

BABI

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penulisan

Melihat perkembangan dan kemajuan dalam bidang teknologi informasi dan telekomunikasi, dunia seakan-akan mengecil karena jarak dan waktu terasa semakin dekat dan cepat. Dengan mudah kita dapat berkomunikasi dengan orang lain yang tempatnya berjauhan. Kemajuan teknologi informasi dan telekomunikasi membawa dampak terhadap penyebaran informasi dan kebutuhan akan informasi itu sendiri. Salah satu bentuk kemajuan teknologi informasi dan telekomunikasi adalah *Internet*, yang memungkinkan pengguna teknologi ini mengakses informasi dan melakukan transaksi *on-line* kapan saja dan di mana saja.

Transaksi melalui *Internet* memiliki berbagai kelebihan, dimana kita hanya cukup duduk di depan komputer lalu "klik" ke alamat yang dituju dan selanjutnya berbagai informasi, barang dan jasa dapat kita akses dengan cepat dan mudah. Namun demikian dalam transaksi melalui *Internet* ini banyak permasalahan yang muncul sebagai akibat dari karakteristik transaksi melalui *Internet* itu sendiri.²

Dewasa ini di Indonesia telah muncul berbagai bentuk kegiatan bisnis yang dilakukan melalui media *Internet*, salah satunya adalah perdagangan secara elektronik atau yang lebih dikenal dengan istilah

Komputer telah tersambung dengan jaringan *Internet*.

Karakteristik utama dalam transaksi melalui *Internet* yang menimbulkan permasalahan adalah bahwa transaksi dilakukan melalui media elektronik, tanpa tatap muka secara fisik dan pembuktian adanya transaksi dalam bentuk dokumen digital.

e-commerce? Namun sampai saat ini belum ada aturan yang secara khusus mengatur *e-commerce* tersebut⁴, sehingga apabila timbul permasalahan dalam transaksi *e-commerce*, maka penyelesaiannya cenderung sulit dilakukan. Hal ini terutama berkaitan dengan persoalan kapan terjadinya kesepakatan dalam transaksi *e-commerce*, kekuatan dokumen digital sebagai alat bukti di pengadilan, perlindungan hukum atas konsumen yang melakukan transaksi *e-commerce*, perlindungan hukum dalam pendaftaran *domain name*, pengaturan perpajakan dalam transaksi yang dilakukan melalui jasa *Internei* uan penentuan hukum yang mengatur dan forum penyelesaian sengketa yang timbul dalam transaksi *e-commerce*.

Dalam *e-commerce*, kesepakatan untuk menutup suatu kontrak tidak dilakukan secara tertulis ataupun lisan, akan tetapi melalui transmisi *data message*³ melalui media *Internet*. Komunikasi tersebut diawali dengan adanya penawaran oleh salah satu pihak dan penerimaan oleh pihak lain. Pembuktian adanya proses penawaran dan penerimaan melalui media elektronik berjalan melalui dunia maya (*cyber*) telah diatur oleh Masyarakat Eropa melalui sistem 3 (tiga) klik, yaitu pada saat calon pembeli melihat di layar komputer adanya penawaran dari calon penjual (**klik pertama**), dan pada saat pembeli melakukan penerimaan terhadap penawaran tersebut

Istilah *e-commerce* lebih mewakili berbagai bentuk transaksi komersial melalui *Internet* dan lebih dikenal luas oleh para pengguna jasa *Internet*.

⁴ Aturan yang dimaksud dalam penulisan ini adalah peraturan perundang-undangan (hukum publik) yang dibuat secara khusus oleh pemerintah dan/atau badan legislatif.

⁵ *Data message* 'v' merupakan catatan dalam bentuk *etec/ronic data / document digital* di dalam *server* yang dimiliki oleh *Internet Service Provider (ISP)*.

⁶ Setiawan, SH.. *ELECTRONIC COMMERCE* : Tinjauan Dari Segi Hukum Kontrak (Suatu Catatan Singkat), Makalah Seminar Sehari : Indonesia Memasuki Era *e-commerce*, Flores Room Hotel Borobudur Jakarta, Program Pascasarjana, Universitas Pelita Harapan, Jakarta, 28 Marct 2000, p.57.

(klik kedua) dan selanjutnya konfirmasi dari calon penjual kepada calon pembeli mengenai diterimanya penerimaan dari calon pembeli (klik ketiga). Dalam transaksi *e-commerce*, klik pertama dan klik kedua merupakan kesepakatan awal dan klik ketiga merupakan kesepakatan akhir (final) yang mengikat para pihak. Namun masalahnya, sistem 3 (tiga) klik ini tidak memberi tahu berapa lama tenggang waktu yang disyaratkan antara klik pertama, kedua dan ketiga.⁷

Pada transaksi dimana kesepakatan para pihak dalam mengatur setiap hak dan kewajiban dituangkan dalam dokumen kertas (*paper based transaction*), apabila terjadi sengketa di antara para pihak, maka pada umumnya dokumen kertas itulah yang akan diajukan sebagai alat bukti oleh masing-masing pihak. Hal ini berbeda dengan transaksi *e-commerce* yang karena dilakukan melalui media elektronik, maka transaksi yang terjadi tercatat secara elektronik dalam bentuk data elektronik atau dokumen digital (*paperless transaction*). Berdasarkan Hukum Acara di Indonesia data elektronik atau dokumen digital dalam transaksi *e-commerce* tidak disebut sebagai bukti yang sah.⁸ Persoalannya adalah apakah data elektronik atau dokumen digital tersebut dapat dijadikan alat bukti yang sah di pengadilan dan apakah hasil cetak (*print-out*) dari data elektronik atau dokumen digital dalam bentuk *hardcopy* (*kertas*) dapat dijadikan alat bukti yang sah mengingat pengaturan yang ada mengakui pengalihan bentuk dokumen *paper* ke bentuk dokumen *paperless* ?

⁷ Ibid.

Baik hukum Acara Perdata maupun Pidana Indonesia tidak menyebut data elektronik atau dokumen digital sebagai salah satu alat bukti di pengadilan.

Dalam transaksi melalui *Internet*, para pihak tidak bertatap muka secara langsung, sehingga pelaku usaha yang melakukan penawaran tidak mengenal secara fisik konsumen yang akan melakukan penerimaan dan sebaliknya. Para pengguna *Internet* hanya perlu duduk di depan layar komputer yang telah tersambung dengan jaringan *Internet*, menggunakan "alamat-maya", sehingga sulit untuk mengetahui siapa sebenarnya yang menggunakan "alamat" tersebut. Mengingat interaksi antara konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi *e-commerce* dilakukan secara *on-line*, maka konsumen tidak dapat langsung memeriksa barang yang dipesan, sehingga tidak ada jaminan atas kualitas, kuantitas, keamanan dalam suatu barang atau jasa yang ditawarkan. Di samping itu konsumen sering tidak mendapatkan informasi yang lengkap untuk melakukan verifikasi atas barang atau jasa yang ditawarkan. Belum lagi apabila barang yang dipesan konsumen tidak sesuai dengan pesanan, terlambat atau sama sekali tidak diserahkan oleh pelaku usaha. Demikian juga halnya perlindungan hukum terhadap data keuangan dan data pribadi nasabah yang diakses melalui *Internet Banking*. Pada umumnya ada tiga aspek dari data pribadi nasabah, antara lain : data mengenai pribadi nasabah, data yang dimiliki nasabah dan data atas komunikasi dan transaksi yang dilakukan nasabah. Seluruh aspek ini harus mendapat perlindungan hukum dalam melakukan transaksi perbankan khususnya melalui *Internet Banking*.

Pengguna *Internet* mungkin tidak memberikan data yang sebenarnya, baik mengenai nama, alamat maupun informasi lainnya untuk melindungi privasi datanya. Hal ini menimbulkan alamat fiktif yang tentunya dapat merugikan salah satu pihak yang melakukan transaksi melalui media elektronik.

Dalam transaksi *e-commerce*, pemilik *website* dapat mengetahui *Internet Service Provider* (ISP) yang dipakai oleh konsumen, sedangkan data mengenai konsumen hanya dimiliki oleh ISP.

Domain name adalah identitas yang dipakai oleh para pengguna *Internet*. Identitas ini berfungsi sebagai alamat pengguna jasa *Internet* untuk melakukan komunikasi dan interaksi dengan sesama pengguna jasa *Internet* lainnya. *Domain name* dapat berupa nama, susunan huruf, kata dan/atau angka, sehingga memiliki daya pembeda dengan *domain name* lain. *Domain name* dalam perkembangannya memiliki fungsi yang hampir sama dengan merek yaitu sebagai tanda pengenal untuk membedakan dengan *domain name* lain. Di samping itu, *domain name* juga digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa sebagai alat promosi bagi produk yang dihasilkannya melalui *website* yang dimiliki pelaku usaha.

Kemungkinan sistem pendaftaran "*domain name*" yang dapat dilakukan oleh siapa saja dan dari manapun juga dan masih kurang tanggapnya sebagian besar pelaku bisnis yang telah terlanjur mempunyai nama yang terkenal melalui produknya menyebabkan pendaftaran *domain name* sering disalahgunakan oleh orang-orang tertentu untuk mendapatkan keuntungan dengan mendaftarkan nama-nama yang telah dikenal dan populer di masyarakat, dengan tujuan untuk menjualnya kembali kepada pihak yang berkeper.tingan atas nama tersebut dengan harga yang jauh di atas harga pendaftarannya. Benang merah antara merk dan *domain name* juga sangat menarik untuk dikaji secara yuridis, yang nantinya hasil kajian tersebut diharapkan dapat mengatasi persoalannya mengenai kapan dan

¹¹ Ada dua kebijakan pendaftaran *domain name* yang berlaku saat ini, yaitu pendaftaran yang dilakukan berdasarkan asas *first file first serve* tanpa melihat hubungan antara pendaftar dengan *domain name*; dan pendaftaran yang dilakukan berdasarkan asas **itikad baik** dengan melihat hubungan antara pendaftar dengan *domain name*.

bagaimana penggunaan *domain name* dianggap sebagai pelanggaran merk bila misalnya seseorang di Indonesia ingin mendaftarkan *domain name* :
, dan secara kebetulan orang tersebut bernama Nike dan bukan dimaksudkan untuk menggunakan salah satu merk sepatu terkenal.

Berdasarkan survey majalah *Internet*¹, animo pengguna jasa *Internet* di Indonesia belum sebesar pengguna jasa *Internet* di negara maju. Hal ini mungkin melatarbelakangi kebijakan pemerintah dalam peraturan perpajakan nasional yang belum mengakomodasikan transaksi *e-commerce* sebagai objek yang dapat dikenakan pajak. Di samping itu, ada beberapa ketentuan perpajakan yang belum mampu meng-cover karakteristik *e-commerce*. Namun demikian pelayanan yang diberikan oleh perusahaan penyedia jasa *Internet* sudah merupakan salah satu jasa yang dikenakan pajak oleh pemerintah.

Seiring kali transaksi *e-commerce* merupakan transaksi lintas batas negara, dimana hubungan-hubungan hukum yang terjadi bukan merupakan hubungan keperdataan nasional yang tunduk pada hukum perdata dari negara tertentu saja, tetapi merupakan ruang lingkup Hukum Perdata Internasional. Mengingat transaksi *e-commerce* bersifat *borderless*, yang tidak mengenal batas negara, maka sulit untuk menentukan di negara mana peristiwa hukum itu terjadi. Apakah hukum yang berlaku ditentukan berdasarkan subjek hukumnya, yaitu hukum negara dari konsumen atau hukum negara dari pelaku usaha? Apakah hukum yang berlaku lebih tepat

¹ Survey dilaksanakan oleh Majalah *Internet* dan didukung oleh Tempo Interaktif, Kompas Cybermedia, Microsoft, Umax, APJII, Wamet dan diselenggarakan pada kuartal terakhir tahun 1999 melalui *on-line* dan *off-line* (penyebaran kuesioner cetak di majalah, warnet dan kampus).

ditentukan dari objek hukumnya, yaitu hukum tempat pengiriman atau penerimaan objek transaksi ? Apabila terjadi sengketa, bagaimana cara menentukan yurisdiksi hukum yang berwenang menyelesaikan sengketa tersebut ? Pertanyaan-pertanyaan ini merupakan masalah-masalah yang terletak dalam bidang Hukum Perdata Internasional.¹ Persoalan ini timbul apabila para pihak yang melakukan transaksi belum menentuakan terlebih dahulu hukum yang akan mengatur dan forum penyelesaian sengketa.

Asas-asas hukum positif yang berkaitan dengan fenomena *e-commerce* dalam penulisan ini di'otasi pada ruang lingkup hukum; perdata, hukum perlindungan konsumen, hukum hak atas kekayaan intelektual, hukum perpajakan dan hukum perdata internasional. Ruang lingkup ini dengan sendirinya akan terus berkembang seiring dengan perkembangan yang terjadi pada pemanfaatan *Internet* di kemudian hari.'

Lahimya pemikiran untuk membenl.uk aturan hukum yang khusus mengatur tentang transaksi melalui media elektronik muncul terutama disebabkan oleh hukum positif Indonesia yang tidak sepenuhnya mampu merespon permasalahan-permasalahan yang timbul sebagai akibat dari karakteristik *e-commerce* itu sendiri. Ketidlakmampuan ini pada akhirnya akan melemahkan atau bahkan mengusangkan prinsip-prinsip hukum yang sudah mapan seperti asas pembuktian dalam hukum acara Indonesia dan prinsip kedaulatan. Kedua kondisi ini berada pada posisi yang dilematis

¹³ Bayu Seto, SR. LL.M, DASAR-DASAR HUKUM PERDATA INTERNASIONAL. PT Citra Aditya Bakti, Cetakan I, 1992, pp. 8-11.

Ruang lingkung bidang hukum lain yang berkaitan dengan pemanfaatan *Internet* antara lain bidang hukum perbankan, hukum pidana, hukum asuransi dan hukum persaingan usaha.

ketika harus berhadapan dengan kenyataan bahwa para pelaku yang terlibat dalam pemanfaatan *Internet* telah mengenal dan mengakui data elektronik atau dokumen digital dan hasil cetakannya sebagai bukti adanya transaksi dan penentuan hukum yang mengatur dan forum penyelesaian sengketa yang tidak lagi tunduk pada batasan kewarganegaraan dan kedaulatan suatu negara.

Untuk menjawab berbagai permasalahan yang diuraikan tersebut di atas, selain pendekatan dari beberapa asas hukum dalam hukum positif, juga akan diuraikan beberapa aspek hukum dari konvensi internasional dan hukum positif dari negara lain yang dapat dijadikan pedoman dan pertimbangan bagi pembentukan hukum tentang *e-commerce* di Indonesia.

Sampai saat ini lembaga legislatif Indonesia belum membuat peraturan yang secara khusus mengatur mengenai transaksi secara elektronik (*e-commerce*).¹⁵ Hal ini tentu mengkhawatirkan mengingat berbagai kelemahan dalam *e-commerce*. Dalam hal ini tampak jelas diperlukannya suatu reformasi hukum yang secara khusus mengatur *e-commerce* untuk memberikan perlindungan bagi para pelaku usaha yang menggunakan *e-commerce* sebagai basis transaksi bisnisnya. Namun apabila pengaturan tentang *e-commerce* sepenuhnya diserahkan kepada lembaga legislatif, maka dikhawatirkan materi hukum yang disajikan dalam bentuk undang-undang hanya bersifat umum dan pokok sehingga tidak efektif sebagai jaminan dan pedoman bagi para pihak dalam melakukan

Pada saat penulisan ini dibuat, ada dua rancangan undang-undang yang berkaitan dengan teknologi *Internet*, namun masih dalam tahap pembahasan di lembaga legislatif.

transaksi *e-commerce*. Di samping itu, pemerintah dan para pembentuk undang-undang di wilayah Republik Indonesia sampai saat ini belum mengambil sikap tegas apakah transaksi melalui media elektronik khususnya *Internet* perlu diatur dalam undang-undang atau cukup diberikan kepada para pengguna *Internet* untuk mengaturnya sendiri dalam suatu regulasi yang sifatnya sektoral ?

Berbagai permasalahan dalam transaksi *e-commerce* di atas akan dibatasi pembahasannya masing-masing pada Bab II penulisan ini, sehingga pokok permasalahan berikut upaya penyelesaiannya dapat diuraikan secara terarah dan tidak tumpang tindih.¹⁶

Melihat permasalahan tersebut maka penulis berkeinginan untuk menelaah lebih lanjut dalam tuisan yang berjudul:

"TINJAUAN YURIDIS DAN KONSEP PERUBAHAN HUKUM POSITIF INDONESIA DALAM MENJAWAB FENOMENA *E-COMMERCE* ".

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka untuk memperjelas permasalahan yang akan diuraikan dalam tesis ini, penulis membatasi permasalahan sebagai berikut:

&. Apakah bentuk kesepakatan dalam transaksi *e-commerce* memenuhi salah satu unsur perjanjian dalam perspektif hukum perikatan

Ada kalanya suatu permasalahan **hukum memiliki** lebih dari satu titik taut bidang hukum, sehingga perlu adanya pembatasan permasalahan yang akan dibahas dalam penulisan ini.

Indonesia ? Bagaimana kedudukan data elektronik atau dokumen digital dalam hukum pembuktian Indonesia ?

- b. Apakah prinsip-prinsip hukum dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen mampu mengayomi para konsumen yang melakukan transaksi *e-commerce* khususnya transaksi yang berkaitan dengan unsur asing ? Bagaimana pula bentuk perlindungan atas data keuangan sekaligus data pribadi nasabah yang diakses melalui *Internet Banking* ?
- c. Apakah Undang-Undang I Iak Atas Kekayaan Intelektual khususnya prinsip-prinsip dalam Undang-Undang Merek dapat dijadikan dasar pengaturan *domain name* yang memiliki kesamaan dengan merek ?
- d. Apakah transaksi *e-commerce* merupakan objek dari Hukum Pajak ? Sejauh mana prinsip-prinsip umum perpajakan dapat diterapkan untuk mengatur aspek perpajakan dalam *e-commerce* ?
- e. Apakah prinsip-prinsip Hukum Perdata Internasional dapat diterapkan untuk menjawab persoalan *e-commerce* yang berkaitan dengan transaksi lintas batas negara khususnya mengenai hukum yang mengatur dan forum penyelesaian sengketa ?
- £ Bagaimana ketentuan-ketentuan dalam hukum positif negara lain, *model laws* dan konvensi internasional yang mengatur tentang *e-commerce* ? Apakah ada prinsip-prinsip hukum yang dapat diadopsi untuk dijadikan dasar pembentukan hukum tentang *e-commerce* ?

- g. Sejauh mana paradigma perubahan hukum positif dibutuhkan untuk mengatur *e-commerce* di Indonesia ? Apakah pengaturan tentang *e-commerce* harus dituangkan dalam suatu undang-undang yang khusus atau cukup diatur oleh lembaga tersendiri sesuai bidang usaha masing-masing ?

1.3. Tujuan Penulisan

Berdasarkan latar belakang perumusan masalah di atas, maka penulisan ini dimaksudkan untuk mengetahui:

- a. Bagaimana perspektif hukum positif Indonesia terhadap fenomena yang ditimbulkan oleh karakteristik *e-commerce*.
- b. Apakah asas-asas atau prinsip-prinsip dalam hukum positif Indonesia mampu menjawab berbagai permasalahan yang ditimbulkan oleh fenomena *e-commerce* dan apabila ternyata ketentuan-ketentuan hukum yang ada tidak mampu mengatasi persoalan yang ditimbulkan oleh fenomena *e-commerce*, maka sejauh mana paradigma perubahan hukum positif tersebut dapat dituangkan dalam bentuk peraturan, mengingat belum ada hukum yang secara khusus mengatur tentang *e-commerce*.
- c. Bagaimana pula hukum positif negara lain dan konvensi internasional mengatur tentang *e-commerce* ? Apakah ketentuan-ketentuan dalam hukum positif negara lain dan konvensi internasional dapat diadopsi sebagai hukum untuk mengatur *e-commerce* di Indonesia ?

1.4. Tinjauan Teoritis

Sebagai tinjauan teoritis, penulis mengemukakan berbagai asas / prinsip dalam hukum positif yang akan dikaitkan dengan berbagai fenomena *e-commerce*, antara lain:

1. Prinsip kesepakatan sebagai salah satu unsur dalam pembentukan perjanjian yang dikaitkan dengan asas-asas hukum perjanjian, antara lain asas kebebasan berkontrak, asas konsensualisme, asas itikad baik dan asas kepatutan..
2. Piinsip *Ccumer must beware* dalam perlindungan konsumen yang relevan dengan permasalahan perlindungan data keuangan nasabah dan data pribadi nasabah dalam transaksi perbankan pada khususnya..
3. Prinsip *jirst file first serve* dan pemeriksaan substantif dalam pendaftaran merek yang relevan dengan pendaflaran *domain name* yang dikaitkan dengan asas itikad baik.
4. Asas hukum dalam pengenaan dan pemungutan pajak dikaitkan dengan transaksi *e-commerce* yang dikaitkan dengan asas legalitas dalam perpajakan.
5. Asas hukum perdata internasional yang berkaitan dengan hukum yang mengatur dan forum penyelesaian sengketa.

1.5. Konsepsional

Secara konsepsional, dalam penulisan ini akan diuraikan secara konkrit mengenai berbagai konsep pemikiran baik yang bersumber pada analisis yuridis hukum positif Indonesia maupun ketentuan-ketentuan dalam

hukum positif negara lain dan konvensi internasional yang mengatur tentang transaksi yang dilakukan melalui media *Internet*, yang diharapkan mampu menjawab berbagai permasalahan yang ditimbulkan oleh fenomena *e-commerce* yang melahirkan perubahan paradigma hukum positif Indonesia dan konsep pembentukan hukum tentang *e-commerce*.

1.6. Metode Penelitian

1.6.1. Tipe Penelitian

Adapun tipe penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah tipe penelitian hukum normatif dengan menggunakan pendekatan terhadap asas-asas hukum dan pendekatan kasus dengan tahapan *problem-finding*, *problem-identification* dan *problem-solving*. Dalam rangka pendekatan kasus dilakukan penelitian empiris untuk memperoleh data penunjang. Data yang dihimpun diolah dan dianalisa untuk menghasilkan penelitian yang bersifat kualitatif.

1.6.2. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penulisan ini adalah Penelitian Kepustakaan, yang telah ada dan siap digunakan untuk penelitian, antara lain :

- a. Bahan hukum primer, seperti Undang-Undang Dasar 1945, berbagai peraturan perundang-undangan, konvensi internasional, *model laws*, dan hukum positif negara lain.

- b. Bahan hukum sekunder, seperti rancangan undang-undang, buku-buku hukum, makalah, artikel dari koran, majalah dan *Internet*.
- c. Bahan hukum tertier, seperti kamus.

1.7. Kegunaan Penelitian

1.7.1. Kegunaan Teoritis

Mengingat sampai dengan dibuatnya penulisan ini, belum ada undang-undang yang secara khusus mengaiur tentang *e-commerce*, maka diharapkan penulisan **ini** dapat memberikan :

- a. konsep hukum dalam menganalisa permasalahan *e-commerce*;
- b. berbagai usulan penyelesaian permasalahan yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi para praktisi hukum dalam pembentukan suatu aturar. yang khusus mengenai *e-commerce*.

1.7.2. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis dari penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah mencoba untuk memberikan informasi, masukan-masukan dan ide-ide baru mengenai perspektif hukum *e-commerce*. Sehingga diharapkan dapat menjadi "*guideline*" bagi pihak-pihak baru mengenal *e-commerce* maupun para pelaku bisnis yang memerlukan pedoman dalam bertransaksi melalui media *Internet*.

1.8. Sistematika Penulisan

Berdasarkan penjabaran berbagai pemikiran tersebut di atas, maka berbagai konsep penulisan dituangkan dalam masing-masing bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

- **Bab I**

Membahas latar belakang, rumusan permasalahan, tujuan penulisan, tinjauan teoritis, konseptual, metode penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

- ^ **Bab II**

Membahas mengenai latar belakang lahirnya *e-commerce*, pengertian *e-commerce*, perkembangan *e-commerce* dan permasalahan dalam transaksi *e-commerce*.

- S **Bab III**

Membahas mengenai beberapa asas dalam hukum positif yang ada di Indonesia, khususnya hukum perdata Indonesia, hukum perlindungan konsumen, hukum hak atas kekayaan intelektual, hukum perpajakan, dan hukum perdata internasional yang akan dihadapkan pada permasalahan yang ditimbulkan oleh fenomena *e-commerce*.

- S **Bab IV**

Membahas mengenai dapat tidaknya masalah-masalah hukum seputar *e-commerce* dijawab oleh hukum positif yang berlaku di Indonesia. Bagaimana hukum positif negara lain dan konvensi internasional dalam mengatur transaksi yang dilakukan melalui media elektronik ? Sejauh mana paradigma perubahan hukum positif diperlukan dalam

mengantisipasi perkembangan yang **luar biasa** dari *e-commerce*. Apakah diperlukan suatu undang-undang yang khusus mengatur tentang *e-commerce* **atau cukup diatur oleh** lembaga yang independen di masing-masing bidang yang menggunakan konsep transaksi *online* ?

Bab V

Merupakan kesimpulan dan saran dari keseluruhan bahasan dalam penulisan ini yang disarikan dari hasil penelitian yang dikaitkan dengan pembenturan antara permasalahan dalam *e-commerce* yang telah diidentifikasi dalam Bab II dengan berbagai asas hukum positif yang diuraikan dalam Bab III.

