

BISNIS E-COMMERCE: KEKHAWATIRAN, KEANDALAN TRANSAKSI, PERLINDUNGAN DAN KEAMANAN ATAS INFORMASI

Bambang Widarno

Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta

ABSTRACT

Growth of information technology require strong infrastructure. Start from readiness of human resource, network, software, and hardware. Appearance of Internet push formed its new market, integrated market with electronic network. care of Consumer to risk of arising out from business of e-commerce is hit expression of business practice, transaction reliability, and also protection of security for information. Criterion of security of transaction entered by into website supported by existence webtrust programme. There is seven standard of guarantee of security of webtrust that is: privacy, business practices and transaction, integrity, security, non-repudiation, security, confidentiality, availability, and customized disclosure. Election of standard of guarantee of security correspond to type of effort what being based on B2C, B2B, B2G Or B2E. To get seal of Webtrust have to fulfill principle and criterion specified by organization of profession got license from organization of international profession in giving service webtrust. By de facto webtrust represent standard which can be used internationally. For company got seal of webtrust for website will obtain get belief from society compared to by situs e-commerce of other; dissimilar which do not own the seal.

Keywords: *e-commerce, webtrust, segel webtrust, Webtrust's seven assurance standards*

PENDAHULUAN

Agar selalu menjadi yang terdepan, sudah saatnya perusahaan-perusahaan menyinergikan penggunaan teknologi informasi (TI) dengan tujuan dan kebutuhan bisnis, butuh dukungan tim TI yang cerdas dan mumpuni. Apabila diterapkan secara cerdas, pengaruh TI, khususnya internet bisa sangat luar biasa.

Berlawanan dengan arus besar pemikiran bisnis masa kini, masa depan dunia bisnis bukan lagi bertumpu pada produk yang paling laku (populer) di pasar, melainkan pada produk yang sebelumnya mungkin dianggap gagal (non populer) karena tidak mampu memenuhi kebutuhan dan kepuasan hajat hidup orang banyak. Semua itu diniscayakan oleh internet yang mampu menawarkan pilihan nyaris tanpa batas kepada konsumen di seluruh dunia. Sesungguhnya siapa pun dapat menggali peluang besar di mana-mana: bagi para produsen baru, pasar-pasar baru, juga para

taste maker baru di semua bidang industri. Transformasi sedang berlangsung dan tidak lama lagi bakal merasuki bidang-bidang yang sudah akrab dengan kehidupan kita sehari-hari.

Perkembangan teknologi informasi membutuhkan infrastruktur yang kuat. Mulai dari kesiapan SDM, jaringan, *software*, dan *hardware*. Munculnya internet mendorong terbentuknya pasar baru, pasar yang terintegrasi dengan jaringan elektronik. Fungsinya tidak hanya mempermudah pencarian informasi seperti berita dan artikel. Jaringan itu telah berubah menjadi pasar jaringan elektronik.

Tetapi apa jadinya, jika tidak dibarengi dengan keamanan bertransaksi. Berapa kerugian yang dapat dialami konsumen jika bertransaksi di suatu *website* yang mengabaikan keamanan bertransaksi, sehingga orang yang sering melakukan kejahatan internet (*hecker*) dengan mudah memperoleh informasi penting (misal, nomor kartu kredit) yang dapat digunakan untuk hal-hal yang tidak diinginkan.

RISIKO E-COMMERCE

Kekhawatiran konsumen terhadap risiko yang timbul dari bisnis *e-commerce* sangat beragam. Menurut beberapa hasil penelitian dapat ditekankan pada beberapa hal. Pengungkapan praktik bisnis, keandalan transaksi, serta perlindungan atas informasi.

Dalam *e-commerce* selalu terjadi transaksi antara individu yang tidak saling mengenal. Apa yang ditampilkan oleh suatu *website* juga dapat menyesatkan. Apakah konsumen yakin pesannya akan dipenuhi sesuai permintaan oleh yang bertanggung jawab atas *website* tersebut, atau apakah entitas tersebut mengizinkan adanya penukaran barang yang tidak sesuai pesanan, atau apakah ada garansi dari produk yang ditawarkan. Sehingga perlu diungkap kebiasaan berbisnis entitas tersebut di masa lalu agar konsumen dapat mengetahui kemungkinan risiko yang akan diterima.

Dalam melakukan transaksi secara elektronik, tanpa pengawasan yang memadai sangatlah mudah untuk merubah, menghilangkan, menggandakan transaksi. Hal seperti ini dapat membuat kendala dari transaksi maupun dokumen dapat dipertanyakan. Oleh karena itu konsumen harus merasa yakin sebelum melakukan transaksi, apakah *website* tersebut sudah melaksanakan pengawasan yang memadai atas keandalan transaksi.

Hal yang paling penting untuk di perhatikan oleh konsumen adalah perlindungan ataupun keamanan atas informasi pribadi yang dimasukkan ke dalam *website* tersebut. Apa jadinya jika informasi itu sampai jatuh ke pihak yang bertanggung jawab, maka kerugian besar sudah menghadang di depan mata konsumen.

KRITERIA PENGAMANAN TRANSAKSI

1. Kriteria *Non-Repudiation*

- Bukti yang dapat diakses dan digunakan jika terjadi klaim atas transaksi.
- Prosedur untuk mengidentifikasi dan membuktikan keaslian pengguna.
- Kontrol terhadap bukti persetujuan pihak lain dalam transaksi *on-line*.

- Perlindungan dari pihak-pihak yang tidak berkepentingan.
 - Identifikasi siapa yang bertanggung jawab jika terjadi kesalahan dalam transaksi.
2. Kriteria *Security*
 - Kebijakan keamanan diungkapkan dan telah teruji.
 - Akses ke dalam sistem dibatasi hanya untuk pengguna yang berwenang.
 - Prosedur dan rencana perbaikan telah disiapkan dan dapat bekerja dengan baik.
 - Prosedur keamanan dilaksanakan dengan baik.
 - Penggunaan teknologi pengacakan (*encrytion technology*).
 - Tersedianya sistem back-up yang memadai.
 3. Kriteria *Confidentiality*
 - Keamanan dalam perpindahan, mengumpulkan dan distribusi informasi yang rahasia sudah mencukupi.
 - Adanya prosedur dalam menangani kebocoran rahasia.
 - Adanya sistem cadangan (*back-up*) yang tersimpan di tempat yang aman.
 4. Kriteria *Availability*
 - *Term and conditions* untuk mengakses pusat data.
 - Peraturan dan kebijaksanaan yang sesuai dengan perjanjian legal dan kontraktual.
 - Adanya rencana perbaikan yang memadai jika terjadi bencana atau untuk mengurangi gangguan.
 - Adanya perangkat keras dan lunak yang telah diuji keandalannya.
 5. Kriteria *Customized Disclosure*
 - Jumlah 'hit' atau pengunjung situs tersebut untuk periode tertentu.
 - Pengakuan sebagai yang ter... 'kami adalah situs pencari terbesar di Indonesia, seperti dilaporkan oleh...'
 - Kami adalah toko buku *on-line* terbesar di Indonesia. Hasil survey....

WEBTRUST

Sebagai jawaban atas kekhawatiran konsumen atas keamanan bertransaksi di dunia maya, maka dikembangkanlah sebuah program yang disebut dengan *WebTrust*. *WebTrust* adalah sebuah program yang memberikan jaminan menyeluruh terhadap bisnis yang berbasis *e-commerce* dengan membangun kepercayaan dan keandalan dari sebuah *website*. Sistem ini pertama kali dikembangkan oleh *American Institute of Certified Public Accountants* (AICPA) bekerja sama dengan *Canadian Institute of Chartered Accountants* (CICA) sejak 1997 dan hingga saat ini sudah didukung oleh organisasi profesi akuntan di 17 negara.

Menurut *Winnie Cheung*, Direktur pengembangan profesi HKSA (*Hongkong Society of Accountants*) yang menjelaskan bahwa, "Hingga saat ini tidak ada standar yang secara internasional berlaku dalam menjalankan bisnis *e-commerce*". Ketika konsumen masuk ke dalam sebuah *website*, mereka mungkin tidak mengetahui dengan siapa mereka berhubungan, apakah bisnis yang dijalankan

legal. Begitu juga pada saat membeli barang atau jasa melalui *website*, konsumen mungkin dibuat tidak sadar akan kebijaksanaan *merchant* tersebut, antara lain, jangka waktu pengiriman, termin pembayaran, layanan purna jual, dan lain sebagainya.

Web Trust dikembangkan dengan tujuan untuk mengisi ‘kekurangan’ tersebut, melalui *assurance standards* yang diterapkan untuk bisnis berbasis e-commerce di seluruh dunia. Standar ini yang terdiri dari 7 (tujuh) pokok penting yang meliputi *online privacy, security, confidentiality, availability, bussiness practices and transaction integrity, non repudiation, and costumized disclosure*. Masing-masing standar ini dikembangkan oleh berbagai profesi berdasarkan standar atau perlakuan yang biasa digunakan dalam menjalankan bisnis yang baik. Apalagi profesi telah berkecimpung sejak lama dalam bisnis dan memiliki standar profesional yang sangat tinggi dalam pekerjaannya. Selain itu *Web Trust* membantu menyiapkan standar bagi seluruh transaksi bisnis yang berbasis internet, di mana prinsip dan kriterianya dapat digunakan sebagai alat untuk menjamin kesehatan dan keamanan sebuah situs *e-business*.

WEBTRUST’S SEVEN ASSURANCE STANDARDS

1. On-line Privacy

Situs yang mengungkapkan secara lengkap bagaimana prinsip kerahasiaan dalam melakukan transaksi, dan selalu melakukan kontrol yang efektif terhadap kerahasiaan informasi. Selalu melindungi kerahasiaan informasi dari pihak-pihak yang tidak berkepentingan. Perusahaan itu harus mengungkapkan bagaimana informasi itu diperoleh, digunakan, dan didistribusikan. Bagaimana jika terjadi koreksi, bagaimana ‘*cookie*’ digunakan, dan sebagainya.

2. Business Practices and Transaction Integrity

Situs tersebut harus memproses transaksi secara lengkap, akurat sesuai dengan informasi yang disajikan, menjamin jasa atau produk yang ditampilkan baik itu kondisi produk, waktu pengiriman, termin pembayaran, harga, layanan purna jual, pembatalan, dan lain sebagainya.

3. Security

Situs tersebut harus melakukan kontrol yang ketat terhadap keamanan seperti melakukan ‘pengacakan’ (*encryption*) terhadap kerahasiaan informasi konsumen, menjaga informasi dari serangan virus, dan menghindari penggunaan informasi oleh pihak-pihak yang tidak berwenang. Membuat prosedur penanganan data dan perbaikan kembali jika terjadi bencana, dan selalu melakukan ‘*up-dating*’ terhadap kemajuan teknologi, serta selalu mempersiapkan *back-up system*.

4. Non-Repudiation

Situs tersebut harus menggunakan praktik *non-repudiation*-nya, apakah sudah melakukan pengawasan dan pemeliharaan bukti secara baik dan layak. Bukti diperlukan untuk melakukan pembuktian dan menjamin telah terjadinya transaksi secara elektronik.

5. *Confidentiality*

Situs tersebut harus dapat mengungkapkan kerahasiaan dalam transaksinya, yang harus sesuai dengan prinsip kerahasiaan yang ditetapkan, selain itu juga harus melakukan kontrol secara terus menerus. Situs tersebut juga harus memberikan jaminan bahwa informasi yang diberikan hanya dapat dinikmati oleh pihak yang berwenang. Situs tersebut harus memastikan prosedur yang diambil dalam mengumpulkan dan mendistribusikan informasi sudah memadai.

6. *Availability*

Situs tersebut harus memastikan sistem *e-commerce* dan datanya telah sesuai seperti yang diungkapkan. Selain itu harus terdapat ketentuan mengenai '*term and condition*' yang sesuai secara legal dan kontraktual, tersedia pula prosedur yang harus diambil jika terjadi bencana, serta tersedianya perangkat keras maupun perangkat lunak yang telah diuji keandalannya.

7. *Customized Disclosure*

Situs tersebut harus mengungkapkan hal-hal khusus lainnya yang sesuai dengan standar yang ada dan relevan dengan bisnis *e-commerce* itu sendiri. Hal-hal khusus tersebut juga memerlukan kontrol yang ketat sehingga data dan informasi yang ada dapat dipercaya.

SEGEL WEBTRUST

Pertanyaan yang timbul adalah bagaimana mendapatkan segel *WebTrust* dan bagaimana pebisnis melaksanakan tugasnya dalam memberikan penilaian atas suatu *website*. Untuk mendapatkan segel *WebTrust*, pertama adalah memenuhi prinsip dan kriteria yang ditetapkan. Kemudian menunjuk organisasi profesi yang telah mendapatkan ijin atau lisensi dari organisasi profesi internasional dalam memberikan jasa *WebTrust*.

Webtrust hingga saat ini sudah versi ke-3, perusahaan dapat memilih modul mana dari ketujuh *assurance standard* yang ingin dipilihnya disesuaikan dengan jenis usahanya. Jika perusahaan itu berbasis B2C (*Business-to-Consumer*) maka kemungkinan modul yang cocok digunakan adalah *online privacy, business practice, and transaction integrity*. Sedangkan perusahaan yang berbasis B2B (*Business-to-Business*), B2G (government) dan B2E mungkin lebih relevan jika memilih *security, non-repudiation and confidentiality*.

Begitu modul tersebut terpilih maka pebisnis mulai melaksanakan penilaian terhadap *website* tersebut. Pebisnis mulai menilai apakah *website* tersebut sudah sesuai dengan standar *WebTrust*, apakah sudah mengungkapkan dan memperlihatkan prosedur dan praktik yang sesuai, dan apakah sudah melaksanakan sistem pengawasan yang efektif untuk memastikan dilaksanakannya prosedur tersebut.

Jika seluruh proses telah dijalani maka perusahaan tersebut dapat menampilkan segel *WebTrust* dalam tampilan *website*-nya. Segel tersebut merupakan simbol bahwa telah dilaksanakan penilaian atas suatu *Website* oleh pebisnis, yang memberikan pendapat atas kewajaran penerapan standar, prinsip, dan kriteria suatu *website* yang sesuai dengan standar *WebTrust*. Segel tersebut berupa

icon yang berisi laporan yang dihasilkan pebisnis, di mana konsumen dapat melihat laporan tersebut dengan meng-klik icon tersebut.

Lalu apakah setelah itu prosesnya sudah selesai? Ternyata belum, karena pebisnis tersebut harus melakukan penilaian kembali minimal enam bulan sekali (dapat dilakukan lebih sering tergantung jenis usaha) untuk memastikan apakah *website* tersebut tetap mematuhi dan melaksanakan standar yang ditetapkan.

Selain itu, jika perusahaan melakukan perubahan atau perbaikan dari *website*-nya yang berpengaruh terhadap kemampuan perusahaan dalam memenuhi prinsip dan kriteria *WebTrust*, maka perusahaan tersebut harus memberitahukan kepada organisasi profesi yang bersangkutan. Perubahan tersebut kemungkinan membutuhkan penilaian kembali apakah masih sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh *WebTrust*. Dalam beberapa kasus, kemungkinan segel *WebTrust* yang terdapat di *website* tersebut tidak ditampilkan hingga proses pemeriksaan selesai.

TANGGUNG JAWAB AUDITOR *WEBTRUST*

Ketika organisasi profesi selesai melaksanakan penilaian dan memberikan pendapatnya, mereka juga harus mengerti tanggung jawab yang menyertai mereka jika terjadi hal-hal yang tidak diinginkan. Tanggung jawab auditor *WebTrust* secara umum sama dengan ketika mengaudit laporan keuangan. Walaupun begitu, perbedaan yang utama terletak pada cakupannya, tidak terbatas pada pemegang saham saja, laporan auditor *WebTrust* ditujukan untuk seluruh konsumen dimanapun di seluruh dunia.

Konsep yang digunakan dalam pemeriksaan *website* adalah melaksanakan pemeriksaan selama periode tertentu dan berdasarkan data historis. Auditor *webtrust* juga harus memberikan catatan tentang kemungkinan risiko yang akan timbul karena perubahan yang sangat cepat di jasa *on-line* dan juga kemajuan teknologi informasi.

Auditor juga bertanggung jawab dan memastikan dalam jangka waktu tertentu apakah *website* tersebut masih memenuhi standar yang digariskan, oleh karena itu harus dilaksanakan pemeriksaan kembali minimal enam bulan sekali. Klien atau perusahaan juga harus memberitahukan auditor jika terjadi perubahan yang memungkinkan *website* tersebut tidak sesuai lagi dengan standar yang ada. Jika klien tidak memberitahukan perubahan-perubahan tersebut maka auditor dapat saja mencabut kembali segel *WebTrust* tersebut, karena klien telah melanggar perjanjian yang dicantumkan dalam *engagement letter*.

Walaupun segel *WebTrust* menunjukkan telah dilakukan penilaian oleh auditor yang independen terhadap suatu situs *e-commerce*, yang menyatakan bahwa situs tersebut telah sesuai dengan standar yang ditetapkan, bukan berarti auditor tersebut juga bertanggung jawab terhadap transaksi yang terjadi antara konsumen dengan perusahaan itu. Segel itu tidak menjamin bahwa barang yang dibeli konsumen sesuai dengan tujuan konsumen membeli barang tersebut. Segel ini juga tidak menjamin kelangsungan hidup dari situs *e-commerce* ini, karena untuk masalah '*going concern*' perusahaan merupakan tugas dari audit laporan keuangan.

MASA DEPAN WEBTRUST

Dilihat dari makin majunya perkembangan teknologi informasi, khususnya yang berbasis *e-commerce* maka masa depan *WebTrust* boleh dikatakan sangat cerah. Apalagi dengan makin tingginya tuntutan masyarakat pengguna *e-commerce* yang sangat menginginkan keamanan dan keandalan dalam bertransaksi.

Walaupun saat ini sudah banyak program yang menyediakan segel jaminan tetapi *WebTrust* memiliki keunggulan tersendiri yaitu bersifat internasional dan didukung oleh organisasi profesi di beberapa negara, selain itu ketentuan juga dapat mengadopsi peraturan dan ketentuan suatu negara untuk diterapkan dalam standar tersebut.

Beberapa organisasi profesi menyatakan bahwa secara '*de facto*' *WebTrust* merupakan standar yang dapat digunakan secara internasional. Bagi perusahaan yang telah mendapatkan segel *WebTrust* untuk *website*-nya pun akan mendapatkan keuntungan. Karena masyarakat pengguna akan lebih percaya untuk melakukan transaksi di situs tersebut dibandingkan dengan situs *e-commerce* lainnya yang tidak memiliki segel tersebut.

PENUTUP

Agar dapat mengambil bagian dalam bisnis tiap pelaku harus menguasai kaidah dan aturannya. Salah satu aturan terpenting adalah pemahaman yang mendalam atas kebutuhan dan kepuasan seperti apa yang ingin dinikmati pelanggan. Sebagai perangkat bisnis, TI memang semakin membuka kemungkinan baru bagi para pemilik dan pengelola perusahaan melakukan banyak hal untuk mengembangkan bisnis mereka. Karena itu di zaman sekarang, TI merupakan suatu keharusan bagi perusahaan yang ingin maju dan berdaya saing tinggi. Bagaimana agar TI mampu memberikan value yang setinggi-tingginya (*value creator*) bagi yang mememanfaatkannya, maka menjadi tugas pengelola untuk menyinergikan penggunaan TI dengan tujuan dan kebutuhan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Andy Reinhardt, 1998, "Log On, Link Up, Save Big", *Business Week* 22-06-1998, p132-138.
- Baum, David, 1997, "Transcending EDI", *Infoworld* 24-03-1997, p67-68.
- Burrows, Peter, 1998, "Instant Info Is not Enough", *Business Week* 22-06-98, p144.
- Franky, 2001, "Saatnya Akuntan Melirik Bisnis E-Commerce", *Media Akuntansi*, Edisi 20, Jakarta.
- Grannan, Philip P., 1997, "Electronic Commerce Today; Financial EDI Solutions for Tomorrow", *Management Accounting*, p38-41
- Harmanto E.D. 2007, "Melambung Tinggi dengan TI", *Swa.co.id. Manajemen*.
- Lauden, K.C. dan J.P. Laudan, 2006, *Management Information Systems, Managing The Digital Firm*, 9th Edition, Pearson International Edition.
- Romney, M.B. dan P.J. Steinbart, 2006, *Accounting Information System*, Buku 1, Edisi 9, Salemba Empat, Jakarta.