



LAPORAN AKHIR

NASKAH AKADEMIK RANCANGAN
PERATURAN PEMERINTAH (RPP)
TENTANG PERDAGANGAN ELEKTRONIS
(*E-COMMERCE*)

Direktorat Bina Usaha Perdagangan
Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri
Kementerian Perdagangan Republik Indonesia
2011

DAFTAR ISI

BAB I_PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan.....	14
1.3. Ruang lingkup	15
1.4 Metodologi.....	16
1.5 Kontribusi kegiatan	19
BAB II_TINJAUAN UMUM DAN REGULASI.....	21
2.1 Tinjauan umum	21
2.1.1 Definisi <i>e-commerce</i>	21
2.1.2 Sifat dan karakteristik <i>e-commerce</i>	22
2.1.3 Keuntungan dan kerugian <i>e-commerce</i>	23
2.1.4 <i>E-commerce</i> dalam perspektif hukum kontrak.....	25
2.2 Tinjauan Regulasi <i>E-commerce</i>	27
2.2.1 Tinjauan Umum Transaksi	27
2.2.3 Tinjauan Transaksi <i>E-commerce</i> dalam ranah hukum internasional	
33	
2.2.4 Tinjauan Transaksi <i>E-commerce</i> di Negara Maju.....	34
2.2.5 Tinjauan Transaksi <i>E-commerce</i> di Negara Berkembang.....	36
2.2.6 Tinjauan Transaksi <i>E-Commerce</i> di Negara Indonesia.....	38
BAB III_MATERI MUATAN RPP PERDAGANGAN ELEKTRONIS DAN	
KETERKAITAN DENGAN HUKUM POSITIF LAIN	41
3.1. Kajian Keterkaitan RPP Perdagangan Elektronik dengan Hukum Positif	
Lain	41
3.2. Materi Muatan RPP Perdagangan Elektronik	41
BAB IV_PENUTUP.....	57
4.1 KESIMPULAN.....	57

4.2 SARAN DAN REKOMENDASI.....	58
LAMPIRAN 1_MATRIKS HARMONISASI RPP PERDAGANGAN ELEKTRONIS DENGAN HUKUM POSITIF LAIN	63

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Globalisasi meningkatkan interaksi bisnis antar negara, khususnya transaksi perdagangan. Setiap negara terkoneksi satu sama lain, mengadakan kesepakatan perjanjian perdagangan bebas secara internasional melalui lembaga seperti WTO atau melakukan perjanjian perdagangan regional melalui kesepakatan dengan beberapa negara, seperti ACFTA, G-20, OPEC, dan APEC. Intinya, globalisasi adalah keniscayaan dan bagian dari proses perkembangan suatu negara untuk mencapai tujuan internasional secara bersama-sama, khususnya untuk meningkatkan nilai tambah dan pertumbuhan ekonomi berkualitas, mengurangi tingkat buta huruf, kemiskinan, gizi buruk, ketahanan pangan dan energi. Perkembangan yang sangat pesat juga diperlihatkan dengan semakin canggih dan terkoneksinya aktivitas atau kegiatan finansial, produksi, investasi, dan perdagangan yang telah mendorong tingkat ketergantungan (*dependency*) antar negara, korporasi kelas kecil, menengah atau besar, serta individu, sehingga terbentuk pola interaksi yang kompleks disertai tingkat persaingan tinggi. Globalisasi telah menyatukan ekonomi dunia, sehingga batas-batas antar negara dalam berbagai praktik bisnis dianggap tidak berlaku. Globalisasi juga dapat dinyatakan sebagai proses dimana negara-negara mulai menghilangkan hambatan-hambatan informasi dan perdagangan, melakukan deregulasi, dan membuka kesempatan seluas-luasnya akses sumber daya dan pasar kepada investor atau kalangan bisnis dari negara lain.

Salah satu faktor pendorong globalisasi adalah keberadaan teknologi informasi (TI) yang memungkinkan individu saling berhubungan tanpa

dibatasi oleh batas-batas negara, sehingga dunia seolah-olah menjadi datar (Friedman, 2006). Hal tersebut juga dipicu oleh adanya jalinan kerjasama dan keterbukaan perekonomian antara negara-negara anggota OECD dan bukan negara OECD, seperti negara-negara dari Asia, Amerika Latin, dan Eropa Timur untuk menuju ke pasar bebas. Globalisasi telah menuju gelombang keempat (*the present fourth wave of globalization*) atau telah merambah segala bidang (Toffler, 1980).

Berdasarkan data WTO (2011), volume perdagangan dunia mencapai US\$ 27,6 Trilyun tahun 2010 atau mengalami peningkatan sangat signifikan sejak tahun 1980 pasca pakta perdagangan bebas seperti GATT dan WTO dibentuk dan berperan aktif meliberalisasi aktivitas perdagangan dunia. Tingginya volume perdagangan juga ditunjang oleh peningkatan populasi dunia yang mencapai 6,9 miliar orang tahun 2010. Dalam konteks perdagangan internasional, blok kekuatan ekonomi telah bergeser dari kekuatan klasik yaitu Amerika Serikat dan Uni Eropa ke Asia, dimana hampir dua per tiga volume transaksi perdagangan dunia kini terkonsentrasi di Asia. Negara-negara yang tergabung dalam ASEAN atau ASEAN + 3 (Jepang, China, dan Korea) diharapkan mampu mengambil peran strategisnya dalam konteks perdagangan internasional. ASEAN + 3 kini menguasai 25% volume perdagangan dunia dengan jumlah mencapai US\$ 7,02 Trilyun dan jumlah populasi mencapai 30% atau 2,1 Milyar jiwa. Kekuatan mesin ekonomi merefleksikan kekuatan modal dan basis perdagangan, dimana penetrasi volume perdagangan ditentukan oleh pengurangan hambatan perdagangan (tarif dan non-tarif), model perdagangan, dan faktor kepemilikan. Kepemilikan modal menjadi isu strategis perbincangan ekonomi, karena praktik liberalisasi dan perdagangan internasional ditentukan oleh sekelompok aktor (negara dan korporasi) yang memiliki kecenderungan untuk mendatangkan keuntungan lebih besar bagi dirinya sendiri dibanding

negara mitra dagang. Selain itu, upaya melakukan harmonisasi perdagangan melalui serangkaian paket kebijakan dan pembangunan jejaring konektivitas (infrastruktur dan teknologi) dapat terdistorsi oleh keberadaan informasi asimetris dan kekuatan tawar (*bargaining position*) yang berbeda diantara mitra dagang. Oleh karenanya, gelombang globalisasi dan perdagangan internasional juga harus disertai perencanaan strategi perdagangan yang komprehensif, termasuk mengontrol informasi yang terbentuk setelah (*ex post*) dan sebelum (*ex ante*) perdagangan terjadi.

Salah satu pilar utama globalisasi adalah eksistensi penggunaan komunikasi dalam konteks hubungan internasional (termasuk perdagangan) melalui penggunaan kemajuan perangkat teknologi informasi (*technological advancement*). Kemajuan perkembangan model dan perangkat (media) teknologi informasi juga telah mendorong negara-negara melakukan liberalisasi komunikasi yang pada akhirnya menstimulasi pertumbuhan dan perkembangan ekonomi. Keberadaan aliran informasi memiliki peran sangat penting bagi kehidupan manusia, karena melalui kemajuan informasi, teknologi, dan komunikasi perkembangan transaksi perdagangan dan pertumbuhan ekonomi negara dan dunia dapat diwujudkan secara lebih akseleratif, tepat sasaran, dan maksimal. Dalam era pengetahuan, informasi adalah komoditas dengan nilai ekonomi paling tinggi, karena tidak setiap pihak mampu memproses data menjadi informasi sesuai kebutuhan dan menggunakan informasi tersebut secara akurat dan tepat waktu untuk pengambilan keputusan seperti kebijakan dan keputusan bisnis. Situasi tersebut menstimulasi konvergensi perkembangan sistem informasi, komunikasi, dan teknologi di dunia. Konvergensi teknologi juga diharapkan mampu menstimulasi pertumbuhan ekonomi berkualitas seperti pembentukan nilai tambah ekonomi dan sosial yang lebih besar, peningkatan pendapatan perkapita, perbaikan akses dan kualitas gizi buruk, dan

pengurangan tingkat pengangguran dan kemiskinan, melalui adopsi dan diseminasi informasi secara lebih meluas dan efektif.

Di awal abad 20, konvergensi tersebut mulai dikenal dan berkembang melalui perdagangan secara Elektronik (*e-commerce*). *E-commerce* adalah mekanisme transaksi yang menggunakan perangkat jaringan komunikasi Elektronik seperti internet yang digunakan oleh negara maju dan negara berkembang sehingga aktivitasnya tidak dapat lagi dibatasi oleh batasan geografis, karena mempunyai karakteristik lintas batas regional dan global sehingga mampu meningkatkan efisiensi dan kecepatan penyelenggaraan bisnis dan pemerintahan. Pemanfaatan teknologi melalui media internet telah memberikan banyak manfaat dan konsekuensi positif bagi kehidupan bermasyarakat khususnya *e-commerce*. Perkembangan transaksi bisnis yang menggunakan *e-commerce* tidak terlepas dari laju pertumbuhan internet. Pertumbuhan pengguna internet yang pesat adalah kenyataan bahwa internet adalah media penting dan efektif bagi perusahaan dan perorangan untuk memperkenalkan dan menjual produk barang atau jasa ke calon pembeli atau konsumen di seluruh dunia. *E-commerce* juga memungkinkan terciptanya persaingan sehat antar perusahaan kecil, menengah, dan besar dalam merebut pangsa pasar. Dari segi jumlah, tahun 2015 perdagangan Elektronik sebagai media transaksi bisnis diproyeksikan mencapai 98% dari kegiatan internet. Perkembangan internet sendiri berawal pada tahun 1957. Dimulai dari *Advanced Research Projects Agency (ARPA)* di Amerika Serikat (AS) yang memiliki motivasi untuk mengembangkan jaringan komunikasi terintegrasi dan terhubung satu sama lain melalui komunitas ilmu pengetahuan (intelektual) dan kepentingan militer. Seiring berjalan waktu pun terbangun aplikasi *World Wide Web (WWW)* tahun 1990 oleh Berners-Lee. Konten tersebut paling diminati oleh para pengguna internet, karena komunitas dapat saling berbagi aplikasi dan konten, termasuk saling bertukar materi

dan informasi. Penetrasi *www* menstimulasi pertumbuhan internet yang semakin tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian dari *Net Index Study* yang diselenggarakan oleh Perusahaan *Yahoo*, perkembangan pengguna internet di Indonesia mencapai 48% (pengguna aktif). Jumlah pengguna internet sampai tahun 2011 sebesar 45 juta orang atau tumbuh signifikan sejak tahun 1999, dimana saat itu jumlah pengguna internet hanya 7 juta orang. Sebagai tambahan, Indonesia adalah negara dengan jumlah pengguna *twitter* aktif terbanyak dunia mencapai 5,6 juta pengguna, jauh lebih tinggi dari Jepang (3,5 juta) dan India (2,3 juta) dan pengguna *facebook* nomor 2 terbanyak dunia setelah Amerika Serikat dengan jumlah 35 juta pengguna. Kenaikan ini disebabkan semakin banyaknya jalur akses menuju internet yang bisa digunakan oleh pengguna internet, contohnya, ponsel atau *internet mobile*. Selain itu, *online media* saat ini semakin digandrungi dan semakin sering digunakan, bahkan sudah menjadi pilihan utama bagi khalayak dalam memilih media.

Besaran pengguna internet dunia (*wordstats.com*) per Maret 2011 mencapai 2,09 Milyar pengguna atau meningkat 480.4% dibanding jumlah pengguna di tahun 2000 yang hanya sebesar 360,98 juta pengguna. Komposisi pengguna internet terbesar saat ini berada di Asia (44%) dengan tren meningkat seiring dengan tampilnya China menjadi kekuatan ekonomi terbesar kedua setelah AS, disusul Eropa 22,7%, Amerika Utara 13%, dan Afrika sebesar 5,7%. *Key drivers* pengguna internet adalah besaran penduduk, mobilitas transaksi perdagangan, kondisi infrastruktur telekomunikasi, akseptabilitas relasi dan perkembangan regulasi perdagangan, serta kesadaran masyarakat menggunakan media on-line. Meskipun secara jumlah/agregat didominasi oleh Asia, penetrasi penggunaan internet per populasi tertinggi masih dipegang oleh negara-negara Amerika Utara dengan pertumbuhan rata-rata

per tahun mencapai 78,3%, jauh lebih tinggi dibanding penetrasi pengguna internet di Asia yang hanya mencapai 23,8% per tahun.

Secara spesifik, total nilai transaksi perdagangan elektronis (*e-commerce*) di dunia tahun 2010 mencapai 572,5 Milyar USD dan diproyeksikan mengalami peningkatan konstan rata-rata per tahun sebesar 19%, sehingga tahun 2015 nilai transaksi *e-commerce* dunia diproyeksikan mencapai sebesar 1,4 Trilyun USD. Pertumbuhan transaksi perdagangan *e-commerce* di AS relatif meningkat stabil dan kini mencapai 176 Milyar USD dan diproyeksikan meningkat menjadi 279 Milyar USD di tahun 2015 (worldstats.com). Komposisi dan pemetaan nilai transaksi *e-commerce* di dunia didominasi oleh Eropa dengan pangsa sebesar 34%, diikuti USA 29%, dan Asia 27% dengan tingkat pertumbuhan tertinggi berada di India, Saudi Arabia, dan Indonesia.

Di Indonesia, tren pertumbuhan internet yang sangat potensial dan mencapai lebih dari 45 juta pengguna di tahun 2010 atau setara dengan 15% jumlah penduduk memicu pertumbuhan transaksi melalui media elektronis. Menurut IDC, statistik perdagangan elektronis di Indonesia sudah mencapai Rp. 35 Trilyun (2009) dan diproyeksikan meningkat signifikan di tahun mendatang. Potensi besar transaksi perdagangan elektronis relatif belum dikuasai oleh para pemain lokal, dimana standar website atau situs yang menyediakan perdagangan elektronis belum dapat dipenuhi oleh para pengelola website perdagangan (*merchant*) lokal. Aksesabilitas internet, platform transaksi yang belum jelas, tidak berkembangnya metode pembayaran online, dan sistem keamanan bertransaksi adalah hambatan-hambatan utama perkembangan transaksi perdagangan elektronis di Indonesia. Pemilik situs dan pengelola/*merchant* lokal harus mempunyai akses dan model sistem pembayaran online yang nyaman, efektif, dan efisien bagi

pelaku transaksi elektronik. Selain itu, perkembangan mengenai perangkat regulasi, jaminan keamanan, model bisnis, desain dan proses kontrak elektronik, serta akseptabilitas penggunaan tandatangan elektronik sebagai bukti yang diakui secara hukum formal merupakan hal-hal yang menjadi agenda pengembangan *e-commerce* di Indonesia kedepan untuk meningkatkan daya saing serta volume perdagangan dalam jejaring (daring).

E-commerce ternyata sudah mulai berkembang di dunia perdagangan kira-kira 20 tahun yang lalu. Dulunya, teknologi ini dinamakan *Electronic Data Interchange (EDI)* dan *Electronic Funds Transfer (EFT)*. Bentuk perkembangan *e-commerce* bisa dilihat dari perkembangan kartu kredit, *Automated Teller Machines (ATM)* dan perbankan via telepon. Perkembangan teknologi yang tak ada henti-hentinya telah membuat perubahan pada budaya dan kebiasaan kita dalam kehidupan sehari-hari. Media Elektronik telah menjadi andalan bagi sebagian orang untuk melakukan komunikasi dan perdagangan. Banyak anggapan bahwa dengan semakin maraknya penggunaan internet terutama untuk pelaku bisnis membuat para pelaku bisnis yang konvensional menjadi mati dan kurang bergerak. *E-commerce* juga dapat menyederhanakan sebuah manajemen perusahaan yang biasanya terdiri dari banyak divisi dan bidang, dan jika menggunakan internet sebagai medianya dapat diminimalisir. Kecepatan akses informasi, pengurangan biaya transportasi, dan tingginya fleksibilitas, membuat perusahaan dapat beroperasi lebih efisien dan relatif aman bertransaksi dagang melalui media internet

Dalam perkembangannya, aktivitas *e-commerce* terbagi menjadi tiga dimensi utama yaitu *business to business* (perdagangan antar pelaku usaha), *business to consumer* (perdagangan antar pelaku usaha dan konsumen), dan *consumer to consumer* (perdagangan diantara konsumen). Aktivitas *business to business* (B2B) merupakan sistem komunikasi bisnis online antarpelaku bisnis atau

dengan kata lain transaksi secara Elektronik antarperusahaan dalam hal ini adalah pelaku bisnis dan sesuai dengan kapasitas atau volume produksi yang besar. Aktivitas B2B ditujukan untuk menunjang kegiatan para pelaku bisnis, dimana dalam suatu sistem rangkaian distribusi, kehadiran internet mampu menghubungkan seluruh aktivitas bisnis dengan bisnis lainnya, dimanapun lokasi atau posisi rangkaian distribusi tersebut berada. Penetrasi B2B secara langsung ataupun tidak langsung mengancam lapisan penghubung tradisional seperti *broker* atau *wholesaler*. Fasilitas internet memberikan suatu sarana bagi bisnis untuk berhubungan secara langsung dengan para pemasok (*supplier network*) dan para pelanggan (*customer network*). Selain itu, berkembangnya transaksi B2B juga memungkinkan timbulnya peluang yang dapat dimanfaatkan oleh siapapun yang menggunakan internet semaksimal mungkin untuk mencapai keunggulan kompetitif bisnis melalui penyebaran informasi secara luas dan kreatif, dimana sebelumnya aspek tersebut belum berhasil dicapai. Karakteristik B2B adalah trading partners masing-masing sudah mengenal dan mengetahui satu sama lain karena telah menjalin hubungan yang berlangsung cukup lama, pertukaran informasi hanya berlangsung diantara mereka karena sudah saling mengenal, sehingga pertukaran informasi mengenai produk atau jasa atau teknologi yang ditawarkan didasarkan atas kebutuhan dan kepercayaan. Pertukaran juga dilakukan secara berulang dan kontinyu melalui format data yang telah disepakati, sehingga jasa yang digunakan antar kedua sistem tersebut sama dan menggunakan standar yang sama, sehingga salah satu pelaku tidak harus menunggu *partner* mereka yang lain untuk mengirim data. Model yang umum digunakan adalah *peer to peer* dimana *processing intelligence* dapat didistribusikan pada kedua pelaku bisnis.

Aktivitas *Business to Customer* (B2C) merupakan suatu transaksi bisnis secara Elektronik yang dilakukan pelaku usaha dengan pihak konsumen untuk

memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu, banyak cara yang digunakan untuk mendekati dengan pihak konsumen, misalnya melalui mekanisme toko online atau bisa juga dengan menggunakan konsep portal yang terus mengalami peningkatan tren saat ini. Sistem *electronic shopping mall* dapat memanfaatkan *website* untuk menampilkan produk dan jasa pelayanan yang berisikan katalog produk dan pelayanan yang diberikan, dan para pembeli dapat melihat-lihat barang apa saja yang dibelinya melalui situs tersebut. Selain itu, konsep portal menyediakan differensiasi signifikan dengan konsep toko online. Portal menyediakan sistem belanja *online*, fasilitas email gratis, *search engine*, berita, dan sebagainya. Segmentasi tersebut membawa keuntungan bagi pelaku usaha, dimana para pelaku usaha dapat memiliki lahan baru yang mempunyai potensi sangat besar untuk mendapatkan pendapatan lebih besar dibanding metode pemasaran secara konvensional. Jam operasional yang dapat diakses dan tidak terbatas yaitu selama 24 jam setiap hari dan 7 hari dalam seminggu. Melalui segmentasi ini, konsumen juga mendapatkan keuntungan diantaranya pembeli tidak perlu meluangkan waktu khusus untuk belanja keluar rumah dan cukup membuka situs *e-commerce* yang diinginkan setiap hari dengan pilihan yang sangat beragam sesuai keinginan, sekaligus membandingkan produk yang ditawarkan dengan produk yang diperoleh di pasar tradisional, dalam arti lain, konsumen mendapatkan kemudahan berarti dalam bisnis *online*. Karakteristik bisnis B2C diantaranya adalah pelayanan jasa bersifat umum sehingga mekanismenya dapat digunakan oleh orang banyak, terbuka untuk umum dimana informasi tersebut dapat diakses dan dibiarkan secara umum, jasa pelayanan diberikan sesuai permintaan, dimana konsumen memberikan inisiatif dan produsen merespon inisiatif konsumen tersebut dengan membentuk produk atau jasa sesuai ekspektasi konsumen dan sering dilakukan dengan pendekatan *client-server* dimana konsumen di pihak klien

menggunakan sistem yang minimal dan penyedia barang atau jasa berada di pihak *server*.

Aktivitas *customer to customer* (C2C) merupakan transaksi bisnis secara Elektronik yang dilakukan antar konsumen untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu. Segmentasi *customer to customer* (C2C) ini sifatnya relatif lebih khusus karena transaksi dilakukan oleh konsumen ke konsumen yang memerlukan transaksi, contohnya individu menjual yang diklasifikasikan ada pemilikan kediaman. Sedangkan, aktivitas *customer to business* (C2B) merupakan transaksi yang memungkinkan individu menjual suatu barang kepada perusahaan dan bertransaksi melalui media online dan perbankan secara intensif.

Mekanisme penerimaan (*acceptance*) transaksi bisnis *e-commerce*, penawaran dan penerimaan saling terkait untuk menghasilkan kesepakatan kontrak. Penawaran dan penerimaan pada transaksi bisnis *e-commerce* ditentukan melalui keadaan sistem *e-commerce* tersebut. Penerimaan juga dapat dinyatakan melalui *website*, *electronic mail*, atau *Electronic Data Interchange* (EDI). Penjual menentukan sistem dan cara penerimaan atas pembayaran melalui *website* atas barang dagangannya dan dalam transaksi bisnis *e-commerce*, dimana konsumen akan melakukan seleksi dan pemilihan barang sebelum menentukan metode pembayaran via internet, dimana berbagai aspek transaksi yang terdapat dalam berbagai proses interaksi bisnis konvensional berubah dengan cepat ketika terjadi perdagangan melalui internet, sehingga mekanisme pembayaran *online* juga harus menyertakan semua atau sebagian dari tahapan-tahapan ini dalam jalur pembayaran yang digunakan. Perubahan interaksi ini juga harus memperhatikan ke arah pengembangan keamanan metode pembayaran dalam *e-commerce*, agar lebih aman dan terjamin, karena itulah sebagai pendukung transaksi *e-commerce*

diperlukan suatu perantara untuk kepentingan keamanan, identifikasi, dan pengesahan. Selain itu, kegiatan media sistem Elektronik meskipun bersifat virtual namun tetap dikategorikan sebagai tindakan atau perbuatan hukum yang nyata.

Secara yuridis, kegiatan pada ruang internet tidak dapat didekati dengan ukuran dan kualifikasi hukum konvensional saja karena akan banyak kesulitan dan kompleksitas dan hal yang lolos dari perbuatan hukum, kegiatan ruang internet harus dapat dibuktikan meskipun alat buktinya bersifat Elektronik, dimana subjek pelakunya harus diklasifikasikan sebagai orang yang telah melakukan perbuatan hukum secara nyata dan dalam kegiatan *e-commerce* terdapat dokumen hukum yang kedudukannya disetarakan dengan dokumen yang dibuat di atas kertas. Berkaitan dengan hal tersebut, perlu diperhatikan sisi keamanan dan kepastian hukum dalam pemanfaatan teknologi informasi, media, dan komunikasi agar dapat berkembang secara optimal. Oleh karenanya, terdapat tiga pendekatan utama yang dapat digunakan untuk menjaga aspek keamanan dunia internet, yaitu pendekatan aspek hukum, aspek teknologi, dan aspek sosial, budaya, dan etika, sehingga untuk menjaga dan mengatasi gangguan keamanan dalam penyelenggaraan sistem Elektronik, pendekatan hukum bersifat mutlak karena tanpa kepastian hukum, persoalan pemanfaatan informasi menjadi tidak optimal.

Perkembangan transaksi Elektronik (*e-commerce*) juga telah menjadi sorotan dan perbincangan kerjasama regional yaitu ASEAN. Dalam KTT ASEAN ke-18 yang diselenggarakan di Jakarta, Indonesia, sebagai ketua ASEAN yang diwakili oleh Presiden Yudhoyono menekankan pentingnya komitmen dan konsistensi menjalankan 10 butir kesepakatan negara ASEAN. Salah satu butir-butir penting kesepakatan tersebut adalah pemberlakuan implementasi

National Single Window (NSW) paling lambat 2012 dan pentingnya mewujudkan masyarakat ekonomi ASEAN (ME ASEAN), melalui penciptaan konektivitas yang tidak hanya dilihat dari segi infrastruktur melainkan juga teknologi dan masyarakat. Untuk itu, pembangunan infrastruktur telekomunikasi, transportasi adalah bagian penting untuk menghubungkan orang per orang (*people to people contact*). Sebagaimana tercantum dalam perencanaan strategis, pada tahun 2013 akan diberlakukan integrasi pasar modal, disusul integrasi perdagangan 2015, dan integrasi pasar perbankan 2020. Pasar tunggal ASEAN menuntut persiapan progresif. Salah satu kunci untuk memenangkan persaingan dalam sistem perdagangan bebas adalah perbaikan sistem logistik dan infrastruktur telekomunikasi. Fokus pengembangan juga menghasilkan kesepakatan peningkatan peran sektor jasa dengan menjadikannya sebagai *priority integration*, dimana sektor prioritas meliputi kesehatan, *e-commerce*, layanan transportasi udara, logistik, dan pariwisata, sehingga di tahun 2015 diharapkan sektor jasa mampu mencapai 70% dari total PDB perekonomian ASEAN.

Urgensi menciptakan konektivitas yang tidak terbatas pada infrastruktur, tetapi juga konektivitas institusional dan masyarakat ASEAN, meningkatkan peran media internet dan penetrasi perdagangan domestik dan internasional secara Elektronik. Namun, pengembangan dan implementasi perdagangan dalam jejaring (*daring*) di Indonesia, masih terkendala oleh tiga faktor utama. **Pertama**, infrastruktur teknologi informasi seperti pembangunan dan perkembangan jaringan *broadband* yang masih terkendala pendanaan dan inovasi. Pemerintah tidak mungkin membangun *backbone* sendiri, mengingat investasinya sangat besar dan dibutuhkan keterlibatan swasta. Berdasarkan data Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJM), pemerintah hanya bisa memberikan dukungan dana sebesar 20%, sisanya dibutuhkan peran swasta. Pembangunan *broadband* diperlukan karena 95% trafik di

Indonesia selama ini dilakukan melalui *wireless*. Akibatnya, *bandwidth* yang diterima sangat kecil dan jauh dari ideal. Padahal, 60% trafik negara maju adalah melalui *wireline*. Selain itu, berdasarkan data bank dunia (2010), setiap penambahan 10% titik penetrasi layanan pita lebar mampu mendorong pertumbuhan ekonomi sebesar 1,3%, dimana efek pertumbuhan pita lebar jauh lebih kuat dibanding jasa telepon tetap dan bergerak maupun internet. Upaya pemerintah Indonesia membentuk *information and communications technology (ICT) fund* tahun 2012 sebagai *pooling fund* untuk membiayai pembangunan jaringan telekomunikasi pita lebar (*broadband*) dan proyek infrastruktur komunikasi lainnya. Pengelolaan ICT fund diserahkan kepada Balai Teknologi dan Informasi Pedesaan (BTIP) Kemkominfo, sedangkan dananya berasal dari 1,25% pendapatan operator yang dipungut sebagai *universal service obligation (USO)* dan masuk ke rekening negara dengan pengawasan Kementerian Keuangan. Keterlibatan dunia usaha dan maksimalisasi penggunaan ICT fund akan menstimulasi pembangunan berbagai proyek infrastruktur telekomunikasi. **Kedua**, ketersediaan perangkat peraturan perundangan yang berlalu. Sampai saat ini, pengaturan transaksi Elektronik (*e-commerce*) hanya diatur dalam rerangka hukum UU ITE dan masih bersifat teknis, dalam arti lain, belum menyentuh aspek-aspek perkembangan transaksi dari sisi ekonomi dan perdagangan. Keberadaan payung hukum yang tepat dan dipersiapkan secara matang dan hati-hati menjadi solusi penting bagi pelaksanaan pengaturan transaksi Elektronik yang efektif dan berperan bagi pembentukan daya saing nasional dan pertumbuhan ekonomi. Selain itu, harmonisasi paket kebijakan dan peraturan perundang-undangan lintas kementerian dan otoritas negara terkait menjadi hal penting lainnya yang harus dipertimbangkan dalam proses penyusunan kerangka peraturan yang menjadi payung hukum. **Ketiga**, keamanan sistem transaksi Elektronik, khususnya berkaitan dengan aspek perlindungan bagi konsumen dan produsen bertransaksi dalam

jejaring. Keamanan bertransaksi menjadi isu strategis dan kendala utama bagi implementasi dan perkembangan transaksi Elektronik, terutama untuk melindungi konsumen dari praktik perdagangan yang tidak adil (*unfair trade practices*) dan penyalahgunaan media Elektronik untuk mengiklankan dan menjalankan modus operandi penipuan melalui jejaring, baik melalui transaksi langsung dalam jejaring ataupun diluar jejaring, artinya memanfaatkan media jejaring sebagai alat untuk mengiklankan jenis produk atau jasa yang ditawarkan. Pembentukan sistem pengamanan (*security systems*) akan menimbulkan rasa aman bagi konsumen dan produsen untuk bertransaksi dalam jejaring. Pembentukan *security systems* juga harus disertai maksimalisasi peran kemkominfo dan kemendagri, khususnya dalam pembentukan infrastruktur teknologi dan penggunaan tanda pengenal tunggal (*Single Identity Number*) bagi masyarakat Indonesia. Oleh karenanya, peran pemerintah sebagai endorser dibutuhkan untuk membentuk mekanisme regulasi yang tepat, terarah, dan sistematis yang mengatur perkembangan transaksi Elektronik domestik dan internasional secara efektif dan efisien dengan tujuan menciptakan harmonisasi perdagangan dan daya saing tingkat nasional dan regional, melalui peningkatan perdagangan dalam jejaring.

1.2 Maksud dan Tujuan

Penulisan naskah akademik Rancangan Peraturan Pemerintah (RPP) perdagangan secara Elektronik di Kementerian Perdagangan Republik Indonesia bertujuan untuk:

1. Melakukan tinjauan dan analisis kondisi dan perkembangan perdagangan secara Elektronik (*e-commerce*) di Indonesia dan dunia;
2. Melakukan tinjauan kerangka peraturan perundang-undangan mengenai tata cara pelaksanaan dan penerapan perdagangan secara Elektronik (*e-commerce*);

3. Mengembangkan tata cara pelaksanaan dan prosedur yang harus diatur dalam Rancangan Peraturan Pemerintah (RPP) dan perkembangannya sesuai dengan kondisi yang berlaku di Indonesia;
4. Memberikan rekomendasi terstruktur (dalam pasal-pasal) yang akan dibentuk menjadi Rancangan Peraturan Pemerintah (RPP) di Kementerian Perdagangan RI.

1.3. Ruang lingkup

Ruang lingkup kegiatan dari penyusunan naskah akademik Rancangan Peraturan Pemerintah (RPP) perdagangan secara Elektronik adalah:

1. Menganalisis berbagai peraturan perundang-undangan dan teknis terkait penerapan pelaksanaan regulasi yang mengatur perkembangan transaksi Elektronik;
2. Mengembangkan prosedur dan tata cara pelaksanaan untuk meningkatkan keselarasan dari para *stakeholders* dari mekanisme perdagangan secara Elektronik (*e-commerce*), khususnya pelanggan meliputi:
 - a. Praktik bisnis yang adil (*fair business practices*)
 - b. Aksesabilitas dan disaksesabilitas
 - c. Periklanan dan Pemasaran
 - d. Pengungkapan identitas bisnis dan lokasi
 - e. Pengungkapan mekanisme kontraktual (*contract's terms and conditions*)
 - f. Implementasi mekanisme dari kesepakatan kontrak
 - g. Aplikasi prinsip kerahasiaan (*privacy principles setting*)
 - h. Mekanisme pembayaran
 - i. Mekanisme keamanan dan autentifikasi
 - j. Resolusi konflik eksternal

- k. Aplikasi kerangka hukum dan konsensus
 - l. Perubahan/modifikasi tata cara pelaksanaan
3. Memberikan rekomendasi strategis terkait pengembangan Rancangan Peraturan Pemerintah (RPP) perdagangan secara Elektronik yang akan menjadi dasar pembentukan Peraturan Pemerintah (PP) di Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.

1.4 Metodologi

Penyusunan naskah akademik ini didasarkan kepada Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor M.HH-01.PP.01.01 Tahun 2008 tentang Pedoman Penyusunan Naskah Akademik Rancangan Peraturan Perundang-Undangan. Penelitian naskah akademik Rancangan Peraturan Pemerintah (RPP) perdagangan secara Elektronik dilakukan melalui kombinasi studi kepustakaan (aspek teoritis dan tujuan komparatif penerapan RPP *e-commerce* negara lain) dan metode pengumpulan data secara kualitatif dan kuantitatif melalui objek penelitian secara langsung dengan menggunakan metode penyebaran kuisioner, *indepth interview*, *focus group discussion* (FGD), tabulasi dan analisis data secara statistik kepada *stakeholders* utama yaitu Kementerian Perdagangan, Kementerian Dalam Negeri, Kementerian Komunikasi dan Teknologi Informasi, Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII), Bank Indonesia (BI), PPATK, YLKI, dan Penyedia web media jejaring sosial seperti Toko Bagus dan Kaskus.

Penjabaran detail metodologi penyusunan naskah akademik RPP perdagangan secara Elektronik sebagai berikut:

1. Analisis desain penyusunan naskah akademik Rancangan Peraturan Pemerintah (RPP) transaksi Elektronik di Indonesia, termasuk desain dan sistem adopsi model yang telah diterapkan di

negara lain, perangkat kebijakan, dan praktik perdagangan secara Elektronik (*e-commerce*) terkait di Indonesia.

2. Tinjauan umum dan *review* kebijakan terkait dengan penerapan peraturan perundang-undangan transaksi Elektronik di Indonesia. Melakukan tinjauan atas dasar hukum Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), RPP ITE, UU Perlindungan Konsumen, Sertifikasi Keandalan, serta berbagai peraturan teknis lainnya yang mengatur hubungan dan eksposur penerapan Peraturan Pemerintah (PP) oleh Kementerian Perdagangan Republik Indonesia yang menyelaraskan berbagai kepentingan *stakeholders*.
3. Pengumpulan Data dan Informasi
 - a. Menyiapkan dokumen-dokumen pendukung seperti Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), Undang-Undang Perlindungan Konsumen, UU Transaksi Keuangan, RPP ITE, serta tinjauan literatur dan kebijakan lainnya terkait penyusunan naskah RPP perdagangan secara Elektronik (*e-commerce*) di Indonesia;
 - b. Melakukan pendataan melalui metode pengambilan survey dan perencanaan penelitian kualitatif seperti *In Depth Interview (IDI)*, *Focus Group Discussion (FGD)*, Seminar bekerjasama dengan kalangan *stakeholders* dan akademisi, Observasi, dan tabulasi data analisis. Metode pendataan dapat dilakukan dari dalam dan luar negeri, khususnya negara yang telah membentuk dan mengembangkan peraturan pemerintah terkait perdagangan secara Elektronik.
 - c. Melakukan tinjauan literatur komparasi ke berbagai negara seperti negara maju yang tergabung dalam OECD dan negara-negara berkembang seperti Singapura, Malaysia, dan Turki

yang telah memiliki dan menerapkan RPP perdagangan secara Elektronik (*e-commerce*).

- d. Melakukan tabulasi data dan informasi secara statistik deskriptif dan kuantitatif sebagai dasar dalam melakukan analisis dan penarikan kesimpulan penelitian.
4. Melakukan analisis studi komparasi (*benchmarking*) ke negara lain yang telah memiliki dan menerapkan peraturan pemerintah (PP) perdagangan secara Elektronik (*e-commerce*). Analisis gap kerangka peraturan perundang-undangan pada tingkatan Undang-Undang (makro) dan Peraturan Pemerintah (mikro) di Indonesia. Pemilihan *benchmarking* negara acuan dilakukan dengan mempertimbangkan karakteristik dan kondisi sistem ekonomi dan politik, sistem hukum dan perundangan, sistem perbankan, dan desain institusi dan faktor kelembagaan lainnya, sehingga didapat suatu komparasi yang akurat dan sesuai dengan karakteristik dan kondisi ekonomi, politik, dan hukum yang berlaku di Indonesia.
5. Analisis bagian kerangka peraturan perundang-undangan transaksi Elektronik yang harus diadopsi dan dikembangkan di Indonesia termasuk analisis kecukupan dan kelayakan meliputi berbagai aspek makro terkait sistem hukum, ekonomi, perbankan, keuangan, dan politik di Indonesia. Kelayakan juga ditinjau berdasarkan keselarasan perspektif dan kepentingan *stakeholders*.
6. Analisis kelayakan atas cakupan pengaturan dalam RPP perdagangan secara Elektronik di Indonesia, meliputi 1) Praktik bisnis yang adil (*fair business practices*), 2) Aksesabilitas dan disaksesabilitas, 3) Periklanan dan Pemasaran, 4) Pengungkapan identitas bisnis dan lokasi, 5) Pengungkapan mekanisme kontrak (*contract's terms and conditions*), 6) Implementasi mekanisme dari

kesepakatan kontrak, 7) Aplikasi prinsip kerahasiaan (*privacy principles setting*), 8) Mekanisme pembayaran, 9) Mekanisme keamanan dan autentifikasi, 10) Resolusi konflik eksternal, dan 11) Aplikasi kerangka hukum dan konsensus.

7. Memberikan rekomendasi dan usulan strategis terkait perangkat kebijakan dan peraturan perundang-undangan yang dibutuhkan untuk penyusunan RPP perdagangan secara Elektronik di Indonesia termasuk usulan amandemen peraturan pemerintah yang berlaku dan pasal-pasal yang perlu diatur dalam RPP perdagangan secara Elektronik di Indonesia.
8. Pelaporan terdiri dari laporan pendahuluan Laporan Tahap 1, Laporan Antara Tahap 2, draft laporan akhir, laporan akhir, dan laporan hasil seminar dan sosialisasi naskah akademik RPP perdagangan secara Elektronik (*e-commerce*) di Indonesia.

1.5 Kontribusi kegiatan

Kontribusi yang diharapkan dari penyusunan naskah akademik ini memiliki tiga cakupan utama. Pertama, penelitian ini secara konseptual dan praktis mendokumentasikan dan meninjau secara lebih detail perkembangan isu terkait transaksi Elektronik termasuk perangkat perundang-undangan transaksi Elektronik di Indonesia. Kedua, penelitian ini diharapkan mampu menyelaraskan berbagai kepentingan *stakeholders* terkait transaksi Elektronik sehingga dapat dirumuskan suatu paket kebijakan dalam bentuk Rancangan Peraturan Pemerintah (RPP) dan Peraturan Pemerintah (PP) mengenai perdagangan secara Elektronik. Ketiga, penelitian dan penyusunan naskah akademik diharapkan dapat menjadi acuan bagi Kementerian Perdagangan Republik Indonesia untuk merumuskan paket kebijakan yang sesuai dengan strategi dan *blueprint* pengembangan peraturan perdagangan Elektronik

secara adil dan bermanfaat, khususnya bagi peningkatan aspek perlindungan konsumen dan produktifitas transaksi Elektronik menghasilkan manfaat ekonomi.

BAB II

TINJAUAN UMUM DAN REGULASI

2.1 Tinjauan umum

2.1.1 Definisi *e-commerce*

a. Menurut kamus Elektronik

E-commerce adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem Elektronik seperti internet atau televisi, *www*, atau jaringan komputer lainnya. *E-commerce* dapat melibatkan transfer dana Elektronik, pertukaran data Elektronik, sistem manajemen inventori otomatis dan sistem pengumpulan data otomatis.

b. Menurut UNCITRAL (salah satu komisi di bawah PBB yang khusus membahas hukum perdagangan internasional) :

E-commerce adalah menggunakan semua jenis informasi dalam bentuk data untuk keperluan komersial.

c. Menurut WTO

E-commerce adalah suatu proses meliputi produksi, distribusi, pemasaran, penjualan dan pengiriman barang serta jasa melalui Elektronik.

d. Menurut akademisi

1. Menurut Ding

E-commerce adalah transaksi komersial antara penjual dan pembeli atau pihak-pihak lainnya dalam hubungan kontrak yang menggunakan media Elektronik atau digital yang dalam prosesnya tidak diperlukan temu muka dan transaksi dilakukan secara lintas batas.

2. Menurut Kalakota dan Whinston

E-commerce adalah:

1. Aktivitas pengiriman komunikasi dan informasi, produk-produk atau jasa, atau pembayaran yang dilakukan melalui telepon, jaringan-jaringan komputer atau sarana-sarana Elektronik lainnya.
2. Proses bisnis dengan mengaplikasikan teknologi untuk melakukan transaksi-transaksi bisnis atau alur kerja.
3. Sarana yang memungkinkan perusahaan-perusahaan, konsumen-konsumen dan manajemen perusahaan untuk menurunkan biaya-biaya pelayanan.
4. Sarana yang memungkinkan dilakukannya penjualan dan pembelian produk dan informasi melalui internet dan layanan-layanan online lainnya.

Kesimpulannya, *e-commerce* adalah suatu transaksi komersial melalui jaringan komunikasi yang dapat berupa *fax*, *email*, telegram, telek, EDI (*Electronic Data Interchange*), dan sarana Elektronik lainnya meliputi kegiatan tukar menukar informasi, iklan, pemasaran, kontrak dan kegiatan perbankan melalui internet.

2.1.2 Sifat dan karakteristik e-commerce

- a. Transparan dan simultan
- b. Interaktif
- c. Cepat
- d. Terjadinya transaksi antar dua belah pihak
- e. Adanya pertukaran barang, jasa dan informasi
- f. Internet merupakan medium utama dalam proses atau mekanisme perdagangan tersebut.
- g. Transaksi tanpa batas
- h. Transaksi anonim

- i. Produk digital dan non digital
- j. Produk barang tak berwujud

2.1.3 Keuntungan dan kerugian e-commerce

a. Keuntungan *e-commerce*

1. Bagi kalangan pengusaha

- *E-commerce* dapat memperluas pasar sampai dengan tingkat internasional dengan modal kecil karena melalui internet para pengusaha dengan mudah, cepat dan murah bisa mendapatkan lebih banyak konsumen.
- *E-commerce* memungkinkan perusahaan untuk menurunkan jumlah persediaan barang.
- *E-commerce* dapat meningkatkan efisiensi perusahaan dengan meningkatkan tingkat produktifitas pegawai-pegawai di bagian penjualan dan administrasi.
- *E-commerce* dapat menekan biaya komunikasi karena biaya penggunaan internet jauh lebih murah.
- *E-commerce* dapat meningkatkan citra perusahaan dengan semakin baiknya pelayanan pada konsumen, ditemukannya mitra-mitra bisnis baru, proses kerja yang lebih sederhana dan bertambah cepatnya akses berbagai informasi.

2. Bagi Konsumen

- *E-commerce* memungkinkan para konsumen untuk berbelanja atau melakukan transaksi lainnya selama 24 jam untuk seluruh lokasi di seluruh dunia.
- *E-commerce* memberikan lebih banyak pilihan bagi para konsumen.
- *E-commerce* umumnya menawarkan barang-barang atau jasa-jasa dengan harga yang relatif lebih murah.
- Di dalam sektor jasa pengiriman produk-produk lebih cepat.
- Konsumen dapat tukar menukar informasi dengan konsumen lainnya secara interaksi yang ada dalam komunitas tertentu.

3. Bagi masyarakat

- *E-commerce* memungkinkan banyak orang untuk bekerja di rumah mereka
- *E-commerce* memungkinkan sejumlah pedagang untuk menjual barang-barang atau jasa mereka dengan harga yang lebih murah sehingga orang dapat membeli produk dan jasa.
- *E-commerce* dapat menjangkau konsumen yang berada di daerah-daerah terpencil.
- *E-commerce* dapat memfasilitasi pemberian layanan-layanan publik.

b. Kerugian *e-commerce*

1. Secara teknis

- Kurang terjaminnya keamanan dan realibilitas sistem, termasuk keamanan dan reabilitas standar dan protokol-protokol komunikasi.

- Kurang memadainya infrastruktur dan bandwidth telekomunikasi.
- Bagi vendor memerlukan *web server* dan infrastruktur lainnya dan server jaringan.

2. Secara hukum

- Masih adanya beberapa permasalahan hukum yang belum terpecahkan dalam perdagangan Elektronik.
- Keamanan dan privasi dalam perdagangan Elektronik dapat merugikan pihak konsumen terutama dalam akses informasi pribadi konsumen.

2.1.4 E-commerce dalam perspektif hukum kontrak

Bentuk kontrak Elektronik mencakup :

- a. Kontrak melalui komunikasi *e-mail*. Penawaran dan penerimaan dilakukan melalui *e-mail* atau dikombinasikan dengan komunikasi Elektronik lainnya misalnya *fax*;
- b. Kontrak melalui web yang menawarkan penjualan barang dan jasa dan konsumen dapat menerima penawaran dengan mengisi formulir yang terpampang pada layar;
- c. Kontrak melalui *chatting* dan *video conference*.

Sekalipun kontrak Elektronik merupakan suatu fenomena baru, tetapi semua negara menerapkan pengaturan hukum kontrak yang telah ada dengan menerapkan asas-asas universal tentang pembuatan suatu perjanjian seperti asas konsensual, asas kebebasan berkontrak, asas itikad baik dan syarat sahnya perjanjian.

Kontrak Elektronik termasuk dalam kategori kontrak tidak bernama yaitu perjanjian-perjanjian yang tidak diatur dalam KUH Perdata

tetapi terdapat dalam masyarakat akan tetapi lahirnya perjanjian tersebut tetap berdasarkan pada kesepakatan atau party otonomi dan berlaku pasal 1338 KUH Perdata tentang sahnyanya suatu perjanjian. Demikian juga tentang syarat sahnyanya perjanjian Elektronik tetap berlaku pasal 1320 KUH Perdata mencerminkan asas konsensualisme yaitu:

- a. Sepakat untuk mengikatkan dirinya
- b. Kecakapan untuk melakukan perbuatan hukum
- c. Suatu hal tertentu
- d. Suatu sebab yang halal

Di dalam kontrak Elektronik kesepakatan merupakan suatu hal yang sangat penting, hal ini disebabkan karena para pihak tidak bertemu secara langsung sehingga diperlukan suatu pengaturan tentang kapan kesepakatan tersebut terjadi. Di Indonesia, untuk menentukan adanya kesepakatan maka dapat digunakan beberapa teori yaitu:

- a. Teori kehendak yang mengajarkan bahwa kesepakatan terjadi pada saat kehendak pihak penerima dinyatakan
- b. Teori pengiriman yang menyatakan kesepakatan terjadi pada saat kehendak yang dinyatakan itu dikirim oleh pihak yang menerima tawaran
- c. Teori pengetahuan yang menyatakan bahwa pihak yang menawarkan seharusnya sudah mengetahui bahwa tawarannya diterima
- d. Teori kepercayaan mengajarkan bahwa kesepakatan terjadi pada saat pernyataan kehendak dianggap layak diterima oleh pihak yang menawarkan.

Perjanjian atau kontrak melalui Elektronik juga diatur di dalam Undang-Undang No.11 , tahun 2008 tentang informasi dan transaksi Elektronik antara lain di dalam bab penjelasan yang memberi definisi kontrak Elektronik yaitu perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem Elektronik. Selanjutnya pasal 18 menyatakan bahwa transaksi Elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak Elektronik mengikat para pihak. Dengan berlakunya Undang-Undang ITE tersebut maka kedudukan kontrak Elektronik menjadi semakin jelas yaitu sama dengan kontrak biasa.

2.2 Tinjauan Regulasi E- commerce

2.2.1 Tinjauan Umum Transaksi

Transaksi yang dilakukan secara Elektronik pada dasarnya adalah perikatan ataupun hubungan hukum yang dilakukan secara Elektronik dengan memadukan jaringan sistem Elektronik berbasis komputer dengan sistem komunikasi, yang selanjutnya difasilitasi oleh keberadaan jaringan komputer global atau internet.

Hubungan hukum merupakan hubungan antara dua pihak atau lebih (subjek hukum) yang mempunyai akibat hukum (menimbulkan hak dan kewajiban) dan diatur oleh hukum. Dalam hal ini hak merupakan kewenangan atau peranan yang ada pada seseorang (pemegangnya) untuk berbuat atas sesuatu yang menjadi obyek dari haknya itu terhadap orang lain. Sedangkan kewajiban adalah sesuatu yang harus dipenuhi atau dilaksanakan oleh seseorang untuk memperoleh haknya atau karena telah mendapatkan haknya dalam suatu hubungan hukum. Obyek hukum adalah sesuatu yang berguna, bernilai, berharga bagi subjek hukum dan dapat digunakan sebagai pokok hubungan hukum. Sedangkan subjek hukum adalah segala sesuatu yang

dapat menjadi pendukung hak dan kewajibannya atau memiliki kewenangan hukum.

Dalam lingkup privat, hubungan hukum tersebut akan mencakup hubungan antar individu, sedangkan dalam lingkup publik, hubungan hukum tersebut akan mencakup hubungan antar warga negara dengan pemerintah maupun hubungan antar sesama anggota masyarakat yang tidak dimaksud untuk tujuan-tujuan perniagaan, yang antara lain berupa pelayanan publik dan transaksi informasi antar organisasi Pemerintahan sebagaimana telah diatur dalam peraturan perundangan yang berlaku, seperti Inpres No. 3 tahun 2003 tentang Kebijakan strategi Nasional Pengembangan *e-government*.

Dalam kegiatan perniagaan, transaksi memiliki peran yang sangat penting. Pada umumnya makna transaksi seringkali direduksi sebagai perjanjian jual beli antar para pihak yang bersepakat untuk itu, padahal dalam persepektif yuridis, terminologi transaksi tersebut pada dasarnya ialah keberadaan suatu perikatan maupun hubungan hukum yang terjadi antara para pihak. Makna yuridis transaksi pada dasarnya lebih ditekankan pada aspek materiil dari hubungan hukum yang disepakati oleh para pihak, bukan perbuatan hukumnya secara formil. Oleh karena itu keberadaan ketentuan hukum mengenai perikatan tetap mengikat walaupun terjadi perubahan media maupun perubahan tata cara bertransaksi. Hal ini tentu saja terdapat pengecualian dalam konteks hubungan hukum yang menyangkut benda tidak bergerak, sebab dalam konteks tersebut perbuatannya sudah ditentukan oleh hukum, yaitu harus dilakukan secara "terang" dan "tunai".

Dalam lingkup keperdataan khususnya aspek perikatan, makna transaksi tersebut akan merujuk keperdataan khususnya aspek perikatan, makna transaksi hukum secara Elektronik itu sendiri akan mencakup jual beli, lisensi,

asuransi, lelang dan perikatan-perikatan lain yang lahir sesuai dengan perkembangan mekanisme perdagangan di masyarakat. Dalam lingkup publik, maka hubungan hukum tersebut akan mencakup hubungan antara warga negara dengan pemerintah maupun hubungan antar sesama anggota masyarakat yang tidak dimaksudkan untuk tujuan-tujuan perniagaan.

Hubungan hukum dalam Kontrak Elektronik timbul sebagai perwujudan dari kebebasan berkontrak, yang dikenal dalam KUHPperdata. Asas ini disebut pula dengan *freedom of contract* atau *laissez faire*. Dalam pasal 1338 KUHPperdata dinyatakan “semua perjanjian yang dibuat secara sah, berlaku halnya sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”. Asas kebebasan berkontrak disebut dengan “sistem terbuka”, karena siapa saja dapat melakukan perjanjian dan apa saja dapat dibuat dalam perjanjian itu.

Dengan demikian perjanjian mempunyai kekuatan mengikat sama dengan undang-undang, bagi mereka yang membuat perjanjian. Pengertian berlaku bagi pihak yang melakukan perjanjian, mempunyai konsekuensi bahwa hanya kepada pihak yang ikut melakukan perjanjian itulah yang berlaku perjanjian tersebut. Dengan demikian pihak ketiga atau pihak luar tidak dapat menuntut suatu hak berdasarkan perjanjian yang dilakukan pihak-pihak yang melakukan perjanjian tersebut.

Meskipun demikian, kebebasan berkontrak tetap mempunyai pembatasan-pembatasan dalam KUHPperdata, sebagaimana diatur dalam pasal 1320 KUHPperdata. Dalam pasal tersebut dinyatakan bahwa sahnya suatu perjanjian, apabila didasarkan pada :

1. Kesepakatan dari mereka yang mengikatkan diri (*agreement*);
2. Kecakapan dari pihak-pihak (*capacity*);

3. Mengenai hal tertentu (*certainty of terms*);
4. Suatu sebab yang halal (*consideration*).

Dalam penyelenggaraan informasi dan transaksi Elektronik, Pemerintah berperan memfasilitasi pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik. selain itu, Pemerintah berperan dalam melindungi kepentingan umum dari segala jenis gangguan sebagai akibat penyalahgunaan Informasi Elektronik dan Transaksi Elektronik yang mengganggu ketertiban umum, sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan. Untuk mengimplementasikan peranan pemerintah tersebut, pemerintah melindungi pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi Elektronik khususnya dalam hal pelayanan publik sebagai suatu upaya perlindungan yang layak terhadap sifat kerahasiaan, keutuhan dan ketersediaan data untuk kedaulatan dan keamanan nasional. Oleh karena itu, Peraturan Pemerintah ini mewajibkan Setiap Penyelenggara Sistem Elektronik untuk pelayanan publik yang mengoperasikan pusat data wajib menempatkan pusat data dan pusat pemulihan bencana yang dioperasikannya di wilayah Indonesia. pengaturan ini dimaksudkan untuk melindungi data Elektronik strategis yang terkait dengan kepentingan Indonesia termasuk upaya memberikan akses kepada aparat penegak hukum dalam menangani tindak pidana seperti tindak pidana pencucian uang.

2.2.2 Tinjauan umum *e-commerce*

E-commerce merupakan bagian dari *e-business*, di mana cakupan *e-business* lebih luas, tidak hanya sekedar perniagaan tetapi mencakup juga pengkolaborasian mitra bisnis, pelayanan nasabah, lowongan pekerjaan dll. Selain teknologi jaringan *www*, *e-dagang* juga memerlukan teknologi basisdata atau pangkalan data (*databases*), *e-surat* atau surat Elektronik (*e-*

mail), dan bentuk teknologi non komputer yang lain seperti halnya sistem pengiriman barang, dan alat pembayaran untuk e-dagang ini.

Pada prinsipnya e-Commerce dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu *Business to Business* (B2B) dan *Business to Consumer* (B2C). *Business to Business ecommerce* memiliki karakteristik:

- a. Trading partners sudah diketahui dan umumnya memiliki hubungan (*relationship*) yang cukup lama. Informasi hanya dipertukarkan dengan partner tersebut. Dikarenakan sudah mengenal lawan komunikasi, maka jenis informasi yang dikirimkan dapat disusun sesuai dengan kebutuhan dan kepercayaan (*trust*).
- b. Pertukaran data (*data exchange*) berlangsung berulang-ulang dan secara berkala, misalnya setiap hari, dengan format data yang sudah disepakati bersama.
- c. Salah satu pelaku dapat melakukan inisiatif untuk mengirimkan data.
- d. Model yang umum digunakan adalah *peer-to-peer*, *processing intelligence* dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis.
- e. Topik yang juga mungkin termasuk di dalam *business-to-business ecommerce* adalah *electronic/Internet procurement* dan *Enterprise Resource Planning* (ERP)

Sedangkan *Business to Consumer ecommerce* memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Terbuka untuk umum, informasi disebarkan ke umum.
- b. Servis yang diberikan bersifat umum (*generic*) dengan mekanisme yang dapat digunakan oleh khalayak ramai (basis web).

- c. Servis diberikan berdasarkan permohonan (*on demand*). Konsumer melakukan inisiatif dan produser harus siap memberikan respon sesuai dengan permohonan.
- d. Pendekatan *client/server* sering digunakan dimana diambil asumsi klien (*consumer*) menggunakan sistem yang minimal (berbasis Web) dan processing (*business procedure*).

Dalam rangka memasarkan kepada *consumer* digunakan bermacam-macam pendekatan seperti misalnya dengan menggunakan “*electronic shopping mall*” atau menggunakan konsep “portal”. *Electronic shopping mall* menggunakan *websites* untuk menjajakan produk dan servis. Para penjual produk dan servis membuat sebuah *storefront* yang menyediakan katalog produk dan servis yang diberikannya. Calon pembeli dapat melihat-lihat produk dan servis yang tersedia seperti halnya dalam kehidupan sehari-hari dengan melakukan *window shopping*. Bedanya, (calon) pembeli dapat melakukan *shopping* ini kapan saja dan darimana saja dia berada tanpa dibatasi oleh jam buka toko. Contoh penggunaan *website* untuk menjajakan produk dan servis antara lain:

- Amazon <<http://www.amazon.com>>; Amazon merupakan toko buku virtual yang menjual buku melalui web sitenya.
- eBay <<http://www.ebay.com>>; Merupakan tempat lelang on-line.
- NetMarket <<http://www.netmarket.com>> yang merupakan *direct marketing* dari Cendant (hasil merge dari HFC, CUC International, *Forbes projects*). NetMarket akan mampu menjual 95% kebutuhan rumah tangga sehari-hari.

2.2.3 Tinjauan Transaksi E-commerce dalam ranah hukum internasional

Mengapa diperlukan upaya legislasi untuk *e-commerce* (*electronic commerce*)? Ada beberapa hal yang mendasari pentingnya hal tersebut, pertama dari aspek legal, yaitu untuk mengintegrasikan berbagai peraturan dan perundang-undangan yang telah ada dan seharusnya ada, kemudian untuk mempromosikan persaingan usaha yang sehat di ranah dunia maya. Kedua dari aspek kontrak online, yaitu standar verifikasi legalitas *e-document* dan tandatangan elektronik, kemudian proteksi terhadap keamanan dan keandalan informasi, serta untuk membangun tugas dan tanggung jawab iklim usaha *e-commerce*. Dari sisi aspek pembayaran elektronik (*e-Payment*), yaitu: bagaimana melindungi konsumen dalam transaksi online dan pengaturan sistem pembayaran yang baru. Aspek terakhir adalah Aspek Promosi *e-commerce* itu sendiri, yaitu untuk mempromosikan keuntungan dari *e-commerce*: keterbukaan (*transparency*), pengurangan biaya dan *national competitiveness*.

E-Commerce mulai diperkenalkan oleh UNCITRAL (*United Nation Commission on International Trade Law*) pada tahun 1996, dalam bentuk rekomendasi dan hanya ditujukan murni untuk perdagangan komersial. Pada tahun 2000, *European Union* (EU) mulai memperkenalkan *Electronic Commerce Legal Issues Platform* (E-CLIP II) bersamaan dengan diperkenalkannya *Electronic Commerce Directive* (ECD) oleh *European Commission* pada KTT Lisbon (Lisbon Summit). Secara umum ruang lingkup pengaturan regulasi *e-commerce* berada dalam ranah hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI/IPR), Pajak, Perlindungan Konsumen, Hukum Kontrak, Pembayaran Elektronik, Hukum Perdata Internasional dan Hukum Privasi.

2.2.4 Tinjauan Transaksi E- commerce di Negara Maju

Amerika Serikat

Amerika Serikat termasuk negara pertama yang mengatur masalah *e-commerce* ini, dimulai pada tahun 1997, dengan 5 (lima) prinsip dasar pelaksanaan *e-commerce*, yaitu:

1. Sektor swasta harus memimpin sektor *e-commerce* ini;
2. Pemerintah harus menghindari adanya pembatasan transaksi *e-commerce*;
3. Saat keterlibatan pemerintah diperlukan, haruslah dalam kerangka dukungan (*support*) dan penegakan hukum haruslah senantiasa minimalis, konsisten, dapat diperkirakan atau diperhitungkan (*predictable*) dan dalam lingkungan hukum komersial yang sederhana;
4. Pemerintah harus mengakui keunikan kualitas dari internet;
5. *E-Commerce* haruslah difasilitasi dalam kerangka global;

Atas dasar prinsip pelaksanaan *e-commerce* tersebut, dikembangkanlah kerangka hukum *e-commerce* yang kemudian menjadi standar regulasi *e-commerce* di dunia (selain UNCITRAL), yaitu:

1. *Uniform Commercial Code* (UCC) untuk transaksi Elektronik, dimana dinyatakan bahwa para pihak haruslah dapat melakukan hubungan bisnis di internet dengan syarat dan ketentuan apapun yang disepakati kedua pihak tersebut;
2. Perlindungan HAKI (*IPR Protection*), harus terbentuk adanya kesepakatan internasional terhadap pengakuan dan perlindungan HAKI;
3. Privasi, memastikan privasi individu dalam lingkungan berjaringan

4. Keamanan (*security*), keberadaan jaringan telekomunikasi yang aman dan andal, adanya upaya efektif untuk melindungi sistem informasi yang merupakan bagian dari jaringan tersebut, dan adanya upaya efektif untuk melakukan otorisasi dan memastikan kerahasiaan dari informasi Elektronik.

Uni Eropa

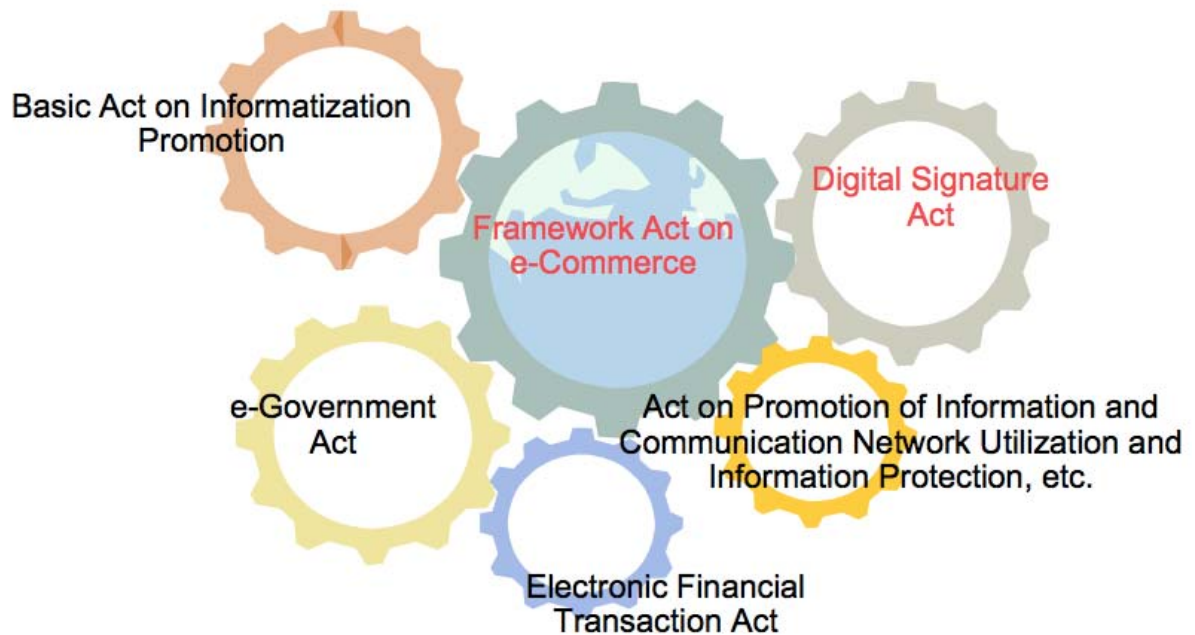
Uni Eropa (EU) sendiri telah memperkenalkan E-CLIP II dan ECD sebagai basis infrastruktur kegiatan *e-commerce* di EU. Keberadaan *Electronic Commerce Directive* (ECD) bertujuan untuk mempersiapkan EU ke *knowledge based-economy* dan meningkatkan kemampuan berkompetisi. ECD ini merupakan harmonisasi peraturan terkait pelaksanaan *e-commerce* di EU, yang meliputi area:

1. Kedudukan hukum operator;
2. Kewajiban keterbukaan bagi operator;
3. Persyaratan keterbukaan bagi komunikasi komersial;
4. Keberlakuan dan Validitas dari kontrak Elektronik;
5. Tanggung jawab dari perantara internet (*intermediary*);
6. Penyelesaian sengketa secara online; dan
7. Peran dari negara (otoritas nasional)

Satu hal menarik adalah EU menetapkan domisili hukum dari operator adalah berdasarkan domisili hukum fisik dari operator tersebut, terlepas dari letak server operator tersebut.

2.2.5 Tinjauan Transaksi E-commerce di Negara Berkembang

Korea



Korea (Selatan) telah mengatur *e-commerce* dengan komprehensif, dibuktikan dengan telah adanya 23 regulasi terkait *e-commerce*, diantaranya perlindungan konsumen pada transaksi Elektronik; transaksi finansial secara Elektronik; promosi industri *game*, industri musik, industri perangkat lunak (*software*); pengembangan industri *e-learning*; perlindungan privasi lokasi; tandatangan digital; dan *e-government*.

Satu hal menarik adalah adanya regulasi/kebijakan Pemerintah terhadap *Electronic Commerce Resources Centre* (ECRC) yang memiliki tujuan untuk mendukung UKM (SME) demi meningkatkan volume perdagangan.

ASEAN

ASEAN ternyata telah memiliki *e-ASEAN Legal Framework* yang ditetapkan pada KTT ASEAN tahun 1999 di Manila. Tujuan dari *e-ASEAN* adalah mengembangkan rencana kerja yang komprehensif untuk pengembangan ICT (*Information and Communication Technology*) dalam bidang bisnis, masyarakat dan pemerintah.

<p>ASEAN INFORMATION INFRASTRUCTURE (AII)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Enhance interconnectivity and interoperability of national information infrastructures by 2001 2. Encourage cooperation 3. Internet exchanges and gateways 4. Regional caching/mirroring 5. Hubbing 6. Facilitate the development of the AII backbone 	<p>COMMON MARKETPLACE FOR ASEAN ICT GOODS AND SERVICES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Liberalization of trade in goods 2. Accelerate tariff reduction 3. Liberalization of trade in services 4. Accelerate framework agreement on services 5. Investment promotion in ICT sector 6. Extend incentives 7. Facilitation of trade 8. Fast track MRA implementation
<p>E-SOCIETY</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Foster development of a knowledge-based society 2. Narrow the digital divide 3. Enhance workforce competitiveness 4. Facilitate flow of knowledge workers in the region 5. Use technology to enhance the spirit of ASEAN community 	<p>E-COMMERCE FRIENDLY ENVIRONMENT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Agree on regional standards based on international norms 2. Electronic identification and authentication (such as PKI) 3. Secure electronic payments and settlements 4. Legal recognition of electronic transaction based on UNCITRAL 5. Code of e-commerce practice (UCC) 6. Implementation schedules 7. E-commerce code based on UNCITRAL for all countries by 2003 8. For those with e-commerce legal infrastructure: <ul style="list-style-type: none"> • Encourage mutual recognition and cross certification of digital signatures and documents by 2001 • Facilitate secure regional electronic payments and settlements by 2002 at the latest
<p>E-GOVERNMENT</p> <p>Use ICT to:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Enhance delivery of services to the people 2. Facilitate free flow of goods, data and movement of people within ASEAN 3. Facilitate linkages between public and private sector and promote transparency 4. Enhance inter-governmental cooperation 	

Pada tahun 2000 *e-ASEAN Framework Agreement* diberlakukan untuk memfasilitasi terbentuknya ASEAN Information Infrastructure (AII). Anggota ASEAN telah sepakat bahwa e-ASEAN telah mengikat secara hukum untuk pengaturan fasilitasi interkoneksi dan interoperabilitas teknis dari sistem dan peralatan telekomunikasi.

Kewajiban anggota ASEAN adalah:

1. Segera mengundang peraturan dan kebijakan nasional terkait transaksi *e-commerce*;
2. Memfasilitasi terbentuknya framework dari tantangan digital;
3. Memfasilitasi penyelesaian, pembayaran transaksi Elektronik yang bersifat regional, melalui mekanisme seperti gerbang pembayaran Elektronik (*electronic payment gateways*)
4. Melakukan adopsi/ratifikasi terhadap perlindungan HAKI karena kegiatan *e-commerce*;

5. Melakukan tindakan mensosialisasikan proteksi data personal dan privasi konsumen; dan
6. Mendorong digunakannya penyelesaian sengketa alternatif (ADR) untuk transaksi online

Tahun 2001, e-ASEAN telah menerbitkan *Common Reference Framework for ASEAN e-Commerce Legal Infrastructure*. *Framework* ini akan berperan sebagai panduan bagi anggota ASEAN yang belum memiliki draft dari peraturan *e-commerce*.

2.2.6 Tinjauan Transaksi E- Commerce di Negara Indonesia

Pengaturan Transaksi E- Commerce dalam UU ITE

UU ITE termasuk gerbang harmonisasi hukum konvensional dan hukum pada era digital, dengan diakuinya *e-document* sekaligus sebagai perluasan hukum acara yang berlaku di Indonesia (Pasal 5 UU ITE). Akan tetapi diakui bahwa UU ITE masih memerlukan PP turunan sebagai juklak dalam penerjemahan implementasi transaksi Elektronik itu sendiri.

Pengaturan transaksi *e-commerce* dalam UU ITE dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Diperlukannya keberadaan suatu Lembaga Sertifikasi Keandalan untuk melakukan sertifikasi terhadap pihak yang akan melakukan transaksi Elektronik (Pasal 10);
2. Pengaturan pelaksanaan Transaksi Elektronik (Pasal 17 Ayat (3));
3. Pengaturan mengenai Kontrak Elektronik terhadap Transaksi Elektronik (Pasal 18 Ayat (1));
4. Penyelesaian Sengketa atas Transaksi Elektronik (Pasal 18 Ayat (3));

5. Sistem Elektronik sebagai sistem pelaksanaan Transaksi Elektronik (Pasal 19)
6. Pengaturan mengenai Agen Elektronik sebagai perantara dalam melakukan Transaksi Elektronik (Pasal 21 dan 22)

Beberapa pasal dalam UU ITE dengan tegas menunjuk perlunya pengaturan lebih lanjut dalam sebuah Peraturan Pemerintah.

Pengaturan Transaksi *E-commerce* dalam Hukum Positif Lain

Beberapa Hukum Positif yang akan saling terkait dan/atau saling mempengaruhi dengan adanya transaksi *e-commerce*, adalah HAKI (UU Hak Cipta No.19/2002, Rahasia Dagang No.30/2000, Desain Industri No.31/2000, Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu No.32/2000, Paten No.14/2001 dan Merk Np.15/2001), Perlindungan Konsumen (No.8/1999), Persaingan Usaha yang Sehat (No.5/1999), KUHPerdara, dan UU Transfer Dana (No.3/2011). Diperlukan sebuah kajian komprehensif, termasuk *review* terhadap *existing regulation*, mengingat kecenderungan negara lain untuk mengatur lebih spesifik terhadap hukum konvensional yang sudah lama berlaku. Sebagai contoh Korea Selatan membentuk kembali UU Perlindungan Konsumen pada Transaksi Elektronik. Bukan berarti bahwa letterlijk Indonesia harus mengikuti hal tersebut, akan tetapi sebuah *review* yang komprehensif mutlak diperlukan untuk melihat potensi adanya kesenjangan (*gap*) hukum (*void of law*) atas adanya transaksi Elektronik ini.

Pengaturan Transaksi *E-commerce* dalam berbagai Naskah RPP dan Naskah Akademik

Dari hasil penelaahan, korespondensi dan penelitian diketahui bahwa Kemkominfo telah pula mempersiapkan beberapa RPP terkait *e-commerce* ini,

beberapa diantaranya adalah RPP Tandatangan Digital, RPP Penyelenggaraan Informasi dan Transaksi Elektronik (PITE).

RPP PITE mengatur mengenai Lembaga Sertifikasi Keandalan (Certificate Authority/CA), Tandatangan Elektronik, Penyelenggaraan Sertifikasi Elektronik, Penyelenggaraan Sistem Elektronik, Penyelenggaraan Transaksi Elektronik, dan Penyelenggaran Agen Elektronik.

BAB III

MATERI MUATAN RPP PERDAGANGAN ELEKTRONIS DAN KETERKAITAN DENGAN HUKUM POSITIF LAIN

3.1. Kajian Keterkaitan RPP Perdagangan Elektronik dengan Hukum Positif Lain

RPP Perdagangan Elektronik sebenarnya akan menginduk kepada RUU Perdagangan yang hingga Naskah Akademik ini disusun masih dalam tahap pembahasan dan harmonisasi. Akan tetapi RPP Perdagangan Elektronik, sesuai dengan amanah RUU Perdagangan terutama pada Pasal 57 Ayat (2) RUU Perdagangan revisi 30 Juni 2011, menyebutkan adanya keterkaitan langsung dengan UU Informasi dan Transaksi Elektronik. Atas dasar hal tersebut maka RPP *E-Commerce* harus pula menginduk kepada UU ITE dan harus pula melakukan harmonisasi dengan peraturan perundang-undangan di bawahnya seperti RPP PITE (yang sampai dengan naskah akademik ini disusun masih dalam tahap harmonisasi kedua) dan RPP Sertifikasi Keandalan.

Matriks keterkaitan disajikan dalam Lampiran 1 yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Naskah Akademik ini.

3.2. Materi Muatan RPP Perdagangan Elektronik

Menurut ketentuan umum naskah akademik RPP Perdagangan secara Elektronik, definisi Perdagangan Elektronik (*E-commerce*) adalah:

Perdagangan Elektronik adalah pertukaran barang atau jasa melalui internet atau media Elektronik lainnya meliputi komunikasi, transaksi, dan penyelesaian mekanisme pembayaran sesuai dengan prinsip dasar yang berlaku pada perdagangan tradisional dimana pembeli dan penjual melakukan pertukaran barang atau jasa dengan media uang.

Mengingat tingginya keterkaitan RPP Perdagangan Elektronik dengan hukum positif lain, seperti dengan UU ITE dan keterkaitan yang sangat erat dengan RPP lain seperti RPP PITE, sehingga banyak aturan dalam RPP ini yang akan menginduk kepada peraturan perundang-undangan lain, sehingga RPP Perdagangan Elektronik ini akan lebih fokus kepada perdagangan, bukan kepada medium Elektronik yang sudah diatur dan diejawantahkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Materi Muatan RPP Perdagangan Elektronik dijabarkan sebagai berikut:

1. Penyelenggaraan Perdagangan Elektronik

Badan Hukum Penyelenggara Perdagangan Elektronik

RPP Perdagangan Elektronik akan menitikberatkan kepada bentuk badan hukum yang dapat menyelenggarakan perdagangan Elektronik. Bentuk yang akan dianut bukanlah sebuah mandatory (kewajiban), melainkan lebih kepada perlindungan dari negara (*state guarantee*) terhadap mereka yang menundukkan dirinya kepada pengaturan Badan Hukum pada RPP Perdagangan Elektronik ini.

Hal ini didasarkan kepada fakta bahwa perkembangan perdagangan secara Elektronik tidak (akan) dapat diatur secara penuh (*total control*) oleh pemerintah, mengingat perkembangan web yang sangat dinamis dan lebih bersifat *self-regulatory*. Dalam RPP Perdagangan Elektronik akan dikembangkan sikap *state guarantee* bagi mereka yang menundukkan diri kepada RPP ini, yang mana akan terkait dengan

Lembaga Sertifikasi Keandalan dimana RPP akan mengatur lebih ke aspek ekonomi, mengingat aspek teknis telah dijabarkan dengan detil pada hukum positif lain. (Lihat arah pengaturan lembaga sertifikasi)

Kegiatan Pemasaran dan Periklanan dalam Perdagangan Elektronik

Dalam aktivitas pemasaran dan periklanan, penyelenggara perdagangan secara Elektronik harus memuat data dan/atau informasi barang/jasa minimal:

- a) Identitas dan legalitas pelaku usaha sebagai produsen dan lembaga usaha perdagangan;
- b) Persyaratan teknis barang atau kualifikasi/standar teknis jasa yang ditawarkan;
- c) Harga, cara pembayaran, dan penyerahan barang
- d) Domisili produsen atau lembaga usaha perdagangan;

Selain itu, pelaku usaha perdagangan Elektronik juga dapat mencantumkan data/informasi penting terkait pemasaran barang/jasa mencakup:

- a) Perjanjian waktu dan metode pembayaran Elektronik;
- b) Keberadaan informasi mengenai persyaratan dan prosedur kontrak Elektronik;
- c) Keberadaan hak untuk membatalkan pemesanan barang bagi konsumen;
- d) Biaya komunikasi dalam melakukan permintaan informasi terkait perdagangan Elektronik;
- e) Jangka waktu berlakunya penawaran harga;
- f) Penjelasan tentang durasi kontrak Elektronik secara permanen atau berulang;
- g) Informasi tentang pemenuhan sertifikasi keandalan dan sertifikasi penyelenggaraan perdagangan Elektronik

Pengaturan Mengenai Hak Atas Kekayaan Intelektual

RPP Perdagangan Elektronik akan mengatur mengenai pelarangan penjualan barang-barang imitasi atas produk yang telah memiliki HAKI dengan mengacu kepada ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai HAKI.

2. Sertifikasi Perdagangan Elektronik

Sertifikasi bagi pelaku usaha pada Perdagangan Elektronik telah diatur secara komprehensif dalam hukum positif lain (UU ITE, RPP PITE dan RPP Sertifikasi Keandalan). Beberapa hal yang akan diatur dalam sebuah petunjuk teknis yang akan menjadi turunan dari RPP ini adalah kemampuan ekonomi, solvabilitas dan rekomendasi dari perbankan dan/atau laporan keuangan yang telah diaudit oleh auditor eksternal yang menunjukkan kemampuan ekonomi pelaku usaha. Hal ini akan diatur kembali secara teknis dalam peraturan setingkat menteri yang berbentuk koordinasi seperti dalam SKB (Surat Keputusan Bersama). Sementara terkait dengan pembayaran Elektronik, RPP perdagangan Elektronik akan menitikberatkan eksistensi sertifikasi bagi *merchant*/pelaku usaha Elektronik terkait penyelenggaraan pembayaran secara Elektronik.

Tujuan sertifikasi penyelenggara pembayara Elektronik adalah untuk meningkatkan keamanan dan kenyamanan bertransaksi melalui sistem pembayaran *online*. Sertifikasi penyelenggara Elektronik dilakukan oleh penyedia jasa keuangan (PJK), serta diatur dan diawasi oleh otoritas jasa keuangan terkait (BI) sebagai suatu bagian tak terpisahkan dari lalu lintas sistem pembayaran nasional.

Dalam RPP Perdagangan Elektronik akan dinyatakan adanya beberapa sertifikasi yang harus/dapat diikuti oleh penyelenggara Perdagangan Elektronik, yaitu:

- a) Sertifikasi Keandalan (yang diatur dalam RPP PITE dan RPP Sertifikasi Keandalan)

- b) Sertifikasi Penyelenggara Pembayaran Elektronik (yang akan diatur oleh Bank Indonesia)

3. Perlindungan bagi Pelanggan Perdagangan Elektronik

Diperlukan perluasan tafsiran mengenai makna 'perlindungan konsumen' dimana juga mencakup seluruh aspek perlindungan konsumen yang melakukan transaksi Elektronik, bukan hanya konvensional. Selain itu juga diperlukan implementasi terkait perlindungan konsumen dalam koridor hukum positif lainnya.

Penguatan perlindungan konsumen dalam perdagangan secara Elektronik adalah aspek yang sangat penting. Penguatan tidak cukup hanya sebatas pengaturan regulasi, diperlukan penguatan dalam bentuk mekanisme kelembagaan yang meningkatkan signifikansi dan kepercayaan (kredibilitas) dari lembaga-lembaga terkait yang memiliki kewenangan untuk melindungi kedua belah pihak (konsumen dan produsen) dari praktik penipuan dan penyalahgunaan media internet.

Bentuk penguatan mekanisme kelembagaan dapat dilakukan dengan memperkuat fungsi lembaga keandalan sebagai pihak ketiga yang dapat dipercaya dalam menerbitkan Sertifikat Digital dan membuat iklim perdagangan Elektronik menjadi lebih aman dan terpercaya oleh masyarakat pengguna. Empat aspek keamanan sesuai dengan falsafah pendirian institusi CA, yaitu *authentication* (otentisitas), *integrity* (integritas), *non-repudation* (tidak dapat disangkal), dan *confidentiality* (pertukaran informasi sesuai kelayakan penerima).

Praktek Bisnis yang Adil (*Fair Trade*)

RPP Perdagangan secara Elektronik akan menitikberatkan pada pentingnya membangun kepercayaan antara pelaku usaha dan konsumen dalam perdagangan Elektronik melalui penerapan praktik bisnis yang adil dan tidak merugikan semua pihak.

Penerapan praktik bisnis yang adil memerlukan penguatan sistem hukum yang mengatur perlindungan kedua belah pihak (pelaku usaha dan konsumen), kebijakan praktis, dan kebijakan proteksi yang dapat diandalkan, yang bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan menjaga derajat keseimbangan hak dan kewajiban antara konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi perdagangan Elektronik.

Seperti yang telah disebutkan oleh Komite OECD, bahwa tujuan OECD adalah membangun pola relasi simetris antara pelaku usaha dan konsumen yang melakukan transaksi secara Elektronik. Pemerintah nasional, pelaku usaha, dan konsumen harus menjalin kerjasama yang baik dan efektif untuk manfaat bagi semua pihak, dimana hak-hak konsumen dalam perdagangan Elektronik harus memperoleh perhatian khusus dan diproteksi kebijakan regulasi dan mekanisme kelembagaan yang komprehensif.

Transparansi dan Pengungkapan Informasi

RPP perdagangan secara Elektronik akan mengatur bentuk pengungkapan informasi *online* sebagai salah satu bentuk tindakan perlindungan konsumen dengan menitikberatkan pada pengungkapan informasi yang meliputi:

- a) Pengungkapan informasi mengenai bisnis, meliputi legalitas dan identitas bisnis, domisili, alamat email atau kontak Elektronik lain, nomor telepon, alamat registrasi, dan lisensi dan sertifikasi terkait yang dikeluarkan oleh otoritas berwenang (misal: dokumen izin ekspor bagi pelaku usaha yang memiliki cakupan perdagangan *cross border*);
- b) Informasi mengenai barang/jasa, meliputi aksesabilitas konsumen untuk mengunduh representasi barang sebagai rujukan melakukan transaksi dan alat bukti ketika barang yang dikirim tidak sesuai dengan representasi yang telah diunduh;
- c) Informasi mengenai transaksi, meliputi keharusan pelaku usaha perdagangan Elektronik untuk merinci secara jelas dan detail terkait *terms and conditions* dari transaksi, termasuk seluruh biaya yang harus dikeluarkan oleh konsumen.

Aplikasi Kerahasiaan atas Hak-Hak Pribadi Konsumen

Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana Indonesia belum mengatur yurisdiksi hukum pelanggaran terhadap doktrin *privacy* yang terjadi di dunia *cyber*, sehingga berdampak pada perlindungan hak-hak pribadi. Dalam dunia *cyber*, hak-hak pribadi berkaitan erat dengan permasalahan perlindungan data-data pribadi karena mungkin saja data perseorangan diakses oleh pihak yang tidak berhak.

Konsep *privacy rights* meliputi hal:

- a) Data perorangan yang diartikan sebagai informasi yang berkaitan erat dengan perorangan seperti data pribadi, data keadaan keuangan, rekam jejak pekerjaan, data kesehatan, dan rekam jejak kejahatan, dan

- b) Hak perseorangan adalah hak individual untuk melakukan sesuatu sesuai kehendaknya. Terkait informasi Elektronik, hak pribadi adalah hak seseorang untuk menentukan apakah informasi pribadi dapat disebarikan atau tidak kepada pihak lain.

RPP Perdagangan secara Elektronik akan mengatur sejauh mana penerapan konsep privasi harus memperhatikan aspek keamanan transaksi *online* secara holistik, khususnya dalam melindungi kepentingan semua pihak yang terlibat dalam perdagangan Elektronik.

Informasi Barang/Jasa

RPP Perdagangan Elektronik akan membagi persyaratan minimal informasi yang harus diberikan terkait barang dan jasa, termasuk tetapi tidak terbatas kepada:

- a) Jenis Barang/Jasa
- b) Bentuk/Dimensi Barang
- c) Cara Penggunaan
- d) Pembatasan Penggunaan
- e) Harga total yang harus dibayar pelanggan

Chargebacks

RPP Perdagangan Elektronik akan mengatur melalui ketentuan dari Bank Indonesia mengenai mekanisme *retain payment* dari konsumen ke merchant yang harus ditahan oleh penerima pembayaran Elektronik sampai batas waktu tertentu (hingga produk diterima) untuk menunggu apakah terdapat klaim/komplain terhadap transaksi yang terjadi, sebelum pembayaran tersebut diteruskan ke *merchant*.

Edukasi Pelanggan

RPP Perdagangan secara Elektronik menekankan pentingnya pengaturan pasal secara lebih spesifik mengenai kewajiban pelaku usaha dan pemerintah untuk melindungi konsumen melalui peningkatan kesadaran konsumen terhadap penyelenggaraan perdagangan Elektronik, serta peningkatan peran aktif konsumen dalam melakukan praktik bisnis melalui media Elektronik.

4. Perlindungan bagi Penyelenggara Perdagangan Elektronik

Verifikasi Identitas Pelanggan

Untuk memastikan bahwa perlindungan terhadap *merchant* juga memadai, perlu adanya sebuah mekanisme yang memastikan kebenaran identitas pelanggan. Hal ini sebenarnya akan dapat diselesaikan dengan adanya *Single Identity Number*(SIN) yang masih dalam taraf perencanaan tender oleh Kementerian Dalam Negeri.

Dapat pula diusulkan penggunaan tanda tangan Elektronik untuk mempermudah integritas verifikasi pelanggan. Hanya patut dipertimbangkan mengenai populasi dari tanda tangan Elektronik ini (*digital signature*/DS) dan penetrasi penggunaannya dalam komunitas pengguna media Elektronik di Indonesia.

5. Transaksi pada Perdagangan Elektronik

Kontrak Elektronik

Kontrak Elektronik merupakan elemen penting dalam perdagangan Elektronik. Perjanjian perdagangan Elektronik adalah bentuk perjanjian jual beli yang memiliki kekuatan hukum yang sama dengan

perjanjian konvensional, dimana bukti transaksi Elektronik diakui ekuivalen dengan bukti dokumen yang ditulis. Pedoman UNCITRAL dalam menyajikan prinsip ekuivalen fungsional antara dokumen tertulis dan Elektronik layak diaplikasikan sebagai pengakuan bukti hukum atas transaksi perdagangan Elektronik.

Mengingat konseptual hukum atas kontrak Elektronik masih relatif baru, maka diperlukan sebuah ketentuan-ketentuan baru yang terkait perdagangan secara Elektronik dalam koridor hukum positif di Indonesia dengan penekanan pada:

- a) Hubungan yang sejajar antara pelaku usaha dan konsumen, khususnya pemberian ruang tawar lebih luas bagi konsumen dalam format kontrak baku yang ditawarkan pelaku usaha.
- b) Pemberlakuan sistem “3 klik” dalam kesepakatan kontrak transaksi perdagangan Elektronik, yaitu:
 - Setelah calon pembeli melihat dilayar komputer adanya penawaran dari calon penjual (klik 1);
 - Calon pembeli memberikan penerimaan terhadap penawaran tersebut (klik 2);
 - Persyaratan adanya peneguhan dan persetujuan dari calon penjual kepada pembeli perihal diterimanya penerimaan dari calon pembeli (klik 3).
- c) Pengakuan tanda tangan Elektronik dan *data message*. Keaslian *data message* dan tanda tangan Elektronik merupakan hal yang sangat vital dalam transaksi perdagangan Elektronik, mengingat *data message* menjadi dasar utama terciptanya suatu perjanjian Elektronik.

d) Akseptabilitas penggunaan media *online* lain sebagai alat pembuktian kesepakatan kontrak Elektronik, seperti *video conference*.

Perlu menjadi catatan adalah bahwa RPP PITE telah mengatur mengenai teknis pelaksanaan Kontrak Elektronik (lihat Lampiran 1), akan tetapi pengaturan kontrak Elektronik tersebut belumlah mengadopsi *system* 3 klik seperti yang diharapkan oleh RPP Perdagangan Elektronik. Pemberlakuan pasal mengenai Kontrak Elektronik akan ditetapkan kemudian pada saat Harmonisasi RPP ini.

Konfirmasi Jual-Beli

RPP Perdagangan secara Elektronik akan mengatur tentang detail konfirmasi perjanjian jual beli yang harus dipenuhi oleh konsumen, sehingga konsumen tidak melakukan kesepakatan sebelum seluruh persyaratan terpenuhi.

Pengaturan mekanisme *acceptance* berkaitan tentang pernyataan telah diterimanya suatu penawaran oleh konsumen. Pihak yang memberikan penawaran harus menjelaskan secara terperinci metode penerimaan jika penawaran tersebut diakseptasi (dalam bentuk konfirmasi), serta harus dipastikan bahwa perjanjian *online* yang disepakati sudah memiliki pengamanan khusus seperti tanda tangan digital (*digital signature*).

Metode Pembayaran

RPP Perdagangan secara Elektronik akan mengatur tentang keamanan metode pembayaran yang dilakukan oleh konsumen, khususnya

terkait keberadaan resiko pembayaran menggunakan digital, seperti penipuan menggunakan sarana perbankan (*banking fraud*), pembajakan kartu kredit (*carding*), akses ilegal ke sistem informasi, dan pencurian data.

Untuk meningkatkan keamanan bertransaksi, khususnya penerapan metode pembayaran perdagangan secara Elektronik, dapat dikaji pendirian dan pengembangan sistem *national payment gateway* sebagai model pembayaran alternatif selain transfer bank melalui sistem kliring nasional dan RTGS. Eksistensi dan pengaturan model bisnis *national payment gateway* diharapkan dapat meningkatkan aspek kenyamanan dan keamanan bertransaksi secara Elektronik dalam lingkup B2B, B2C, dan C2C.

Kenyamanan bertransaksi dan pengembangan metode pembayaran *online* yang efektif menjadi kunci bagi peningkatan intensitas dan perlindungan konsumen yang lebih luas pada transaksi dalam jejaring (*daring*).

Penyelenggaraan Sistem Pembayaran Perdagangan Elektronik

(Lihat Bagian Sertifikasi pada Bab ini)

Penyelenggara perdagangan Elektronik yang bekerjasama dengan penyedia jasa keuangan (PJK) untuk penyelesaian pembayaran transaksi wajib memastikan PJK memiliki tingkat kesehatan yang baik sesuai penilaian berkala oleh otoritas pengawas terkait.

Penyelenggara perdagangan Elektronik wajib melakukan *due diligence* untuk menilai tingkat kepatuhan PJK terhadap peraturan berlaku.

Penyelenggara perdagangan Elektronik wajib membuat perjanjian kerjasama yang memenuhi *arm's length principle* dengan PJK sebelum memulai kerjasama dalam penyelesaian transaksi pembayaran

6. Penyelesaian Sengketa Perdagangan Elektronik

Mekanisme Penyelesaian Sengketa

RPP Perdagangan Elektronik akan menitikberatkan kepada mekanisme ADR (*Alternative Dispute Resolution*), termasuk mediasi, negosiasi dan arbitrase terhadap semua hubungan yang bersifat privat. Sementara hubungan publik akan diarahkan langsung kepada mekanisme pengadilan.

Mekanisme Online Dispute Resolution (ODR)

Salah satu terobosan hukum untuk melindungi para pihak dalam transaksi perdagangan Elektronik adalah eksistensi prosedur penyelesaian sengketa secara online. Eksistensi tersebut sangat mempengaruhi kekuatan proteksi konsumen secara lebih luas.

RPP Perdagangan Elektronik menekankan pentingnya kebebasan mengakses informasi yang jelas dan benar tentang prosedur ODR, peningkatan kemampuan teknikal konsumen, dan pemahaman terhadap keberadaan payung hukum tentang prosedur ODR terkait dengan perdagangan Elektronik.

ODR sendiri belum memiliki payung hukum positif di Indonesia dimana pengarahannya pengaturan ODR sebaiknya ditempatkan di bawah koordinasi BANI (Badan Arbitrase Nasional Indonesia) sebagai

pihak yang memiliki kewenangan melakukan ADR (*Alternative Dispute Resolution*) di Indonesia

ODR akan diatur sebagai berikut:

1. Pengaturan mengenai Metoda Konsensual

Adanya pengaturan mengenai negosiasi yang dilaksanakan secara otomatis (*automated negotiation*) dan negosiasi yang dibantu pihak ketiga (*assisted negotiation*).

2. Pengaturan mengenai Metoda Ajudikatif

Adanya pengaturan mengenai *online* arbitrase, dimana terdapat pihak ketiga yang ditunjuk para pihak yang bersengketa untuk memutus keputusan secara final melalui metode *online*.

Mekanisme Ganti Rugi Lintas Negara (ASEAN)

RPP perdagangan Elektronik menekankan pentingnya pengaturan kesepakatan mekanisme ganti rugi lintas negara (*cross border redress*). Peran negara ASEAN dalam menciptakan pasar tunggal dan penerapan jaringan komunikasi lintas ASEAN melalui e-ASEAN sangat vital bagi pembentukan mekanisme ganti rugi lintas negara.

RPP perdagangan Elektronik harus mengatur permasalahan penyelesaian sengketa lintas negara, khususnya ASEAN dengan tujuan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen melakukan transaksi perdagangan secara Elektronik, karena dimungkinkan adanya *cross border complaint* untuk meningkatkan posisi tawar konsumen terhadap pelaku usaha (*vendor*) yang berdomisili di negara lain.

Penguatan regulasi dan aspek kelembagaan terutama sinkronisasi kebijakan perlindungan konsumen lintas negara ASEAN dibutuhkan untuk menciptakan iklim bisnis online yang efektif mendorong peningkatan volume perdagangan dan daya saing nasional dan regional.

7. Sanksi

RPP Perdagangan Elektronik akan mengatur mengenai sanksi administratif bagi pelanggaran terhadap ketentuan penyelenggaraan perdagangan Elektronik, baik bagi penyelenggara (*merchant*) maupun bagi pelanggan (*consumer*).

Sanksi yang akan dijatuhkan kepada *merchant* berupa denda administratif, peringatan di web merchant sampai kepada pembekuan kegiatan perdagangan Elektronik.

Sanksi yang akan dijatuhkan kepada pelanggan berupa denda administratif, peringatan di web merchant (*blacklist*) sampai dengan pelarangan transaksi melalui perdagangan Elektronik.

BAB IV

PENUTUP

4.1 KESIMPULAN

Terdapat beberapa kesimpulan terkait penyusunan naskah akademis Rancangan Peraturan Pemerintah (RPP) Perdagangan secara Elektronik, diantaranya:

1. Fokus penyusunan naskah akademis RPP Perdagangan secara Elektronik adalah penguatan kerangka regulasi teknis terhadap praktik perdagangan Elektronik di Indonesia. Selain itu, RPP ini juga menekankan pentingnya pengacuan peraturan teknis terkait kepada Undang-Undang Perdagangan Republik Indonesia. Cakupan RPP perdagangan secara Elektronik bertujuan untuk menciptakan keamanan, praktik bisnis yang adil antara pelaku usaha dan konsumen, perlindungan konsumen secara lebih komprehensif terhadap praktik perdagangan melalui media internet/jejaring, serta meningkatkan daya saing (*competitiveness*) transaksi perdagangan dalam jejaring (daring).
2. Selain penguatan kerangka regulasi teknis, juga dibutuhkan penguatan mekanisme kelembagaan dan koordinasi terkait penyusunan RPP Perdagangan secara Elektronik. Penguatan mekanisme kelembagaan menekankan pentingnya keberadaan dan fungsi lembaga sertifikasi yang memberikan akreditasi bagi para pelaku usaha perdagangan Elektronik untuk menciptakan suatu pola transaksi yang relatif terjamin dari segi keamanan, kenyamanan, efektifitas, dan efisiensi. Selain itu, penguatan peran Bank Indonesia (BI) dan Kementerian teknis terkait dalam melakukan koordinasi pengaturan dan

komunikasi lintas teknis kementerian sangat dibutuhkan untuk menciptakan kondusifitas iklim bertransaksi dalam jejaring.

3. Pentingnya edukasi konsumen atau masyarakat terhadap praktik-praktik bisnis dan hukum terkait perdagangan secara Elektronik, baik meliputi aspek teknis, legalitas perdagangan, mekanisme pembayaran, keamanan bertransaksi, prosedur pengaduan sengketa *online*, yurisdiksi hukum, dan peningkatan kesadaran dan kemampuan bertransaksi secara *online*.

4.2 SARAN DAN REKOMENDASI

Terdapat berbagai isu strategis terkait pembahasan naskah akademis Rancangan Peraturan Pemerintah (RPP) tentang Perdagangan Elektronik setelah kami melakukan pembahasan publik (*public expose*) dan beberapa arahan terkait pengembangan infrastruktur penyelenggaraan perdagangan Elektronik kedepan, diantaranya:

1. Isu terbesar adalah model RPP yang bersifat *voluntary*, sehingga harus jelas benar mengenai model insentif yang bisa diberikan pemerintah terhadap pihak yang bersedia dengan sukarela menundukkan diri kepada aturan-aturan ini;
2. Proteksi terhadap pengusaha lokal termasuk penetapan mekanisme yang ada di dalam RPP yang akan melindungi secara efektif pengusaha lokal, khususnya terkait isu atas Hak Kekayaan Intelektual (HaKI) dan praktik perdagangan yang adil (*fair trade*), termasuk perlindungan teknis seperti *phising*, *cybersquatting*, dan sebagainya;
3. Isu pajak terkait transaksi *online* yang masih harus didiskusikan secara terbatas dengan Direktorat Jenderal Pajak (DJP), Kementerian Keuangan, dan Bank Indonesia. Pihak pelaku usaha mengusulkan agar

terdapat aturan pajak khusus, baik berupa insentif maupun *special treatment*, semata untuk dapat meningkatkan *traffic* perdagangan elektronik. Selain itu isu strategis dan teknis tentang perpajakan atas transaksi perdagangan elektronik yang menjadi key points untuk dibahas lebih lanjut, termasuk tapi tidak terbatas pada hal-hal berikut ini:

1. Permasalahan legalitas dokumen *E-commerce* dalam lalu lintas perpajakan.
2. Perhitungan nilai transaksi yang dikenakan pajak dalam transaksi *E-commerce*.
3. Penggunaan dokumen transaksi *E-commerce* sebagai alat bukti sah pelaporan perpajakan.
4. Dasar untuk penyusunan pembukuan perpajakan melalui bukti-bukti dokumen elektronik yang dapat dibuktikan aliran kas dan barangnya.
5. Definisi tentang waktu pengakuan dari penyerahan barang/jasa kena pajak secara elektronik (apakah dapat diakui sesuai dengan kesepakatan kontrak elektronik atau setelah penyelesaian pembayaran diantara kedua belah pihak).
6. Perhitungan besarnya pajak pertambahan nilai (PPN) terutang atas barang/jasa yang diperjualbelikan secara elektronik, termasuk bagaimana mekanisme dan jangka waktu pengkreditan pajak masukan/keluaran, dasar perhitungan PPN (DPP), saat terutangnya PPN, tarif PPN (apakah diberlakukan tarif khusus selain tarif tunggal 10%), serta desain dan penunjukkan institusi yang berhak menagih dan mengelola pembayaran pajak pertambahan nilai (PPN) atas perdagangan elektronik.
7. Ketentuan mengenai subjek, objek, dan wajib pajak penghasilan dan pajak pertambahan nilai atas transaksi *e-commerce*.

8. Sinkronisasi dengan ketentuan pajak yang dipungut daerah dalam suatu desain otonomi daerah yang tidak mengesampingkan kepentingan daerah dalam memungut pajak yang dikenakan atas transaksi perdagangan elektronis.
4. Terkait aplikasi dan pelaksanaan *National Payment Gateway* (NPG) layak diberlakukan bersamaan dengan penerbitan RPP Perdagangan Elektronis (atau mendahului) mengingat keterkaitan yang erat dan kemudahan melakukan transaksi tanpa kartu kredit;
5. Isu *retain payment* relatif masih membutuhkan diskusi dan komunikasi lebih lanjut dengan Bank Indonesia (BI) sebagai regulating party agar pengaturan mekanisme account retain tidak menghasilkan bunga sebagai bentuk proteksi atau perlindungan bagi kepentingan pelanggan;
6. Permasalahan mengenai penyelesaian sengketa elektronis telah dijawab oleh BANI, dimana mereka melalui UU yang berlaku telah mampu mengakomodir Online Dispute Resolution (ODR), sehingga isu teknis terkait pengaturan ini hanya bersifat konsultatif dan progresif untuk memperkuat keberadaan mekanisme ODR untuk transaksi di Indonesia;
7. Isu terkait subyek hukum dapat mengakomodir bahwa subjek hukum yang berhak melakukan transaksi perdagangan elektronis tidak terbatas pada badan hukum, melainkan subjek hukum personal atau pribadi, mengingat banyak pelaku transaksi perdagangan elektronis (*e-commerce*) tidak memiliki badan hukum resmi. Hal ini terkait dengan sertifikasi keandalan;
8. Isu terkait efektivitas sanksi, dimana jenis sanksi yang diusulkan hanya bersifat administratif dan interventif kepada domain TLD di luar ccTLD (.id) yang secara teknis akan sulit dilakukan;

9. Efektifitas penyelesaian transaksi lintas negara (*cross border settlement*) yang relatif masih menjadi tanda tanya besar apakah dapat dilakukan dan bagaimana efektifitas eksekusinya disusun dan diaplikasikan;
10. Pentingnya perilaku kolaborasi dan koordinasi dalam perumusan RPP tentang Perdagangan Elekrtonis mengingat peraturan ini akan melibatkan banyak pihak atau kepentingan terkait. Penyusunan RPP diharapkan akan lebih transparan, akuntabel, dan mengedepankan asas-asas kepentingan perdagangan nasional;
11. Peningkatan koordinasi lintas kementerian sangat diperlukan, khususnya dengan Kemenkominfo sebagai Kementerian teknis yang sangat berkaitan dengan penyusunan RPP ini, karena sifat dari RPP ini memang tidak dapat berdiri sendiri.

Selain itu, beberapa isu penting dan strategis terkait penyusunan dan penyelenggaraan RPP tentang Perdagangan elektronik lainnya seperti:

12. Percepatan aplikasi e-KTP atau SIN.
13. Pengembangan infrastruktur teknis dan regulasi terkait peningkatan keamanan bertransaksi di web.
14. Prosedur sosialisasi teknis pelaksanaan RPP tentang Perdagangan Elektronik kepada pemerintah daerah, pelaku usaha, dan masyarakat.

15. Komparasi model peraturan tentang perdagangan elektronik dengan tinjauan perdagangan elektronik lintas negara, khususnya dengan mitra dagang regional seperti ASEAN, serta bagaimana harmonisasi e-ASEAN dapat diterapkan sebagai bagian penguatan basis ekonomi dan perdagangan regional melalui pendekatan regulasi dan infrastruktur perdagangan elektronik.

LAMPIRAN 1
MATRIKS HARMONISASI RPP PERDAGANGAN ELEKTRONIS DENGAN HUKUM
POSITIF LAIN

No	Subyek Pengaturan	Diatur dalam Hukum Positif Lain	Arah Pengaturan dalam RPP Perdagangan Elektronik
1	Penyelenggaraan Perdagangan Elektronik	<p><u>Dalam RPP PITE</u></p> <p style="text-align: center;">Pasal 45</p> <p>(1) Penyelenggaraan Transaksi Elektronik dapat dilakukan dalam lingkup publik ataupun privat.</p> <p>(2) Penyelenggaraan Transaksi Elektronik dalam lingkup publik meliputi:</p> <p>a. pertukaran atau penyampaian Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang berkaitan dengan kepentingan umum dengan kesepakatan para pihak;</p> <p>b. Penyelenggaraan Transaksi Elektronik oleh penyelenggara negara atau oleh pihak lain yang menyelenggarakan layanan</p>	<p>Istilah perdagangan dan transaksi dari cara pandang hukum memiliki kesamaan konsekuensi, yaitu adanya perikatan antara dua pihak (atau lebih) yang menimbulkan akibat hukum. Atas dasar hal tersebut maka dengan telah diaturnya ketentuan umum mengenai transaksi Elektronik, maka dalam RPP Perdagangan Elektronik hal ini cukup merujuk kepada peraturan dimaksud untuk menghindari adanya tumpang tindih regulasi untuk maksud yang sama.</p> <p>Komplikasi dari model seperti ini adalah diperlukannya sebuah bentuk sosialisasi yang menyeluruh tidak hanya terhadap RPP Perdagangan Elektronik, tetapi juga terhadap seluruh hukum positif terkait. Semata agar didapatkan pembacaannya (<i>reading</i>) dan</p>

No	Subyek Pengaturan	Diatur dalam Hukum Positif Lain	Arah Pengaturan dalam RPP Perdagangan Elektronik
		<p>publik sepanjang tidak dikecualikan oleh Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik;</p> <p>c. Penyelenggaraan Transaksi Elektronik dalam lingkup publik lainnya sebagaimana diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan.</p> <p>(3) Penyelenggaraan Transaksi Elektronik dalam lingkup privat meliputi Transaksi Elektronik:</p> <p>a. antar-Pelaku Usaha;</p> <p>b. antara Pelaku Usaha dan konsumen;</p> <p>c. antar-pribadi;</p> <p>d. antar-penyelenggara negara;</p> <p>e. antara penyelenggara negara dan Pelaku Usaha dalam bentuk pelimpahan tugas dan kewenangan lain yang sah menurut Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi</p>	<p>pengertian (<i>understanding</i>) yang menyeluruh terhadap aspek Perdagangan Elektronik.</p>

No	Subyek Pengaturan	Diatur dalam Hukum Positif Lain	Arah Pengaturan dalam RPP Perdagangan Elektronik
		<p>Elektronis;</p> <p style="text-align: center;">Pasal 46</p> <p>(1) Transaksi Elektronik yang dilakukan para pihak memberikan akibat hukum kepada para pihak.</p> <p>(2) Penyelenggaraan Transaksi Elektronik yang dilakukan para pihak harus dilakukan dengan memperhatikan :</p> <ul style="list-style-type: none"> a. iktikad baik; b. prinsip kehati-hatian; c. transparansi; d. akuntabilitas; dan e. kewajaran. 	
2	Badan Hukum pelaku usaha perdagangan Elektronik	<u>Belum Diatur</u>	RPP Perdagangan Elektronik akan menitikberatkan kepada bentuk badan hukum yang dapat menyelenggarakan perdagangan Elektronik. Bentuk yang akan dianut bukanlah sebuah mandatory (kewajiban), melainkan lebih kepada perlindungan dari negara (<i>state guarantee</i>) terhadap mereka yang menundukkan

No	Subyek Pengaturan	Diatur dalam Hukum Positif Lain	Arah Pengaturan dalam RPP Perdagangan Elektronik
			<p>dirinya kepada pengaturan Badan Hukum pada RPP Perdagangan Elektronik ini.</p> <p>Hal ini didasarkan kepada fakta bahwa perkembangan perdagangan secara Elektronik tidak (akan) dapat diatur secara penuh (<i>total control</i>) oleh pemerintah, mengingat perkembangan web yang sangat dinamis dan lebih bersifat <i>self-regulatory</i>.</p> <p>Dalam RPP Perdagangan Elektronik akan dikembangkan sikap <i>state guarantee</i> bagi mereka yang menundukkan diri kepada RPP ini, yang mana akan terkait dengan Lembaga Sertifikasi Keandalan dimana RPP akan mengatur lebih ke aspek ekonomi, mengingat aspek teknis telah dijabarkan dengan detil pada hukum positif lain.</p>
3	Pemasaran dan Periklanan	<u>Belum Diatur</u>	<p>Dalam aktivitas pemasaran dan periklanan, penyelenggara perdagangan secara Elektronik harus memuat data dan/atau informasi barang/jasa minimal:</p>

No	Subyek Pengaturan	Diatur dalam Hukum Positif Lain	Arah Pengaturan dalam RPP Perdagangan Elektronik
			<ol style="list-style-type: none"> 1. Identitas dan legalitas pelaku usaha sebagai produsen dan lembaga usaha perdagangan; 2. Persyaratan teknis barang atau kualifikasi/standar teknis jasa yang ditawarkan; 3. Harga, cara pembayaran, dan penyerahan barang 4. Domisili produsen atau lembaga usaha perdagangan; <p>Selain itu, pelaku usaha perdagangan Elektronik juga dapat mencantumkan data/informasi penting terkait pemasaran barang/jasa mencakup:</p> <ol style="list-style-type: none"> h) Perjanjian waktu dan metode pembayaran Elektronik; i) Keberadaan informasi mengenai persyaratan dan prosedur kontrak Elektronik; j) Keberadaan hak untuk membatalkan pemesanan barang bagi konsumen; k) Biaya komunikasi dalam melakukan

No	Subyek Pengaturan	Diatur dalam Hukum Positif Lain	Arah Pengaturan dalam RPP Perdagangan Elektronik
			<p>permintaan informasi terkait perdagangan Elektronik;</p> <p>l) Jangka waktu berlakunya penawaran harga;</p> <p>m) Penjelasan tentang durasi kontrak Elektronik secara permanen atau berulang;</p> <p>n) Informasi tentang pemenuhan sertifikasi kehandalan dan sertifikasi penyelenggaraan perdagangan Elektronik</p>
4	Sertifikasi Perdagangan Elektronik	<p><u>Dalam RPP PITE</u></p> <p>Pasal 1</p> <p>19. 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.</p> <p>20. Sertifikat Keandalan (<i>trustmark</i>) adalah dokumen yang menyatakan</p>	<p>Sertifikasi bagi pelaku usaha pada Perdagangan Elektronik telah diatur secara komprehensif dalam hukum positif lain (UU ITE dan RPP PITE), akan tetapi sertifikasi tersebut masih menitikberatkan kepada aspek teknis dan operasional, dan belum menyentuh aspek kemampuan ekonomi pelaku usaha.</p> <p>Beberapa hal yang akan diatur seperti kemampuan ekonomi, solvabilitas dan rekomendasi dari perbankan dan/atau laporan keuangan yang telah diaudit oleh auditor</p>

No	Subyek Pengaturan	Diatur dalam Hukum Positif Lain	Arah Pengaturan dalam RPP Perdagangan Elektronik
		<p>Pelaku Usaha yang menyelenggarakan transaksi secara Elektronik telah lulus audit atau uji kesesuaian dari Lembaga Sertifikasi Keandalan.</p> <p style="text-align: center;">Pasal 3</p> <p>(1) Sertifikasi Keandalan mencakup pemeriksaan terhadap informasi yang lengkap dan benar dari Pelaku Usaha untuk mendapatkan Sertifikat Keandalan.</p> <p>(2) Informasi yang lengkap dan benar sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi informasi yang:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. memuat identitas subjek hukum; b. memuat status dan kompetensi subjek hukum; dan c. menjelaskan hal tertentu yang menjadi syarat sahnya perjanjian serta menjelaskan barang dan/atau jasa yang ditawarkan. 	<p>eksternal yang menunjukkan kemampuan ekonomi pelaku usaha.</p> <p>Hal ini dapat diatur kembali secara teknis dalam peraturan setingkat menteri yang berbentuk koordinasi seperti dalam SKB (Surat Keutusan Bersama).</p>

No	Subyek Pengaturan	Diatur dalam Hukum Positif Lain	Arah Pengaturan dalam RPP Perdagangan Elektronik
		<p style="text-align: center;">Pasal 4</p> <p>(1) Sertifikat Keandalan bertujuan untuk melindungi konsumen dalam Transaksi Elektronik.</p> <p>(2) Sertifikat Keandalan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan jaminan bahwa Pelaku Usaha telah memenuhi kriteria yang ditentukan oleh Lembaga Sertifikasi Keandalan.</p> <p>(3) Pelaku Usaha yang telah memenuhi kriteria sebagaimana dimaksud pada ayat (2) berhak menggunakan Sertifikat Keandalan pada situs internet (<i>website</i>) dan/atau Sistem Elektronik lainnya.</p> <p style="text-align: center;">Pasal 5</p> <p>(1) Sertifikat Keandalan yang diterbitkan oleh Lembaga Sertifikasi Keandalan dapat dikategorikan menjadi:</p> <p>a. Kategori 1 - Pengamanan terhadap identitas (<i>identitiy seal</i>);</p>	

No	Subyek Pengaturan	Diatur dalam Hukum Positif Lain	Arah Pengaturan dalam RPP Perdagangan Elektronik
		<p>b. Kategori 2 - Pengamanan terhadap pertukaran data (<i>security seal</i>);</p> <p>c. Kategori 3 - Pengamanan terhadap kerawanan (<i>vulnerability seal</i>);</p> <p>d. Kategori 4 - Pemingkatan konsumen (<i>consumer rating seal</i>); dan</p> <p>e. Kategori 5 - Pengamanan terhadap kerahasiaan pribadi (<i>privacy seal</i>).</p> <p>(2) Ketentuan lebih lanjut mengenai kategorisasi Sertifikat Keandalan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dalam peraturan Menteri.</p> <p style="text-align: center;">Pasal 6</p> <p>(1) Setiap Pelaku Usaha yang menyelenggarakan Transaksi Elektronik dapat disertifikasi oleh Lembaga Sertifikasi Keandalan.</p> <p>(2) Lembaga Sertifikasi Keandalan</p>	

No	Subyek Pengaturan	Diatur dalam Hukum Positif Lain	Arah Pengaturan dalam RPP Perdagangan Elektronik
		<p>terdiri atas:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Lembaga Sertifikasi Keandalan Indonesia; dan b. Lembaga Sertifikasi Keandalan asing. <p>(3) Lembaga Sertifikasi Keandalan Indonesiasebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a harus berbentuk Badan Usaha dan berdomisili di Indonesia.</p> <p>(4) Lembaga Sertifikasi Keandalan Indonesia sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a harus mendapatkan status operasi dari Menteri.</p> <p>(5) Status operasi sebagaimana dimaksud pada ayat (4) terdiri dari:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Lembaga Sertifikasi Keandalan terdaftar; b. Lembaga Sertifikasi Keandalan tersertifikasi. <p>(6) Lembaga Sertifikasi Keandalan asing sebagaimana dimaksud pada</p>	

No	Subyek Pengaturan	Diatur dalam Hukum Positif Lain	Arah Pengaturan dalam RPP Perdagangan Elektronik
		<p>ayat (2) huruf b yang beroperasi di wilayah negara Republik Indonesia harus terdaftar di Indonesia.</p> <p>(7) Ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara pembentukan atau pendirian Lembaga Sertifikasi Keandalan Indonesia dan tata cara pemberian status operasi Lembaga Sertifikasi Keandalan diatur dalam peraturan Menteri.</p> <p style="text-align: center;">Pasal 7</p> <p>Lembaga Sertifikasi Keandalan diawasi oleh Menteri.</p> <p style="text-align: center;">Pasal 8</p> <p>(1) Lembaga Sertifikasi Keandalan dibentuk oleh profesional yang diakui dan disahkan oleh Pemerintah.</p> <p>(2) Profesional sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terdiri atas profesi penunjang yang meliputi:</p> <p>a. konsultan Teknologi Informasi;</p>	

No	Subyek Pengaturan	Diatur dalam Hukum Positif Lain	Arah Pengaturan dalam RPP Perdagangan Elektronik
		<p>b. auditor Teknologi Informasi;</p> <p>c. konsultan hukum bidang Teknologi Informasi;</p> <p>d. akuntan;</p> <p>e. konsultan manajemen bidang Teknologi Informasi;</p> <p>f. penilai;</p> <p>g. notaris; dan</p> <p>h. Profesi penunjang lain dalam lingkup Teknologi Informasi yang ditetapkan dengan Keputusan Menteri.</p> <p>(3) Lembaga Sertifikasi Keandalan dibentuk paling sedikit oleh konsultan Teknologi Informasi, auditor Teknologi Informasi, dan konsultan hukum bidang Teknologi Informasi.</p> <p>(4) Profesi penunjang dalam lingkup Teknologi Informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (2) wajib terdaftar pada instansi pemerintah yang menyelenggarakan urusan di</p>	

No	Subyek Pengaturan	Diatur dalam Hukum Positif Lain	Arah Pengaturan dalam RPP Perdagangan Elektronik
		<p>bidang komunikasi dan informatika.</p> <p>(5) Ketentuan mengenai persyaratan dan tata cara pendaftaran profesi penunjang dalam lingkup Teknologi Informasi diatur dalam Peraturan Menteri.</p> <p style="text-align: center;">Pasal 9</p> <p>Pendaftaran profesi penunjang dalam lingkup Teknologi Informasi pada instansi pemerintah yang menyelenggarakan urusan di bidang komunikasi dan informatika menjadi batal jika izin profesi dicabut oleh pejabat yang berwenang.</p>	
5	Sertifikasi penyelenggara pembayaran perdagangan Elektronik	<u>Belum Diatur</u>	Dalam menyelesaikan transaksi perdagangan Elektronik, penyelenggara perdagangan (<i>merchant</i>) dapat menggunakan layanan dari penyedia jasa keuangan (PJK) atau perantara pembayaran (<i>payment intermediary</i>) yang dituangkan dalam sebuah bentuk skema kerjasama.

No	Subyek Pengaturan	Diatur dalam Hukum Positif Lain	Arah Pengaturan dalam RPP Perdagangan Elektronik
			<p>Untuk memastikan kelaikan dari <i>merchant</i> dalam menggunakan layanan PJK di atas maka <i>due dilligence</i> perlu dilakukan oleh PJK dengan mengacu pada ketentuan yang ditetapkan oleh otoritas pengawas terkait.</p> <p>Hasil dari <i>due dilligence</i> berupa sertifikasiwajib dicantumkan pada website daripada <i>merchant</i>dengan persetujuan otoritas pengawas terkait,sebagai bentuk jaminan kelaikan pada konsumen.</p> <p>Kaji ulang hasil sertifikasi di atas perlu dilakukan secara berkala oleh PJK dalam rangka mempertimbangkan kelangsungan kerjasama kedua belah pihak, serta untuk keperluan pelaporan pada otoritas pengawas terkait daftar hitam (<i>negative list</i>)penyelenggara perdagangan Elektronik</p>
6	Verifikasi Identitas Pelanggan	<u>Belum Diatur</u>	Untuk memastikan bahwa perlindungan

No	Subyek Pengaturan	Diatur dalam Hukum Positif Lain	Arah Pengaturan dalam RPP Perdagangan Elektronik
			<p>terhadap <i>merchant</i> juga memadai, perlu adanya sebuah mekanisme yang memastikan kebenaran identitas pelanggan. Hal ini sebenarnya akan dapat diselesaikan dengan adanya <i>Single Identity Number</i>(SIN) yang masih dalam taraf perencanaan tender oleh Kementerian Dalam Negeri.</p> <p>Dapat pula diusulkan penggunaan tanda tangan Elektronik untuk mempermudah integritas verifikasi pelanggan. Hanya patut dipertimbangkan mengenai populasi dari tanda tangan Elektronik ini (<i>digital signature</i>/DS) dan penetrasi penggunaannya dalam komunitas pengguna media Elektronik di Indonesia.</p>
7	Informasi Barang/Jasa	<p><u>Dalam RUU Perdagangan</u></p> <p>Pasal 57</p> <p>(1) Setiap orang atau badan usaha yang memperdagangkan barang dan/atau jasa menggunakan sistem Elektronik wajib menyediakan data dan/atau</p>	<p>RPP Perdagangan Elektronik akan membagi persyaratan minimal informasi yang harus diberikan terkait barang dan jasa, termasuk tetapi tidak terbatas kepada:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Jenis Barang/Jasa b. Bentuk/Dimensi Barang c. Cara Penggunaan

No	Subyek Pengaturan	Diatur dalam Hukum Positif Lain	Arah Pengaturan dalam RPP Perdagangan Elektronik
		<p>informasi secara lengkap dan benar</p> <p>(2) Penggunaan sistem Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib memenuhi ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik.</p> <p>(3) Data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit memuat:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. identitas dan legalitas pelaku usaha sebagai produsen atau lembaga usaha perdagangan; b. persyaratan teknis barang atau kualifikasi/standar teknis jasa yang ditawarkan; dan c. harga, cara pembayaran, dan penyerahan barang <p><u>Dalam RPP PITE</u></p> <p style="text-align: center;">Pasal 50</p> <p>(1) Dalam Penyelenggaraan Transaksi</p>	<p>d. Pembatasan Penggunaan</p> <p>e. Harga total yang harus dibayar pelanggan</p>

No	Subyek Pengaturan	Diatur dalam Hukum Positif Lain	Arah Pengaturan dalam RPP Perdagangan Elektronik
		<p>Elektronis para pihak wajib:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. memberikan data dan informasi yang benar; dan b. menyediakan layanan dan menyelesaikan pengaduan. 	
8	Tenaga Ahli	<p><u>Dalam RPP PITE</u></p> <p style="text-align: center;">Pasal 27</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) Tenaga ahli yang digunakan oleh Penyelenggara Sistem Elektronik harus memiliki keahlian di bidang Sistem Elektronik atau Teknologi Informasi, yang didukung oleh sertifikat keahlian. (2) Untuk penyelenggaraan Sistem Elektronik yang bersifat strategis, tenaga ahli yang digunakan harus warga negara Indonesia. <p><i>Penjelasan : Yang dimaksud dengan SE yang bersifat strategis ialah Sistem Elektronik yang berdampak serius terhadap pertahanan dan</i></p>	<p>Selain memuat ketentuan keharusan memiliki tenaga ahli sebagaimana dimaksud dalam RPP PITE, pelaku usaha perdagangan secara Elektronik juga harus memiliki tenaga pendukung terkait fungsi pengamanan data/informasi Elektronik, retensi dokumentasi elektronik, pengawasan validitas barang/jasa yang diperdagangkan secara Elektronik, meliputi peningkatan aspek terkait prosedur pengaduan dan penanganan sengketa perdagangan Elektronik.</p>

No	Subyek Pengaturan	Diatur dalam Hukum Positif Lain	Arah Pengaturan dalam RPP Perdagangan Elektronik
		<p><i>keamanan Negara, pelayanan public, kelancaran penyelenggaraan negara, dan/atau kepentingan umum, seperti perbankan, keuangan, transportasi, perdagangan, telekomunikasi dan listrik.</i></p> <p>(3) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak berlaku apabila belum terdapat tenaga ahli berkewarganegaraan Indonesia.</p> <p>(4) Ketentuan mengenai jabatan tenaga ahli dalam penyelenggaraan SE yg bersifat strategis tunduk pada peraturan perundang-undangan di bidang ketenagakerjaan.</p> <p>(5) Ketentuan lebih lanjut sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) diatur dalam peraturan Menteri.</p>	
9	Kontrak Elektronik	<p><u>Dalam RPP PITE</u></p> <p>Pasal 47</p> <p>(1) Transaksi Elektronik dapat dilakukan berdasarkan Kontrak Elektronik atau bentuk kontrak lainnya.</p>	Kontrak Elektronik merupakan elemen penting dalam perdagangan Elektronik. Perjanjian perdagangan Elektronik adalah bentuk perjanjian jual beli yang memiliki kekuatan hukum yang sama dengan perjanjian

No	Subyek Pengaturan	Diatur dalam Hukum Positif Lain	Arah Pengaturan dalam RPP Perdagangan Elektronik
		<p>(2) Transaksi Elektronik dianggap sah apabila :</p> <ol style="list-style-type: none"> a. terdapat kesepakatan para pihak; b. dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau yang berwenang mewakili sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan; c. terdapat hal tertentu; dan d. objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan undang-undang. <p><i>(Catatan: Sesuai dengan syarat sah perikatan dalam 1338 KUHP)</i></p> <p style="text-align: center;">Pasal 48</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) Kontrak Elektronik dapat disusun dalam bentuk perjanjian Elektronik dan bentuk lainnya sebagai bentuk kesepakatan yang dilakukan oleh para pihak. (2) Kontrak Elektronik yang ditujukan kepada penduduk Indonesia harus 	<p>konvensional, dimana bukti transaksi Elektronik diakui ekuivalen dengan bukti dokumen yang ditulis.</p> <p>Pedoman UNCITRAL dalam menyajikan prinsip ekuivalen fungsional antara dokumen tertulis dan Elektronik layak diaplikasikan sebagai pengakuan bukti hukum atas transaksi perdagangan Elektronik.</p> <p>Mengingat konseptual hukum atas kontrak Elektronik masih relatif baru, maka diperlukan sebuah ketentuan-ketentuan baru yang terkait perdagangan secara Elektronik dalam koridor hukum positif di Indonesia dengan penekanan pada:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hubungan yang sejajar antara pelaku usaha dan konsumen, khususnya pemberian ruang tawar lebih luas bagi konsumen dalam format kontrak baku yang ditawarkan pelaku usaha. 2. Pemberlakuan sistem “3 klik” dalam kesepakatan kontrak transaksi perdagangan

No	Subyek Pengaturan	Diatur dalam Hukum Positif Lain	Arah Pengaturan dalam RPP Perdagangan Elektronik
		<p>dilengkapi dengan kontrak yang dibuat dalam Bahasa Indonesia.</p> <p>(3) Kontrak Elektronik yang dibuat dengan klausula baku tidak boleh bertentangan dengan ketentuan tentang klausula baku sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan.</p> <p>(4) Kontrak Elektronik wajib memuat, antara lain:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. data/informasi para pihak; b. objek dan spesifikasi; c. persyaratan transaksi Elektronik; d. harga dan biaya; e. prosedur dalam hal terdapat pembatalan dilakukan oleh para pihak; f. ketentuan yang memberikan hak kepada pihak yang dirugikan untuk dapat mengembalikan barang dan/atau meminta penggantian produk jika terdapat cacat tersembunyi; dan 	<p>Elektronis, yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Setelah calon pembeli melihat dilayar kompter adanya penawaran dari calon penjual (klik 1); 2. Calon pembeli memberikan penerimaan terhadap penawaran tersebut (klik 2); 3. Persyaratan adanya peneguhan dan persetujuan dari calon penjual kepada pembeli perihal diterimanya penerimaan dari calon pembeli (klik 3). <p>3. Pengakuan tanda tangan Elektronik dan <i>data message</i>. Keaslian <i>data message</i> dan tanda tangan Elektronik merupakan hal yang sangat vital dalam transaksi perdagangan Elektronik, mengingat <i>data message</i> menjadi dasar utama terciptanya suatu perjanjian Elektronik.</p> <p>4. Akseptabilitas penggunaan media <i>online</i> lain sebagai alat pembuktian kesepakatan kontrak Elektronik, seperti <i>video conference</i>.</p>

No	Subyek Pengaturan	Diatur dalam Hukum Positif Lain	Arah Pengaturan dalam RPP Perdagangan Elektronik
		g. pilihan hukum penyelesaian Transaksi Elektronik.	
10	Perlindungan Konsumen dalam perdagangan secara Elektronik	<p><u>Dalam UUPK & UU ITE</u> Pasal 1 ayat (1) UUPK mendefinisikan perlindungan konsumen dalam pengertian yang limitatif bahwa: <i>Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan konsumen</i></p> <p>Pasal 4 huruf h menyatakan bahwa: <i>konsumen antara lain memiliki hak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, jujur, tentang kondisi dan jaminan barang atau jasa.</i> Terkait perdagangan Elektronik Pasal 9 UU ITE juga menguatkan aspek perlindungan konsumen dalam transaksi perdagangan Elektronik dengan menyebutkan bahwa: <i>pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar terkait</i></p>	<p>Diperlukan perluasan tafsiran mengenai makna 'perlindungan konsumen' dimana juga mencakup seluruh aspek perlindungan konsumen yang melakukan transaksi Elektronik, bukan hanya konvensional. Selain itu juga diperlukan implementasi terkait perlindungan konsumen dalam koridor hukum positif lainnya.</p> <p>Penguatan perlindungan konsumen dalam perdagangan secara Elektronik adalah aspek yang sangat penting. Penguatan tidak cukup hanya sebatas pengaturan regulasi, diperlukan penguatan dalam bentuk mekanisme kelembagaan yang meningkatkan signifikansi dan kepercayaan (kredibilitas) dari lembaga-lembaga terkait yang memiliki kewenangan untuk melindungi kedua belah pihak (konsumen dan produsen) dari praktik penipuan dan penyalahgunaan media internet.</p>

No	Subyek Pengaturan	Diatur dalam Hukum Positif Lain	Arah Pengaturan dalam RPP Perdagangan Elektronik
		<p><i>dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan.</i></p> <p>Hal ini diperkuat oleh Pasal 10 ayat 1 yang menyatakan bahwa: <i>setiap pelaku usaha yang menyelenggarakan transaksi Elektronik dapat disertifikasi oleh Lembaga Sertifikasi Keandalan (CA). Sertifikasi CA dapat digunakan sebagai bukti bahwa pelaku usaha layak melakukan perdagangan secara Elektronik.</i></p>	<p>Bentuk penguatan mekanisme kelembagaan dapat dilakukan dengan memperkuat fungsi lembaga keandalan sebagai pihak ketiga yang dapat dipercaya dalam menerbitkan Sertifikat Digital dan membuat iklim perdagangan Elektronik menjadi lebih aman dan terpercaya oleh masyarakat pengguna. Empat aspek keamanan sesuai dengan falsafah pendirian institusi CA, yaitu <i>authentication</i> (otentisitas), <i>integrity</i> (integritas), <i>non-repudation</i> (tidak dapat disangkal), dan <i>confidentiality</i> (pertukaran informasi sesuai kelayakan penerima).</p>
11	Praktik bisnis yang adil	<u>Belum diatur</u>	<p>RPP Perdagangan secara Elektronik akan menitikberatkan pada pentingnya membangun kepercayaan antara pelaku usaha dan konsumen dalam perdagangan Elektronik melalui penerapan praktik bisnis yang adil dan tidak merugikan semua pihak.</p> <p>Penerapan praktik bisnis yang adil memerlukan penguatan sistem hukum yang mengatur perlindungan kedua belah pihak (pelaku usaha dan konsumen), kebijakan praktis, dan</p>

No	Subyek Pengaturan	Diatur dalam Hukum Positif Lain	Arah Pengaturan dalam RPP Perdagangan Elektronik
			<p>kebijakan proteksi yang dapat diandalkan, yang bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan menjaga derajat keseimbangan hak dan kewajiban antara konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi perdagangan Elektronik.</p> <p>Seperti yang telah disebutkan oleh Komite OECD, bahwa tujuan OECD adalah membangun pola relasi simetris antara pelaku usaha dan konsumen yang melakukan transaksi secara Elektronik. Pemerintah nasional, pelaku usaha, dan konsumen harus menjalin kerjasama yang baik dan efektif untuk manfaat bagi semua pihak, dimana hak-hak konsumen dalam perdagangan Elektronik harus memperoleh perhatian khusus dan diproteksi kebijakan regulasi dan mekanisme kelembagaan yang komprehensif.</p>
12	Transparansi dan pengungkapan informasi	<u>Belum diatur</u>	RPP perdagangan secara Elektronik akan mengatur bentuk pengungkapan informasi <i>online</i> sebagai salah satu bentuk tindakan perlindungan konsumen dengan menitikberatkan pada pengungkapan informasi

No	Subyek Pengaturan	Diatur dalam Hukum Positif Lain	Arah Pengaturan dalam RPP Perdagangan Elektronik
			<p>yang meliputi:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengungkapan informasi mengenai bisnis, meliputi legalitas dan identitas bisnis, domisili, alamat email atau kontak Elektronik lain, nomor telepon, alamat registrasi, dan lisensi dan sertifikasi terkait yang dikeluarkan oleh otoritas berwenang (misal: dokumen izin ekspor bagi pelaku usaha yang memiliki cakupan perdagangan <i>cross border</i>); 2. Informasi mengenai barang/jasa, meliputi aksesabilitas konsumen untuk mengunduh representasi barang sebagai rujukan melakukan transaksi dan alat bukti ketika barang yang dikirim tidak sesuai dengan representasi yang telah diunduh; 3. Informasi mengenai transaksi, meliputi keharusan pelaku usaha perdagangan Elektronik untuk merinci secara jelas dan detail terkait <i>terms and conditions</i> dari transaksi, termasuk seluruh biaya yang harus dikeluarkan oleh konsumen

No	Subyek Pengaturan	Diatur dalam Hukum Positif Lain	Arah Pengaturan dalam RPP Perdagangan Elektronik
13	Konfirmasi jual beli	<u>Belum diatur</u>	<p>RPP Perdagangan secara Elektronik akan mengatur tentang detail konfirmasi perjanjian jual beli yang harus dipenuhi oleh konsumen, sehingga konsumen tidak melakukan kesepakatan sebelum seluruh persyaratan terpenuhi.</p> <p>Pengaturan mekanisme <i>acceptance</i> berkaitan tentang pernyataan telah diterimanya suatu penawaran oleh konsumen. Pihak yang memberikan penawaran harus menjelaskan secara terperinci metode penerimaan jika penawaran tersebut diakseptasi (dalam bentuk konfirmasi), serta harus dipastikan bahwa perjanjian <i>online</i> yang disepakati sudah memiliki pengamanan khusus seperti tanda tangan digital (<i>digital signature</i>).</p>
14	Metode pembayaran	<p>Undang – Undang serta Peraturan Bank Indonesia yang berlaku antara lain:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pencegahan tindak Pidana Pencucian Uang dan pendanaan terorisme 	<p>Penyelesaian transaksi perdagangan Elektronik melalui skema kerjasama antara <i>merchant</i> dan PJK atau perantara pembayaran (<i>payment intermediary</i>) wajib mengikuti ketentuan terkait sistem pembayaran yang berlaku efektif.</p>

No	Subyek Pengaturan	Diatur dalam Hukum Positif Lain	Arah Pengaturan dalam RPP Perdagangan Elektronik
		<ul style="list-style-type: none"> - Transfer Dana - Mata Uang - Sistem Kliring Nasional (SKN) - <i>Real Time Gross System</i> (RTGS) - Hubungan Rekening Giro antara Bank Indonesia dengan Pihak Ekstern - Penyelenggaraan kegiatan alat pembayaran dengan menggunakan kartu - Kegiatan usaha pengiriman uang - Daftar Hitam Nasional - Laporan penyelenggaraan kegiatan alat pembayaran dengan menggunakan kartu oleh bank perkreditan rakyat dan lembaga selain bank. - Uang Elektronik - Self-Regulatory Organization di Bidang 	<p>Kepatuhan pada ketentuan tersebut di atas memastikan perlindungan terhadap merchant maupun konsumen dalam bentuk penyelesaian transaksi maupun sengketa (<i>dispute</i>) sesuai ketentuan berlaku dalam pengawasan otoritas terkait.</p> <p>Skema kerjasama antara merchant dengan PJK atau payment intermediary, wajib mencakup pengaturan mekanisme pembayaran kembali (<i>chargeback</i>) dan pembatalan pemesanan barang/jasa tertentu serta pengembalian dana milik konsumen sesuai ketentuan yang dituangkan dalam perjanjian kerjasama.</p> <p>Dalam hal penyelesaian transaksi perdagangan Elektronik yang dilakukan di luar bentuk skema kerjasama antara <i>merchant</i> dan PJK (<i>customer to costumer</i>), <i>merchant</i> dan PJK memiliki kewajiban terbatas dalam penyelesaian transaksi dimaksud.</p>

No	Subyek Pengaturan	Diatur dalam Hukum Positif Lain	Arah Pengaturan dalam RPP Perdagangan Elektronik
		Sistem Pembayaran	
15	Aplikasi kerahasiaan atas hak-hak pribadi konsumen	<u>Belum diatur</u>	<p>Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana Indonesia belum mengatur yurisdiksi hukum pelanggaran terhadap doktrin <i>privacy</i> yang terjadi di dunia <i>cyber</i>, sehingga berdampak pada perlindungan hak-hak pribadi. Dalam dunia <i>cyber</i>, hak-hak pribadi berkaitan erat dengan permasalahan perlindungan data-data pribadi karena mungkin saja data perseorangan diakses oleh pihak yang tidak berhak.</p> <p>Konsep <i>privacy rights</i> meliputi hal: 1) Data perorangan yang diartikan sebagai informasi yang berkaitan erat dengan perorangan seperti data pribadi, data keadaan keuangan, rekam jejak pekerjaan, data kesehatan, dan rekam jejak kejahatan, dan 2) Hak perseorangan adalah hak individual untuk melakukan sesuatu sesuai kehendaknya. Terkait informasi Elektronik, hak pribadi adalah hak seseorang untuk menentukan apakah informasi pribadi dapat disebar atau tidak kepada pihak lain.</p>

No	Subyek Pengaturan	Diatur dalam Hukum Positif Lain	Arah Pengaturan dalam RPP Perdagangan Elektronik
			RPP Perdagangan secara Elektronik akan mengatur sejauh mana penerapan konsep privasi harus memperhatikan aspek keamanan transaksi online secara holistik, khususnya dalam melindungi kepentingan semua pihak yang terlibat dalam perdagangan Elektronik.
16	Edukasi konsumen	<u>Dalam RPP PITE</u> Bentuk edukasi yang diberikan kepada konsumen sekurang-kurangnya mencakup tentang hak, kewajiban, dan tanggung jawab seluruh pihak terkait, serta prosedur pengajuan komplain (diatur dalam pasal 62 ayat 2 Draft PP ITE)	RPP Perdagangan secara Elektronik menekankan pentingnya pengaturan pasal secara lebih spesifik mengenai kewajiban pelaku usaha dan pemerintah untuk melindungi konsumen melalui peningkatan kesadaran konsumen terhadap penyelenggaraan perdagangan Elektronik, serta peningkatan peran aktif konsumen dalam melakukan praktik bisnis melalui media Elektronik.
17	Resolusi konflik Elektronik (<i>Online dispute resolution</i>)	<u>Belum diatur</u>	Salah satu langkah penting untuk melindungi konsumen dalam transaksi perdagangan Elektronik adalah eksistensi prosedur penyelesaian sengketa online. Eksistensi tersebut sangat mempengaruhi kekuatan proteksi konsumen secara lebih luas.

No	Subyek Pengaturan	Diatur dalam Hukum Positif Lain	Arah Pengaturan dalam RPP Perdagangan Elektronik
			RPP Perdagangan Elektronik menekankan pentingnya kebebasan mengakses informasi yang jelas dan benar tentang prosedur ODR, peningkatan kemampuan teknikal konsumen, dan pemahaman terhadap keberadaan payung hukum tentang prosedur ODR.
18	Mekanisme penyelesaian sengketa perdagangan Elektronik	<p><u>Dalam RUU Perdagangan</u> Pasal 57 3. Dalam hal terjadi sengketa terkait dengan transaksi dagang melalui sistem Elektronik, orang atau badan usaha yang mengalami sengketa dapat menyelesaikan sengketa tersebut melalui pengadilan, atau melalui mekanisme penyelesaian sengketa lainnya.</p>	RPP Perdagangan Elektronik akan menitikberatkan kepada mekanisme ADR (<i>Alternative Dispute Resolution</i>), termasuk mediasi, negosiasi dan arbitrase terhadap semua hubungan yang bersifat privat. Sementara hubungan public akan diarahkan langsung kepada mekanisme pengadilan.
19	Mekanisme ganti rugi lintas negara	<u>Belum diatur</u>	RPP perdagangan Elektronik menekankan pentingnya pengaturan kesepakatan mekanisme ganti rugi lintas negara (<i>cross border redress</i>). Peran negara ASEAN dalam menciptakan pasar tunggal dan penerapan jaringan komunikasi lintas ASEAN melalui e-ASEAN sangat vital bagi pembentukan mekanisme ganti rugi lintas negara.

No	Subyek Pengaturan	Diatur dalam Hukum Positif Lain	Arah Pengaturan dalam RPP Perdagangan Elektronik
			<p>RPP perdagangan Elektronik harus mengatur permasalahan penyelesaian sengketa lintas negara, khususnya ASEAN dengan tujuan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen melakukan transaksi perdagangan secara Elektronik, karena dimungkinkan adanya <i>cross border complaint</i> untuk meningkatkan posisi tawar konsumen terhadap pelaku usaha (<i>vendor</i>) yang berdomisili di negara lain.</p> <p>Penguatan regulasi dan aspek kelembagaan terutama sinkronisasi kebijakan perlindungan konsumen lintas negara ASEAN dibutuhkan untuk menciptakan iklim bisnis online yang efektif mendorong peningkatan volume perdagangan dan daya saing nasional dan regional.</p>
20	Penyelenggaraan Sistem Pembayaran Perdagangan Elektronik	Undang – Undang serta Peraturan Bank Indonesia yang berlaku efektif terkait: - Anti pencucian uang dan pendanaan terorisme	Dalam rangka penerapan program anti pencucian uang serta pendanaan terorisme (APU PPT) maka penyelenggara perdagangan

No	Subyek Pengaturan	Diatur dalam Hukum Positif Lain	Arah Pengaturan dalam RPP Perdagangan Elektronik
		<ul style="list-style-type: none"> -Transfer Dana -Mata Uang - Sistem Kliring Nasional (SKN) - <i>Real Time Gross System</i> (RTGS) -Hubungan Rekening Giro antara Bank Indonesia dengan Pihak Ekstern Penyelenggaraan kegiatan alat pembayaran dengan menggunakan kartu -Kegiatan usaha pengiriman uang -Daftar Hitam Nasional -Laporan penyelenggaraan kegiatan alat pembayaran dengan menggunakan kartu oleh bank perkreditan rakyat dan lembaga selain bank. -Uang Elektronik -<i>Self-Regulatory Organization</i> di Bidang Sistem Pembayaran 	<p>Elektronis wajib menatausahakan data konsumen sesuai ketentuan terkait.</p> <p>Data dimaksud diatas wajib dikinikan dan diberikan pada otoritas pengawasan terkait tanpa kerahasiaan untuk kepentingan penyelidikan sewaktu-waktu jika diperlukan.</p> <p>Penyelenggara perdagangan Elektronik wajib melaporkan kepada otoritas pengawas terkait, atas transaksi dalam jumlah nominal tertentu.</p> <p>Penyelenggara perdagangan Elektronik wajib melaporkan transaksi pembelian atau penjualan barang atau jasa yang dikategorikan beresiko tinggi atau terkait pendanaan terorisme.</p> <p>Otoritas pengawas terkait atau badan independen yang ditunjuk, wajib mengembangkan dan mengelola ketentuan mengenai daftar hitam perdagangan nasional yang di tingkat perorangan, lembaga atau negara yang dikategorikan terlarang</p>

No	Subyek Pengaturan	Diatur dalam Hukum Positif Lain	Arah Pengaturan dalam RPP Perdagangan Elektronik
			<p><i>(prohibited/sanctioned)</i> atau beresiko tinggi.</p> <p>Penyelenggara perdagangan Elektronik yang bekerjasama dengan penyedia jasa keuangan (PJK) atau perantara pembayaran (<i>Payment Intermediary</i>) untuk penyelesaian pembayaran transaksi wajib memastikan PJK atau payment intermediary dimaksud memiliki tingkat kesehatan serta kepatuhan terhadap regulasi yang baik sesuai ketentuan dan penilaian berkala oleh otoritas pengawas terkait.</p> <p>Penyelenggara perdagangan Elektronik wajib membuat perjanjian kerjasama yang memenuhi <i>arm's length principle</i> dengan PJK sebelum memulai kerjasama dalam penyelesaian transaksi pembayaran.</p>
21	Perpajakan atas transaksi perdagangan elektronik	Belum diatur	Terdapat beberapa arahan strategis kami terkait ketentuan perpajakan atas transaksi perdagangan elektronik yang dapat dikaji dan dianalisis lebih mendalam dan komprehensif pada pembahasan mengenai Rancangan

No	Subyek Pengaturan	Diatur dalam Hukum Positif Lain	Arah Pengaturan dalam RPP Perdagangan Elektronik
			<p>Peraturan Pemerintah (RPP) tentang perdagangan elektronik (<i>E-commerce</i>), diantaranya:</p> <ol style="list-style-type: none"> 9. Permasalahan legalitas dokumen <i>E-commerce</i> dalam lalu lintas perpajakan. 10. Perhitungan nilai transaksi yang dikenakan pajak dalam transaksi <i>E-commerce</i>. 11. Penggunaan dokumen transaksi <i>E-commerce</i> sebagai alat bukti sah pelaporan perpajakan. 12. Dasar untuk penyusunan pembukuan perpajakan melalui bukti-bukti dokumen elektronik yang dapat dibuktikan aliran kas dan barangnya. 13. Definisi tentang waktu pengakuan dari penyerahan barang/jasa kena pajak secara elektronik (apakah dapat diakui sesuai dengan kesepakatan kontrak elektronik atau setelah penyelesaian pembayaran diantara kedua belah pihak). 14. Perhitungan besarnya pajak pertambahan nilai (PPN) terutang atas barang/jasa

No	Subyek Pengaturan	Diatur dalam Hukum Positif Lain	Arah Pengaturan dalam RPP Perdagangan Elektronik
			<p>yang diperjualbelikan secara elektronik, termasuk bagaimana mekanisme dan jangka waktu pengkreditan pajak masukan/keluaran, dasar perhitungan PPN (DPP), saat terutangnya PPN, tarif PPN (apakah diberlakukan tarif khusus selain tarif tunggal 10%), serta desain dan penunjukkan institusi yang berhak menagih dan mengelola pembayaran pajak pertambahan nilai (PPN) atas perdagangan elektronik.</p> <p>15. Ketentuan mengenai subjek, objek, dan wajib pajak penghasilan dan pajak pertambahan nilai atas transaksi <i>e-commerce</i>.</p> <p>16. Sinkronisasi dengan ketentuan pajak yang dipungut daerah dalam suatu desain otonomi daerah yang tidak mengesampingkan kepentingan daerah dalam memungut pajak yang dikenakan atas transaksi perdagangan elektronik.</p>