

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Pustaka

1. Perlindungan Konsumen

Pasal 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menentukan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Terdapat berbagai pengertian mengenai konsumen walaupun tidak terdapat perbedaan yang mencolok antara satu pendapat dengan pendapat lainnya. Konsumen sebagai peng-Indonesia-an istilah asing (Inggris) yaitu *consumer*, secara harfiah dalam kamus-kamus diartikan sebagai seseorang atau sesuatu perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu. Pengertian lain konsumen adalah sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang". Ada juga yang mengartikan "setiap orang yang menggunakan barang atau jasa". (Rajagukguk, dkk, 2000:44).

Pengertian perlindungan konsumen dalam bukunya Nasution menyebutkan perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas – asas dan kaidah – kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang/jasa) konsumen antara penyedia dan penggunaannya, dalam kehidupan bermasyarakat (Nasution, 2002:38). Sedangkan menurut Sidabalok dalam bukunya Hukum

Perlindungan Konsumen di Indonesia, hukum perlindungan konsumen adalah hukum yang mengatur upaya-upaya untuk menjamin terwujudnya perlindungan hukum terhadap kepentingan konsumen (Sidabalok & Pardosi, 2008:44).

Bentuk perlindungan kepada konsumen dapat diberikan dalam dua jenis yaitu (www.akademiasuransi.org, Budi, 2012, Diakses pada tanggal 18 September 2014):

1. Perlindungan Preventif

Perlindungan yang diberikan kepada konsumen pada saat konsumen tersebut akan membeli atau menggunakan atau memanfaatkan suatu barang dan atau jasa tertentu, mulai melakukan proses pemilihan serangkaian atau sejumlah barang dan atau jasa tersebut dan selanjutnya memutuskan untuk membeli atau menggunakan atau memanfaatkan barang dan jasa dengan spesifikasi tertentu dan merek tertentu tersebut.

2. Perlindungan Kuratif

Perlindungan yang diberikan kepada konsumen sebagai akibat dari penggunaan atau pemanfaatan barang atau jasa tertentu oleh konsumen.

Dalam hal ini perlu diperhatikan bahwa konsumen belum tentu dan tidak perlu, serta tidak boleh dipersamakan dengan pembeli barang dan atau jasa, meskipun pada umumnya konsumen adalah mereka yang membeli suatu barang atau jasa. Dalam hal ini seseorang dikatakan konsumen, cukup jika orang tersebut adalah pengguna atau pemanfaat atau penikmat

dari suatu barang atau jasa, tidak peduli ia mendapatkannya melalui pembelian atau pemberian.

Konsumen masih dibedakan lagi antara konsumen dengan konsumen antara dan konsumen akhir. Konsumen antara adalah “Setiap orang yang mendapatkan barang dan jasa untuk dipergunakan dengan tujuan membuat barang dan jasa lain atau untuk diperdagangkan (tujuan komersial), konsumen akhir yang dimaksud adalah pemakai, pengguna dan/atau pemanfaat barang dan/atau jasa konsumen untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri, keluarga atau rumah tangganya dan tidak untuk diperdagangkan kembali (Nasution, 2002:23).

Rumusan dan ketentuan diatas menunjukkan sangat beragamnya pengertian perlindungan konsumen. Masing-masing rumusan yang berbeda akan perlindungan konsumen tetapi memiliki makna yang hampir sama. Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU PK) telah mendefinisikan perlindungan konsumen dengan sangat jelas, perlu diperhatikan adalah kalimat “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”. Upaya perlindungan konsumen di Indonesia didasarkan pada asas yang diyakini memberikan arahan dan implementasinya di tingkatan praktis. Berdasarkan Pasal 2 Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen, ada 5 (lima) asas perlindungan konsumen yaitu:

1. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
2. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
3. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual.
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
5. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Berdasarkan asas tersebut maka tujuan utama dari perlindungan konsumen seperti termuat dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 :

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan jasa.
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.
- f. Meningkatkan kualitas barang dan jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.

Tujuan perlindungan konsumen diatas juga berlaku terhadap konsumen yang menggunakan media internet. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mohammad dalam jurnal fakultas hukum Universitas Indonesia menjelaskan bahwa perlunya perlindungan konsumen yang menggunakan media internet karena banyak konsumen yang telah beralih menggunakan media internet dalam transaksi bisnisnya (Mohammad, 2012:7). Menurut Mohammad perlindungan konsumen dapat mencegah penipuan yang dilakukan melalui media internet. Mohammad dalam tulisannya salah satu caranya adalah memberikan penanda kepada website privat dimana sertifikasi tersebut dikeluarkan oleh pemerintah atau lembaga swasta.

Tujuan dan bentuk perlindungan tersebut tentunya diharapkan untuk melindungi hak-hak konsumen. Sementara dalam penelitian yang dilakukan oleh Marheni mengungkapkan bahwa pengaturan mengenai perlindungan hak-hak konsumen pada Undang-undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi

dan Transaksi Elektronik (UU ITE) masih belum diatur secara tegas terlebih dalam perlindungan konsumen yang mengatur secara khusus kegiatan transaksi elektronik di dunia maya (*cyberspace*) (Marheni, 2013:187).

Secara umum mengenai hak-hak dan kewajiban konsumen masih mengacu pada Pasal (4) & (5) UU PK.

Hak-hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 UU PK adalah:

- a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau 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/atau 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 mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/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 lainnya.

Kewajiban konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 5 UU PK adalah:

- a. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Secara umum mengenai hak-hak dan kewajiban pelaku usaha masih mengacu pada Pasal 6 & 7 UU PK.

Hak-hak pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 6 UU PK adalah:

- a. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Kewajiban pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 7 UU PK adalah :

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Berdasarkan hak dan kewajiban konsumen dan para pelaku sesuai dengan apa yang telah dituliskan diatas dapat menjadi acuan bagi konsumen dalam menggunakan website privat. Secara rinci UU ITE tidak menuliskan hak dan kewajiban bagi konsumen dan para pelaku usaha.

Apabila konsumen merasa dirugikan maka konsumen dapat menuntut ganti rugi, kepada pelaku usaha. Sebagaimana diatur dalam Pasal 19 UU PK:

1. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
2. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
3. Pemberian gantirugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
4. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
5. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

2. Transaksi Elektronik

Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) mendefinisikan transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Pengertian transaksi elektronik adalah pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta

jasa melalui sistem elektronik seperti televisi, radio dan jaringan komputer atau internet (Wong, 2010:33). Transaksi elektronik dapat dilakukan melalui berbagai perangkat misalnya melalui computer, melalui Mesin ATM, Mesin Edisi bank, *website*, *Mobile banking*, dll. *Electronic Commerce* atau sering juga ditulis *E-Commerce* merupakan sub bagian dari transaksi elektronik. *E-Commerce* sering dilakukan melalui *website* dalam melakukan proses jual dan beli. *E-Commerce* juga dapat diartikan suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik kepada konsumen dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis (Laudon & Laudon, 1998:33). Secara luas perdagangan elektronik (*E-Commerce*) merupakan penggunaan alat-alat elektronik dan teknologi untuk melakukan perdagangan melalui interaksi *business-to-business* dan *business-to-consumer* (Asnawi, 2004:13).

Penyelenggaraan transaksi elektronik berbeda dengan transaksi dengan cara konvensional. Perbedaan antara transaksi elektronik dengan transaksi konvensional adalah (www.unpas.ac.id, Arry Aryanto, 2012, Diakses pada tanggal 25 September 2014.):

1. Transaksi Tanpa Batas Waktu

Pada transaksi elektronik transaksi dapat dilakukan secara online selama 24 jam dan selalu aktif sepanjang hari. Transaksi secara konvensional biasanya hanya dilakukan pada hari kerja antara jam 06.00 sampai jam 20.00.

2. Cara Pembayaran

Pada transaksi elektronik pembayaran dapat dilakukan seketika melalui website penyedia layanan dengan menggunakan nomor kartu debit, kartu kredit, dengan transfer melalui Internet banking atau transfer melalui ATM. Pada transaksi konvensional pembayaran dilakukan secara langsung kebanyakan pembayaran secara tunai.

3. Tanpa Batas Wilayah

Pada transaksi elektronik pelanggan dari berbagai wilayah dapat memesan atau melakukan transaksi pada satu website secara bersamaan. Seluruh pelanggan akan dilayani oleh *system*, data dan bukti transaksi akan direkam dalam database. Pada transaksi konvensional dilakukan pada satu yang sama.

4. Tanpa Tatap Muka

Pada transaksi elektronik Pembeli dan penjual tidak harus melakukan tatap muka dalam melakukan proses jual beli, atau dalam melakukan pembayaran. Pada transaksi konvensional dibutuhkan tatap muka antara penjual dan pembeli.

5. Produk Yang Dijual

Pada transaksi elektronik Produk yang dijual tidak selalu harus berwujud perangkat keras, tetapi dapat juga perangkat lunak sehingga untuk mendapatkan produk hanya di *download* dan sebagai bukti kepemilikan disertakan *serial key*. Pada transaksi konvensional produk yang dijual

berupa badan atau perangkat keras, baik *software* maupun *hardware* dikemas dalam perangkat keras.

6. Model Komunikasi

Pada transaksi elektronik Komunikasi dengan penjual dan pembeli dapat dilakukan melalui email, *chating*, *video confrace*. Pada transaksi konvensional komunikasi dilakukan dua arah secara langsung.

Pasal 1 ayat (14) UU ITE memuat penyelenggaraan transaksi elektronik adalah rangkaian kegiatan transaksi elektronik yang dilakukan oleh pengirim dan penerima dengan menggunakan sistem elektronik. Transaksi elektronik tidak perlu tatap muka untuk melakukan proses bisnis cukup dengan menggunakan media elektronik baik melalui komputer, atau gaget lainnya yang terhubung dengan internet. Menggunakan transaksi elektronik pembeli dimudahkan dalam memilih jenis barang atau motode pembayaran. Pemilik bisnis dimudahkan dalam motode menawarkan barang atau jasa.

Kelebihan dari pedanganan elektronik adalah pasar pengusaha menjadi tidak terbatas dan bagi konsumen pilihan pun menjadi semakin beragam (Santoso, 2007:3). Pasal 3 UU ITE memuat pemanfaatan teknologi informasi dan transaksi elektronik dilaksanakan berdasarkan asas kepastian hukum, manfaat, kehati-hatian, iktikad baik, dan kebebasan memilih teknologi atau netral teknologi. Pasal 4 UU ITE memuat pemanfaatan teknologi informasi dan transaksi elektronik dilaksanakan dengan tujuan untuk:

- a. mencerdaskan kehidupan bangsa sebagai bagian dari masyarakat informasi dunia;
- b. mengembangkan perdagangan dan perekonomian nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat;
- c. meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan; membuka kesempatan seluas-luasnya kepada setiap Orang untuk memajukan pemikiran dan kemampuan di bidang penggunaan dan pemanfaatan Teknologi Informasi seoptimal mungkin dan bertanggung jawab; dan
- d. memberikan rasa aman, keadilan, dan kepastian hukum bagi pengguna dan penyelenggara Teknologi Informasi.

Lingkup Penyelenggaraan Transaksi Elektronik dalam Pasal 40 ayat (1), (2) dan (3) PP Nomor 81 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik (PSTE) Penyelenggaraan Transaksi Elektronik dapat dilakukan dalam lingkup publik dan privat.

Penyelenggaraan Transaksi Elektronik dalam lingkup publik meliputi:

- a. penyelenggaraan Transaksi Elektronik oleh Instansi atau oleh pihak lain yang menyelenggarakan layanan publik sepanjang tidak dikecualikan oleh Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik; dan
- b. penyelenggaraan Transaksi Elektronik dalam lingkup publik lainnya sebagaimana diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan.

Contoh penyelenggaraan transaksi elektronik oleh instansi atau pihak lain yang menyelenggarakan layanan website publik:

1. BUMN

Sistem rekrut di pertamina <http://recruitment.pertamina.com>

sistem rekrut di PLN <http://www.pln.co.id>

Mandiri <https://ib.bankmandiri.co.id>, dll

2. Bidang Pendidikan

Pendaftaran mahasiswa Kampus UGM

<http://um.ugm.ac.id/2014/pasca/idx.php>, Pendaftaran Mahasiswa Kampus

UI <http://penerimaan.ui.ac.id/id>, Pendaftaran Beasiswa di DIKTI

<http://beasiswa.dikti.go.id/web/>

3. Bidang Kesehatan

BPJS Kesehatan <http://bpjs-kesehatan.go.id/>

Penyelenggaraan Transaksi Elektronik dalam lingkup privat meliputi

Transaksi Elektronik:

- a. antar-Pelaku Usaha;
- b. antara Pelaku Usaha dengan konsumen;
- c. antar pribadi;
- d. antar-Instansi; dan
- e. antara Instansi dengan Pelaku Usaha sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Contoh dalam transaksi elektronik dalam lingkup privat sesuai dengan

Penjelasan Pasal 40 Undang-Undang Nomor 82 Tahun 2012 tentang

Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik:

1. Antar Pelaku Usaha

Yang dimaksud dengan “antar-Pelaku Usaha” adalah Transaksi Elektronik dengan model transaksi *business to business*, memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Penjualan barang / jasa dalam jumlah yang banyak atau borongan.

- b. Biasanya dengan harga yang khusus/lebih murah, karena pembelian dilakukan dengan jumlah banyak guna dijual kembali.
- c. Koneksi *on-line* antara *vendor* dengan pembeli.

Contoh:

<http://www.indonetwork.co.id>, <http://www.tradekey.com>,
www.alibaba.com

2. Antar Pelaku Usaha Dengan Konsumen

Yang dimaksud dengan “antara Pelaku Usaha dengan konsumen” adalah Transaksi Elektronik dengan model transaksi *business to consumer*, memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Penjualan secara eceran dari perusahaan/ badan bisnis langsung ke konsumen akhir.
- b. Produk eceran yang sangat beraneka ragam.
- c. Pembayaran secara *on-line* menggunakan kartu kredit, atau debit.
- d. Berbelanja dengan sangat mudah.
- e. Usaha berpromosi dengan menggunakan penjualan silang antara produsen dengan konsumen.
- f. Pembayaran melibatkan bank atau sitem pembayaran online lainnya.

Contoh:

Website jual beli <http://www.bhinneka.com/> , <http://www.lazada.co.id/>

Website bidang perbankan misalnya Bank BCA <https://ibank.klikbca.com/>, Bank Permata <https://new.permatanet.com>, Bank Cimb Niaga <https://www.cimbclicks.co.id>,

3. Antar Pribadi

Yang dimaksud dengan “Antar Pribadi” adalah Transaksi Elektronik dengan model transaksi *consumer to consumer*. Transaksi dapat dilakukan secara langsung oleh konsumen perorangan dengan menggunakan website pribadi si penjual produk, atau website subdomain dari website penyedia jasa jual beli barang seperti www.olx.co.id atau www.berniaga.com

4. Antar-Instansi

Yang dimaksud dengan “Antar-Instansi” adalah Transaksi Elektronik dengan model transaksi antar-Instansi. Konsumennya adalah Instansi yang saling terkait satu dengan instansi lainnya, Contohnya <http://www.lkpp.go.id> dengan www.menpan.go.id

5. Antar Instansi Dengan Pelaku Usaha

Yang dimaksud dengan “Antar Instansi Dengan Pelaku Usaha” adalah transaksi elektronik yang dilakukan antara instansi dengan pelaku usaha untuk memenuhi permintaan tertentu misalnya dalam pengadaan proyek.

Contoh: <https://lpse.lkpp.go.id/eproc/lelang/view/1599119>

Persyaratan Penyelenggaraan Transaksi Elektronik sebagaimana diatur dalam Pasal 41 PP PSTE:

1. Penyelenggaraan Transaksi Elektronik dalam lingkup publik atau privat yang menggunakan Sistem Elektronik untuk kepentingan pelayanan publik wajib menggunakan Sertifikat Keandalan dan/atau Sertifikat Elektronik.
2. Dalam hal menggunakan Sertifikat Keandalan, penyelenggaraan Transaksi Elektronik dalam lingkup publik wajib disertifikasi oleh Lembaga Sertifikasi Keandalan Indonesia yang sudah terdaftar.
3. Dalam hal menggunakan Sertifikat Elektronik, penyelenggaraan Transaksi Elektronik dalam lingkup publik wajib menggunakan jasa penyelenggara sertifikasi elektronik Indonesia yang sudah tersertifikasi.

3. Lembaga Sertifikasi Keandalan

Pasal 1 angka (24) Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE) memuat Lembaga Sertifikasi Keandalan adalah lembaga independen yang dibentuk oleh profesional yang diakui, disahkan, dan diawasi oleh Pemerintah dengan kewenangan mengaudit dan mengeluarkan sertifikat keandalan dalam transaksi elektronik.

Wenang LSK sebagaimana diatur dalam Pasal 60 PP PSTE adalah:

- a. pemeriksaan calon pemilik dan/atau pemegang Sertifikat Elektronik;
- b. penerbitan Sertifikat Elektronik
- c. perpanjangan masa berlaku Sertifikat Elektronik;
- d. pemblokiran dan pencabutan Sertifikat Elektronik;
- e. validasi Sertifikat Elektronik; dan
- f. pembuatan daftar Sertifikat Elektronik yang aktif dan yang dibekukan

Pengelompokan dan pengaturan LSK sebagaimana diatur dalam Pasal 65 PP PSTE adalah:

1. Pelaku Usaha yang menyelenggarakan Transaksi Elektronik dapat disertifikasi oleh Lembaga Sertifikasi Keandalan.
2. Lembaga Sertifikasi Keandalan terdiri atas:
 - a. Lembaga Sertifikasi Keandalan Indonesia; dan

- b. Lembaga Sertifikasi Keandalan asing.
- 3. Lembaga Sertifikasi Keandalan Indonesia sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf a harus berdomisili di Indonesia.
- 4. Lembaga Sertifikasi Keandalan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) harus terdaftar dalam daftar Lembaga Sertifikasi Keandalan yang diterbitkan oleh Menteri.

Syarat penerbitan sertifikasi keandalan sebagaimana diatur dalam Pasal 66 P

PSTE meliputi:

- 1. Lembaga Sertifikasi Keandalan dapat menerbitkan Sertifikat Keandalan melalui proses Sertifikasi Keandalan.
- 2. Sertifikasi Keandalan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) mencakup pemeriksaan terhadap informasi yang lengkap dan benar dari Pelaku Usaha beserta Sistem Elektroniknya untuk mendapatkan Sertifikat Keandalan.
- 3. Informasi yang lengkap dan benar sebagaimana dimaksud pada ayat (2) meliputi informasi yang:
 - a. memuat identitas subjek hukum;
 - b. memuat status dan kompetensi subjek hukum;
 - c. menjelaskan hal tertentu yang menjadi syarat sahnya perjanjian; dan
 - d. menjelaskan barang dan/atau jasa yang ditawarkan.

Tujuan sertifikasi Keandalan sebagaimana dimuat dalam Pasal 67 PP PSTE

adalah:

- 1. Sertifikat Keandalan bertujuan melindungi konsumen dalam Transaksi Elektronik.
- 2. Sertifikat Keandalan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan jaminan bahwa Pelaku Usaha telah memenuhi kriteria yang ditentukan oleh Lembaga Sertifikasi Keandalan.
- 3. Pelaku Usaha yang telah memenuhi kriteria sebagaimana dimaksud pada ayat (2) berhak menggunakan Sertifikat Keandalan pada laman dan/atau Sistem Elektronik lainnya.

Kategori Sertifikasi Keandalan sebagaimana dimuat dalam pasal 68 PP PSTE

adalah:

- a. pengamanan terhadap identitas;

- b. pengamanan terhadap pertukaran data;
- c. pengamanan terhadap kerawanan;
- d. pemeringkatan konsumen
- e. pengamanan terhadap kerahasiaan Data Pribadi

4. Website Privat Layanan Publik

Situs web (bahasa Inggris: *website*) atau sering disingkat dengan istilah situs adalah sejumlah halaman web yang memiliki topik saling terkait, terkadang disertai pula dengan berkas-berkas gambar, video, atau jenis-jenis berkas lainnya sebuah situs web biasanya ditempatkan setidaknya pada sebuah server web yang dapat diakses melalui jaringan seperti internet, ataupun jaringan wilayah lokal (LAN) melalui alamat internet (www.thefreedictionary.com, 2014, Diakses pada tanggal 20 September 2014).

Sebuah *website* adalah dokumen yang ditulis dalam format HTML (*Hyper Text Markup Language*), yang hampir selalu bisa diakses melalui HTTP, yaitu protokol yang menyampaikan informasi dari *server website* untuk ditampilkan kepada para pemakai melalui *web browser*. Semua publikasi dari *website-website* tersebut dapat membentuk sebuah jaringan informasi yang sangat besar. *Web page* layaknya sebuah buku yang dapat menampung berbagai informasi tentang banyak hal baik bersifat komersil maupun non komersil. Melalui media web inilah seseorang dapat memberikan informasi tertentu kepada orang lain yang berada di seluruh dunia (www.proweb.co.id, 2014, Diakses pada tanggal 24 September 2014).

Pasal 3 ayat (2) huruf a & b PP PSTE menyatakan bahwa penyelenggaraan transaksi elektronik dapat dilakukan secara publik dan non publik. Pasal 5 ayat (1) & (2) PP PSTE menyatakan bahwa penyelenggaraan elektronik publik “wajib” melakukan pendaftaran sertifikasi keandalan sementara untuk non publik “dapat” mendaftarkan diri. Perbedaan antara layanan publik dan non publik memaksudkan bahwa berupa transaksi elektronik publik dan privat yang di tujukan untuk pelayanan publik sehingga dapat diakses secara umum, sementara non publik adalah transaksi elektronik yang hanya dapat diakses oleh orang tertentu yang tidak terbuka untuk umum.

Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayan Publik (UU PP) memuat arti dari pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan / atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik. Pasal 1 ayat (9) UU PP memuat arti sistem informasi pelayanan publik yang selanjutnya disebut sistem informasi adalah rangkaian kegiatan yang meliputi penyimpanan dan pengelolaan informasi serta mekanisme penyampaian informasi dari penyelenggara kepada masyarakat dan sebaliknya dalam bentuk lisan, tulisan latin, tulisan dalam huruf Braille, bahasa gambar, dan/atau bahasa lokal, serta disajikan secara manual ataupun elektronik.

Definisi diatas menjelaskan bahwa *website* pelayanan publik merupakan bagian dari sistem informasi pelayanan publik. Jadi website layan publik adalah pelayanan kepada masyarakat yang dilakukan melalui media tulisan, gambar, video, atau suara dan halaman-halaman yang saling terkait di dalamnya memuat kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan / atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik yang dapat diakses secara terbuka melalui perangkat elektronik yang terhubung dengan internet.

B. Landasan Teori

Sebagai landasan untuk membahas permasalahan penelitian maka diperlukan landasan teori. Landasan teori sebagai landasan berfikir yang bersumber dari suatu teori yang sering diperlukan sebagai tuntunan untuk memecahkan berbagai permasalahan dalam sebuah penelitian. Landasan teori merupakan upaya untuk mengidentifikasi teori-teori hukum, konsep-konsep hukum, asas-asas hukum, serta norma-norma hukum (Maheni, 2013:37).

Mengkaji permasalahan hukum secara mendetail diperlukan beberapa teori yang merupakan rangkaian asumsi, konsep, definisi, untuk mengembangkan, menekankan serta menerangkan suatu gejala sosial secara sistematis. Suatu teori adalah hubungan antara dua fakta atau lebih, atau pengaturan fakta menurut cara tertentu fakta tersebut merupakan suatu yang dapat diamati dan pada

umumnya dapat diuji secara empiris, oleh sebab itu dalam bentuknya yang paling sederhana, suatu teori merupakan hubungan antara dua variable atau lebih yang telah diuji kebenarannya (Soekamto, 2001:30). Teori terdiri dari serangkaian pemahaman-pemahaman dari suatu kenyataan yang tersusun secara sistematis, *logic* dan konkrit yang melalui serangkaian pengujian yang telah diakui kebenarannya (walaupun sementara) dan masih membutuhkan serangkaian pengujian lagi agar diperoleh suatu kebulatan pemahaman tentang suatu hal (Soekamto, 2001:87).

Menjawab permasalahan yang terkait dengan pengaturan mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik menggunakan *website* privat oleh Lembaga Sertifikasi Keandalan, maka dalam hal ini akan diuraikan melalui teori-teori sebagai berikut:

1. Teori perlindungan konsumen dan teori tentang asas-asas pembentukan peraturan Perundang-undangan digunakan untuk menjawab permasalahan pertama.
2. Teori stakeholder's dan teori keadilan Aristotels untuk menjawab permasalahan kedua.

Alasan penggunaan perlindungan konsumen karena dalam pembahasan mengenai pengaturan Sertifikasi Keandalan memiliki keterkaitan kewajiban pelaku bisnis untuk memperhatikan kepentingan konsumen. Alasan penggunaan asas-asas pembentukan peraturan Perundan-gundangan karena pembentukan peraturan perundang-undangan

berpedoman pada asas-asas pembentukan peraturan yang baik dan ideal. Hal ini dimaksudkan untuk menghindari kesalahan dan kecacatan dalam pembentukan norma. Alasan penggunaan teori stakeholder's karena dalam bidang usaha memiliki keterkaitan berbagai pihak, dan alasan menggunakan teori keadilan *Aritoteles* karena dalam teori ini dituntut keadilan antara pelaku usaha dan konsumen.

Selengkapnya tentang teori-teori tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Teori perlindungan konsumen

- a. Teori Kontrak

Menurut pandangan kontrak tentang tugas pelaku usaha terhadap konsumen, hubungan antara perusahaan dengan konsumen pada dasarnya merupakan hubungan kontraktual, dan kewajiban moral perusahaan pada konsumen adalah seperti yang diberikan dalam hubungan kontraktual.

Teori ini memberikan gambaran bahwa perusahaan memiliki empat kewajiban moral utama: kewajiban dasar untuk mematuhi isi perjanjian penjualan, dan kewajiban untuk memahami sifat produk, menghindari misrepresentasi, dan menghindari penggunaan paksaan atau pengaruh .

Dengan bertindak sesuai kewajiban-kewajiban tersebut, perusahaan berarti menghormati hak konsumen untuk diperlakukan sebagai individu yang bebas dan sederajat atau dengan kata lain, sesuai dengan hak mereka untuk memperoleh perlakuan yang mereka setuju untuk dikenakan pada mereka.

Teori kontrak mengenai kewajiban bisnis terhadap konsumen, mengklaim

bahwa bisnis memiliki empat kewajiban moral utama (Velasquez, 1998:327). Kewajiban itu antara lain: (1) kewajiban untuk memenuhi (*the duty to comply*). (2) Kewajiban untuk mengungkapkan (*the duty of disclosure*). (3) kewajiban untuk tidak disalahartikan (*duty not misrepresent*) dan (4) kewajiban untuk tidak memaksa (*the duty not to coercive*)

b. *The due care theory*

Teori perhatian semestinya mengenai kewajiban para pelaku bisnis terhadap konsumen didasari pada gagasan bahwa konsumen dan pelaku bisnis atau penjual tidak berada dalam secara *equal*. Dalam kondisi ini kepentingan konsumen secara khusus sangat rentan untuk disalahgunakan oleh para pelaku bisnis atau penjual. Di satu pihak para penjual memiliki pengetahuan dan keahlian mengenai barang komoditi yang dijual, sedangkan pada pihak yang lain konsumen tidak memiliki pengetahuan dan keahlian mengenai produk yang akan mereka beli. Oleh karena para pelaku ekonomi berada dalam posisi yang menguntungkan, mereka memiliki kewajiban untuk memberikan perhatian ang khusus untuk menjamin kepentingan konsumen untuk tidak disalahgunakan. Konsumen sangat bergantung pada keahlian para pelaku bisnis atau penjual. Para pelaku bisnis atau penjual tidak hanya memiliki kewajiban untuk menyampaikan produk mereka kepada konsumen, tetapi mereka juga

harus melaksanakan perhatian yang semestinya (*to exercise due care*)(Shidarta, 2006:62).

The due care theory Meliputi:

1) *Design*

Para pelaku bisnis harus memastikan apakah desain sebuah barang menyembunyikan setiap bahaya, apakah desain itu memasukan semua perangkat keselamatan secara layak, dan apakah desain itu menggunakan material yang tepat untuk tujuan produk merupakan hal-hal yang harus dipertimbangkan dalam desain. Oleh karena itu sebuah desain harus melalui sebuah penelitian, analisa dan uji coba sebelum dipasarkan. Dengan cara ini potensi bahaya dapat dihindari atau dicegah.

2) *Production*

Manajer produksi harus mengontrol sebuah proses pembuatan sebuah produk untuk mengeliminasi setiap barang yang cacat, mengidentifikasi setiap kelemahan yang nampak selama produksi, dan untuk memastikan jalan pintas, penggantian material yang rusak, dan lain sebagainya. Singkatnya adalah bahwa proses produksi untuk sebuah komoditi harus dilalui dengan sebuah proses yang tepat. Hal ini untuk mencegah kerugian yang akan dialami oleh para onsumen ketika komoditi atau produk tersebut digunakan oleh konsumen. Proses produksi harus dilakukan dengan hati-hati dan dengan

perhatian yang semestinya. Quality control dalam konteks ini menjadi suatu prosedur yang sangat esensial dalam proses produksi sebuah komoditi.

3) *Information*

Produsen harus menginformasikan, memberitahukan atau memperingatkan para konsumen mengenai bahaya produk tersebut baik pada saat penggunaannya maupun bila disalahgunakan. Dengan informasi ini para konsumen akan lebih hati-hati untuk menggunakan produk tersebut sehingga mereka dapat mencegah diri dari penyalahgunaan sebuah produk yang akan membahayakan hidup dan kesehatan mereka.

4) Teori tentang Asas-asas Pembentukan Peraturan Perundang-undangan

Teori ini dikemukakan oleh Lon L.Fuller. menurut Fuller, agar hukum (peraturan) berfungsi dengan baik, maka peraturan tersebut harus mematuhi atau mengikatkan diri secara ketat kepada 8 (delapan) syarat yang merupakan asas-asas dalam pembentukan peraturan perundang-undangan, yaitu (Yuliandari, 2009;130):

- a. *...a failure to achieve rule at all, so that every issue must be decided on an ad hoc basis* : (peraturan harus berlaku juga bagi penguasa, harus ada kecocokan atau konsistensi antara peraturan yang diundangkan dengan pelaksanaannya; dituangkan dalam aturan-aturan yang berlaku umum, artinya suatu system hukum harus

mengandung peraturan-peraturan dan tidak boleh sekedar mengandung keputusan yang bersifat sementara *atau ad hoc*);

- b. *A failure to publicize, or at least, to make available to the affected party, the rules he is expected to observe* (aturan-aturan yang telah dibuat harus diumumkan kepada mereka yang menjadi objek pengaturan aturan-aturan tersebut);
- c. *The abuse of retroactive legislation, which not only cannot it self guide action, but under it"s the integrity of rules prospective in effect, since it puts them under the threat of retrospective change* (tidak boleh ada peraturan yang memiliki daya laku surut atau harus nonretroaktif, karena dapat merusak integritas peraturan yang ditujukan untuk berlaku bagi waktu yang akan datang);
- d. *A failure to make rules understandable* (dirumuskan secara jelas, artinya disusun dalam rumusan yang dapat dimengerti);
- e. *The enactment of contradictory rules* (tidak boleh mengandung aturan-aturan yang bertentangan satu-sama lain);
- f. *Rules that require conduct beyond the powers of the affected party* (tidak boleh mengandung beban atau persyaratan yang melebihi apa yang dapat dilakukan);
- g. *Introduction such frequent changes in the rules* (memperkenalkan perubahan sering seperti dalam aturan, artinya ketentuan bahwa hukum harus konstan/konsisten di setiap waktu tidak mutlak,

karena hukum harus merespon perubahan yang terjadi di setiap waktu); dan

- h. *A failure of congruence between the rules as announced and their actual administration* (harus ada kecocokan atau konsistensi antara peraturan yang diundangkan dengan pelaksanaan sehari-hari).

Salah satu syarat yang merupakan asas dalam pembentukan peraturan perundang-undangan menurut Lon I. Fuller dalam angka 7 (tujuh) sebagaimana telah disebutkan adalah: mengenai konsisten di setiap waktu, Menurut Fuller, ketentuan bahwa hukum harus konstan/konsisten di setiap waktu tidak mutlak, karena hukum harus merespon perubahan yang terjadi di setiap waktu (*Introducing such frequent changes in the rules*).

Peraturan perundang-undangan tentang Informasi dan transaksi elektronik (ITE), khususnya menyangkut perlindungan konsumen melalui LSK dimana dibutuhkan penyesuaian hukum terhadap perubahan setiap waktu. Menurut Fuller bahwa hukum harus dapat merespon perubahan yang terjadi di setiap waktu, dikaitkan dengan peraturan perundang-undangan Informasi dan transaksi elektronik khususnya berkaitan dengan adanya pengabaian hak-hak konsumen akibat dari web site privat yang tidak disertai sertifikasi keandalan, artinya peraturan dalam bidang Informasi dan Transaksi Elektronik harus dapat mengakomodir segala macam kasus atau permasalahan yang menyangkut dunia internet yang timbul dari adanya

perkembangan zaman agar tidak terjadi kekosongan hukum. Penyempurnaan peraturan perundang-undangan khususnya dalam bidang Informasi dan Transaksi Elektronik perlu untuk dilaksanakan.

5) Teori Keadilan *Aristoteles*

Aristoteles memiliki pandangan tentang keadilan bisa yang ditulis dalam karyanya *nichomachean ethics, politics, dan rethoric*. Spesifik dilihat dalam buku *nicomachean ethics*, buku itu sepenuhnya ditujukan bagi keadilan, yang, berdasarkan filsafat hukum Aristoteles, mesti dianggap sebagai inti dari filsafat hukumnya, “karena hukum hanya bisa ditetapkan dalam kaitannya dengan keadilan” (Huijbers, 1995:196).

Aristoteles membedakan keadilan menjadi keadilan komutatif (*justitia commutativa*) dan keadilan distributif (*justitia distributiva*). Keadilan komutatif adalah keadilan yang mempersamakan prestasi dengan kontra prestasi, *Justitia commutativa* ini sifatnya mutlak karena memperhatikan kesamaan dengan memberi kepada setiap orang sama banyaknya. Dikatakan adil apabila setiap orang diperlakukan sama tanpa memandang kedudukan dan sebagainya, keadilan distributif (*justitia distributiva*), yaitu keadilan berupa setiap orang mendapat hak/bagian secara proporsional sesuai dengan kualitasnya. *Justitia distributiva* ini sifatnya proporsional karena menuntut agar setiap orang mendapat apa yang menjadi hak atau bagiannya. Jatah ini tidak sama terhadap setiap orang tergantung kekayaan, kelahiran pendidikan dan sebagainya. Pada umumnya keadilan seperti ini diterapkan

dalam lapangan hukum privat, dalam arti pemerintah membagi/memberi kewajiban kepada warganya berdasarkan kualitasnya (Butarbutar, 2010:365).

Keadilan distributif menurut Aristoteles berfokus pada distribusi, honor, kekayaan, dan barang-barang lain yang sama-sama bisa didapatkan dalam masyarakat. Dengan mengesampingkan “pembuktian” matematis, jelaslah bahwa apa yang ada dibenak Aristoteles ialah distribusi kekayaan dan barang berharga lain berdasarkan nilai yang berlaku dikalangan masyarakat. Distribusi yang adil boleh jadi merupakan distribusi yang sesuai dengan nilai kebajikannya, yakni nilainya bagi masyarakat pada umumnya (Huijbers, 1995:196).

Keadilan korektif berfokus pada pembetulan sesuatu yang salah, jika suatu pelanggaran dilanggar atau kesalahan dilakukan, maka keadilan korektif berusaha memberikan kompensasi yang memadai bagi pihak yang dirugikan; jika suatu kejahatan telah dilakukan, maka hukuman yang sepatutnya perlu diberikan kepada sipelaku. Bagaimanapun juga perlu digaris bawahi, ketidakadilan akan mengakibatkan terganggunya “kesetaraan” yang sudah mapan atau telah terbentuk. Keadilan korektif bertugas membangun kembali kesetaraan tersebut. Dari penjelasan ini nampak bahwa keadilan korektif merupakan wilayah peradilan sedangkan keadilan distributif merupakan bidangnya pemerintah (Huijbers, 1995:196).

Aristoteles membangun argumennya, menekankan perlunya dilakukan pembedaan antara vonis yang mendasarkan keadilan pada sifat

kasus dan yang didasarkan pada watak manusia yang umum dan lazim, dengan vonis yang berlandaskan pandangan tertentu dari komunitas hukum tertentu. Perbedaan ini jangan dicampuradukkan dengan perbedaan antara hukum positif yang ditetapkan dalam undang-undang dan hukum adat. Karena, berdasarkan perbedaan Aristoteles, dua penilaian yang terakhir itu dapat menjadi sumber pertimbangan yang hanya mengacu pada komunitas tertentu, sedangkan keputusan serupa dengan yang lain, kendati diwujudkan dalam bentuk perundang-undangan, tetap merupakan hukum alam jika didapatkan dari fitrah umum manusia (Huijbers, 1995:196).

Hakekat keadilan adalah penilaian terhadap suatu perlakuan atau tindakan yang dikaji berdasarkan suatu norma menurut pandangan subyektif (untuk kepentingan kelompok, golongan dan sebagainya) melebihi norma norma lain (Butarbutar, 2010:366).

6) Teori *Stakeholders* sebagai antitesa teori *Shareholders*.

Pendekatan *Stakeholders Theory* dimunculkan oleh *Stanford Research Stakeholders Institute* sekitar tahun 1963 di California (Slinger, 1999:136) dan kemudian dikembangkan Freeman, yang mendefinisikan *stakeholders* sebagai:

“any group or individual who can affect or is affected by achievement of the organization’s objectives.” (Azheri, 2011:211)

Jika diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia “kelompok lain atau individual yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan

organisasi”. Ia berpendapat perusahaan seharusnya memikirkan peta *stakeholders*, mengidentifikasi *stakeholders* utama dan sekunder, keselarasan diantara *stakeholders* dengan perusahaan dan pengaruh pengaruhnya baik di bidang ekonomi, teknologi, sosial, politik dan manajerial (Indriyo, 2012:280).

Stakeholders theory lahir atas kritikan dan kegagalan *shareholders theory* atau *Friedman's paradigm* yang dikemukakan oleh Milton Friedman's dalam upaya meningkatkan tanggung jawab perusahaan, yang terletak pada tanggung jawab tunggal manajemen terhadap *stakeholders*. Kegagalan tersebut mendorong munculnya *stakeholders theory* yang melihat *shareholders* sebagai bagian dari *stakeholders* itu sendiri. Teori ini dikemukakan oleh R.Edward Freeman. Menurut Freeman, *stakeholder* memiliki hubungan serta kepentingan terhadap perusahaan. *Stakeholders* merupakan keterikatan yang didasari oleh suatu kepentingan tertentu, membahas mengenai *stakeholders theory* berarti membahas hal-hal yang menyangkut tentang kepentingan dari berbagai pihak (Marheni, 2013:46). *stakeholders* merupakan keterikatan yang didasari oleh suatu kepentingan tertentu, membahas mengenai *stakeholders theory* berarti membahas hal-hal yang menyangkut tentang kepentingan dari berbagai pihak.

Asumsi mengenai *Stakeholder Theory* menurut Thomas dan Andrew adalah (Hadi, 2012:94)

- a. Suatu perusahaan memiliki hubungan dengan banyak kelompok-kelompok konstituen (*Stakeholder*) yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh keputusan perusahaan.
- b. Teori ini ditekankan pada sifat alami hubungan dalam proses bagi perusahaan dan *stakeholder*.
- c. Kepentingan semua legitimasi *stakeholder* memiliki nilai secara hakiki dan tidak membentuk kepentingan yang di dominasi satu sama lain.
- d. Teori ini memfokuskan pada pengambilan keputusan manajerial.

Asumsi *stakeholder theory* tersebut, menjelaskan perusahaan tidak dapat melepaskan diri dari lingkungan sosial. Perusahaan perlu menjaga legitimasi *stakeholder* serta memosisikannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung pencapaian tujuan perusahaan (Hadi, 2012:94).

Stakeholders theory dapat dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu kelompok *primer* dan kelompok *sekunder*, kelompok *primer* terdiri atas pemilik modal/saham (*owners*), kreditor, karyawan, pemasok, konsumen, penyalur dan pesaing/rekanan. Kelompok *sekunder* terdiri atas pemerintah setempat, pemerintah asing, kelompok sosial, media masa, kelompok pendukung, masyarakat pada umumnya dan masyarakat setempat (Hadi, 2012:113).

Rhenald Kasali menyatakan bahwa yang dimaksud para pihak adalah setiap kelompok yang berada di dalam maupun di luar perusahaan yang

mempunyai peran dalam menentukan keberhasilan perusahaan (Kasali, 2003:12). *Stakeholders* bisa berarti juga setiap orang yang mempertaruhkan hidupnya pada perusahaan. Bagaimanapun definisi dari *stakeholders*, yang pasti bahwa antara *stakeholders* dengan perusahaan terjadi hubungan yang saling mempengaruhi, sehingga perubahan pada salah satu pihak akan memicu dan mendorong terjadinya perubahan pada pihak yang lainnya.

Rhenald Kasali (Kasali, 2003:25) membagi *stakeholders* menjadi:

- a. ***Stakeholders internal dan stakeholders eksternal***; *Stakeholders internal* adalah *stakeholders* yang berada di dalam lingkungan organisasi. Misalnya karyawan, manajer dan pemegang saham (*shareholder*). Sedangkan *stakeholders eksternal* adalah *stakeholders* yang berada di luar lingkungan organisasi seperti penyalur atau pemasok, konsumen atau pelanggan, masyarakat, pemerintah, pers, kelompok *social responsible investor*, *licensing partner* dan lain-lain.
- b. ***Stakeholders primer, sekunder dan marjinal***; Tidak semua elemen dalam *stakeholders* perlu diperhatikan. Perusahaan perlu menyusun skala prioritas. *Stakeholders* yang paling penting disebut *stakeholder primer*, *stakeholders* yang kurang penting disebut *stakeholders sekunder* dan yang bisa diabaikan disebut *stakeholders marjinal*. Urutan prioritas ini berbeda bagi setiap perusahaan meskipun produk atau jasanya sama. Urutan ini juga bisa berubah dari waktu ke waktu.

- c. **Stakeholders tradisional dan stakeholders masa depan;** Karyawan dan konsumen dapat disebut *stakeholders* tradisional, karena saat ini sudah berhubungan dengan organisasi. Sedangkan *stakeholders* masa depan adalah *stakeholders* pada masa yang akan datang diperkirakan akan memberikan pengaruhnya pada organisasi seperti mahasiswa, peneliti dan konsumen potensial;
- d. **Proponents, oponents, dan uncommitted;** Di antara *stakeholders* ada kelompok yang memihak organisasi (*proponents*), menentang organisasi (*opponents*) dan ada yang tidak peduli atau abai (*uncommitted*). Organisasi perlu mengenal *stakeholders* yang berbeda-beda ini agar dapat melihat permasalahan, menyusun rencana dan strategi untuk melakukan tindakan yang proposional
- e. **Silent majority dan vokal minority;** Dilihat dari aktivitas *stakeholders* dalam melakukan komplain atau mendukung perusahaan, tentu ada yang menyatakan pertentangan atau dukungannya secara vokal (aktif) namun ada pula yang menyatakan secara silent (pasif).

Perbedaan bisnis perusahaan akan menjadikan perusahaan memiliki prioritas *stakeholders* yang berbeda. Sebagai contoh, masyarakat dan lingkungan sekitar adalah *stakeholders* dalam skala prioritas pertama bagi perusahaan pertambangan. Sementara itu, konsumen adalah *stakeholders* prioritas pertama bagi perusahaan *consumers good*. Pengguna layanan *internet banking* atau *mobile*

banking disebut sebagai nasabah adalah *stakeholders* prioritas pertama bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang perbankan.

