu untuk menjelajahi situs *website*. Desain antarmuka *website* harus memenuhi beberapa kriteria, diantaranya harus mudah dinavigasi, cepat untuk mengunduh, dan dapat diandalkan.

2.1.3 Reputasi Perusahaan

Hampir sama dengan saluran belanja jarak jauh lainnya, reputasi perusahaan tetap menjadi salah satu elemen utama dalam mengembangkan kepercayaan. Untuk perusahaan di internet, reputasi tergantung setidaknya pada dua sumber:

- Nama merek, membantu perusahaan membangun hubungan kepercayaan dengan pelanggan dengan membuat pelanggan mengetahui apa yang mereka butuhkan dan adanya aset perusahaan yang terlihat oleh mereka.
- Segel persetujuan, didefinisikan sebagai “informasi tentang perusahaan lain yang mengkhususkan diri dalam menjamin keselamatan situs *website*” [8].

2.2 Sertifikasi Elektronik dan Sertifikasi Keandalan

Untuk mengurangi tingkat kejahatan *cybercrime*, pemerintah sebenarnya telah mengadakan sertifikasi elektronik. Penyelenggara Sertifikasi Elektronik, menurut **Pasal 10 UU ITE**, adalah badan hukum yang berfungsi sebagai pihak yang layak dipercaya, yang memberikan dan mengaudit Sertifikat Elektronik [2].

Fungsi sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Penyelenggara Sertifikasi Elektronik adalah untuk menjamin keamanan penyelenggaraan sistem elektronik. Untuk saat ini, sertifikasi elektronik lebih banyak diterapkan pada sektor perbankan. Lembaga-lembaga non-perbankan, seperti penerbangan, telekomunikasi, teknologi informasi, pasar modal, dan lain-lain juga dapat menggunakan sertifikat elektronik untuk memastikan keamanan penyelenggaraan sistem elektronik [9].

Objek dari sertifikat keandalan bukan pada dokumen elektronik maupun transaksi elektroniknya melainkan pada pelaku usaha yang menyelenggarakan transaksi elektronik. Dalam istilah sederhananya adalah pemberian kepercayaan terhadap pelaku usaha yang menyelenggarakan transaksi elektronik.

Pada praktiknya, sertifikasi elektronik dan sertifikasi keandalan tidak begitu efektif dalam mengurangi penipuan dan kecurangan transaksi *online*. Sertifikasi

elektronik dan Sertifikasi keandalan hanya berfungsi sebagai sebuah pemberian kepercayaan terhadap pelaku usaha yang menyelenggarakan transaksi elektronik.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan berdasarkan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode studi pustaka. Studi kepustakaan dilakukan dengan menghimpun informasi yang relevan dari buku-buku ilmiah, jurnal-jurnal penelitian, perundang-undangan, peraturan pemerintah, dan sumber-sumber tertulis lainnya.

4. PEMBAHASAN

4.1 Legalitas Website Komersial

Seiring dengan semakin banyaknya terjadi kasus penipuan, serta ketidaknyamanan antara penjual dan pembeli pada transaksi *online*, sangat diharapkan adanya suatu kepastian dari pemerintah untuk menjamin kenyamanan masyarakat dalam bertransaksi di dunia maya. Dengan adanya legalitas *website*, dimana setiap *website* yang melakukan transaksi jual beli harus mempunyai nomor identitas, seperti nomor ijin pendirian, yang dilengkapi dengan data-data pemilik *website*, seperti nama pemilik *website*, alamat, nomor KTP, dan NPWP.

Dokumen-dokumen yang diperlukan pada saat proses legalisasi *website* komersial biasanya mengacu pada Perda No 15 [10], namun perlu dipertimbangkan kembali karena pemilik *website* komersial banyak didominasi oleh kalangan usaha rumahan atau masyarakat ekonomi rendah. Dokumen-dokumen kelengkapan yang disertakan untuk memperoleh legalitas cukup dengan nama lengkap, Nomor KTP, Nomor NPWP pemilik *website*, dan alamat tempat tinggal yang jelas.

Setelah pendaftaran untuk memperoleh legalitas *website* dilakukan, akan diperoleh Nomor izin usaha. Nomor Izin Usaha ini nantinya akan dipisahkan dan berbeda dari SIUP. Masyarakat yang hendak bertransaksi secara *online* dapat mengetahui legalnya suatu situs *website* dan menjadi jaminan untuk bertransaksi secara aman dari penipuan. Jika setiap *website* yang melakukan transaksi penjualan, mempunyai status yang jelas, maka akan meningkatkan kepercayaan (*trust*) masyarakat dalam bertransaksi secara *online*, serta dapat menekan tingkat kriminalitas/penipuan di dunia maya. Dengan demikian akan mempermudah kinerja Kepolisian dalam menindaklanjuti kriminalitas yang terjadi di dunia maya. Jika segala transaksi *online* dapat dilakukan dengan rasa aman maka akan mengurangi transaksi secara langsung dan dapat mengefisienkan banyak hal, seperti tingkat kemacetan di jalan, biaya transportasi, praktik percaloan, dan lain sebagainya. Selain itu, setiap adanya transaksi harus dikenai pajak penjualan.

4.2 Portal Website Sebagai Media Legalitas Website Komersial

Portal *web* adalah situs *web* yang menyajikan informasi dari berbagai sumber dengan cara terpadu. *Web portal* memiliki fitur standar berupa mesin pencari informasi, layanan *e-mail*, berita, hiburan, dan lain-lain. *Web portal* memiliki kemampuan tertentu yang mengikuti selera para pengunjungnya. Isinya biasanya berupa konten yang dinamis [11].

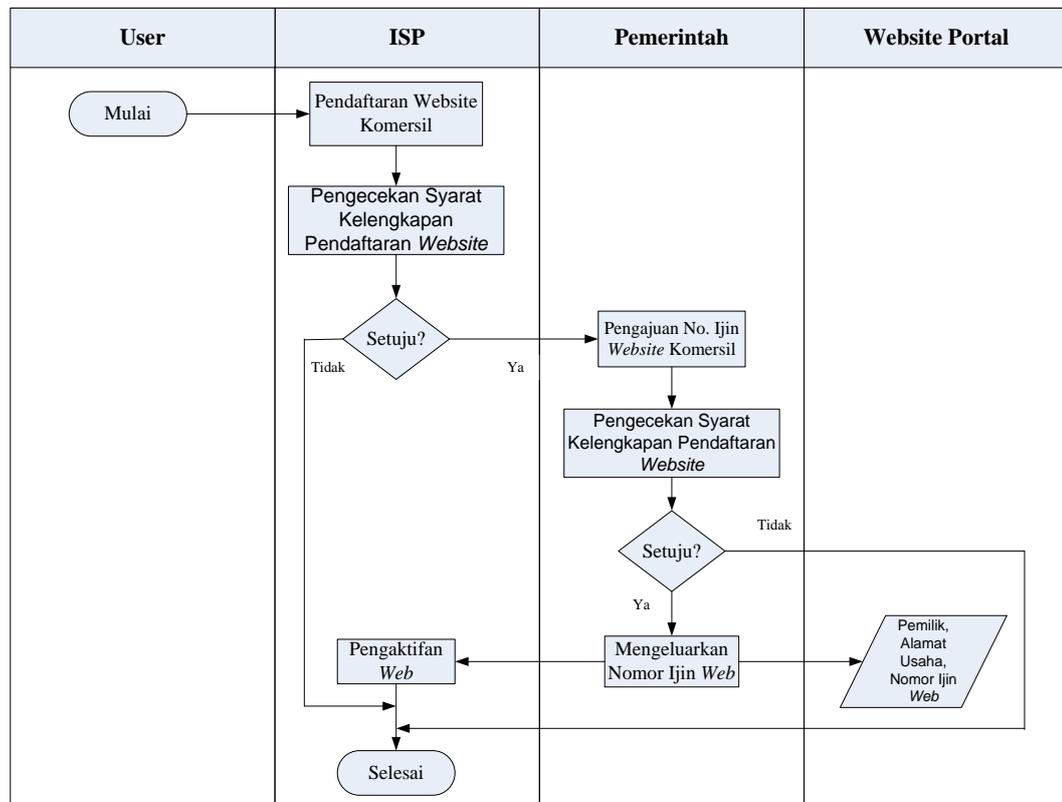
Pada akhir meledaknya bisnis *dot-com* di tahun 1990-an, banyak pemerintah yang berkomitmen membuat situs portal sebagai layanan informasi bagi warga negaranya. Banyak negara bagian di Amerika memiliki portal masing-masing yang menyediakan akses langsung ke aplikasi *e-Commerce*. Pemerintah kemudian akan menugaskan suatu

perusahaan untuk mengelola portal tersebut. Salah satu perusahaan yang paling sukses saat ini adalah NICUSA yang mengelola 18 portal negara bagian. [12].

Pemerintah dapat melakukan legalisasi *website* komersial dengan menggunakan media portal *web*. Portal *web* tersebut akan dikelola oleh Badan swasta (non pemerintah). Badan swasta tersebut berkomitmen untuk memberikan layanan informasi bagi masyarakat.

4.3 Proses Legalitas *Website* Komersial

Perancangan bagan alir dari alur proses legalitas *website* komersial terlihat pada Gambar 2. Proses legalitas *website* komersial adalah sebagai berikut setiap pemilik situs *website* komersial akan mendaftarkan kepada ISP. Proses pendaftaran ini dilengkapi dengan beberapa syarat kelengkapan pendaftaran *website* komersial (nomor NPWP, nomor KTP, nama, alamat). ISP kemudian melakukan pengecekan syarat-syarat kelengkapan tersebut. Jika tidak memenuhi syarat pendaftaran, maka pendaftaran *web* ditolak. Apabila syarat-syarat pendaftaran *website* komersial telah dipenuhi, maka ISP melakukan pendaftaran situs *website* komersial kepada pemerintah. Pemerintah akan melakukan verifikasi data yang dimasukkan oleh ISP. Apakah data tersebut *valid* atau tidak. Jika data tidak *valid* maka pendaftaran izin *website* komersial ditolak dan jika data *valid* maka pemerintah akan mengeluarkan Nomor Ijin *Website*. Jika Nomor Ijin *Website* Komersial telah dikeluarkan, maka ISP bisa mengaktifkan *website* tersebut. Data-data *website* yang sudah lolos verifikasi akan ditampilkan pada *website portal*. *Website Portal* berfungsi sebagai fasilitas dari pemerintah untuk memberikan informasi kepada masyarakat.



Gambar 2. Bagan alir legalitas *website* komersial

5. KESIMPULAN

Semakin berkembangnya perdagangan elektronik menimbulkan beberapa permasalahan diantaranya menyangkut prinsip-prinsip yuridiksi dalam transaksi, masalah perlindungan konsumen, masalah pajak, kasus-kasus penipuan dan kecurangan, dan kepercayaan dalam bertransaksi. Solusi yang dapat diterapkan untuk mengatasi berbagai permasalahan tersebut, yaitu melakukan proses legalisasi bagi semua *website* komersial. Legalitas *website* komersial tersebut akan menggunakan media *web portal* sebagai sarana bagi pemerintah. Portal *web* tersebut akan dikelola oleh Badan swasta (non pemerintah). Badan swasta tersebut berkomitmen untuk memberikan layanan informasi bagi masyarakat.

Dengan adanya legalitas *website* komersial diharapkan perdagangan elektronik menjadi lebih tertib dan jelas aturan hukumnya, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan (*trust*) pelanggan pada saat bertransaksi.

REFERENSI

- [1]. Bambang, Fajar, Eko Saputro T.A., “*Penipuan Belanja Melalui Internet*,” <http://www.reskrimsus.metro.polri.go.id/layanan-masyarakat/laporan-masyarakat/Penipuan-belanja-melalui-internet?page=1>, diakses tanggal 9 Juli 2011.
- [2]. W.E Supriyadi, Anggara, dan Ririn Sjafriani, “*Kontroversi Undang-Undang ITE: Menggugat Pencemaran Nama Baik di Ranah Maya*”, Degraf Publishing, Jakarta, 2010.
- [3]. Binus Library, “*Bab 2 Tinjauan Pustaka Thesis 2012-0119*”, 2012. Tersedia dari <http://library.binus.ac.id/eColls/eThesis/Bab2/TSA-2012-0119%20BAB%202.pdf> (diakses: Senin, 31 Desember 2012).
- [4]. Kholil, “*Isu-isu hukum dalam E-Commerce*”, 2011. Tersedia dari http://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&q=jurnal+ilmiah+legalitas+ecommerce&source=web&cd=4&cad=rja&ved=0CD8QFjAD&url=http%3A%2F%2Fkholil.staff.uns.ac.id%2Ffiles%2F2009%2F03%2Fisu-isu-hukum-dalam-e-commerce-e-contractk05.ppt&ei=eTfgUI_iNoLxrQf_14GwAg&usg=AFQjCNGmmfwExcPy1_LmqLEnPX0m7A&bvm=bv.1355534169,d.bmk (diakses: Senin, 31 Desember 2012).
- [5]. Wahyono, Teguh, “*Etika Komputer + Tanggung jawab Profesional di Bidang Teknologi Informasi Edisi 2*”, Andi Yogyakarta, 2009.
- [6]. Fung, Raymond, Matthew Lee, “*EC-Trust (Trust in Electronic Commerce): Exploring The Antecedent Factors*”, City University Of Hong, 1999.
- [7]. Ives, B., Olson, M.H., dan Baroudi, J.J., “*The Measurement of User Information Satisfaction*,” *Communications of the ACM* (26:10), October 1983, pp. 785-793.
- [8]. Cheskin Research and Studio Archetype/Sapient, “*eCommerce Trust Study*”, Tersedia dari <http://www.studioarchetype.com/cheskin/assets/images/etrust.pdf>, (diakses: Januari 1999).
- [9]. Afriyadi, Teguh, “*Fungsi Sertifikasi Elektronik dan Sertifikasi Keandalan dalam Dunia Usaha*”, Diperoleh dari <http://www.hukumonline.com/klinik/detail/lt5070347cabd03/agar-pengusaha-online-terhindar-risiko-tuntutan-hukum> (diakses : Selasa, 27 november 2012).
- [10]. Siswosoediro, Harry S, “*Buku Pintar Pengurusan Perizinan & Dokumentasi*”, oleh Henry S. Siswosoediro, Penerbit Visi Media, Jakarta, 2008
- [11]. Anonim, “*Portal Web*”, Diakses dari http://id.wikipedia.org/wiki/Portal_web (diakses: Senin, 31 Desember 2012).
- [12]. Ervannur, “*Web Portal*”, Diperoleh dari <http://ervannur.wordpress.com/2011/03/17/web-portal/> (diakses: Senin, 31 Desember 2012).