

ORANGENEST INCUBATOR
NETWORK

*Kehati-hatian adalah kunci keberhasilan
transaksi e-commerce*

BUKU PANDUAN KEHATI-HATIAN TRANSAKSI TRANSAKSI E- COMMERCE

*Masyarakat yang cerdas yang peduli
dengan keamanan transaksi online
nya*

SEPTIANA AYU ESTRI MAHANI

Bab 1. Analisa Perlindungan Konsumen

1.1.1 Isu Perlindungan Konsumen

Sejak diperingati untuk pertama kalinya pada tanggal 15 Maret tahun 1983 [Hari Hak Konsumen Dunia \(HHKD\)](#) diperingati setiap tahunnya di lebih dari 90 negara di seluruh dunia. Pada peringatan di tahun 2018 ini, Consumers International, sebuah kumpulan lembaga nirlaba penggiat hak-hak konsumen internasional mengusung tema "Mewujudkan Pasar digital yang Lebih Adil" (*Making Digital Marketplaces Fairer*). Melalui tema ini mereka menyerukan akses ke internet yang adil dan aman untuk semua, tindakan melawan penipuan dan pembodohan, dan perlindungan konsumen yang lebih baik secara *online*. Fakta di beberapa negara mengapa konsumen tetap senang membeli off line tidak online karena ketidakpercayaan mereka terhadap sistem ecommerce yang ada.



Sumber : Media Konsumen : 2018

Potensi Pasar E-commerce

Persentase penduduk dunia yang memiliki akses ke internet telah berkembang dari 1 persen di tahun 1995, menjadi hampir 50 persen di tahun 2017. Dalam kurun waktu yang sama, e-commerce tumbuh dengan kecepatan yang mencengangkan. Pada 2016, diperkirakan 1,61 miliar orang di seluruh dunia membeli barang secara online. Pada 2016, penjualan e-commerce secara global mencapai US\$1,9 triliun dan proyeksi menunjukkan pertumbuhan akan mencapai US\$4,06 triliun pada tahun 2020.

Ledakan kepemilikan ponsel pintar (*smartphone*) berarti bahwa akan lebih banyak transaksi yang dilakukan secara *mobile*. Jumlah pengguna *smartphone* diperkirakan tumbuh dari 2,1 miliar pada tahun 2016 menjadi sekitar 2,5 miliar pada tahun 2019. Lebih dari 36 persen populasi dunia diproyeksikan akan menggunakan sebuah *smartphone* pada tahun 2018, naik dari sekitar 10 persen di tahun 2011. Pengguna layanan *broadband* di

ponsel adalah 34 persen dari layanan telepon seluler global, dan naik tiga kali lipat sejak 2008. Sebagian besar pengguna ini ada di negara-negara berkembang di mana ponsel adalah koneksi utama ke internet.

Menurut sebuah studi pada bulan Maret 2016, 46 persen pengguna internet di wilayah Asia Pasifik dan 28 persen di wilayah Amerika Utara berbelanja produk melalui perangkat mobile, baik *smartphone* atau komputer tablet. Sampai Kuartal keempat tahun 2016, PC *desktop* masih diperhitungkan untuk sebagian besar pesanan e-commerce global, namun *smartphone* menempati peringkat nomor satu bagi konsumen yang berkunjung ke situs web ritel (tidak harus selalu membeli). Dalam sebuah survei tahun 2017, 11 persen pembeli online menyatakan bahwa mereka berbelanja online via ponsel cerdas setiap minggunya.

Bagi konsumen, banyak e-commerce mengharuskan pembelian langsung dari produsen. Ini dikenal sebagai B2C (*business to consumer*). Namun, pertumbuhan situs *marketplace* (pasar raya) seperti eBay, MercadoLibre, Rakuten, Kaymu, Craigslist, Amazon, Tokopedia dan Bukalapak (di Indonesia) telah mengubah konsep iklan baris dalam skala yang lebih tinggi, memungkinkan konsumen untuk membeli dan menjual langsung ke konsumen lain. Ini dikenal sebagai bisnis konsumen ke konsumen, atau C2C (*consumer to consumer*) e-commerce.

Para penyedia *marketplace* mendapatkan keuntungan dari biaya kecil yang dibebankan kepada penjual dan umumnya dengan memberikan metode pembayaran yang aman dan nyaman, -baik dengan memfasilitasi pembayaran "*cash on delivery*" atau memfasilitasi pembayaran secara aman melalui rekening mereka.

Bisnis *peer to peer* (atau P2P) adalah jenis bisnis e-commerce C2C, lebih sering diasosiasikan dengan layanan seperti AirBnB, Uber, Gojek atau Grab yang mendapat banyak perhatian karena cara itu dianggap sebagai gangguan (disrupsi) bagi industri yang telah dulu ada.

Perkembangan Bisnis E-commerce

Bagi konsumen, e-commerce berarti bisa membeli apapun mulai dari pakaian, musik dan film, hingga gadget dan barang kebutuhan sehari-hari secara online; pemesanan dan pembayaran untuk transportasi, akomodasi; atau membeli tiket pertunjukan. Hanya dalam beberapa dekade saja, hal ini telah membuka beragam pilihan produk dan layanan; semua tersedia melalui perangkat yang terhubung dengan internet yang bisa dipakai di mana saja, kapan saja.

1.1.2 Perlindungan Konsumen di Indonesia

Di Indonesia, pengaturan *e-commerce* ditemukan dalam Undang-Undang No 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Dua hal penting pengaturan *ecommerce* dalam undang-undang tersebut: Pertama pengakuan transaksi elektronik dan dokumen elektronik dalam kerangka hukum perikatan dan hukum pembuktian, sehingga kepastian hukum transaksi elektronik dapat terjamin. Kedua diklasifikasikannya tindakan-tindakan yang termasuk kualifikasi pelanggaran hukum terkait penyalahgunaan TI (Teknologi Informasi) disertai dengan sanksi pidananya. Adanya pengakuan terhadap transaksi elektronik dan dokumen elektronik maka

setidaknya kegiatan *e-commerce* mempunyai basis legalnya dan memberikan perlindungan terhadap konsumen yang bertransaksi *e-commerce*.

Perlindungan konsumen menurut Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) Pasal 1 angka 1 adalah "*segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan bagi konsumen*". Prinsip yang dianut oleh pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan perekonomiannya adalah prinsip ekonomi, yaitu mendapatkan keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin. Artinya, dengan pemikiran umum seperti ini, sangat mungkin konsumen akan dirugikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Dari latar belakang masalah tersebut, identifikasi permasalahan sebagai berikut: Apakah konsumen sudah mendapatkan perlindungan hukum dalam transaksi *e-commerce* dalam perundang-undangan Indonesia.

Munculnya Undang-Undang (UU) Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tidak lepas dari maraknya masalah yang terjadi di lapangan. Hal ini juga disebutkan dalam konsideran UU Perlindungan konsumen poin b, "bahwa pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan beraneka barang dan/ jasa yang memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen".

Memasuki Masyarakat ekonomi Asean (MEA), maka perdagangan barang dan jasa lintas Negara di ASEAN sangatlah terbuka. Terbuka pintu usaha yang lebar bagi masyarakat ini membutuhkan usaha kuat dalam melindungi akibat dari usaha tersebut. Terbukanya usaha seharusnya dapat meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakat selaku konsumen. Bukan malah sebaliknya, beredarnya produk baik barang dan/atau jasa dapat mengakibatkan masalah dan kerugian bagi masyarakat. Seringkali masalah yang timbul adalah akibat perilaku yang tidak bertanggung jawab oleh pelaku usaha. UU Perlindungan usaha pasal 1 angka 3 menyebutkan bahwa Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. UU ini memberikan jawaban secara baik dalam memberikan solusi atas sengketa yang terjadi antara pelaku usaha dengan konsumen. Walaupun terkadang keinginan antara pelaku usaha dan konsumen dalam proses penyelesaian sengketa memiliki jalan berbeda. Jalan upaya hukum yang dapat ditempuh dalam penyelesaian sengketa tersebut berdasar pada UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan.

Konsumen dapat ditempuh melalui jalur diluar pengadilan (Non Litigasi) dan jalur pengadilan (Litigasi). Penyelesaian sengketa konsumen adalah sengketa berkenaan dengan pelanggaran hak-hak konsumen. Biasanya sengketa muncul karena aduan atau tuntutan dari konsumen. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Istilah

konsumen berasal dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument*/konsument (Belanda) pengertian tersebut secara harfiah diartikan sebagai "orang atau perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu" atau "sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang".

Nasution menegaskan beberapa batasan tentang konsumen, yakni:

- a. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa yang digunakan untuk tujuan tertentu;
- b. Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/ atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang dan/ atau jasa lain untuk diperdagangkan (tujuan komersil); bagi konsumen antara, barang atau jasa itu adalah barang atau jasa kapital yang berupa bahan baku, bahan penolong atau komponen dari produk lain yang akan diproduksinya (produsen). Konsumen antara ini mendapatkan barang atau jasa di pasar industri atau pasar produsen.

Konsumen akhir adalah setiap orang yang mendapat dan menggunakan barang dan/ atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan/ atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali (non komersial).

1.1.3 Ruang Lingkup Pengaturan di Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Electronic Commerce Transaction adalah transaksi dagang antara penjual dengan pembeli untuk menyediakan barang, jasa atau mengambil alih hak. Kontrak ini dilakukan dengan media elektronik (digital medium) di mana para pihak tidak hadir secara fisik dan medium ini terdapat dalam jaringan umum dengan sistem terbuka yaitu internet atau *world wide web*. Transaksi ini terjadi terlepas dari batas wilayah dan syarat nasional. (Badruzaman, 2001).

Kedudukan e-commerce dalam hukum Indonesia terletak dalam bidang hukum perdata sebagai bagian dari hukum perjanjian, sehingga berlaku pula Pasal 1320 KUH Perdata tentang syarat sahnya suatu perjanjian yakni:

"Supaya terjadi persetujuan yang sah, perlu dipenuhi empat syarat:

1. kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya; (KUHPerd. 28, 1312 dst.)
2. kecakapan untuk membuat suatu perikatan; (KUHPerd. 1329 dst.),
3. Suatu pokok persoalan tertentu; (KUHPerd. 1332 dst.) dan
4. suatu sebab yang tidak terlarang. (KUHPerd. 1335 dst.)" (Kejati Jabar, tanpa tahun).

Secara umum tahapan dalam transaksi elektronik melalui e-commerce dapat diurutkan sebagai berikut (Nofie Iman, tanpa tahun) (Nofie Iman, 2010):

1. E-customer dan e-merchant bertemu dalam dunia maya melalui *server* yang disewa dari *Internet Server Provider (ISP)* oleh e-merchant.
2. Transaksi melalui e-commerce disertai *term of use* dan *sales term condition* atau klausula standar, yang pada umumnya e-merchant telah meletakkan klausula kesepakatan pada *website*-nya, sedangkan e-customer jika berminat tinggal memilih tombol *accept* atau menerima.
3. Penerimaan e-customer melalui mekanisme "klik" tersebut sebagai perwujudan dari kesepakatan yang tentunya mengikat pihak e-merchant.

4. Pada saat kedua belah pihak mencapai kesepakatan, kemudian diikuti dengan proses pembayaran, yang melibatkan dua bank perantara dari masing-masing pihak yaitu *acquiring merchant bank* dan *issuing customer bank*. Prosedurnya e-customer memerintahkan kepada *issuing customer bank* untuk dan atas nama e-customer melakukan sejumlah pembayaran atas harga barang kepada *acquiring merchant bank* yang ditujukan kepada e-merchant.
5. Setelah proses pembayaran selesai kemudian diikuti dengan proses pemenuhan prestasi oleh pihak e-merchant berupa pengiriman barang sesuai dengan kesepakatan mengenai saat penyerahan dan spesifikasi barang.

Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) Nomor 11 Tahun 2008 merupakan dasar hukum utama bagi e-commerce di Indonesia. UU ITE ini disahkan pada tanggal 21 April 2008 dan mulai berlaku pada saat diundangkan (Pasal 54 ayat 1 UU ITE). UU ITE berlaku bagi setiap orang yang melakukan perbuatan hukum, baik yang berada di wilayah Indonesia maupun diluar Indonesia. Sehingga jangkauan UU ini tidak hanya bersifat lokal saja tetapi juga internasional (Pasal 2 ITE). Demikian pula e-commerce mengandung permasalahan yang lebih luas terjadi pada bidang keperdataan karena transaksi elektronik untuk kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik (*electronic commerce*) telah menjadi bagian dari perniagaan nasional dan internasional. Secara yuridis kegiatan pada ruang siber tidak dapat didekati dengan ukuran dan kualifikasi hukum konvensional saja sebab jika cara ini yang ditempuh akan terlalu banyak kesulitan dan hal yang lolos dari pemberlakuan hukum (Penjelasan Umum UU ITE). Dengan demikian karena kegiatan *Electronic Commerce* yang diatur dalam UNCITRAL *Model Law on Electronic Commerce* 1996 (adalah salah satu produk dari UNCITRAL) maka, sekiranya tersebut, UNCITRAL *Model Law on 5 Electronic Commerce* 1996 dapat digunakan sebagai "pegangan" atau kepastian dalam transaksi perdagangan internasional di *Electronic Commerce* (Zamrud, tanpa tahun). Namun berkaitan dengan perlindungan konsumen tidak mengaturnya karena "*This Law does not override any rule of law intended for the protection consumers* (Uncitral, 1998)". UNCITRAL *Model Law* 1996 tidak dimaksudkan dalam rangka perlindungan konsumen.

1.1.4 Hak dan Kewajiban Konsumen

A. Hak Konsumen (Pembeli)

Hak konsumen diatur dalam pasal 4 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut dengan UU PK), yaitu:

- a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;

- f. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

B. Kewajiban Konsumen (Pembeli)

Pasal 5 UU PK menyebutkan kewajiban konsumen diantaranya:

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

Hak dan Kewajiban para pihak dalam bertransaksi *online* diatur dalam UU PK. Hak konsumen diatur dalam Pasal 4, Kewajiban konsumen diatur dalam Pasal 5, sedangkan Hak pelaku usaha diatur dalam Pasal 6 dan Kewajiban pelaku usaha diatur dalam pasal 7.

1.1.5 Perlindungan Konsumen Online

1.1.5.1 Pra Transaksi

A. Membentuk Lembaga Perlindungan Konsumen

Dalam rangka mengembangkan upaya perlindungan konsumen dibentuk Badan Perlindungan Konsumen Nasional. Badan Perlindungan Konsumen Nasional mempunyai tugas:

- a. memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen;
- b. melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen;
- c. melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen;
- d. mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
- e. menyebarkan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen;
- f. menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pelaku usaha;

Pemerintah mengakui lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen. Tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat meliputi kegiatan:

- a. menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya;

- c. bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen;
- d. membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen;
- e. melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

B. Pendidikan Konsumen E-Commerce

Salah satu hak konsumen yaitu mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen,

C. Kehati-hatian Konsumen

D. *Self Regulation* Oleh Pelaku Usaha

1.1.5.2 Paa Saat Transaksi

A. Keaslian Data Message Dalam Kontrak dan Tanda Tangan Digital

B. Keabsahan Kontrak dan E-Commerce dan Tanda Tangan Digital

Otensitas sama artinya dengan autentik, autentik menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia artinya dapat dipercaya, asli atau sah (Poerwadarminta, 1776). Masalah otensitas para subyek hukum dalam transaksi *e-commerce* menjadi isu yang penting untuk dibahas karena menyangkut keabsahan perjanjian yang dibuat melalui *e-commerce*. Isu yang menyangkut otensitas adalah:

1. Kecakapan para pihak

Dasar hukum bagi perjanjian di Indonesia diatur dalam pasal 1320 KUHPerdata. Dalam pasal 1320 ini terdapat 4 syarat untuk sahnya suatu perjanjian yakni:

- 1) Kesepakatan para pihak,
- 2) Kecakapan,
- 3) Suatu hal tertentu;
- 4) Suatu sebab yang halal Syarat 1 dan 2 disebut syarat subyektif karena menyangkut individu yang membuat perjanjian, sedangkan syarat 3 dan 4 merupakan syarat obyektif.

Tidak terpenuhinya salah satu syarat diatas dalam suatu perjanjian akan menimbulkan dampak hukum yang berbeda tergantung syarat mana yang tidak dipenuhi. Apabila syarat 1 dan 2 tidak dipenuhi maka akibat hukumnya adalah perjanjian tersebut dapat dibatalkan, sedangkan apabila syarat 3 dan 4 yang tidak dipenuhi maka akibat hukumnya adalah perjanjian tersebut batal demi hukum.

Pada dasarnya semua orang cakap untuk membuat perikatan/perjanjian, kecuali jika ia oleh undang-undang dinyatakan tidak cakap. Menurut undang-undang, orang yang tak cakap adalah mereka yang belum dewasa (genap berusia 21 tahun atau mereka yang belum berusia 21 tahun tetapi sudah menikah) dan mereka yang di bawah pengampuan (gila, dungu, mata gelap, lemah akal dan pemboros). (Abdul Kadir Muhmmad, 1993). Namun dalam transaksi *e-commerce* sangat sulit untuk menentukan seseorang yang melakukan transaksi telah dewasa atau tidak berada di bawah pengampuan karena proses penawaran dan penerimaan tidak dilakukan secara fisik melainkan melalui suatu media elektronik yang rawan penipuan. Apabila syarat kecakapan tidak dipenuhi maka transaksi elektronik tersebut tidak sah/ tidak memiliki kekuatan hukum sehingga berdasarkan pasal 1320 KUH Perdata perjanjian tersebut dapat dibatalkan. Kemudian dalam Pasal 3 RPP ITE

disebutkan mengenai kewajiban penyelenggara transaksi elektronik untuk melakukan langkah-langkah yang memadai untuk menguji keaslian identitas dan kewenangan konsumen yang melakukan transaksi elektronik dengan berbagai metode yang dimungkinkan.

Dengan adanya pengaturan sebagaimana disebutkan di atas, maka jelas bahwa untuk melakukan transaksi elektronik harus memenuhi syarat kecakapan sebagaimana yang disebutkan dalam Pasal 1320 KUH Perdata. UNCITRAL Model Law Article 1218, yang berbunyi: "*As between the originator and the addressee of a data message, a declaration of will or other statement shall not be denied legal effect, validity or enforceability solely on the grounds that it is in the form of a data message.*" Berbeda dengan Pasal 1320 KUH Perdata, dalam UNCITRAL Model Law Article 12, menekankan kesepakatan kontrak terjadi pada saat pengiriman data dari masing-masing pihak dianggap sepakat menurut hukum.

2. Validitas Subyek Hukum

Validitas dalam *e-commerce* adalah hal yang sangat penting, pengertian validitas ini adalah sejauh mana kebenaran akan keberadaan suatu subyek hukum. (<http://violetatniyamani.blogspot.com/2007>). Konsep validitas dalam *e-commerce* menjadi penting karena dapat mencegah terjadinya penipuan, untuk mengetahui kemana ganti rugi harus diajukan dan menambah kepercayaan konsumen untuk berbelanja. Dalam *e-commerce* banyak cara yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk menunjukkan validitasnya misalnya:

- 1) pencantuman alamat. Biasanya website *e-commerce* mencantumkan alamatnya di website mereka dengan tujuan untuk memberitahu kepada calon konsumen mereka bahwa mereka betul-betul ada, sehingga konsumen merasa aman untuk berbelanja di website tersebut. Selain itu, dengan dicantulkannya alamat penjual maka pembeli mengetahui kemana harus mengajukan ganti rugi apabila terjadi kerusakan terhadap barang yang dibeli atau apabila barang tidak sampai ke tangan konsumen.
- 2) mencantumkan logo perusahaan. Pencantuman logo perusahaan dalam suatu website, menandakan bahwa website tersebut benar-benar ada, karena sudah diotorisasi oleh CA (Certification Authority).
- 3) *feed back* dari pelanggan. Ini adalah salah satu bentuk validitas yang paling sederhana namun tingkat validitasnya hampir sempurna. *Feed back* ini diberikan oleh pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan, kecepatan pengiriman barang yang dipesan dan kualitas barang yang dibeli dari suatu website, *feed back* yang menyatakan kepuasan pelanggan terhadap suatu website dalam dunia internet dikenal dengan istilah *positive feed back*. Semakin banyak konsumen yang puas terhadap suatu website *e-commerce*, semakin tinggi reputasi dan validitas website tersebut, sehingga calon pelanggan akan semakin yakin akan pelayanan website tersebut. Sistem ini sangat bagus, karena pelaku usaha dituntut untuk memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya.

Dalam transaksi *e-commerce*, apabila suatu website menerima *feed back* yang buruk/*negative* dari pelanggannya maka dapat dipastikan bahwa website tersebut akan sepi oleh pembeli. Validitas erat kaitannya dengan CA (Certification Authority), namun dalam UU ITE tidak menggunakan istilah CA tapi menggunakan istilah "lembaga sertifikasi

keandalan”, dimana dalam Pasal 1 angka 11 diartikan sebagai lembaga independen yang dibentuk oleh profesional yang diakui, disahkan dan diawasi oleh pemerintah dengan kewenangan mengaudit dan mengeluarkan sertifikat keandalan dalam transaksi elektronik.

Salah satu tugas CA adalah melakukan verifikasi, pemeriksaan dan pembuktian identitas pengguna dan pelanggan atau dengan kata lain CA bertugas untuk memastikan dan menjamin kebenaran keberadaan pengguna dan pelanggan sehingga terjamin otentisitasnya. Yang dimaksud dengan pengguna dan pelanggan adalah para pihak yang terlibat dalam transaksi *e-commerce*.

Peranan CA untuk menjamin otentisitas para pihak yang terlibat dalam transaksi *ecommerce* adalah untuk mencegah penipuan-penipuan yang sering terjadi dalam transaksi *ecommerce* seperti “*phising*”. *Phising* sering diartikan sebagai suatu cara untuk memancing seseorang ke halaman tertentu. *Phising* tidak jarang digunakan oleh para pelaku kriminal untuk memancing seseorang agar mendatangi alamat web melalui e-mail, Salah satu tujuannya adalah untuk menjebol informasi yang sangat pribadi dari sang penerima email, seperti password, nomor kartu kredit, dan lain lain.

Dengan cara mengirimkan informasi yang seakan-akan dari penerima e-mail mendapatkan pesan dari sebuah situs, lalu mengundangnya untuk mendatangi sebuah situs palsu. Situs palsu dibuat sedemikian rupa yang penampilannya mirip dengan situs aslinya, lalu ketika korban mengisikan *password* maka pada saat itulah penjahat ini mengetahui *password* korban. Penggunaan situs palsu ini disebut juga dengan istilah *pharming* (Fika Hanna Mayasari, et al, 2012). Bila suatu situs *e-commerce* menggunakan jasa CA, maka otentisitas dari situs tersebut akan terjamin, sehingga konsumen dapat bertransaksi dengan lebih aman. Selain mengatur tentang CA, UU ITE secara implisit mengatur kejahatan mengenai *phising* yakni tercantum dalam Pasal 35, dimana disebutkan bahwa “Setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum melakukan manipulasi, penciptaan, perubahan, penghilangan, pengrusakan informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik dengan tujuan agar informasi elektronik tersebut dianggap seolah-olah otentik”, dimana pelanggaran terhadap Pasal 35 ini dikenakan pidana penjara paling lama 12 tahun dan/atau denda paling banyak 12 miliar rupiah (Pasal 51 ayat 1 UU ITE).

UU ITE tidak mewajibkan suatu situs *e-commerce* untuk menggunakan jasa CA, ini terlihat dalam Pasal 10 ayat 1 dimana disebutkan “Setiap pelaku usaha yang menyelenggarakan Transaksi Elektronik dapat disertifikasi oleh Lembaga Sertifikasi keandalan” (garis bawah dari penulis). Dari rumusan pasal tersebut dapat ditafsirkan bahwa pelaku usaha tidak diwajibkan untuk menggunakan jasa CA, sehingga tidak semua situs *e-commerce* dijamin otentisitasnya oleh CA. Seharusnya UU ITE mewajibkan sertifikasi setiap situs *ecommerce* untuk memberikan perlindungan bagi konsumen dari penipuan. Demikian pula *UNCITRAL Model Law*, kewajiban sertifikasi tersebut tidak mengaturnya.

3. Obyek Transaksi E-commerce

Yang menjadi obyek transaksi *ecommerce* adalah barang atau jasa yang diperjual belikan oleh pelaku usaha kepada setiap orang yang membeli barang dan jasa melalui *e-commerce*. Namun tidak semua barang atau jasa dapat diperjualbelikan dalam transaksi

ecommerce. UU ITE dan UUPK tidak mengatur syarat-syarat barang atau jasa yang diperbolehkan untuk diperjualbelikan dalam transaksi *ecommerce*, namun dengan melihat ketentuan Pasal 1320 KUH Perdata terdapat ketentuan yang mengatur mengenai barang-barang yang boleh untuk diperdagangkan yakni 21:

- a. Barang itu adalah barang yang dapat diperdagangkan, baik yang ada sekarang maupun yang akan ada.
- b. Tidak bertentangan dengan undang-undang dan ketertiban umum.
- c. Apabila kedua hal tersebut di atas dilanggar, maka perjanjian jual beli dalam transaksi barang dinyatakan batal demi hukum.

UUPK tidak mengatur mengenai persyaratan tentang barang atau jasa yang boleh diperdagangkan, melainkan hanya mengatur mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dalam memasarkan barang atau jasa (BAB IV UUPK Pasal 8-17). Namun dari ketentuan yang tercantum, dapat dijadikan acuan mengenai barang atau jasa yang boleh untuk diperdagangkan. Dalam Pasal 8 ayat 1 UUPK, disebutkan bahwa pelaku usaha dilarang untuk mengedarkan barang atau jasa yang:

- 1) *Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dalam ketentuan peraturan perundang-undangan.*
- 2) *Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang.*
- 3) *Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya.*
- 4) *Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut.*
- 5) *Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses, pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut.*
- 6) *Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang/jasa tersebut.*
- 7) *Tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tersebut.*
- 8) *Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label.*
- 9) *Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat.*
- 10) *Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.*
- 11) *Sedangkan dalam ayat 2 disebutkan bahwa pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang yang dimaksud. Dalam ayat 3 disebutkan bahwa pelaku usaha dilarang memperdagangkan persediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.*

Selain Pasal 8 UUPK, terdapat juga Pasal lain dalam UUPK yang dapat dijadikan acuan mengenai barang-barang yang diperbolehkan dalam transaksi *ecommerce* yakni terdapat dalam:

- a. Pasal 9 melarang melakukan manipulasi produk atau jasa.
- b. Pasal 10 melarang memberikan informasi yang tidak benar atau menyesatkan.
- c. Pasal 11 mengatur mengenai barang-barang yang dijual secara lelang atau obral.
- d. Pasal 13 dan 14 mengatur mengenai perihal pemberian hadiah terhadap barang/jasa yang dibeli.
- e. Pasal 16 mengatur tentang keharusan pelaku usaha untuk menepati janji dalam hal pembelian barang dibeli melalui pesanan. Hal ini
- f. banyak terjadi dalam transaksi *ecommerce* dimana pembeli membeli barang dengan cara memesan.
- g. Pasal 17 mengatur secara khusus tentang periklanan.

Walaupun UU ITE tidak mengatur mengenai kriteria barang yang boleh diperdagangkan dalam transaksi *ecommerce*, namun UU ITE mewajibkan pelaku usaha untuk menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan produk yang ditawarkan (Pasal 9 UU ITE) dan melarang penyebaran berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik (Pasal 28 ayat 1 UU ITE). Demikian pula dalam UNCITRAL Model Law sejauh ini belum mengaturnya.

1.1.5.3 Pasca Transaksi

A. Penerapan Cooling Off Period dan Strict Liability Dalam Sistem Transaksi Produk

B. Penyelesaian Sengketa Dalam Transaksi E-Commerce Lintas Negara

UU Perlindungan Konsumen membagi penyelesaian sengketa konsumen menjadi 2 bagian, yaitu:

- a. Penyelesaian Sengketa Konsumen di Luar Pengadilan.
 1. Penyelesaian sengketa melalui lembaga yang berwenang, yaitu BPSK
 2. Penyelesaian sengketa secara damai oleh para pihak sendiri.
 Sebagaimana dimaksud pada pasal 43 ayat 43 bagian (2) UUPK, tidak menutup kemungkinan dilakukannya penyelesaian secara damai oleh para pihak yang bersengketa yaitu pelaku usaha dan konsumen, tanpa melalui pengadilan atau badan penyelesaian sengketa konsumen dan sepanjang tidak bertentangan dengan undang-undang perlindungan konsumen. Dari penjelasan pasal 45 ayat (2) UUPK dapat diketahui bahwa UUPK menghendaki penyelesaian secara damai, merupakan upaya hukum yang justru harus terlebih dahulu diusahakan oleh para pihak bersengketa, sebelum memilih untuk menyelesaikan sengketa melalui BPSK atau badan peradilan.
- b. Penyelesaian Sengketa Konsumen melalui pengadilan
 Litigasi adalah cara penyelesaian sengketa melalui peradilan. Pihak yang bersengketa saling berhadapan satu sama lain untuk mempertahankan hak-haknya. Hasil akhir dari suatu menyatakan pihak yang satu menang dan pihak yang lain kalah. Proses ini memiliki banyak kekurangan karena litigasi memaksa para pihak pada posisi yang

ekstrem dan memerlukan pembelaan (*advocacy*) atas setiap maksud yang dapat mempengaruhi keputusan. Litigasi mengangkat seluruh persoalan materi maupun prosedur para pihak melakukan penyelidikan fakta.

Penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan tidak menjadi fokus dalam kajian ini.

c. Penyelesaian Sengketa Konsumen melalui BPSK

Pasal 1 angka 2 UUPK memberikan pengertian Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen. Secara khusus, fungsi BPSK adalah sebagai alternatif penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, dan lembaga ini dibentuk di kabupaten/kota.

BPSK terdiri dari unsur pemerintah, unsur konsumen, dan unsur pelaku usaha. Anggota setiap unsur berjumlah sedikit-dikitnya 3 (tiga) orang dan sebanyak-banyaknya 5 (lima) orang. Pengangkatan dan pemberhentian anggota BPSK ditetapkan oleh Menteri. Ketentuan lebih lanjut mengenai pembentukan BPSK diatur dalam Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 90 Tahun 2001. Adapun mengenai pelaksanaan tugas dan wewenang BPSK diatur dalam Surat Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor. 350/MPP/ Kep/12/2001. Namun dalam hal sengketa itu bukan kewenangan BPSK, Ketua BPSK dapat menolak permohonan penyelesaian sengketa konsumen (lihat pasal 17 Kepmen Perindag 350/2001).

Menurut pasal 4 ayat (1) Kepmen Perindag350/Mpp/Kep/12/2001, penyelesaian sengketa konsumen oleh BPSK melalui cara konsiliasi atau mediasi atau arbitrase dilakukan atas dasar pilihan dan persetujuan para pihak yang bersangkutan. Jadi, yang perlu persetujuan para pihak adalah apabila penyelesaian sengketa konsumen di BPSK dilakukan dengan cara mediasi/konsiliasi/arbitrase. BPSK dengan demikian dapat menjadi wadah pelaksanaan alternatif penyelesaian sengketa. Seperti juga sudah ditegaskan dalam Pasal 52 huruf a UUPK bahwa tugas dan wewenang BPSK melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi. Tata cara penyelesaian sengketa konsumen melalui BPSK diatur dalam Surat Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 350/MPP/Kep/2002.

Menurut Pasal 23 UU No. 8 Tahun 1999 Konsumen yang dirugikan dapat mengajukan permohonan penyelesaian sengketa konsumen kepada BPSK, baik secara tertulis maupun lisan melalui sekretariat BPSK. Permohonan tersebut dapat juga diajukan oleh ahli waris atau kuasanya apabila konsumen meninggal dunia, sakit atau telah berusia lanjut, belum dewasa, atau orang asing (warga negara asing). Permohonan yang diajukan secara tertulis yang diterima oleh BPSK dikeluarkan bukti tanda terima kepada pemohon. Permohonan yang diajukan secara tidak tertulis dicatat oleh sekretariat BPSK dalam suatu format yang disediakan, dan dibubuhi tanda tangan atau cap stempel oleh konsumen, atau ahli warisnya atau kuasanya dan kepada pemohon diberikan bukti tanda terima. Berkas permohonan tersebut, baik tertulis maupun tidak tertulis dicatat oleh sekretariat BPSK dan dibubuhi tanggal dan nomor registrasi. Menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen merupakan salah satu kewenangan BPSK sesuai dengan Pasal 52.

Permohonan penyelesaian sengketa konsumen secara tertulis harus memuat secara benar dan lengkap mengenai:

- a. Nama dan alamat lengkap konsumen, ahli waris atau kuasanya disertai bukti diri;
- b. Nama dan alamat lengkap pelaku usaha;
- c. Barang atau jasa yang diadukan;
- d. Bukti perolehan (bon, kwitansi dan dokumen bukti lain);
- e. Keterangan tempat, waktu dan tanggal diperoleh barang dan jasa tersebut;
- f. Saksi yang mengetahui barang dan jasa tersebut diperoleh;
- g. Foto-foto barang dan kegiatan pelaksanaan jasa, bila ada.

Dalam hal permohonan diterima, maka dilanjutkan dengan persidangan. Ketua BPSK memanggil pelaku usaha secara tertulis disertai dengan copy permohonan penyelesaian sengketa konsumen, selambat-lambatnya dalam waktu 3 (tiga) hari kerja sejak permohonan penyelesaian sengketa diterima secara benar dan lengkap. Dalam surat panggilan dicantumkan secara jelas mengenai hari, jam dan tempat persidangan serta kewajiban pelaku usaha untuk memberikan surat jawaban terhadap penyelesaian sengketa konsumen dan disampaikan pada hari persidangan pertama, yang dilaksanakan selambat-lambatnya pada hari kerja ke-7 (tujuh) terhitung sejak diterimanya permohonan penyelesaian sengketa konsumen oleh BPSK. Majelis bersidang pada hari, tanggal dan jam yang telah ditetapkan, dan dalam persidangan majelis wajib menjaga ketertiban jalannya persidangan.

Ketentuan dalam Pasal 52 huruf g UU No. 8 Tahun 1999 memang memberikan kewenangan pada BPSK untuk memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen. Akan tetapi, BPSK tidak diberikan kewenangan untuk melakukan pemanggilan paksa terhadap pelaku usaha tersebut. Meski demikian, BPSK bisa meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha yang tidak bersedia memenuhi panggilan badan penyelesaian sengketa konsumen (lihat pasal 52 huruf i UU No. 8 Tahun 1999). Jadi, BPSK tidak memiliki kewenangan untuk melakukan pemanggilan paksa, tetapi BPSK bisa meminta bantuan pada penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha. Penyidik di sini mengacu pada Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia dan Pejabat Pegawai Negeri Sipil tertentu di lingkungan instansi pemerintah yang lingkup tugas dan tanggung jawabnya di bidang perlindungan konsumen (lihat pasal 59 ayat [1] UU No. 8 Tahun 1999 dan kasasi (lihat penjelasan pasal 54 ayat [3] UU No. 8 Tahun 1999). Putusan BPSK kemudian dapat dimintakan penetapan eksekusi oleh BPSK kepada Pengadilan Negeri di tempat konsumen yang dirugikan (lihat pasal 42 ayat [2] Kepmen Perindag 350/2001).

Dalam hal pelaku usaha tetap tidak memenuhi panggilan BPSK, maka BPSK dapat mengadili sengketa konsumen tanpa kehadiran pelaku usaha. Hal ini mengacu pada pasal 36 Kepmen Perindag 350/2001, yaitu dalam hal pelaku usaha tidak hadir pada hari persidangan I (pertama), majelis hakim BPSK akan memberikan kesempatan terakhir kepada pelaku usaha untuk hadir pada persidangan II (kedua) dengan membawa alat bukti yang diperlukan. Jika pada persidangan II (kedua) pelaku usaha tidak hadir, maka gugatan konsumen dikabulkan oleh Majelis tanpa kehadiran pelaku usaha. Jadi, dalam hal pelaku usaha tidak menghadiri persidangan, maka BPSK dapat mengabulkan gugatan

konsumen. Adapun putusan BPSK sendiri adalah putusan yang final dan telah mempunyai kekuatan hukum yang tetap (lihat pasal 54 UU No. 8 Tahun 1999 jo pasal 42 ayat [1] Kepmen Perindag 350/2001). Final artinya dalam badan penyelesaian sengketa konsumen tidak ada upaya banding.

A. Memilih Hukum dan Forum Konsumen Dalam Penyelesaian Sengketa

MATRIX INSTITUSI PERLINDUNGAN KONSUMEN PADA E-COMMERCE

No	Nama	Bentukan	Dasar Hukum	Fungsi	Tugas	Kewenangan	Struktur	Ket
1	Badan Perlindungan Konsumen Nasional	Pemerintah	UU No 8 tahun 1999	Pasal 33 ¹	Pasal 34 ²		Pasal 35 ³ Pasal 36 ⁴	ADA PP No 57 th 2001 ttg BPSK
2	LSM Perlindungan Konsumen	Swasta (diakui sbg Perw. Konsumen kl sudah terdaftar /diakui Pemerintah)	PP 59/2001 Ttg LPKSM		Pasal 44 ayat (3) UU No. 8/1999 ⁵ Pasal 7 PP 59/2001 ⁶			Dapat membuka cabang di daerah, tanpa izin baru. YLKI salah satu LPKSM dimaksud sudah menangani

¹ BPKN mempunyai fungsi memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia.

² Untuk menjalankan fungsi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33, Badan Perlindungan Konsumen Nasional mempunyai tugas: a. memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen; b. melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen; c. melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen; d. mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat; e. menyebarluaskan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen; f. menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pelaku usaha; g. melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen. Selain itu juga bekerjasama dengan organisasi konsumen internasional

³ 1. Badan Perlindungan Konsumen Nasional terdiri atas seorang ketua merangkap anggota, seorang wakil ketua merangkap anggota, serta sekurang-kurangnya 15 (lima belas) orang dan sebanyak-banyaknya 25 (dua puluh lima) orang anggota yang mewakili semua unsur. 2. Anggota Badan Perlindungan Konsumen Nasional diangkat dan diberhentikan oleh Presiden atas usul Menteri, setelah dikonsultasikan kepada Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia. 3. Masa jabatan ketua, wakil ketua, dan anggota Badan Perlindungan Konsumen Nasional selama (3) tiga tahun dan dapat diangkat kembali untuk 1 (satu) kali masa jabatan berikutnya. 4. Ketua dan wakil ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional dipilih oleh anggota.

⁴ Anggota Badan Perlindungan Konsumen Nasional terdiri atas unsur: a. pemerintah; b. pelaku usaha; c. lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat; d. akademis; dan e. tenaga ahli.

⁵ Tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat meliputi kegiatan: a. menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa; b. memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya; c. bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen; d. membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen; e. melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

⁶ Dalam membantu Konsumen dalam memperjuangkan haknya, LPKSM dapat melakukan advokasi atau pemberdayaan konsumen agar mampu memperjuangkan haknya secara mandiri, baik secara perorangan maupun berkelompok.

No	Nama	Bentukan	Dasar Hukum	Fungsi	Tugas	Kewenangan	Struktur	Ket
								pengaduan konsumen ecommerce, akan tetapi penyelesaiannya kemudian masih diwarnai cara-cara yang konvensional. YLKI juga bisa menjadi salah satu anggota BPSK.
3	Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)	Pemerintah	UU No 8 tahun 1999 ttg Perlindungan Konsumen. SK. Menperinda g Nomor 350/MPP/Ke p/1212001 t		Pasal 52	Pasal 52 ⁷	Pasal 49 ayat (3) UU No 8/1999 ⁸	Menangani pengaduan konsumen yang dirugikan dan bersifat individual, untuk transaksi elektronik belum terdapat sistem yang ajeg yang menciptakan mekanisme penyelesaian sengketa ecommerce.

⁷ Tugas dan wewenang badan penyelesaian sengketa konsumen meliputi: a. melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi; b. memberikan konsultasi perlindungan konsumen; c. melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku; d. melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam Undang-undang ini; e. menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis, dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen; f. melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen; g. memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen; h. memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap Undang-undang ini; i. meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang sebagaimana dimaksud pada huruf g dan huruf h, yang tidak bersedia memenuhi panggilan badan penyelesaian sengketa konsumen; j. mendapatkan, meneliti dan/atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan; k. memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak konsumen; l. memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen; m. menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan Undang-undang ini.

⁸ Anggota sebagaimana dimaksud pada ayat (2) terdiri atas unsur pemerintah, unsur konsumen, dan unsur pelaku usaha.

No	Nama	Bentukan	Dasar Hukum	Fungsi	Tugas	Kewenangan	Struktur	Ket
4	BSSN	Pemerintah	Perpres No. 133 tahun 2017 tentang Perubahan atas Perpres No. 53 tahun 2017 tentang Badan Siber dan Sandi Negara	Pasal 3 Perpres 53/2017 ⁹	Pasal 1 ayat (2) ¹⁰		Pasal 4 ¹¹	Tidak ada kewenangan yang khusus menangani masalah perlindungan terhadap konsumen yang dirugikan oleh pelaku usaha melalui transaksi elektronik
5	ID-CERT (Computer Emergency Response Team)	Dibentuk atas inisiatif individu	-		melakukan koordinasi penanganan insiden yang melibatkan pihak Indonesia dan luar negeri			CERT lebih fokus pada gangguan-gangguan yang terdapat pada internet, sampai sekarang belum memfokuskan diri pada sengketa konsumen.

⁹ Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2, BSSN menyelenggarakan fungsi: a. penyusunan kebijakan teknis di bidang identifikasi, deteksi, proteksi, penanggulangan, pemulihan, pemantauan, evaluasi, pengendalian proteksi e-commerce, persandian, penapisan, diplomasi siber, pusat manajemen krisis siber, pusat kontak siber, sentra informasi, dukungan mitigasi, pemulihan penanggulangan kerentanan, insiden dan/atau serangan siber; b. pelaksanaan kebijakan teknis di bidang identifikasi, deteksi, proteksi, penanggulangan, pemulihan, pemantauan, evaluasi, pengendalian proteksi e-commerce, persandian, penapisan, diplomasi siber, pusat manajemen krisis siber, pusat kontak siber, sentra informasi, dukungan mitigasi, pemulihan penanggulangan kerentanan, insiden dan/atau serangan siber; c. pemantauan dan evaluasi kebijakan teknis di bidang identifikasi, deteksi, proteksi, penanggulangan, pemulihan, pemantauan, evaluasi, pengendalian proteksi e-commerce, persandian, penapisan, diplomasi siber, pusat manajemen krisis siber, pusat kontak siber, sentra informasi, dukungan mitigasi, pemulihan penanggulangan kerentanan, insiden dan/atau serangan siber; d. pengoordinasian kegiatan fungsional dalam pelaksanaan tugas BSSN dan sebagai wadah koordinasi bagi semua pemangku kepentingan; e. pelaksanaan pembinaan dan pemberian dukungan administrasi kepada seluruh unit organisasi di lingkungan BSSN; f. pengawasan atas pelaksanaan tugas BSSN; g. pelaksanaan dukungan yang bersifat substantif kepada seluruh unsur organisasi di lingkungan BSSN; dan h. pelaksanaan kerjasama nasional, regional, dan internasional dalam urusan keamanan siber.

¹⁰ BSSN menyelenggarakan koordinasi, sinkronisasi, dan pengendalian penyelenggaraan pemerintahan di bidang politik, hukum, dan keamanan.

¹¹ BSSN terdiri atas: a. Kepala; b. Sekretariat Utama; c. Deputi Bidang Identifikasi dan Deteksi; d. Deputi Bidang Proteksi; e. Deputi Bidang Penanggulangan dan Pemulihan; dan f. Deputi Bidang Pemantauan dan Pengendalian.

No	Nama	Bentukan	Dasar Hukum	Fungsi	Tugas	Kewenangan	Struktur	Ket
6	The Indonesia Security Incident Response Team of the Internet Infrastructure Coordination Center (IDSIRTII/CC)	Pemerintah (Menteri Komunikasi dan Informatika)	Permen Kominfo 26 tahun 2007 dan diubah oleh Permen Kominfo No 5 tahun 2017		untuk membantu pengawasan keamanan jaringan telekomunikasi berbasis protokol internet. Pasal 4 ¹²			Tidak secara tegas menyebutkan tentang ecommerce
7	<i>Cyber Operation Center</i> (COC) di Kementerian Pertahanan	Pemerintah	Permenhan no. 82 tahun 2014	Bab II 3.4.c ¹³	untuk digunakan sebagai referensi utama dalam pembangunan, pengembangan dan			Pedoman Pertahanan Siber menjadi acuan dasar bagi Kementerian Pertahanan/TNI dalam rangka penyelenggaraan pertahanan siber.

¹² Ruang lingkup pengamanan pemanfaatan jaringan telekomunikasi berbasis protokol internet meliputi:

- a. Mensosialisasikan kepada seluruh pihak yang terkait untuk melakukan kegiatan pengamanan pemanfaatan jaringan telekomunikasi berbasis protokol internet;
- b. melakukan pemantauan pendeteksian dini dan peringatan dini terhadap ancaman dan gangguan pada jaringan telekomunikasi berbasis protokol internet;
- c. membangun dan atau menyediakan, mengoperasikan, memelihara dan mengembangkan sistem database pemantauan dan pengamanan pemanfaatan jaringan telekomunikasi berbasis protokol internet sekurang-kurangnya untuk : 1. mendukung kekuatan sebagaimana dimaksud butir b
2. menyimpan rekaman transaksi (log file); 3. mendukung proses penegakan hukum;
- d. melaksanakan fungsi layanan informasi atas ancaman dan gangguan keamanan pemanfaatan jaringan berbasis protokol internet.
- e. menyediakan laboratorium simulasi dan pelatihan kegiatan pengamanan pemanfaatan jaringan telekomunikasi berbasis protokol internet;
- f. melakukan pelayanan konsultasi dan bantuan teknis;
- g. menjadi contact point dengan lembaga terkait tentang pengamanan pemanfaatan jaringan telekomunikasi berbasis protokol internet baik dalam maupun luar negeri.

¹³ Pedoman ini hanya menjelaskan tentang Fungsi Pertahanan Siber, yaitu 1) Menjamin tercapainya sinergi kebijakan pertahanan siber. 2) Membangun organisasi dan tata kelola sistem penanganan keamanan siber. 3) Membangun sistem yang menjamin ketersediaan informasi dalam konteks pertahanan siber. 4) Membangun sistem penangkalan, penindakan dan pemulihan terhadap serangan siber. 5) Mewujudkan kesadaran keamanan siber. 6) Meningkatkan keamanan sistem siber sektor pertahanan. 7) Mewujudkan riset dan pengembangan untuk mendukung pembinaan dan pengembangan kemampuan Pertahanan Siber. 8) Menyelenggarakan kerjasama nasional dan internasional guna pembinaan dan pengembangan kemampuan Pertahanan Siber.

No	Nama	Bentukan	Dasar Hukum	Fungsi	Tugas	Kewenangan	Struktur	Ket
					penerapan pertahanan siber di lingkungan Kemhan/TNI.			
8	<i>Unit Cyber Crimes</i> Mabes Polri,	Pemerintah (Polri)	Keputusan Kapolri No.	Tupoksi ¹⁴	melakukan penyelidikan			Di Mabes Polri, penanganan cyber

¹⁴ Penyidikan kasus-kasus yang berhubungan dengan transaksi elektronik seperti carding, money laundering, pasar modal, pajak, perbankan, dll; Penyidikan kasus-kasus yang berhubungan dengan teknologi komunikasi dan informasi meliputi penyadapan telepon, penyalahgunaan VoIP, penipuan melalui telepon genggam; Penyelidikan kejahatan yang menggunakan fasilitas internet seperti cyber gambling, cyber terrorism, cyber fraud cyber sex, cyber narcotism, cyber smuggling, cyber attacks on critical infrastructure, cyber balckmail, cyber threatening, pencurian data, penghinaan dan/atau pencemaran nama baik, dll; Penyidikan kejahatan komputer: masuk ke system secara ilegal, Ddos attack, hacking, tracking, phreacing, membuat dan menyebarkan yang bersifat merusak, malicious code all viruses, worm, rabbits, trojan, dll; Penyidikan kejahatan yang berhubungan dengan Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI), pirated software, rekaman suara, merubah tampilan website, dll. Penyidikan kasus-kasus yang berhubungan dengan transaksi elektronik seperti carding, money laundering, pasar modal, pajak, perbankan, dll; Penyidikan kasus-kasus yang berhubungan dengan teknologi komunikasi dan informasi meliputi penyadapan telepon, penyalahgunaan VoIP, penipuan melalui telepon genggam; Penyelidikan kejahatan yang menggunakan fasilitas internet seperti cyber gambling, cyber terrorism, cyber fraud cyber sex, cyber narcotism, cyber smuggling, cyber attacks on critical infrastructure, cyber balckmail, cyber threatening, pencurian data, penghinaan dan/atau pencemaran nama baik, dll; Penyidikan kejahatan komputer: masuk ke system secara ilegal, Ddos attack, hacking, tracking, phreacing, membuat dan menyebarkan yang bersifat merusak, malicious code all viruses, worm, rabbits, trojan, dll; Penyidikan kejahatan yang berhubungan dengan Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI), pirated software, rekaman suara, merubah tampilan website, dll.

No	Nama	Bentukan	Dasar Hukum	Fungsi	Tugas	Kewenangan	Struktur	Ket
			Pol. : KEP/54/X/200 2 ttg Tata Kerja Satuan- Satuan organisasi pd tingkat daerah (Poda)		dan penyidikan tindak pidana khusus, terutama kegiatan penyidikan yang berhubungan dengan teknologi informasi, telekomunika si, serta transaksi elektronik.			crime berada di Direktorat Tindak Pidana Ekonomi Khusus (DIT TIPPID EKSUS) di Subdirektorat V yang menangani tindak pidana antara lain tindak pidana yang terkait dengan cyber crime, tindak pidana informasi dan transaksi elektronik;

B. APS (Alternatif Penyelesaian Sengketa)

Bentuk penyelesaian sengketa diluar pengadilan sudah ditetapkan dalam UU No. 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa. Pasal 1 butir 10 UU tersebut menegaskan bahwa Alternatif Penyelesaian Sengketa adalah lembaga penyelesaian sengketa atau beda pendapat melalui prosedur yang disepakati para pihak, yakni penyelesaian di luar pengadilan dengan cara *konsultasi, negosiasi, mediasi, konsiliasi, atau penilaian ahli*. Pelaksanaan APS dapat dilaksanakan melalui BPSK.

Konsultasi

Ketentuan UU tersebut tidak memberikan penjelasan tentang apa yang dimaksud dengan Konsultasi, Konsultasi adalah suatu tindakan yang bersifat "personal" antara suatu pihak tertentu (klien) dengan pihak lain yang merupakan pihak konsultan, dimana pihak konsultan memberikan pendapatnya kepada klien sesuai dengan keperluan dan kebutuhan kliennya. Marwan dan Jimmy P, menjelaskan arti konsultasi, sebagai berikut: "Permohonan nasihat atau pendapat untuk menyelesaikan suatu sengketa secara kekeluargaan yang dilakukan oleh para pihak yang bersengketa kepada pihak ketiga" Sedangkan Zins bahwa konsultasi ialah suatu proses yang biasanya didasarkan pada karakteristik hubungan yang sama yang ditandai dengan saling mempercayai dan komunikasi yang terbuka, bekerja sama dalam mengidentifikasi masalah, menyatukan sumber-sumber pribadi untuk mengenal dan memilih strategi yang mempunyai kemungkinan dapat memecahkan masalah yang telah diidentifikasi, dan pembagian tanggung jawab dalam pelaksanaan dan evaluasi program atau strategi yang telah direncanakan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa konsultasi adalah permintaan pendapat kepada pihak ketiga (konsultan) terkait sengketa yang dihadapi. Konsultasi sebagai pranata ADR dalam prakteknya dapat berbentuk menyewa konsultan untuk dimintai pendapatnya dalam upaya menyelesaikan suatu masalah. Dalam hal ini konsultasi tidak dominan melainkan hanya memberikan pendapat hukum yang nantinya dapat dijadikan rujukan para pihak untuk menyelesaikan sengketa.

Dalam layanan konsultasi ini dapat diperjelas bahwa penanganan masalah yang dialami konseli (pihak ketiga) dilakukan oleh konsulti. Konsulti akan dikembangkan kemampuannya oleh konselor pada saat tahap konsultasi berlangsung yaitu mengembangkan pada diri konsultasi tentang wawasan, pengetahuan, ketrampilan, nilai, dan sikap. Akhir proses konsultasi ini adalah konselor menganggap bahwa konsultasi mampu membantu menangani kondisi atau permasalahan pihak ketiga yang setidaknya menjadi tanggung jawabnya. Konsultasi adalah orang yang ikut bertanggung jawab terhadap masalah yang dialami pihak ketiga.

Terdapat tiga etika dasar konseling yang harus menjadi pedoman dalam melaksanakan konsultasi yaitu kerahasiaan, kesukarelaan, dan keputusan diambil oleh klien sendiri (kemandirian). Etika dasar ini terkait langsung dengan asas konseling. Asas ini juga berlaku pada layanan konsultasi.

Negosiasi

UU No 30 tahun 1999 tidak secara eksplisit menjelaskan tentang negosiasi, beberapa pengertian dapat dikemukakan bahwa Negosiasi adalah sebuah bentuk interaksi sosial saat pihak-pihak yang terlibat berusaha untuk saling menyelesaikan tujuan yang

berbeda dan bertentangan. Atau dengan kata lain negosiasi adalah suatu cara untuk mencapai suatu kesepakatan melalui diskusi formal. Negosiasi merupakan suatu proses saat dua pihak mencapai perjanjian yang dapat memenuhi kepuasan semua pihak yang berkepentingan dengan elemen-elemen kerjasama dan kompetisi. Termasuk di dalamnya, tindakan yang dilakukan ketika berkomunikasi, kerjasama atau memengaruhi orang lain dengan tujuan tertentu.

Namun apabila dilihat dalam pasal 6 ayat (2) yang menyatakan bahwa Penyelesaian sengketa atau beda pendapat melalui alternatif penyelesaian sengketa sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) diselesaikan dalam pertemuan langsung oleh para pihak dalam waktu paling lama 14 (empat belas) hari dan hasilnya dituangkan dalam suatu kesepakatan tertulis. Dari ketentuan ini terlihat bahwa negosiasi dilakukan sendiri oleh para pihak yang bersengketa atau oleh kuasanya tanpa bantuan dari pihak lain. Negosiasi disebut juga penyelesaian sengketa bipartit dan hasilnya berupa kompromi (compromise solution) yang tidak mengikat secara hukum.

Negosiasi sebagai sarana bagi para pihak yang bersengketa untuk mendiskusikan penyelesaiannya tanpa keterlibatan pihak ketiga sebagai penengah, sehingga tidak ada prosedur baku, akan tetapi prosedur dan mekanismenya diserahkan kepada kesepakatan para pihak yang bersengketa tersebut. Penyelesaian sengketa sepenuhnya dikontrol oleh para pihak, sifatnya informal, yang dibahas adalah berbagai aspek, tidak hanya persoalan hukum saja.

Dalam praktik, negosiasi dilakukan karena 2 (dua) alasan, yaitu:

1. untuk mencari sesuatu yang baru yang tidak dapat dilakukannya sendiri, misalnya dalam transaksi jual beli, pihak penjual dan pembeli saling memerlukan untuk menentukan harga, dalam hal ini tidak terjadi sengketa; dan
 2. untuk memecahkan perselisihan atau sengketa yang timbul di antara para pihak[6].
- Dengan demikian, dalam negosiasi, penyelesaian sengketa dilakukan sendiri oleh pihak yang bersengketa, tanpa melibatkan pihak ketiga sebagai penengah.

Pada umumnya, jika terjadi sengketa maka para pihak yang sedang berkonflik akan memulai suatu komunikasi terlebih dahulu. Dilakukannya komunikasi sebelum negosiasi merupakan hal mutlak yang harus dilakukan. Komunikasi dilakukan oleh para pihak untuk dapat mengetahui pokok permasalahan. Karena jika negosiasi tetap dilakukan tanpa mengetahui pokok permasalahan yang sebenarnya, negosiasi yang dilakukan oleh para pihak akan tidak efektif, sehingga menyebabkan negosiasi panjang dan kemungkinan tidak akan berhasil.

Tahapan Negoisasi menurut William Ury dibagi menjadi empat tahap yaitu:

- a). Tahapan Persiapan :
- b). Tahapan Orientasi dan Mengatur Posisi
- c). Tahapan Pemberi Konsesi/Tawar-menawar
- d). Tahapan Penutup

Konsiliasi

Konsiliasi adalah penciptaan penyesuaian pendapat dan penyelesaian suatu sengketa dengan suasana persahabatan dan tanpa ada rasa permusuhan yang dilakukan di pengadilan sebelum dimulainya persidangan dengan maksud untuk menghindari proses

legitasi. Dari definisi tersebut dapat dipahami bahwa pada dasarnya konsiliasi adalah bentuk ADR yang dapat dilakukan dalam proses non ADR, yaitu litigasi dan arbitrase. Dengan kata lain yang dimaksud dengan ADR berbentuk Konsiliasi merupakan institusi perdamaian yang bisa muncul dalam proses pengadilan dan sekaligus menjadi tugas hakim untuk menawarkannya sebagaimana disebutkan dalam pasal 1851 KUH Perdata.¹⁵ Konsiliasi mempunyai kekuatan hukum mengikat sama dalam konsultasi dan negosiasi, yakni 30 hari terhitung setelah penandatungannya dan dilaksanakan dalam waktu 30 hari terhitung sejak pendaftarannya. (Vide pasal 6 ayat (7) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999).

Konsiliasi adalah proses penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan dengan perantaraan BPSK untuk mempertemukan para pihak yang bersengketa dan penyelesaiannya diserahkan kepada para pihak. Majelis dalam menyerahkan sengketa konsumen dengan cara konsiliasi mempunyai tugas:

1. Memanggil konsumen dan pelaku usaha yang bersangkutan;
2. Memanggil saksi dan saksi ahli bila diperlukan;
3. Menyediakan forum bagi konsumen dan pelaku usaha, perihal peraturan perundang-undangan dibidang perlindungan konsumen;

Tata cara penyelesaian sengketa konsumen dengan cara konsiliasi adalah:

1. Majelis menyerahkan sepenuhnya proses penyelesaian sengketa kepada konsumen dan pelaku usaha yang bersangkutan, baik mengenai bentuk maupun jumlah ganti rugi;
2. Majelis bertindak sebagai konsiliator;
3. Majelis menerima hasil musyawarah konsumen dan pelaku usaha dan mengeluarkan keputusan;

Dalam hal permohonan diterima, maka dilanjutkan dengan persidangan. Ketua BPSK memanggil pelaku usaha secara tertulis disertai dengan copy permohonan penyelesaian sengketa konsumen, selambat-lambatnya dalam waktu 3 (tiga) hari kerja sejak permohonan penyelesaian sengketa diterima secara benar dan lengkap. Dalam surat panggilan dicantumkan secara jelas mengenai hari, jam dan tempat persidangan serta kewajiban pelaku usaha untuk memberikan surat jawaban terhadap penyelesaian sengketa konsumen dan disampaikan pada hari persidangan pertama, yang dilaksanakan selambat-lambatnya pada hari kerja ke-7 (tujuh) terhitung sejak diterimanya permohonan penyelesaian sengketa konsumen oleh BPSK. Majelis bersidang pada hari, tanggal dan jam yang telah ditetapkan, dan dalam persidangan majelis wajib menjaga ketertiban jalannya persidangan. Konsiliasi adalah proses penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan dengan perantaraan BPSK untuk mempertemukan para pihak yang bersengketa dan penyelesaiannya diserahkan kepada para pihak.

Mediasi

¹⁵ Perdamaian adalah suatu persetujuan yang berisi bahwa dengan menyerahkan, menjanjikan, atau menahan suatu barang, kedua belah pihak mengakhiri suatu perkara yang sedang diperikasa pengadilan ataupun mencegah timbulnya suatu perkara bila dibuat secara tertulis.

Mediasi sebagai bentuk dari alternative Dispute Resolution (ADR), terdapat definisi yang beragam tentang mediasi yang dikemukakan oleh para pakar hukum. Namun secara umum, banyak mengakui bahwa mediasi adalah proses untuk menyelesaikan sengketa dengan melakukan bantuan pihak ketiga. Peran pihak ketiga itu adalah dengan melibatkan diri dari bantuan para pihak dalam mengidentifikasi masalah-masalah yang disengketakan.

Pengertian lain dari mediasi adalah penyelesaian sengketa dengan dibantu oleh pihak ketiga (mediator) yang netral/tidak memihak. Peranan mediator adalah sebagai penengah (yang pasif) yang memberikan bantuan berupa alternatif-alternatif penyelesaian sengketa untuk selanjutnya ditetapkan sendiri oleh pihak yang bersengketa. Dalam Peraturan Mahkamah Agung No. 1 Tahun 2016 tentang Prosedur Mediasi di Pengadilan, mediasi diberikan arti sebagai cara penyelesaian sengketa melalui proses perundingan untuk memperoleh kesepakatan para pihak dengan dibantu oleh mediator. Peran mediator membantu para pihak mencari berbagai kemungkinan penyelesaian sengketa dengan cara tidak memutus atau memaksakan pandangan atau penilaian atas masalah-masalah selama proses mediasi berlangsung.

Mediator adalah pihak netral yang membantu para pihak dalam proses perundingan guna mencari berbagai kemungkinan penyelesaian sengketa tanpa menggunakan cara memutus atau memaksakan sebuah penyelesaian. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pada setiap proses mediasi, mediator memegang peranan yang sangat penting. Mediasi tidak akan terlaksana tanpa usaha seorang mediator untuk mempertemukan keinginan para pihak dan mencari solusi yang sama-sama menguntungkan atas permasalahan yang terjadi.

Dalam mediasi di BPSK dibutuhkan keaktifan Majelis BPSK sebagai perantara dan Penyelesaian Sengketa Konsumen melalui pola mediasi. Hal ini dapat dilihat dari tugas BPSK, yaitu:

- a. memanggil konsumen dan pelaku usaha yang bersengketa
- b. Memanggil saksi dan saksi ahli bila diperlukan
- c. Menyediakan forum bagi konsumen dan pelaku usaha yang bersengketa
- d. Secara aktif mendamaikan konsumen dan pelaku usaha yang bersengketa
- e. Secara aktif memberikan saran atau anjuran penyelesaian sengketa konsumen sesuai dengan peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen.

Berdasarkan Pasal 32 SK Memperindag No, 350 tahun 2001, prinsip tata cara penyelesaian sengketa konsumen dengan mediasi ada 2 cara, yaitu:

- a. proses penyelesaian sengketa konsumen menyangkut bentuk maupun jumlah ganti rugi diserahkan sepenuhnya kepada para pihak sedangkan Majelis BPSK bertindak pasif sebagai mediator.
- b. Hasil musyawarah konsumen dan pelaku usaha dikeluarkan dalam bentuk keputusan BPSK,

Penilaian Ahli

Penilaian Ahli adalah suatu upaya mempertemukan pihak yang berselisih dengan cara menilai pokok sengketa yang dilakukan oleh seorang atau beberapa orang ahli di bidang terkait dengan pokok sengketa untuk mencapai persetujuan. Penilaian ahli berupa

keterangan tertulis yang merupakan hasil telaahan ilmiah berdasarkan keahlian yang dimiliki untuk membuat terang pokok sengketa yang sedang dalam proses. Penilaian ahli ini dapat diperoleh dari seseorang atau Tim ahli yang dipilih secara ad hoc.

Pendapat atau Penilaian Ahli menurut Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1990 adalah para pihak dalam suatu perjanjian berhak untuk memohon pendapat yang mengikat dari lembaga arbitrase atas hubungan hukum tertentu dari suatu perjanjian. Ketentuan ini pada dasarnya merupakan pelaksanaan dari tugas lembaga arbitrase sebagaimana tersebut dalam pasal 1 ayat 8 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 yang berbunyi lembaga arbitrase adalah badan yang dipilih oleh para pihak yang bersengketa untuk memberikan putusan mengenai sengketa tertentu, lembaga tersebut juga dapat memberikan pendapat yang mengikat mengenai suatu hubungan hukum tertentu dalam hal belum timbul sengketa.

Arbitrase

Dalam UU Nomor 30 Tahun 1999 disebutkan bahwa, arbitrase merupakan cara penyelesaian sengketa perdata di luar pengadilan umum yang didasarkan perjanjian arbitrase secara tertulis oleh pihak yang bersengketa. Perjanjian arbitrase merupakan kesepakatan berupa klausula arbitrase yang tercantum dalam suatu perjanjian tertulis yang dibuat para pihak sebelum atau setelah timbul sengketa. Dalam arbitrase, para pihak memilih sendiri pihak yang bertindak sebagai hakim dan hukum yang diterapkan. Arbiter hakikatnya merupakan hakim swasta sehingga mempunyai kompetensi untuk membuat putusan terhadap sengketa yang terjadi. Putusan yang dimaksud bersifat *final dan binding*, serta merupakan *win-loss solution*. Penyelesaian Sengketa Konsumen Secara Online (On line Dispute Resolution – ODR)

Online Dispute Resolution (ODR). ODR adalah suatu cara penyelesaian sengketa yang dilakukan melalui media internet, dalam arti bahwa proses penyelesaiannya dilakukan oleh para pihak yang berada dalam wilayah lintas batas negara (borderless) tanpa harus bertemu muka (face to face). Pada dasarnya, ODR sama seperti penyelesaian sengketa konvensional lainnya, perbedaannya terletak pada medianya yang menggunakan media Internet (International Network). ODR termasuk ke dalam ADR, dimana ADR memiliki 3 (tiga) tipe penyelesaian sengketa, yaitu negosiasi, mediasi dan arbitrase.

Negosiasi Online

Negosiasi merupakan mekanisme yang utama dan diberikan prioritas dalam penyelesaian sengketa. Negosiasi merupakan suatu cara dimana mereka yang bersengketa berkomunikasi satu sama lain secara langsung mengatur hubungan mereka dalam bisnis dan kehidupan sehari-harinya. Didefinisikan sebagai proses yang dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan kita ketika ada pihak lain yang menguasai apa yang kita inginkan.

Pada dasarnya model negosiasi online terbagi atas dua bentuk yaitu assisted negotiation dan automated negotiation:

Assisted negotiation terjadi melalui pemberian saran teknologi informasi yang diberikan kepada para pihak, dirancang melalui peningkatan kemampuan teknologi untuk

mencapai penyelesaian. Menggunakan email adalah bentuk software negosiasi yang primitif, yang dapat diganti dengan sarana yang jauh lebih canggih, dengan model berbasis web yang mempunyai berbagai kemudahan. Email sendiri dianggap versi 1 software mediasi. Bahwa jika keberhasilan dicapai dengan menggunakan sistem yang difokuskan email, keberhasilan lebih besar adalah dengan menggunakan model berbasis web yang lebih canggih sejalan dengan berkembangnya penyelesaian sengketa online. Sedangkan penyelesaian secara automated negotiation dilakukan melalui perbandingan antara tawaran dengan kesepakatan persetujuan dijalankan tanpa campur tangan manusia, automated negotiation adalah bentuk dari assisted negotiation, para pihak dibantu oleh komputer untuk mencapai kesepakatan tetapi disini komputerlah yang menyelesaikan masalah tersebut. Metode ini disebut penawaran buta karena semua penawaran masih rahasia, dalam arti tidak diperlihatkan pada pihak lawan sampai mereka mendekati tingkat itu.

Mediasi Online

Perlu didefinisikan terlebih dahulu mengenai apa itu mediasi. Berdasarkan Peraturan Mahkamah Agung Nomor 2 Tahun 2003 tentang Prosedur Mediasi di Pengadilan pada Pasal 1 Butir 6 bahwa Mediasi adalah penyelesaian sengketa melalui proses perundingan para pihak dengan dibantu oleh mediator, lalu pada Pasal 1 butir 5 menyatakan bahwa mediator adalah pihak yang bersifat netral dan tidak memihak, yang berfungsi membantu para pihak dalam mencari berbagai kemungkinan penyelesaian sengketa.

Pada dasarnya, tidak ada perbedaan antara penyelesaian sengketa mediasi offline dengan mediasi online, yang berbeda hanyalah media yang digunakan yakni sarana komunikasi elektronik pada mediasi offline. Untuk mempermudah penyelesaian sengketa dalam e-commerce, dalam era online (ODR) perkembangannya muncul APS secara online. Dalam hal ini ODR merupakan APS bisnis di luar pengadilan yang menggunakan internet sebagai media untuk menyelesaikan sengketa antar para pihak. Pada dasarnya mekanisme yang ditempuh dalam ODR pada prinsipnya sama dengan arbitrase secara konvensional, yang membedakannya hanyalah tempat dan media penyelesaian sengketa yang digunakan. Dalam keadaan tertentu pun demi kelancaran jalannya penyelesaian sengketa, ODR dapat mempertemukan para pihak yang bersengketa. Sebagai contoh adalah the virtual magistrate yang dilahirkan oleh para akademisi hukum dunia maya yang bekerja untuk National Center for Automated Information Research (NCAIR) dan Cyberspace Institute yang dilahirkan asosiasi arbitrase Amerika.

Arbitrase online bekerja seperti persidangan, dimana arbitrator bertindak seperti hakim yang didahului dengan mendengarkan keterangan kedua belah pihak dan kemudian menjatuhkan putusan. Namun demikian putusan yang dihasilkan dapat bersifat mengikat ataupun tidak tergantung pada kesepakatan kedua belah pihak. Teknis penyelesaian sengketa dilakukan secara online dengan menggunakan e-mail, video conferencing, radio button electronic fund transfer, web conference, maupun online chat. Penyelesaian sengketa melalui ODR memiliki kelemahan, dimana arbitrator tidak dapat melihat sengketa yang sebenarnya karena mendasarkan pada teks di e-mail atau media internet lainnya.

C. ODR (Online Dispute Resolution)

Dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen Pengertian konsumen akhir yang dikemukakan oleh Nasutionsangat sesuai dengan pengertian yang diatur dalam UU Perlindungan Konsumen. Adalah pemakai akhir dari sebuah barang atau jasa. Beredarnya segala jenis barang dan jasa yang aga dinegeri inisangat memungkinkan sekali akan terjadinya ketidak sesuaian antara produk yang beredar dengan ketentuan-ketentuan perundang-undangan. Sehingga akibat akhir dari pemakaian produk tersebut adalah konsumen. Barang yang telah kadaluwarsa, barang yang tidak sesuai takaran, iklan yang menyiarkan produk seolah-olah sesuai dengansebenarnya adalah ulah-ulah pelaku usaha yang itu dapat merugikan terhadap konsumen. Sebagai Negara hukum, Negara Republik Indonesia harus menjamin adanya kepastian dan perilaku yang adil bagi semua warga negaranya.

Dengan diundangkannya UU Perlindungan Konsumen nomor 8 Tahun 1999 memberikan jalan kepada masyarakat/konsumen untuk menuntut hak yang telah dirugikan oleh pelaku usaha. Pasal 19 ayat (1) UUPK menyebutkan bahwa Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Ini sebagai bagi konsumen dalam menuntut ganti rugi atas keasalahan yang dilakukan oleh pelaku usaha. Dalam ayat (2) dijelaskan mengenai Jenis ganti rugi yang dapat diberikan diantaranya yaitu pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Untuk mendapatkan ganti rugi tersebut terkadang tidak semudah membalikkan telapak tangan. Pelaku usaha tidak dengan mudahnya memberikan ganti rugi dengan begitu saja. Memerlukan pembuktian yang meyakinkan bahwa kerugian yang diderita oleh konsumen merupakan ulah pelaku usaha. Hal ini tertera dalam pasal 19 ayat (5) bahwa pemberian ganti rugi dapat diberikan setelah terbukti secara sah dan meyakinkan, kerugian tersebut timbul karenabarang/jasa yang diperdagangkan oleh pelaku usaha. Pasal 3 Tujuan perlindungan konsumen adalah a. meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri ;b. mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksek negatif pemakaian barang dan/atau jasa;

Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;d. menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi; e. menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha; f. meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen. Salah satu tujuan perlindungan konsumen seperti yang tertulispada huruf e, Apabila perilaku pelaku usaha dibiarkan begitu saja tanpaadanya regulasi yang pasti, pelaku usaha rentan melakukan sikap

ketidakjujuran demi memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dengan biaya yang kecil-kecilnya. Seperti yang dikemukakan oleh Happy Susanto bahwa kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen berupa perlindungan terhadap hak-hak konsumen, yang diperkuat melalui undang-undang khusus, memberi harapan agar pelaku usaha tidak bertindak sewenang-wenang yang selalu merugikan hak-hak konsumen.

Upaya Jalur Non litigasi Menurut Frans Hendra Winarta, penyelesaian sengketa secara konvensional dalam dunia bisnis, seperti perdagangan, perbankan, proyek pertambangan, minyak dan gas, energy, infrastruktur dan sebagainya dilakukan melalui proses litigasi. Dalam proses litigasi menempatkan para pihak saling berlawanan satu sama lain, selain itu penyelesaian sengketa secara litigasi merupakan sarana akhir (*Ultimum Remedium*) setelah *Alternative Dispute Resolution* (*Alternatif Penyelesaian Sengketa*) tidak membuahkan hasil⁶. Hal senada juga disampaikan oleh Rachmadi Usman⁷ bahwa selain melalui pengadilan (litigasi), penyelesaian sengketa juga dapat diselesaikan diluar pengadilan (*Non Litigasi*) yang lazim dinamakan dengan *Alternative Dispute Resolution* (*ADR*).⁵ Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan* (Jakarta: Visimedia, 2008), hlm. 46 Frans Hendra Winarta, *Hukum Penyelesaian Sengketa* (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), hlm. 1-27 Rachmadi Usman, *Mediasi di Pengadilan* (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), hlm. 8

Secara ringkas dapat diuraikan disini tentang jenis ODR.

Mediasi Online

Mediasi yang bersifat fasilitatif di mana mediator berfungsi sebagai fasilitator dan tidak dapat memberikan opini atau merekomendasikan penyelesaian. Dalam hal ini, mediator memberikan jalan agar para pihak menemukan sendiri penyelesaian bagi sengketa yang dihadapinya. Penyelesaian sengketa jenis ini dilakukan oleh online resolution;

Mediasi evaluatif, yakni mediasi melalui mediator yang memberikan pandangan dari segi hukum, fakta dan bukti. Strategi mediasi ini yaitu membuat suatu kesepakatan melalui mediator dengan memberikan solusi yang dapat diterima kedua belah pihak, dan mencoba membujuk para pihak untuk menerimanya;

Pendekatan yang menengahi situasi. Mediator mencoba mencampuri permasalahan sejauh disetujui para pihak. Mediator hanya masuk jika para pihak gagal melakukan negosiasi di antara mereka sendiri, mediator dapat mencampuri hanya sebatas mengajukan solusi, jika para pihak meminta kepadanya. Tujuan awal dari prosedur ini yaitu membantu memfasilitasi komunikasi antara para pihak dengan mediator dan antara para pihak sendiri. Komunikasi semacam itu dapat dijalankan dengan menggunakan teknologi yang tersedia seperti internet relay chats, e-mail, dan video conference. Sarana komunikasi merupakan elemen dasar dalam mediasi.

Mediasi online sama dengan mediasi offline yang biasanya diorganisasi melalui tiga tahap atau sesi.

Sesi pembukaan di mana para pihak, penasihat hukum, mediator, dan mungkin ahli atau psikolog hadir. Dalam sesi ini, para pihak mengemukakan pandangan, fakta dan soal-soal hukum, mediator membuat ringkasan permasalahan yang dihadapi para pihak.

Sesi-sesi lain sama sebagaimana dijelaskan dalam proses mediasi offline, yang juga dapat dilakukan kaukus jika diperlukan dalam sesi ini, mediator mendiskusikan secara privat dengan masing-masing pihak, tentu saja melalui online. Sesi ini disebut juga sebagai "Engine Room" dari keseluruhan prosedur yang harus dilalui. Selanjutnya, sesi penutup di mana para pihak bertemu kembali dan melakukan verifikasi terhadap kesepakatan yang sudah dicapai atau sekurang-kurangnya ada hasil yang sudah dicapai atau sekurang-kurangnya ada hasil yang sudah dicapai.

Perbedaan antara mediasi online dan mediasi offline yaitu bahwa dalam mediasi online, dunia nyata (real space) digantikan oleh dunia virtual atau dunia maya (cyberspace).

Arbitrase Online

Prosedur untuk menyelenggarakan arbitrase secara online sebagai berikut:

Peraturan yang diperlukan mengenai permohonan untuk berarbitrase dan pelaksanaannya (hal ini meliputi juga peraturan yang diterapkan oleh badan arbitrase tersebut dan informasi lain yang disediakan).

Menyediakan cara untuk memilih arbiter, menerima tempat kedudukan atau menolaknya.

Menyediakan tata cara berarbitrase seperti penyediaan peraturan prosedural seperti tata cara mengajukan perkara secara online, menyampaikan tanggapan, mengajukan bukti-bukti dan argumentasi, dan kemungkinan adanya penundaan;

Penyediaan tata cara penggunaan pesan secara elektronik, seperti penyelenggaraan prosedur yang hanya menggunakan dokumen elektronik, penggunaan video conferencing dan audio conferencing termasuk dalam hal ini penyediaan alat-alat bukti berupa keterangan saksi dan saksi ahli.

Penyediaan pembuatan putusan secara online dan persyaratan yang diperlukan agar suatu putusan dapat diterima dan dijalankan. Penyediaan prosedur yang mungkin untuk mengadakan perlawanan atau banding terhadap putusan. Penyediaan prosedur yang dapat memungkinkan proses berjalan secara rahasia dengan menyediakan teknologi enkripsi dan tanda tangan elektronik.

Penyediaan sarana untuk penyimpanan data terutama dalam perlawanan menyangkut hak dari salah satu pihak untuk melakukan perlawanan karena adanya dugaan bahwa hak-hak dari salah satu pihak telah dilanggar.

1.2 Model dan Framework Cyber Security Untuk Kehati-Hatian dan Keamanan

1.2.1 Cyber Security Indonesia

Dewasa ini seiring dengan pemakaian jaringan sistem komputer yang menggunakan infrastruktur sistem telekomunikasi, dimana semua hal dapat terjadi dengan komunikasi kasat mata sehingga terbentuk suatu dunia baru yang dinamakan sebagai cyber space.

Awalan cyber merupakan awalan yang berfungsi untuk mendeskripsikan segala sesuatu hal baru yang berhubungan dengan komputer, dapat berupa seseorang, benda ataupun ide.

Security (keamanan) adalah kualitas yang menyatakan suatu kondisi aman atau terbebas dari bahaya (Whitman & Mattord, 2014:1). Untuk menjadi aman maka setiap aset harus dilindungi dari risiko terhadap kehilangan data, kerusakan atau modifikasi yang tidak diinginkan atau masalah lainnya. Keamanan dalam suatu organisasi tergantung dari implementasi sistem yang berjenjang.

Security ini merupakan suatu pencapaian beberapa strategi dikerjakan secara berkelanjutan yang dapat dikombinasikan dengan hal lainnya. Beberapa strategi akan fokus pada area yang spesifik, akan tetapi ada beberapa hal yang menjadi suatu kegiatan harian yang tetap harus dalam suatu pantauan.

Diantara spesialisasi area dari suatu sistem keamanan termasuk didalamnya adalah:

- a. Physical security, menjaga manusia, aset fisik dan tempat bekerja dari berbagai ancaman, seperti kebakaran, akses tidak sah dan bencana alam
- b. Operations Security, menjaga kemampuan organisasi untuk memastikan kegiatan operasi tanpa terjadi suatu kendala interupsi atau kompromisasi.
- c. Communications security, menjaga media komunikasi organisasi, teknologi, konten dan kemampuan untuk menggunakan perangkat yang menunjang tercapainya tujuan.
- d. Network Security, menjaga data organisasi dalam suatu jaringan, koneksi dan konten seperti menjaga kemampuan menggunakan jaringan untuk menyelesaikan fungsi komunikasi data organisasi.

Information security adalah menjaga keamanan informasi dan karakteristik kritis (confidentiality, integrity dan availability), termasuk sistem dan hardware yang digunakan, menyimpan dan mengirimkan informasi melalui suatu kebijakan, pelatihan dan program menambah pengetahuan serta teknologi.

Bila melihat dari keseluruhan konsep diatas maka cyber security adalah kumpulan alat, kebijakan, konsep keamanan, perlindungan keamanan, pedoman, pendekatan manajemen risiko, tindakan, pelatihan, praktik terbaik, jaminan dan teknologi yang dapat digunakan untuk melindungi lingkungan cyber dan organisasi dan aset pengguna.

Organisasi dan aset pengguna dalam cyber-security termasuk perangkat yang terhubung komputasi, personil, infrastruktur, aplikasi, layanan, sistem telekomunikasi dan totalitas informasi yang dikirimkan dan/atau disimpan dalam lingkungan maya.

Cyber-security sebagai upaya untuk memastikan pencapaian dan pemeliharaan sifat keamanan organisasi dan aset pengguna terhadap risiko keamanan yang relevan dalam lingkungan cyber.

1.2.2. Stakeholder Pengawasan Cyber Security di Indonesia

Cyber security tidak bisa diatasi hanya dengan satu organisasi semata, akan tetapi upaya perlindungan ini membutuhkan kerjasama tim dari semua lini yang saling terkait. Pemegang peran penting dalam hal ini adalah pemerintah selaku pengelola utama pemilik infrastruktur telekomunikasi yang ada Indonesia, selain itu perlu adanya dukungan teknis dari para praktisi dan akademisi sebagai suatu research center, sektor swasta dan bisnis memegang kendali sebagai pengguna dari berbagai kebijakan pemerintah dan hasil

temuan yang dilakukan oleh para akademisi serta masyarakat sipil sebagai pasar yang terbuka untuk mendapatkan informasi dari seluruh pengelolaan sektor tersebut. Dibawah ini akan diulas satu per satu peran penting pemangku kepentingan yang ada di Indonesia.

2.1. Pemerintah

Pengelolaan cyber security ini tidak bisa dilakukan hanya oleh satu organisasi pemerintahan saja, oleh karena itu diperlukan kerjasama khusus antar organisasi yang bertanggung jawab pada ancaman nasional dan perlindungan infrastruktur sebagai suatu objek vital negara. Di Indonesia sendiri terdapat dua kementerian yang bertanggung jawab terhadap pengelolaan cyber security yaitu kementerian komunikasi dan informatika (kominfo) dan kementerian koordinator politik, hukum dan keamanan. Selain kedua kementerian tersebut yang ikut berkontribusi dalam upaya pencegahan dan perlindungan lainnya adalah Tentara Nasional Indonesia, Badan Intelijen Negara, Kementerian Luar Negeri dan Lembaga Sandi Negara yang memiliki fungsi dan tugasnya masing-masing.

Organisasi-organisasi utama yang bertanggung jawab atas cyber security antara lain:

- a. Kementerian Kominfo, bertanggung jawab terhadap pengelolaan seluruh infrastruktur telekomunikasi yang ada di wilayah Indonesia.
- b. Kementerian koordinator politik, hukum dan keamanan, yang semakin menyadari kemungkinan konflik cyber yang akan terjadi saat ini dan masa depan sehingga perlu dilakukan berbagai langkah preventif sebagai upaya pencegahannya dengan mengawasi para penegak hukum dan intelijen negara serta mengkoordinasikan penyusunan strategi cyber security nasional terhadap infrastruktur yang menjadi objek vital negara.
- c. Kementerian luar negeri, melakukan koordinasi dengan negara-negara yang bekerjasama dengan Indonesia sebagai upaya pengelolaan penyelenggaraan bersama keamanan internasional.
- d. Kementerian Keuangan berfungsi sebagai lembaga negara untuk melakukan pengelolaan anggaran mengenai kebijakan cyber security.
- e. Badan standar teknis nasional, bertanggung jawab untuk membentuk dan menjaga standar teknis yang berlaku untuk keamanan lalu lintas informasi.
- f. Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN) sebagai lembaga non teknis kementerian yang merupakan revitalisasi dari Lembaga Sandi Negara (Lemsaneg) yang memiliki fungsi untuk adalah membangun ekosistem ranah siber Indonesia yang kuat dan aman, mendeteksi, mencegah, dan menjaga keamanan siber serta menjadi penyelenggara dan pembina persandian negara dalam menjamin keamanan informasi dimana mengutamakan klasifikasi milik pemerintah atau negara dengan tujuan untuk menjaga keamanan nasional. Secara luas lagi fungsi BSSN mencakup pelaksanaan seluruh tugas dan fungsi di bidang keamanan informasi, pengamanan pemanfaatan jaringan telekomunikasi berbasis protokol internet, dan keamanan jaringan dan infrastruktur telekomunikasi. BSSN sendiri berperan dalam mengawal Indonesia memasuki era ekonomi digital (e-Commerce), big data, dan Fintech, yang selalu dibayangi serangan siber.

ID SIRTII (Indonesia Security Incident Response Team on Internet and Infrastructure) sebagai lembaga independen yang memiliki fungsi untuk melaksanakan pemantauan (monitoring), memelihara sistem deteksi dan peringatan dini terhadap ancaman jaringan telekomunikasi, serta menangani tindakan hukum dalam sengketa cybersecurity demi terciptanya lingkungan yang aman untuk suatu komunikasi berbasis internet di Indonesia.

2.2. Komunitas Teknis dan Akademisi

Komunitas Teknis seperti Computer Emergency Response Teams (CERTs) dan Computer Security Incident Response Teams (CSIRTs) yang ada di berbagai wilayah dan lembaga di Indonesia. Bertanggung jawab untuk mencegah dan merespon terjadinya insiden keamanan komputer dan melakukan edukasi untuk meningkatkan kesadaran publik akan pentingnya cyber security. Para kelompok ahli ini sering kali dilibatkan untuk menjadi bagian dari lembaga penegak hukum dan intelijen negara.

Peran perguruan tinggi dalam hal keamanan cyber ini adalah sebagai research center sehingga para Akademisi berfungsi sebagai pihak yang dapat membuat, memberitahu perkembangan dan kebocoran-kebocoran keamanan informasi yang akan terjadi kepada pemerintah sehingga perlindungan keamanan dapat dicegah.

2.3. Sektor Swasta dan Bisnis

Infrastruktur telekomunikasi banyak digunakan dalam sektor swasta dan bisnis untuk dapat mendukung kegiatan usahanya dalam melakukan penyebaran informasi dan terjadinya suatu transaksi bisnis sehingga mudah diakses oleh calon customernya. Dalam hal regulasi, sektor swasta menggunakan UU ITE dan UU Telekomunikasi sebagai dasar untuk melakukan pengembangan tools untuk mencegah serangan cyber. Sektor ini dianggap penting karena mereka dianggap memiliki pengetahuan dan sumber daya yang mumpuni dalam melakukan pengembangan cyber security untuk perusahaannya sehingga dapat memberikan suatu masukan positif bagi pemerintah untuk memperkuat pertahanan negara.

2.4. Organisasi Masyarakat Sipil

Masyarakat saat ini dapat berkontribusi akan cybersecurity dengan cara meningkatkan kesadaran keamanan serta membangun budaya keamanan, sehingga dapat melakukan perlindungan minimal terhadap privasi dan perlindungan data pribadi yang bertanggung jawab terhadap kegiatan online mereka terutama pada aktifitas di media sosial dan e commerce dimana semua aktifitas tersebut dilakukan dengan berdasarkan pada user generated content.

Perubahan yang cepat dalam ranah teknologi menyebabkan kurangnya pemahaman publik terhadap literasi digital yang didalamnya termasuk kurangnya penggunaan dan pemahaman perlindungan privasi online di kalangan masyarakat umum sehingga semua informasi yang diberikan akan terbuka dan dapat menjadi suatu sasaran kejahatan online.

Masyarakat sebagai salah satu stakeholder penting berperan agar perilaku kejahatan online ini dapat direduksi dan tidak menyebar pada kejahatan lainnya yang lebih kompleks dalam dunia teknologi digital ini.

1.2.3. Dasar Kebijakan Protokol Cyber Security di Indonesia

Dasar kebijakan akan protocol cyber security indonesia tertuang dalam peraturan presiden republik indonesia nomor 53 tahun 2017, perpres perubahan nomor 133 tahun 2017 tentang Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN). Dengan pertimbangan bahwa bidang keamanan siber merupakan salah satu bidang pemerintahan yang perlu didorong dan diperkuat sebagai salah satu upaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional dan mewujudkan keamanan nasional.

BSSN ini merupakan lembaga non teknis kementerian yang merupakan merupakan revitalisasi Lembaga Sandi Negara (Lemsaneg) dengan tambahan Direktorat Keamanan Informasi, Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) yang bertanggung jawab langsung kepada presiden secara berkala atau sewaktu-waktu sesuai kebutuhan.

Dalam BSSN ini terdapat empat deputi yang memiliki tanggung jawab berbeda, berikut merupakan tugas dan peran dari masing-masing deputi:

- a. Deputi bidang identifikasi dan deteksi, mempunyai tugas melaksanakan penyusunan dan pelaksanaan kebijakan teknis di bidang identifikasi dan deteksi keamanan siber.
- b. Deputi proteksi, mempunyai tugas melaksanakan penyusunan, pelaksanaan dan pengendalian kebijakan teknis di bidang proteksi keamanan siber.
- c. Deputi penanggulangan dan pemulihan, mempunyai tugas melaksanakan penyusunan dan pelaksanaan kebijakan teknis di bidang penanggulangan dan pemulihan keamanan siber pada jaringan komunikasi pemerintah, infrastruktur vital nasional dan ekonomi digital.
- d. Deputi pemantauan dan pengendalian, mempunyai tugas melaksanakan penyusunan, pelaksanaan dan pengendalian kebijakan teknis dibidang pemantauan dan pengendalian keamanan siber.

Koordinasi fungsi keamanan siber cukup kompleks, melibatkan:

- Kementerian Luar Negeri terkait kerjasama dan diplomasi siber bilateral, regional dan multilateral.
- Kementerian Pertahanan dan TNI terkait Perang Asimetris dan Proxy diranah Siber.
- Polri terkait Penanggulangan dan Penindakan Kejahatan Siber.
- BIN terkait Human Intelijen.
- Lemsaneg terkait Signal Intelijen dan Persandian menjadi BSSN.
- Desk Siber dan ID-SIRTII proteksi siber yang ke depan akan dilebur ke BSSN.

Kominfo termasuk penampisan dan Pengaisan Siber, di mana direktorat Keamanan Informasi dilebur ke BSSN.

1.2.4. Working Komite Pengawasan Cyber Security di Indonesia

Mengacu pada pihak yang menyusun, mengawasi dan menegakkan aturan ataupun standar, maka akan didapat empat bentuk sistem tata kelola (governance) yang berlaku saat ini. Empat bentuk sistem itu adalah:

- a. Regulasi tradisional (traditonal regulaton), merupakan regulasi yang dikembangkan, diundangkan, dan diberlakukan oleh pemerintah di tingkat nasional, baik sendiri ataupun bekerjasama dengan pemerintah lain.

- b. Ko-regulasi (co-regulation), adalah pelibatan bersama pemerintah dengan sektor swasta dalam sejumlah proses regulasi, dimana pelaku pasar mendapatkan pendelegasian tugas untuk membangun standar dan menerapkan sanksi terhadap sektor publik yang tidak tunduk pada standar atau aturan yang telah ditetapkan.
- c. Swaregulasi industri (industry self-regulation), adalah ketika sektor swasta secara mandiri mengembangkan standar teknis dan praktis yang terbaik. Hal ini berlaku umum dalam pengembangan standar dalam inovasi teknis, sehingga membentuk aksi penegakan kebijakan dimana pelaku industri secara bersama sepakat untuk mengatur dirinya sendiri. Pengembangan sistem ini berbasiskan pada standar yang secara sukarela dibangun dan dijalankan oleh sektor swasta.

Pemangku kepentingan majemuk (multistakeholder), merupakan suatu sistem yang mendorong adanya pelibatan dari sejumlah pemangku kepentingan beragam untuk melakukan diskusi dan negosiasi serta membangun kerangka kerja regulasi tertentu untuk dapat diadopsi dan diimplementasikan para pemangku kepentingan lainnya.

1.2.5. Lingkup Pengawasan Cyber Security

1. Internet & Communication Innovation

Berbagai macam jenis ancaman dalam dunia Teknologi Informasi, masing-masing memiliki tingkat keseriusan tersendiri dan membutuhkan tingkat solusi yang benar-benar tepat. Semakin tinggi tingkat ancaman, semakin banyak kerumitan langkah-langkah keamanan untuk melindungi dari bahaya tersebut.

Dari kode berbahaya sederhana, yang dapat menghapus seluruh isi komputer dan *hacker* yang dapat mengakses serta menggunakan informasi pribadi untuk keuntungan pribadi merupakan risiko yang selalu mengintai sepanjang kita menggunakan internet, terlebih bila kita menyimpan username dan *password* dalam suatu *browser* yang membuatnya semakin mudah untuk ditembus. Sering kali, *malware* melewati sistem keamanan saat anda mengakses situs web tertentu atau bahkan ketika anda membuka email. Kode-kode unik mengeksploitasi celah dalam berbagai aplikasi dan memasukkan diri dalam sistem komputer yang memungkinkan untuk meniru dan menginfeksi komputer lain dengan melampirkan sendiri ke email yang anda kirim keluar atau melalui jaringan lokal.

Cracker adalah orang-orang yang mendapatkan informasi sesuai dengan yang mereka inginkan dan menggunakannya untuk keuntungan mereka sendiri. Karena hal tersebut mengapa penting untuk terus memperbarui perangkat lunak karena ancaman baru sedang dibuat setiap hari dan memiliki sistem yang telah diperbarui yang dapat membantu melindungi anda dari serangan.

Berikut ini merupakan jenis-jenis ancaman yang biasa terjadi dalam dunia internet ini:

- **Unauthorized Acces to computer system and service**
Kejahatan yang dilakukan dengan menyusup ke dalam suatu system jaringan komputer secara tidak sah, biasanya pelaku kejahatan cracker melakukannya dengan maksud sabotase ataupun pencurian informasi penting dan rahasia.
- **Ilegal Contents**

Merupakan kejahatan dengan memasukkan data ke internet tentang suatu hal yang tidak benar dan dapat di anggap melanggar hukum atau mengganggu ketertiban umum.

- **Data Forgery**

Merupakan kejahatan dengan memalsukan data pada dokumen-dokumen penting yang tersimpan sebagai scripless document melalui internet.

- **Cyber Espionage**

Merupakan kejahatan yang memanfaatkan jaringan internet untuk melakukan kegiatan mata-mata terhadap pihak lain.

- **Offense againts intelectual property**

Kejahatan ini diajukan terhadap hak atas kekayaan intelectual yang dimiliki pihak lain di internet.

- **Pembajakan situs web**

Salah satu kegiatan yang sering dilakukan oleh cracker adalah mengubah halaman web, yang dikenal dengan istilah deface. Pembajakan dapat dilakukan dengan mengeksploitasi celah keamanan. Statistik Indonesia menunjukkan bahwa satu situs web dibajak setiap harinya.

- **Probing dan port scanning**

Salah satu langkah yang dilakukan cracker sebelum masuk ke server yang ditargetkan adalah melakukan pengintaian. Cara yang dilakukan adalah dengan melakukan port scanning atau probing untuk melihat servis-servis apa saja yang tersedia di server target. Sebagai contoh, hasil scanning dapat menunjukkan bahwa server target menjalankan program web server Apache, mail server Sendmail, dan seterusnya.

- **Virus**

Penyebaran umumnya dilakukan dengan menggunakan email dan melalui device lain yang terhubung dengan perangkat komputer, sehingga seringkali orang yang sistemnya terkena virus tidak sadar akan hal ini. Virus ini kemudian dikirimkan ke tempat lain melalui emailnya. Kasus virus ini sudah cukup banyak seperti virus Mellisa, I love you, WannaCry, SirCam dan lain-lalin.

- **Denial of Service (DoS) dan Distributed DoS (DDos) attack**

DoS attack merupakan serangan yang bertujuan untuk melumpuhkan target menjadi hang dan bahkan crash sehingga dia tidak dapat memberikan layanan yang seharusnya. Serangan ini tidak melakukan pencurian, penyadapan, ataupun pemalsuan data, akan tetapi dengan melakukan perusakan pada hilangnya layanan maka target tidak dapat memberikan pelayanan yang dapat menyebabkan suatu kerugian finansial.

2. Infrastructure Cyber Security

Pusat perhatian dalam dunia Cyber Security adalah bagaimana cara mengendalikan access terhadap resources jaringan, tidak hanya mengontrol yang dapat melakukan akses terhadap resources jaringan utama, pengontrolan akses ini juga harus mengatur subject user, program, file, computer dan lainnya untuk dapat berinteraksi dengan objectnya berupa file, database, computer, dan lainnya atau lebih tepatnya disebut sebagai suatu Infrastruktur Cyber Security.

Prinsip keamanan sendiri pada dasarnya memiliki suatu acuan seperti:

- Kerahasiaan (confidentiality), dimana object tidak dibocorkan kepada subject yang tidak seharusnya atau lazim disebut not authorized.
- Integritas (Integrity), bahwa object tetap orisinal, tidak diragukan keasliannya dan tidak dimodifikasi dalam perjalanannya dari sumber menuju penerima.
- Ketersediaan (Availability), user yang mempunyai hak akses atau authorized users di beri suatu akses yang real time dan tidak terkendala apapun.

Infrastruktur Cyber merupakan perpaduan dari berbagai technology dan system yang merupakan sekumpulan komponen-komponen fisik dan logical yang memberikan fondasi konektivitas, keamanan, routing, manajemen, access, dan berbagai macam fitur dari integral suatu jaringan. Sebagai administrator jaringan harus mampu dalam menguasai technology terkait untuk memudahkan dalam melakukan maintenance, supporting dan memudahkan dalam menyelesaikan troubleshooting yang terjadi pada system jaringan.

Infrastruktur Fisik

Suatu infrastruktur fisik, banyak berhubungan dengan komponen fisik suatu jaringan yang disesuaikan dengan desain jaringan yang direncanakan, berhubungan dengan jaringan perkabelan yang sesuai dengan topology jaringan. Piranti jaringan seperti Router memungkinkan terjadinya komunikasi antar jaringan local yang berbeda segmen. Switcher dan bridges yang memungkinkan hosts terhubung ke jaringan. Terdapat berbagai server yang meliputi seperti server data file, Exchange server, DHCP server untuk layanan IP address, DNS server dan lain-lain.

Infrastruktur fisik bisa termasuk di dalamnya technology Ethernet dan standard wireless 802.11a/b/g/n, jaringan telpon umum (PSTN), Asynchronous Transfer Mode (ATM) dan semua metoda komunikasi dan jaringan fisiknya.

Dengan memahami ancaman Infrastruktur Cyber Security ini, suatu organisasi dapat melakukan pengaturan suatu jaringan dengan menghitung nilai risiko Infrastruktur Cyber Security menjadi lebih kecil.

Suatu system keamanan jaringan harus sudah melengkapi dengan system update patch yang dideploy secara otomatis kepada semua host dalam jaringan, seperti yang terdapat dalam windows server melalui Windows System Update Services (WSUS).

System keamanan terhadap virus, untuk kepentingan jaringan yang besar dapat membangun suatu system antivirus corporate edition dimana semua clients akan terhubung ke server melakukan pembaharuan signature data secara otomatis.

System keamanan terhadap segala macam ancaman terhadap jaringan juga terkait dengan infrastruktur fisik anda seperti firewall, pemakaian IPSec pada koneksi remote VPN dan lainnya.

Infrastruktur Logical

Infrastruktur logical dari suatu jaringan komputer merupakan komposisi dari banyak elemen-elemen software yang menghubungkan, mengatur dan mengamankan hosts pada jaringan. Infrastruktur logical ini memungkinkan terjadinya komunikasi antar komputer melewati jaringan fisik yang sesuai dengan topology jaringannya. Infrastruktur logical ini termasuk didalamnya adalah komponen-komponen seperti:

- Domain Name System (DNS), merupakan system untuk memberikan resolusi name dari permintaan resolusi name dari clients.
- Directory services, merupakan layanan directory untuk meng-authentikasi dan authorisasi user untuk masuk dan menggunakan resources jaringan.
- Protocol-protocol jaringan seperti protocol TCP/IP, protocol jaringan yang sangat populer dan paling banyak di pakai sebagai protocol jaringan dari berbagai platform jaringan baik berplatform windows, Linux, Unix dan lainnya.

Segala macam policy dan guidelines dari corporate tentang pemakaian resource jaringan juga tidak kalah pentingnya. Seperti kebijakan mengenai pemakaian email dalam perusahaan yang tidak mengurangi kapasitas pemakaian pribadi seperti mailing list yang memungkinkan terdapat banyak email spam dalam system exchange.

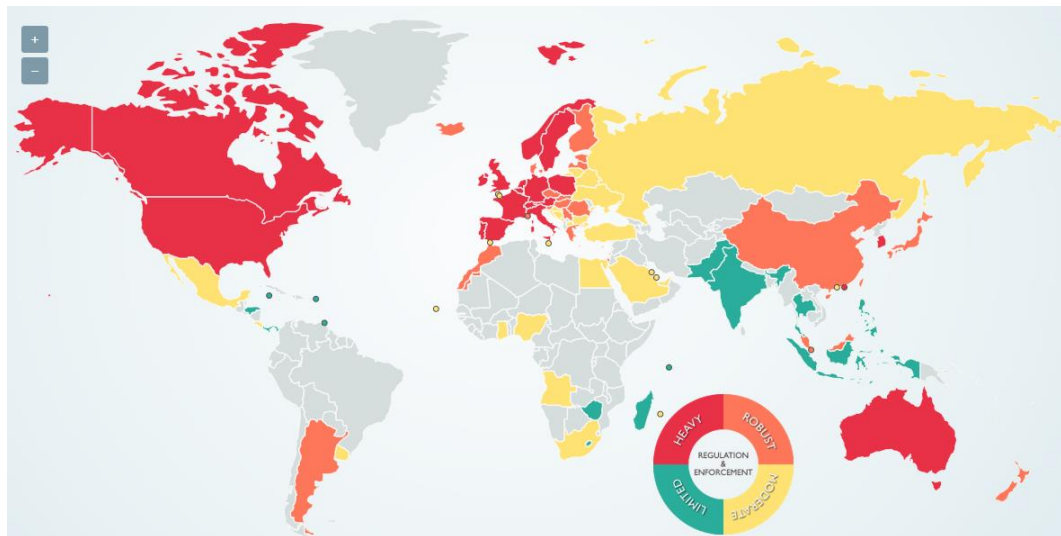
Software client penghubung ke server.

Setelah terbentuknya jaringan infrastruktur logical ini administrator perlu mempunyai pengetahuan untuk bisa memahami segala aspek technology yang terlibat di dalamnya. Seperti membuat design IP address untuk bisa di implementasikan berdasarkan jaringan fisik yang ada, bagaimana memberikan IP address sebagai identitas masing-masing host pada jaringan dan juga melakukan troubleshooting jika terjadi permasalahan jaringan yang berhubungan dengan konektivitas, addressing, access, security maupun masalah name resolution.

3. Standard Data Security dan Best Practice

Keamanan data dapat terjaga bila seluruh program dapat saling terintegrasi satu sama lainnya, dimana dalam standarisasi keamanan ini harus memperhatikan tiga hal utama yakni hak akses yang dimiliki oleh setiap bagian, hacker sebagai ahli it dan jaringan yang mengawasi jalannya suatu keamanan data dan virus dan malware yang dikembangkan oleh pihak lain yang berusaha menyerang jaringan informasi suatu organisasi.

Dalam gambar dibawah ini merupakan gambaran mengenai peran regulator di negara-negara dunia dalam mengatur cyber security dunia di negaranya masing-masing yang diklasifikasikan menjadi empat ketentuan yaitu: Heavy dengan warna merah menyatakan bahwa regulasi dan ketentuannya dilakukan secara ketat. Kedua, warna orange menyatakan negara memiliki regulasi yang kuat dalam mengatur keamanan data, ketiga warna hijau dimana negara masih terbatas pada hal-hal yang diprioritaskan dalam pengaturan lalu lintas informasi dan keempat berwarna kuning yang menyatakan bahwa pengaturan regulasi masih dalam suatu tahapan moderate dengan pertimbangannya sesuai dengan target regulasi dari masing-masing negara.



Sumber: www.dlapiperdataprotection.com

Salah satu elemen utama yang menentukan reliabilitas pusat data pemerintahan serta sistem government cybersecurity adalah kesesuaian sistem dengan standar regulasi keamanan cyber yang telah ditetapkan dan diakui secara global. Sistem yang telah memenuhi regulasi serta restriksi tersebut, dianggap mampu untuk menghalau segala macam ancaman serangan cyber sekaligus melindungi keamanan data pemerintah. Terdapat beberapa standar regulasi yang berperan dalam melakukan pengamanan pada pusat data pemerintah yang berlaku di beberapa negara di dunia, lengkapnya sebagai berikut:

- **Federal Information Processing Standard (FIPS 140.2)**
Merupakan standar regulasi keamanan jaringan komputer pemerintahan yang dikembangkan oleh pemerintahan federal Amerika Serikat. Regulasi ini memfokuskan pada layanan proses penyelidikan kode-kode rahasia atau kriptografi yang meliputi pengolahan data dan dokumen, enkripsi algoritma, dalam ruang lingkup pemerintahan.
- **Personally Identifiable Information (PII)**
Standar regulasi PII bergerak untuk mendeteksi, membedakan, serta mencari jejak identitas individu maupun kelompok yang terhubung dengan sistem dalam pusat data utama. PII membantu pemerintah dan pihak-pihak terkait untuk menemukan identitas penyusup maupun peretas yang masuk ke dalam pusat data. Dengan begitu, keamanan dari pusat data pemerintahan akan tetap terjaga dari pihak luar yang tidak memiliki izin untuk mengolah atau melakukan transmisi data milik pemerintah.
- **Health Insurance Portability and Accountability (HIPAA)**
Salah satu elemen utama dari pemerintahan adalah mengenai fasilitas kesehatan yang menjadi regulasi membawahi proses perekaman data serta aktivitas medis yang terjadi di fasilitas kesehatan suatu wilayah. Melalui HIPAA, seluruh informasi yang dibuat, diterima, dan disebarkan untuk kepentingan medis akan dijamin kerahasiaan serta perlindungannya.
- **Payment Card Industry Data Security Standard (PCI DDS)**

Merupakan regulasi yang diberlakukan bagi institusi finansial atau perbankan, terutama institusi yang memiliki wewenang untuk menerbitkan kartu kredit. Praktik yang diterapkan PCI DDS difokuskan kepada pengembangan, pemeliharaan, serta pengawasan sistem pengamanan data pemegang kartu kredit. Hal ini bertujuan untuk mendeteksi dan mencegah kemungkinan insiden cyber threats yang terjadi.

- **Financial Industry Regulatory Authority (FINRA)**

Tidak jauh berbeda dari PCI DDS, FINRA bergerak dalam bidang organisasi finansial dari pemerintah. Program FINRA yang paling terkenal dinamakan 'sweep', yakni program yang mengharuskan seluruh instansi finansial untuk memberikan respons terhadap surat pemeriksaan mengenai kesiapan instansi dalam menggalakkan upaya-upaya cyber security. Pemeriksaan ini dilakukan secara berkala untuk memastikan bahwa sistem pengamanan data instansi finansial tetap terjaga dan bekerja dengan seharusnya. Hal ini menjadi suatu issue penting untuk meningkatkan terjadinya arus transaksi keuangan dalam dunia e commerce sehingga peran kemudahan dan keamanan transaksi finansial dapat terjaga demi tingkat kepercayaan masyarakat.

4. Sistem Pengawasan Marketplace

Cybersecurity merupakan sebagai salah satu prasyarat untuk mendorong pertumbuhan e-commerce yang pesat. Tanpa akses internet yang aman dan andal, pelanggan akan enggan memberikan informasi rahasia mereka secara online. Karenanya, tidak mengejutkan ketika sektor bisnis di Indonesia menjadi pemimpin dalam percepatan kemajuan dalam cybersecurity lebih daripada pemerintah sendiri.

Fokus cybersecurity di Indonesia berada pada bidang pertahanan, perang dan kedaulatan negara. Indonesia telah memiliki lembaga pengawasan untuk bidang e commerce melalui BSSN.

5. Sistem Pengawasan Malware

Pengawasan Malware saat ini dapat menggunakan Intrusion Detection System (IDS) pada jaringan dan komputer. IDS adalah sebuah sistem yang melakukan pengawasan traffic jaringan dan pengawasan terhadap kegiatan-kegiatan mencurigakan yang berhubungan dengan traffic jaringan, sehingga bila terjadi sesuatu seperti traffic yang tidak normal maka IDS akan memberikan peringatan kepada sistem atau administrator jaringan. IDS ini memiliki beberapa jenis pendekatan berbeda yang berfungsi untuk mendeteksi traffic mencurigakan didalam jaringan.

Penerapan IDS Open source salah satunya dengan menggunakan program Snort. Aplikasi ini tersedia dalam beberapa macam platform dan sistem operasi termasuk linux dan windows. Snort memiliki banyak pemakai didalam jaringan karena selain gratis, dilengkapi dengan support system yang dapat melakukan update signature terhadap snort yang ada sehingga dapat mendeteksi terhadap serangan terbaru di internet.

IDS tidak dapat bekerja sendiri untuk mengamankan sebuah jaringan. IDS harus digunakan bersama dengan firewall yang memiliki garis batas yang tegas, selain itu terdapat teknologi yang disebut Intrusion Prevention System (IPS) yang pada dasarnya merupakan sebuah firewall yang dikombinasikan pada level jaringan dan level aplikasi yang reaktif pada IDS untuk melindungi secara pro aktif.

Pada dasarnya firewall merupakan titik pertama dalam garis pertahanan sebuah system jaringan komputer. Seharusnya firewall disetting untuk dapat melakukan

penolakan (deny) terhadap semua traffic yang masuk kedalam system dan membuka traffic yang perlu saja, jadi tidak semua traffic dibuka ketika komputer terhubung dengan jaringan.

IDS dapat menjadi sebuah alat yang sangat baik untuk melakukan pengawasan secara pro aktif dan perlindungan jaringan dari kegiatan-kegiatan yang membahayakan, bagaimanapun juga IDS cenderung dapat memberikan peringatan yang salah. Dalam menggunakan IDS sebaiknya admin selalu melakukan Tune Up database terhadap IDS yang di digunakan. IDS mengetahui konfigurasi secara tepat untuk mampu mendeteksi traffic normal dalam jaringan dan apa itu traffic tidak normal atau membahayakan. Untuk mendefinisikan hal tersebut diperlukan seorang admin sistem yang mampu memberikan respon terhadap sistem pemberi peringatan IDS.

Idealnya IDS ditempatkan bersama dengan firewall dan pada tiap titik yang berpotensi mendapatkan serangan, seperti diletakkan di server utama dari sebuah sistem jaringan yang berhubungan langsung dengan jaringan luar. Selain di server utama IDS juga bisa diletakkan di Gateway yang merupakan penghubung antar jaringan internal dengan jaringan internet.

Dibawah ini merupakan jenis-jenis IDS yang dapat digunakan dalam suatu system:

- **Network Intrusion Detection System (NIDS)**

IDS ini ditempatkan pada sebuah tempat/titik yang strategis dalam sebuah jaringan untuk melakukan pengawasan terhadap traffic yang menuju dan berasal dari semua alat-alat dalam jaringan. Idealnya semua traffic yang berasal dari luar dan dalam jaringan dilakukan pemindaian secara keseluruhan, akan tetapi cara ini dapat menyebabkan bottleneck traffic yang mengganggu kecepatan akses pada seluruh jaringan.

- **Host Intrusion Detection System (HIDS)**

IDS jenis ini berjalan pada host yang berdiri sendiri dalam sebuah jaringan, melakukan pengawasan terhadap paket-paket yang berasal dari dalam maupun dari luar hanya pada satu alat saja yang kemudian memberikan peringatan kepada administrator sistem jaringan akan adanya kegiatan-kegiatan yang mencurigakan yang terdeteksi oleh IDS.

- **Signature Based**

IDS yang berbasis pada signature based akan melakukan pengawasan terhadap paket-paket data dalam jaringan dan melakukan perbandingan dengan basis data signatur yang dimiliki oleh sistem IDS atau atribut yang dimiliki oleh serangan percobaan yang pernah diketahui dan dialami. Cara kerja ini hampir sama dengan cara kerja antivirus dalam mendeteksi malware. Intinya adalah akan terjadi delay detection suatu serangan di internet dengan signature yang digunakan untuk melakukan deteksi yang diimplementasikan dalam basis data IDS. Bila tidak terdapat dalam database IDS maka serangan yang dilakukan oleh pihak lain tidak dapat dideteksi oleh system, oleh karena itu maka diperlukan pembaharuan database secara berkala.

- **Anomaly Based**

IDS ini mengawasi traffic dalam jaringan dan melakukan perbandingan traffic yang terjadi dengan rata-rata traffic yang ada (stabil). sistem ini akan melakukan

identifikasi terhadap apa yang dimaksud dengan jaringan yang "normal" dalam jaringan tersebut, mulai dari protokol yang digunakan, port dan hal lainnya yang biasanya saling berhubungan satu sama lain dalam jaringan tersebut. System ini akan memberi peringatan kepada administrator ketika terdeteksi suatu tanda yang tidak normal atau secara signifikan berbeda dari kebiasaan yang ada.

- **Passive IDS**

IDS ini berfungsi sebagai pendeteksi atau pemberi peringatan, ketika traffic yang mencurigakan atau membahayakan terdeteksi, maka IDS akan membangkitkan system pemberi peringatan yang dimiliki dan dikirimkan ke administrator atau user dan kemudian diserahkan kepada administrator akan tindakan yang akan dilakukan terhadap hasil laporan IDS tersebut.

- **Reaktif IDS**

IDS jenis ini tidak hanya melakukan deteksi terhadap traffic yang mencurigakan dan membahayakan yang kemudian memberi peringatan kepada administrator akan tetapi melakukan tindakan pro aktif untuk merespon secara langsung terhadap serangan yang terjadi dengan melakukan pemblokiran terhadap traffic jaringan, selanjutnya dari IP Address user mencoba untuk melakukan serangan lagi terhadap sistem jaringan diwaktu selanjutnya.

6. Pendidikan Cyber Security

Semakin meningkatnya serangan cyber yang mengancam dunia internet saat ini. Industri dan pemerintah membutuhkan ahli keamanan dunia maya untuk melawan dan bertahan dari ancaman ini. Program pendidikan Cyber Security perlu di kembangkan dan diaplikasikan dalam upaya menjamin keamanan terhadap pertahanan cyber dengan memberikan keahlian teknis yang dibutuhkan untuk memasuki perang cyber. Cyber Security perlu dirancang khusus oleh suatu kajian pengetahuan ilmu komputer dan informatika dalam memberikan pendidikan dan pembinaan dengan pengetahuan dan keahlian untuk dapat menguasai sistem pengujian dan jaringan, desain dan implementasi arsitektur pertahanan cyber di bidang keamanan cyber. Mengingat vitalnya peran ini maka pemerintah harus mendukung peran ini dalam rangka meningkatkan pelatihan dan pendidikan pada Program Cyber Security yang didukung oleh pemerintah.

Program pendidikan Cyber Security perlu dirancang untuk beradaptasi dengan perubahan serangan cyber dan mempertahankan prinsip dasar serta memastikan landasan akademis yang kuat dan selaras dengan harapan industri dan pemerintah. Cyber

Security perlu berfokus pada jaminan keamanan dan pertahanan cyber. Pelatihan terbuka mengenai struktur program untuk memungkinkan peserta didik untuk mendapatkan konsep yang berharga dan pengalaman praktis dalam melakukan tes penetrasi dan juga untuk menerapkan pengetahuan dalam membangun arsitektur dan teknologi pertahanan cyber. Program keamanan cyber memiliki dasar yang kuat serta menawarkan pemikiran teoritis dan kritis dibalik teknologi cyber saat ini. Pendidikan dalam lingkungan berorientasi proyek juga diharapkan dapat mendorong kolaborasi dengan industri dan pemerintah dan membantu mereka untuk menemukan tantangan ancaman cyber dan membangun pertahanan sistem.

Semua perguruan tinggi yang memiliki fakultas informatika di Indonesia menerapkan kurikulum perkuliahan cyber security yang sangat serius mengembangkan

potensi para peserta didiknya, terbukti dari beberapa perguruan tinggi di Indonesia telah mengirimkan perwakilannya untuk mengikuti perlombaan cyber security yang diselenggarakan oleh pemerintah melalui idsirtii dengan nama "Cyber Jawa" sehingga dapat memunculkan mahasiswa terbaik yang memiliki kompetensi dalam bidang ini. Dalam dua tahun terakhir, event ini dimenangi oleh para juara yang terdapat dalam tabel dibawah ini:

Tahun		
2015	2016	2017
Universitas Ichsan Gorontalo	Sekolah Tinggi Telematika Telkom Purwokerto	Institut Teknologi Bandung
Universitas Muhammadiyah Gorontalo	Universitas Muhammadiyah Surakarta	Universitas Indonesia
Universitas Muslim Indonesia, Makassar	Universitas Brawijaya Malang	Institut Teknologi Bandung
Universtas Negeri Yogyakarta		

7. Sertifikasi Cyber Security

a. *Certified in the Governance of Enterprise IT (CGEIT)*

Sertifikasi ini diperuntukkan bagi professional yang bertanggung jawab mengelola keselarasan, sebagai kontribusi dan dukungan Sistem/ Teknologi Informasi guna mencapai tujuan bisnis melalui realisasi manfaat, pengelolaan sumber daya dan resiko serta pengukuran kinerja Teknologi / Sistem Informasi tersebut.

Tata kelola TI merupakan komponen kunci dari tata kelola dan kesuksesan suatu perusahaan. Pengalaman dan pengetahuan dari sertifikasi itu dapat mendukung sekaligus memajukan tata kelola IT suatu perusahaan. Sertifikasi CGEIT ini dapat meningkatkan IT Governance, sebagai keunggulan kompetitif yang membedakan dengan pihak lain, meningkatkan kredibilitas, pengaruh dan pengakuan.

b. *Certified Information Systems Auditor (CISA)*

Sertifikasi yang sudah diterima secara internasional sebagai standar pencapaian prestasi dalam bidang audit, kontrol, dan keamanan sistem informasi. Pemegang setifikat CISA dihargai sebagai profesional auditor sistem informasi yang berkualitas tinggi.

c. *Certified Information Security Manager (CISM)*

CISM setingkat di atas CISA dan cocok diambil oleh para IS (Information Security) Manager atau mereka yang bergelut di dunia manajemen keamanan informasi. Bersifat lebih makro dan memfokuskan diri pada information risk management.

d. *Certified Information System Security Professional (CISSP)*

Kandidat CISSP harus memiliki pengalaman minimal 3 tahun di beberapa bidang tertentu. Kandidat harus bersih dari catatan kriminal sedikitpun.

e. *Certified in Risk and Information Systems Control (CRISC)*

Mengenali berbagai ide profesional untuk pengetahuan mereka tentang risiko perusahaan dan kemampuan mereka untuk merancang, menerapkan, memantau dan memelihara sistem informasi (IS) kontrol untuk mengurangi risiko tersebut.

f. **Certified Internet Web (CIW) Security Analyst**

Pemegang sertifikat ini berarti sudah bisa mengidentifikasi ancaman keamanan dan mengembangkan sistem penangkalnya. Selain itu ia juga mampu mengimplementasikan solusi e-business komplit dengan keamanan terjamin.

g. **Certified Ethical Hacker (CEH)**

Tugas pemegang sertifikat ini adalah menelusik jaringan atau sebuah sistem komputer dari organisasi dan mencari kelemahannya. Seperti hacker, ia memiliki kemampuan seperti hacker profesional.

h. **Certified Secure Computer User (CSCU)**

Bersertifikasi internasional yang mengajarkan bagaimana kita meminimalisir kebocoran data pribadi sehingga kejahatan seperti ancaman pencurian identitas, penipuan kartu kredit, pemalsuan online banking, virus dan backdoors, email palsu, hacking dapat dihindarkan.

i. **Certified Network Defence (CND)**

Pembelajaran bersertifikasi internasional yang mengajarkan bagaimana membentuk system network yang aman sehingga menjamin aspek availability, integrity dan confidentiality tiap data yang melintas, sertifikasi ini dikeluarkan oleh Council of E-Commerce Consultants (EC-Council).

j. **EC Council Certified Security Analyst ECSA**

Setingkat di atas CEH (dan CHFI). Pemilik sertifikat ECSA dapat mengeksplorasi fase analisa dalam (ethical) hacking. Ia juga bisa memahami bagaimana cara menganalisa dan menginterpretasi hasil uji sekuriti oleh ahli CEH. Sertifikasi ini dikeluarkan oleh Council of E-Commerce Consultants (EC-Council).

Berikut ini merupakan harga dan spesifikasi jenis sertifikasi yang ditawarkan sebagai dari suatu system informasi:

No	Sertifikasi	Spesifikasi	Harga
1	ISO270001 Information Security Management System	ISMS AWARENESS BASED ON ISO 27001	7.000.000
2	ISO270001 International Register of Certificated Auditors	ISO/IEC ISO 27001 LEAD AUDITOR (IRCA)	17.500.000
3	ISO270001 Internal Auditor ISO 270001	LEAD IMPLEMENTER	7.500.000
4	CGEIT <i>Certified in the Governance of Enterprise IT</i>	CGEIT EXAM PREPARATION	8.500.000
5	CISA Certified Information System Auditor	CISA Exam Preparation	9.000.000
6	CISM Certified Information Security Manager	CISM Exam Preparation	9.000.000
7	CISSP Certified Information System Auditor	CISSP Exam Preparation	10.000.000
8	CRISC Certified in Risk and Information Systems Control	CRISC Exam Preparation	8.500.000
9	CEH Certified Ethical Hacker	CEH Exam Preparation	15.000.000
10	CSCU Certified Secure Computer User	CSCU Exam Preparation	4.000.000
11	CND Certified Network Defender	CND Exam Preparation	11.500.000

1.2.6. Mekanisme Pengawasan

Pemerintah telah mengeluarkan Peraturan Presiden (Perpres) Nomor: 53 Tahun 2017 tentang Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN). Badan tersebut merupakan

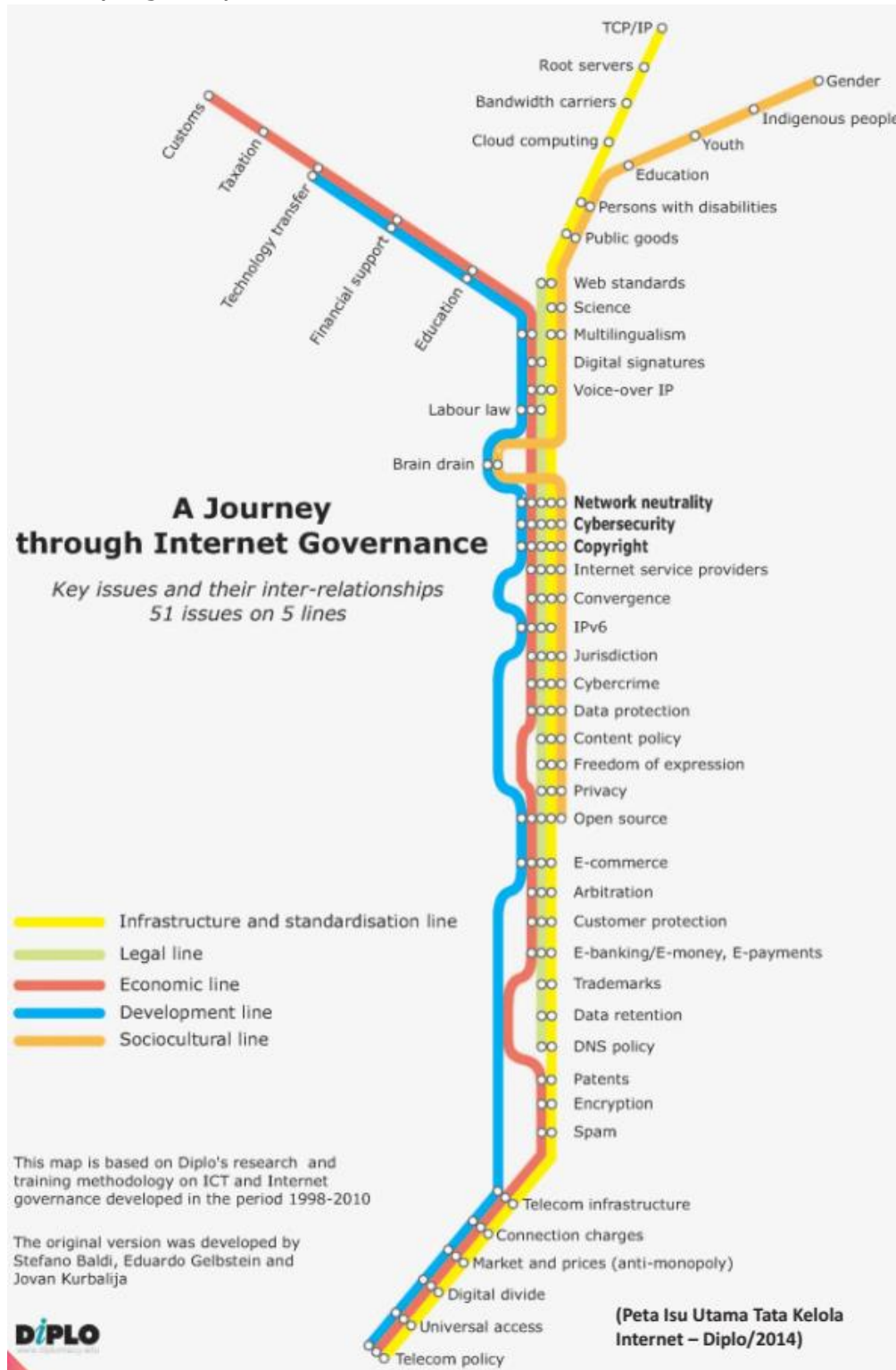
peleburan antara Lembaga Sandi Negara (Lemsaneg) dengan Direktorat Jenderal Aplikasi dan Informatika Kementerian Komunikasi dan Informatika Kominfo beserta beberapa regulator dan operator sektoral spesifik lainnya, memiliki fungsi untuk mengembangkan rencana proses bisnis wajib untuk tiga sektor, yaitu keuangan dan perbankan, transportasi, dan energi.

BSSN menyelenggarakan fungsi: penyusunan, pelaksanaan, pemantauan dan evaluasi kebijakan teknis di bidang identifikasi, deteksi, proteksi, penanggulangan, pemulihan, pemantauan, evaluasi, pengendalian proteksi e-commerce, persandian, penapisan (menyaring), diplomasi siber, sentra informasi, dukungan mitigasi, pemulihan penanggulangan, kerentanan, insiden dan/atau serangan siber.

Dalam konteks tata kelola internet, setidaknya terdapat 40 hingga 50 isu utama yang relevan dalam diplomasi baik di tingkat nasional, regional, maupun global. Kemudian sejumlah isu utama tersebut diklasifikasikan ke dalam 5 (lima) aspek, yaitu:

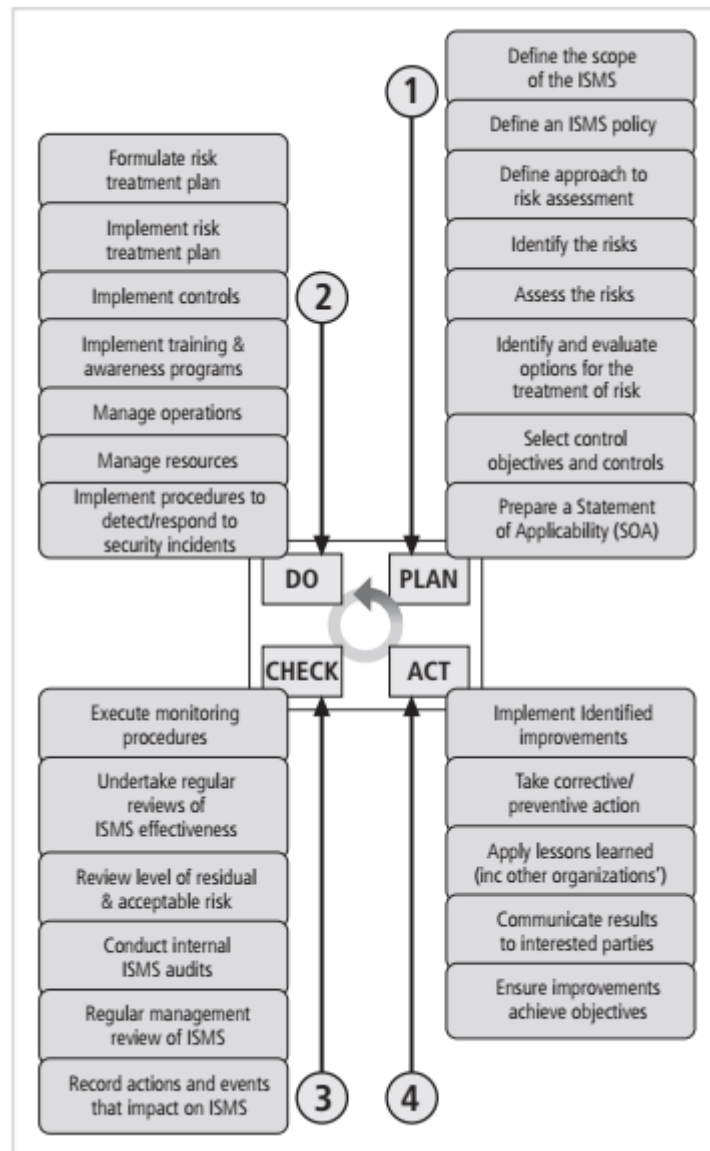
- a. Jalur Infrastruktur dan Standardisasi
- b. Jalur Hukum
- c. Jalur Ekonomi
- d. Jalur Pembangunan
- e. Jalur Sosial Budaya

Melihat pada peta isu di bawah ini, maka tampak jelas bahwa tidak ada satu pun isu tata kelola internet yang dapat atau boleh dilihat dari satu jalur semata. Sejumlah isu perlu ditinjau, dikaji dan dikelola berdasarkan perspektif dan pendekatan yang komprehensif.



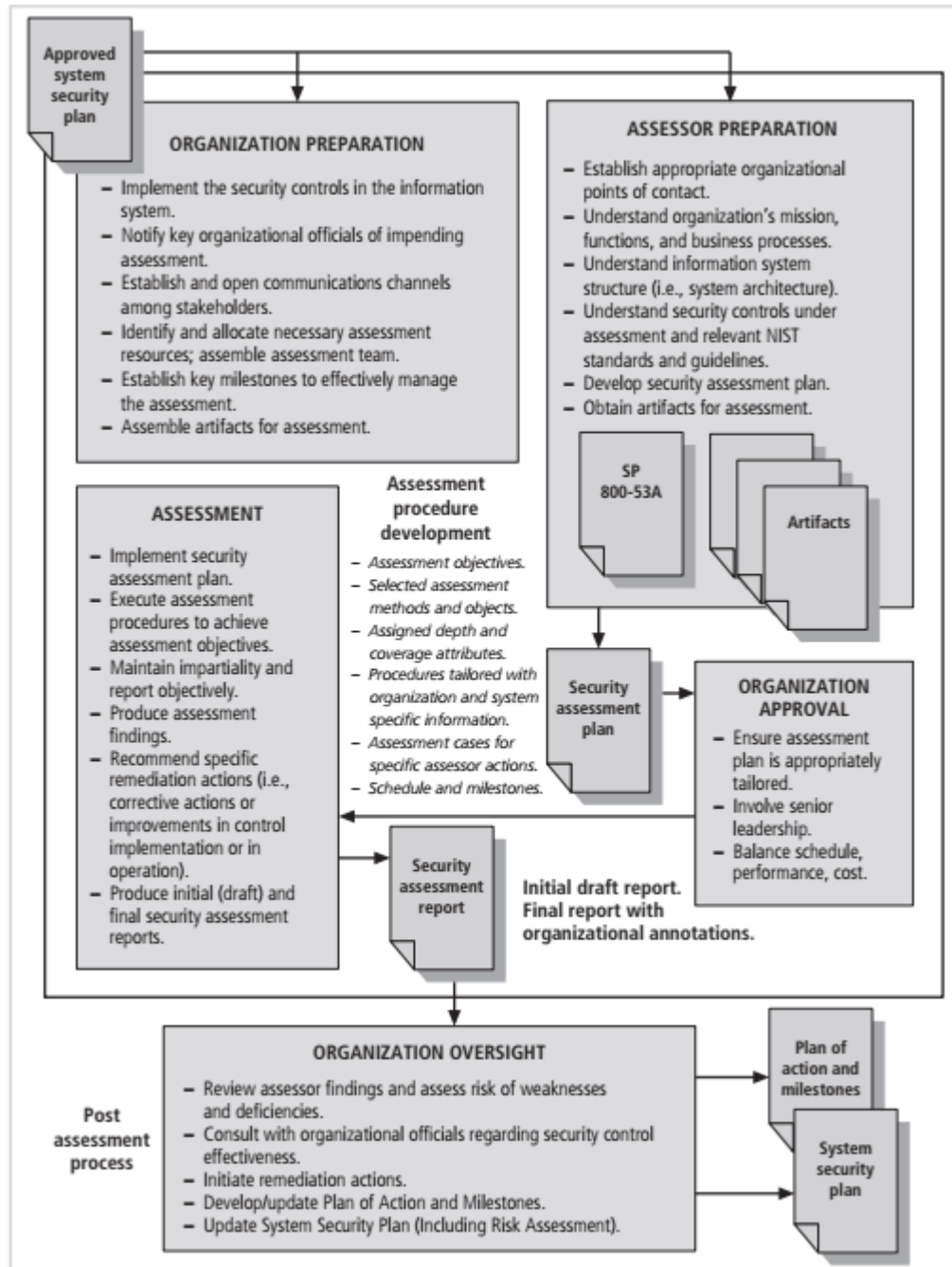
Menurut Global Cybersecurity Index (GCI) atau Index Keamanan Siber Global 2017 yang dirilis oleh International Telecommunication Union (ITU), Indonesia menduduki peringkat nomor 16 dalam kesiapan terhadap keamanan siber di antara negara-negara Asia Pasifik dan nomor 70 di antara 193 negara diseluruh dunia.

Metode pengawasan hasil dari implementasi dari ISO 27001:2005 mengenai manajemen sistem keamanan dengan menggunakan siklus Plan-Do-Check-Act dalam manajemen yang digambarkan seperti gambar dibawah ini:



Gambar Tahapan Proses ISO 27001

NIST memiliki program penilaian kontrol keamanan komprehensif yang memandu organisasi melalui persiapan, penilaian, dan remediasi kontrol keamanan kritis yang digambarkan sebagai berikut:



Pengklasifikasian kontrol menurut sistem tiga-kategori yang digunakan oleh NIST dan disajikan melalui tabel berikut:

Identifier	Family	Class
AC	Access Control	Technical
AT	Awareness and Training	Operational
AU	Audit and Accountability	Technical
CA	Security Assessment and Authorization	Management
CM	Configuration Management	Operational
CP	Contingency Planning	Operational
IA	Identification and Authentication	Technical
IR	Incident Response	Operational
MA	Maintenance	Operational
MP	Media Protection	Operational
PE	Physical and Environmental Protection	Operational
PL	Planning	Management
PS	Personnel Security	Operational
RA	Risk Assessment	Management
SA	System and Services Acquisition	Management
SC	System and Communications Protection	Technical
SI	System and Information Integrity	Operational
PM	Program Management	Management

Hal ini bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan pembuatan kebijakan mengenai metode pengawasan di Indonesia.

1.2.7. Mekanisme Evaluasi

Program kinerja keamanan informasi merupakan bagian dari kinerja program manajemen keamanan yang harus memberikan nilai lebih bagi suatu organisasi sehingga memberikan program pengembangan pengukuran dalam menyelesaikan suatu kasus.

Meningkatkan akuntabilitas untuk kinerja keamanan informasi mampu meningkatkan efektifitas kegiatan keamanan informasi, menunjukkan kesesuaian dengan undang-undang, aturan dan regulasi serta memberikan masukan yang terukur dalam melakukan pengalokasian sumber daya yang dimiliki.

Proses pengembangan pengukuran keamanan informasi. Memperhatikan suatu mekanisme evaluasi berarti mempersiapkan suatu strategi untuk melakukan kontrol terhadap risiko, hal ini menjadi ancaman yang membuat suatu organisasi menjadi tidak memiliki keunggulan bersaing dan hilangnya kepercayaan dari stakeholders. Oleh karena itu tim harus memilih salah satu diantara lima strategi dasar dalam melakukan kontrol risiko dari kerentanan keamanan informasi tersebut, kelima strategi tersebut yaitu:

- a. Defense, menerapkan keamanan untuk mengurangi atau menghapus risiko-risiko yang tidak terkontrol.

Pendekatan yang lebih disukai dan dilakukan dengan cara melawan ancaman, menghapus kerentanan dalam aset, membatasi akses ke aset, dan menambah perlindungan. Pendekatan ini terkadang disebut sebagai upaya penghindaran.

Terdapat tiga metode umum pertahanan risiko yaitu:

- Penerapan kebijakan, penerapan kebijakan memungkinkan semua tingkat manajemen untuk mengamankan bahwa prosedur tertentu harus selalu diikuti. Manajemen yang efektif selalu mengubah pasangan dalam kebijakan dengan pelatihan dan pendidikan karyawan, atau aplikasi teknologi, atau keduanya
- Penerapan pelatihan dan pendidikan, Mengkomunikasikan kebijakan baru atau yang direvisi kepada karyawan mungkin tidak memadai untuk memastikan kepatuhan. Kesadaran, pelatihan, dan pendidikan sangat penting untuk menciptakan lingkungan organisasi yang lebih aman dan lebih terkontrol serta untuk mencapai perubahan yang diperlukan dalam melihat perilaku pengguna akhir.
- Implementasi teknologi, Di dunia sehari-hari keamanan informasi, kontrol teknis dan perlindungan sering diperlukan untuk mengurangi risiko secara efektif.

- b. Transferal, mengalihkan risiko kepada area lain atau keluar entity

Transferal berarti mencoba mengalihkan risiko ke aset lain, proses lain, atau organisasi lain. Sasaran ini dapat dicapai dengan memikirkan kembali bagaimana layanan ditawarkan, merevisi model penyebaran, outsourcing ke organisasi lain, membeli asuransi, atau menerapkan kontrak layanan dengan penyedia.

Ketika sebuah organisasi tidak memiliki pengalaman manajemen keamanan dan administrasi yang memadai, ia harus mempekerjakan individu atau perusahaan yang menyediakan keahlian di bidang tersebut. Pendekatan ini memungkinkan mereka untuk mentransfer risiko yang terkait dengan pengelolaan sistem yang rumit ini ke organisasi lain yang memiliki lebih banyak pengalaman dalam menangani risiko-risiko tersebut. Manfaat dari pengaturan kontrak khusus adalah bahwa penyedia bertanggung jawab untuk pemulihan bencana dan melalui perjanjian tingkat layanan, untuk menjamin ketersediaan server dan situs Web.

Outsourcing bukan tanpa risiko sendiri. terserah kepada pemilik aset informasi, manajemen TI, dan tim keamanan informasi untuk memastikan bahwa persyaratan pemulihan bencana terdapat dalam kontrak outsourcing dan telah terpenuhi sebelum dibutuhkan.

- c. Mitigation, mengurangi dampak terhadap aset informasi dimana attacker sukses melakukan eksploitasi kerentanan system yang dimiliki.

Pendekatan kontrol yang berusaha mengurangi, melalui perencanaan dan persiapan, kerusakan yang disebabkan oleh insiden atau bencana yang disadari.

Pendekatan ini mencakup tiga jenis rencana yaitu, rencana respons insiden (IR),

rencana pemulihan bencana (DR), dan rencana kelangsungan bisnis (BC). Proses mitigasi tergantung pada kemampuan untuk mendeteksi dan menanggapi serangan secepat mungkin.

- d. Acceptance, pemahaman mengenai konsekuensi dalam memilih untuk meninggalkan risiko yang tidak terkontrol dan kemudian mengakui risiko yang tidak terkontrol.

Strategi ini merupakan suatu keputusan untuk tidak melakukan apa pun dalam melindungi aset informasi dari risiko, dan untuk menerima hasil dari eksploitasi yang dihasilkan. Penerimaan risiko yang tidak disadari bukanlah pendekatan yang valid untuk pengendalian risiko. Penerimaan diakui sebagai strategi yang valid hanya ketika organisasi memiliki:

- Menentukan tingkat risiko yang ditimbulkan terhadap aset informasi
- Dinilai dari kemungkinan serangan dan kemungkinan eksploitasi yang sukses dari suatu kerentanan
- Perkiraan potensi kerusakan atau kerugian yang bisa diakibatkan oleh serangan
- Evaluasi potensi kontrol menggunakan masing-masing jenis kelayakan yang sesuai
- Melakukan Cost Benefit Analysis secara menyeluruh
- Menentukan biaya untuk mengendalikan risiko pada fungsi tertentu, layanan, pengumpulan data, atau aset informasi tidak membenarkan biaya penerapan dan pemeliharaan kontrol.

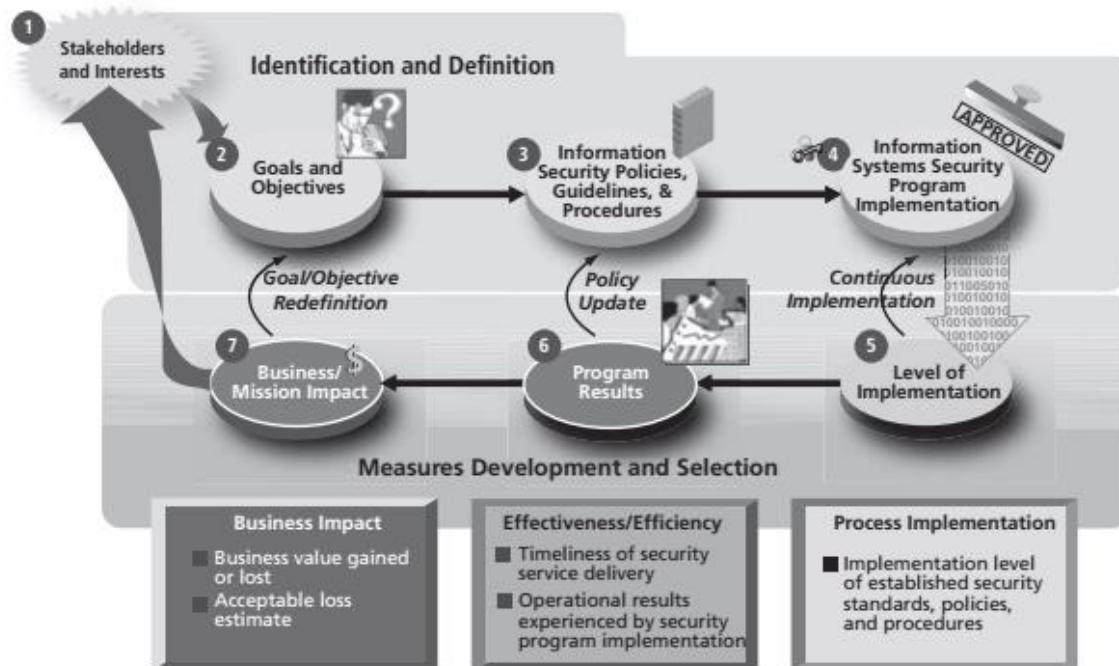
Strategi ini mengasumsikan bahwa bisa menjadi keputusan bisnis yang bijaksana untuk memeriksa suatu alternatif dan menyimpulkan bahwa biaya melindungi aset tidak membenarkan pengeluaran keamanan. Suatu organisasi yang memutuskan penerimaan sebagai strategi untuk setiap risiko kerugian yang teridentifikasi pada kenyataannya tidak dapat melakukan kegiatan keamanan proaktif dan mungkin memiliki pendekatan apatis terhadap keamanan secara umum. Tidak dapat diterima bagi organisasi untuk memohon ketidaktahuan dan dengan melepaskan tanggung jawab hukumnya untuk melindungi informasi karyawan dan pelanggan. Dan tidak dapat diterima bagi manajemen untuk berharap bahwa jika mereka tidak mencoba untuk melindungi informasi, pihak oposisi akan membayangkan bahwa sedikit yang akan diperoleh dengan serangan. Risikonya jauh lebih besar daripada manfaat dari pendekatan ini, yang biasanya berakhir dengan penyesalan karena eksploitasi kerentanan menyebabkan serangkaian penyimpangan keamanan informasi yang tak pernah berakhir.

- e. Termination, menghilangkan atau tidak melanjutkan aset informasi dari kegiatan operasional organisasi.

Strategi ini didasarkan pada kebutuhan atau pilihan organisasi untuk tidak melindungi aset. Akan tetapi, organisasi tidak ingin aset informasi tetap berisiko dan menghapusnya dari lingkungan yang mewakili risiko. Terkadang, biaya untuk melindungi suatu aset melebihi nilainya. Dalam kasus lain, mungkin terlalu sulit

atau mahal untuk melindungi aset, dibandingkan dengan nilai atau keuntungan yang ditawarkan aset kepada perusahaan. Dalam kedua kasus, suatu keputusan harus merupakan keputusan bisnis yang sadar, tidak hanya pengabaian aset, yang secara teknis memenuhi syarat sebagai penerimaan.

Untuk melakukan pengembangan pengukuran keamanan informasi, NIST membaginya menjadi dua aktifitas utama yaitu: pertama identifikasi dan definisi dari program keamanan informasi, kedua pengembangan dan pemilihan dari pengukuran secara spesifik untuk mengukur tingkat implementasi, efektifitas, efisiensi dan dampak terhadap kontrol keamanan. Rekomendasi tersebut digambarkan seperti dibawah ini:



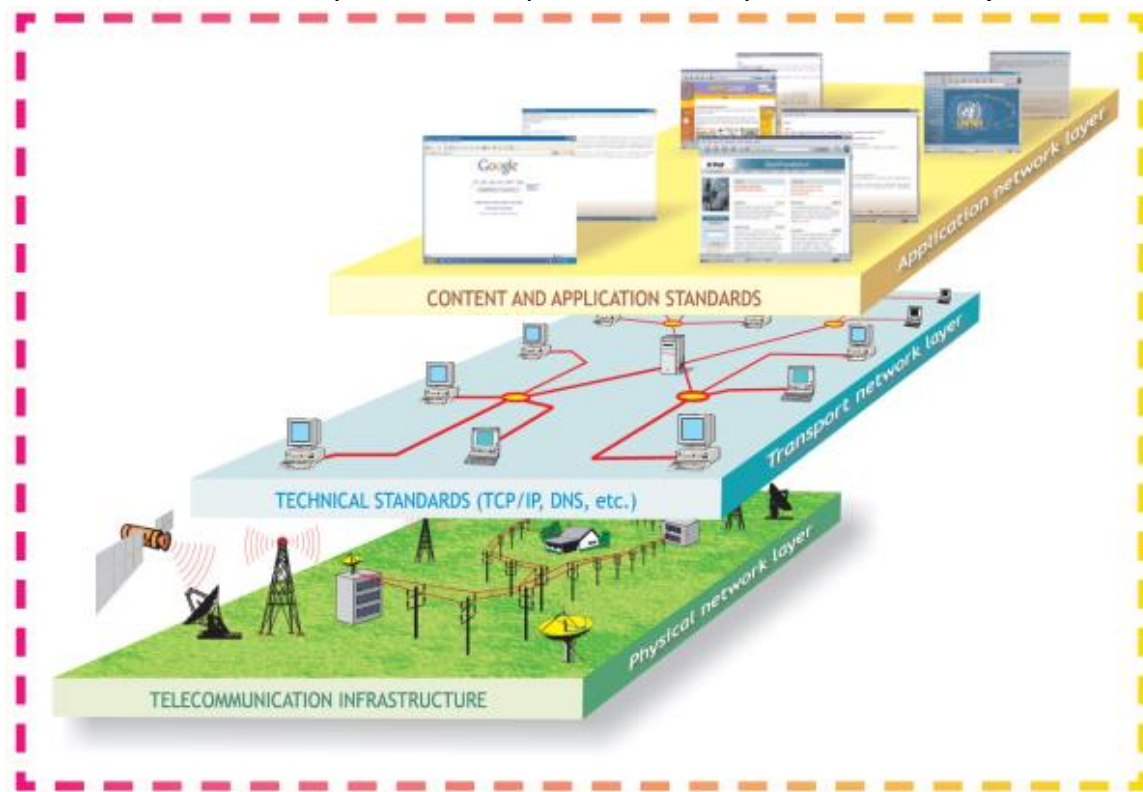
Terdapat 7 tahapan dalam melakukan proses pengukuran kinerja proses keamanan informasi:

- Tahap pertama, pengukuran kinerja ini melakukan suatu identifikasi terhadap pihak-pihak yang berkepentingan dan memiliki ketertarikan terhadap pengukuran kinerja keamanan informasi. Stakeholders pertama adalah pihak-pihak dengan tanggung jawab utama atau yang memiliki akses/ kepemilikan terhadap data.
- Tahap kedua, melakukan identifikasi dan tujuan kinerja dokumen keamanan informasi serta tujuan yang akan mengarahkan implementasi dari kontrol keamanan suatu sistem informasi yang spesifik.
- Tahap ketiga, fokus pada penerapan keamanan informasi dari suatu organisasi. Bagaimana suatu kontrol keamanan diimplementasikan sesuai dengan kebijakan dan prosedur organisasi sebagai dasar dari suatu sistem informasi.
- Tahap keempat, data pengukuran saat ini dan repository data dapat digunakan untuk memperoleh pengukuran data yang dapat dilihat. Penerapan informasi ini di ekstraksi dan digunakan untuk melakukan identifikasi terhadap bukti implementasi untuk mendukung perkembangan pengukuran dan pengumpulan data.

- Tahap kelima, enam dan tujuh, mempengaruhi pada perkembangan pengukuran untuk dapat melihat perkembangan hasil dari proses implementasi, efektifitas atau efisien dan dampak terhadap tujuan.

WORKING PAPER

1. Infrastructure E-Commerce (IPSE, DNSE, Internet routing Security, Border gateway Protocol, Web Security via SSL & Https, Email Security via SPF & DKIM)

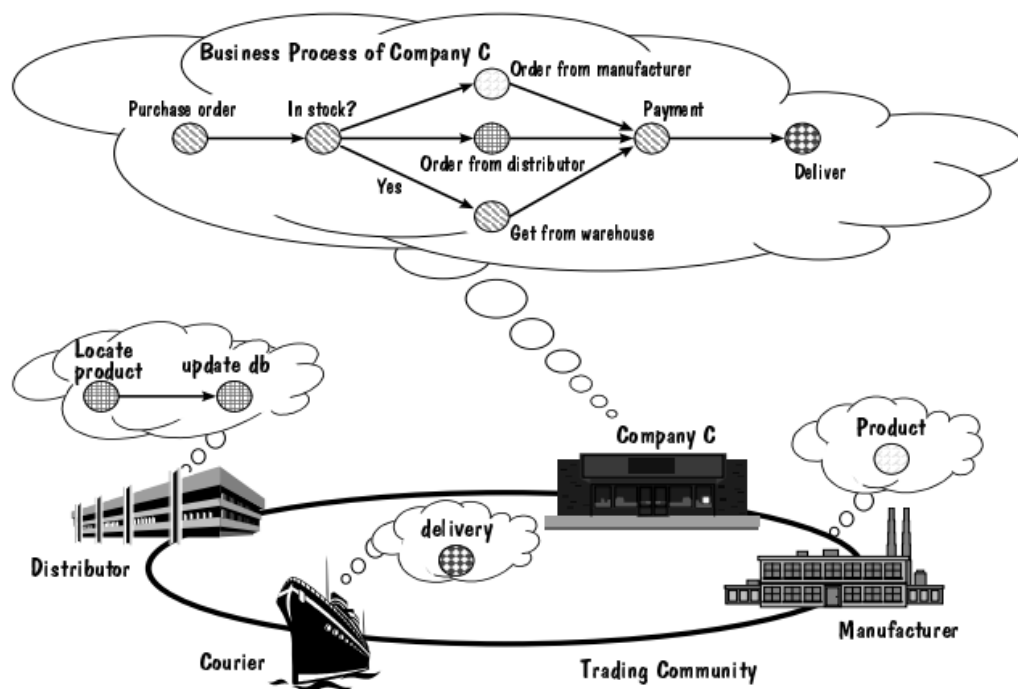


Lapisan jejaring fisik (physical layer), yang berada di dasar tumpukan, adalah infrastruktur telekomunikasi dan perangkat keras pendukungnya. Lapisan ini memungkinkan setiap perangkat komputer untuk terhubung dan saling berkomunikasi, sepanjang menggunakan standar protocol aturan yang sama.

Untuk itulah maka pada lapisan di atasnya, ada lapisan jejaring transport, yang notabene fokus pada penentuan standar teknis protocol seperti TCP/IP, DNS dan sebagainya. Standar teknis tersebut menentukan aplikasi dan konten dihantarkan dari satu titik ke titik lain dalam jaringan tertentu. Lapisan jaringan aplikasi pada bagian puncak menentukan standar aplikasi dan konten yang dapat digunakan oleh pengguna akhir.

Setiap lapisan ini bekerja secara mandiri. Dengan standarisasi ketat dari berbagai protokol yang menjadi ciri khas internet, membuat internet menjadi jejaring yang dapat diperluas dengan pengelolaan yang khas.

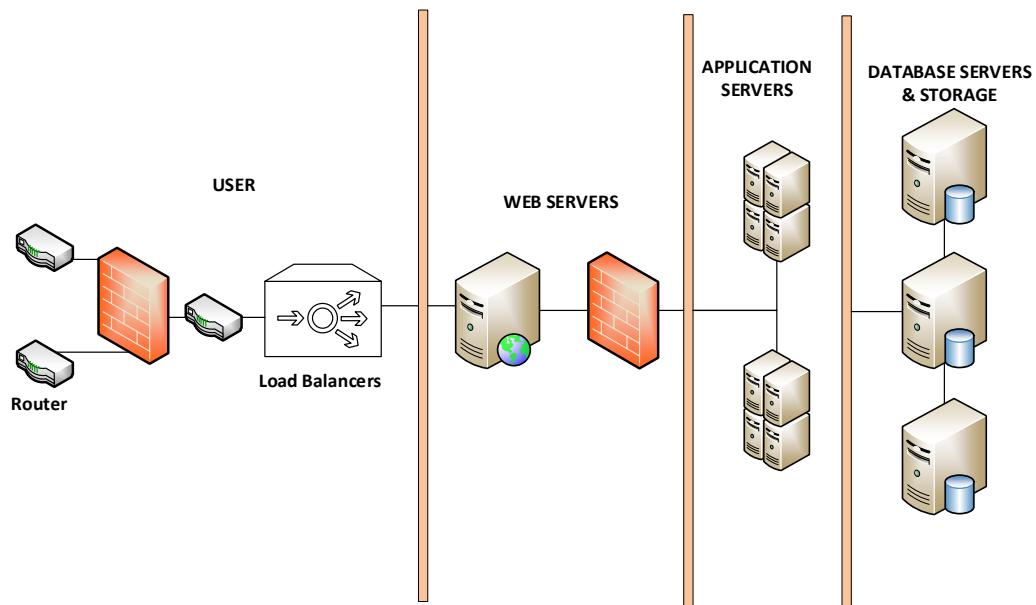
Pemerintah akan fokus pada isu-isu yang berkaitan erat pada proses dan perlindungan kepentingan nasional. Sementara itu pelaku bisnis online akan melihat tata kelola internet dari sudut pandang keamanan transaksi online dan menganalisis profil pengguna/pengunjungnya. Oleh karena itu perlu kita melihat arsitektur dasar dari e commerce yaitu seperti gambar dibawah ini:



Para stakeholder seperti user, distributor, kurir, komunitas dan perusahaan menjadi suatu pemegang kendali utama dalam menjalankan bisnis ini, pola pembelian dapat terlihat dari cara melakukan persediaan produk apakah akan mempersiapkan persediaan atau akan dibuat setelah menerima pesanan pembelian, dalam hal melakukan pembayaran pun akan terdiri dari berbagai alternatif pembayaran mulai dengan pembayaran secara cash, transfer antar bank, kartu debit, dan kartu kredit, serta berbagai macam alternatif cara melakukan pengiriman produk.

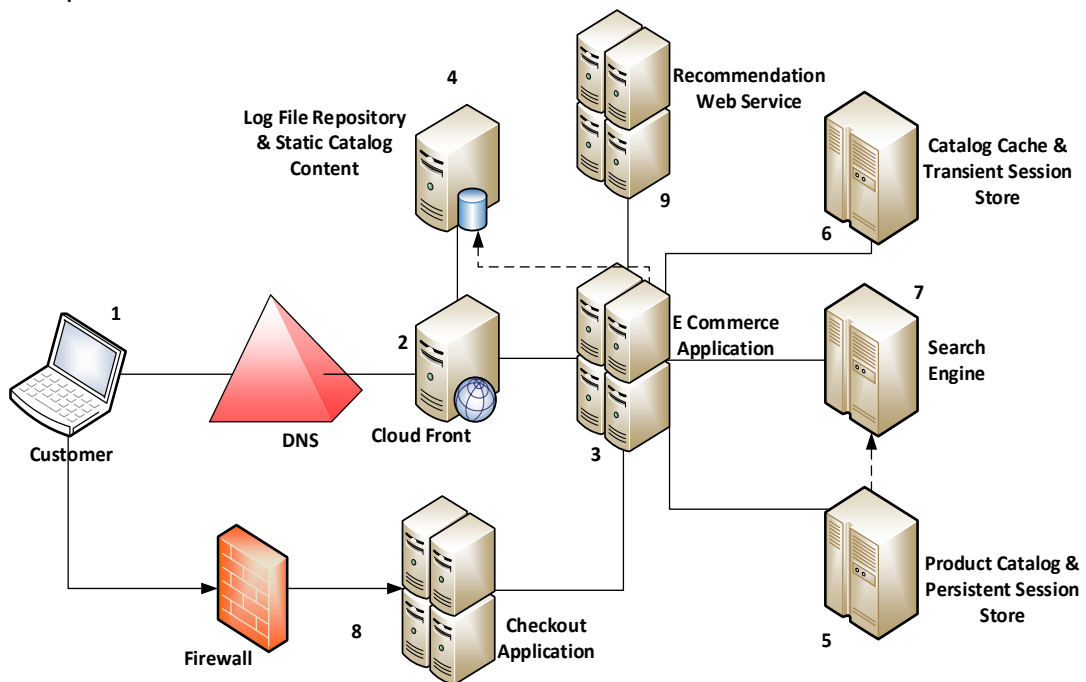
Dalam pembangunan infrastruktur e commerce ini, akan dibagi menjadi tiga lapisan arsitektur yaitu:

1. Web Servers, memberikan pelayanan untuk dapat menyalurkan data secepat mungkin.
2. Application Servers, melakukan proses analisa terhadap web
3. Database Servers, melakukan kontrol terhadap konten dan layanan yang diberikan



Dalam melakukan kontrol, pemerintah perlu memberikan arahan kepada setiap pengusaha untuk melakukan penyimpanan database yang terpusat di Indonesia yang ini merupakan salah satu langkah preventif dalam rangka menjaga keamanan informasi user.

Dibawah ini merupakan rangkaian perencanaan front end system e commerce, membangun website e commerce dengan catalog flexible yang sesuai dengan rencana bisnis organisasi. Mengelola hal ini merupakan suatu tantangan tersendiri karena terdapat begitu banyak katalog yang harus mudah dicari dan berisi kontenn yang *richness* dimana konsumen selalu menginginkan kemudahan dalam menemukan produk yang dicarinya secara cepat.

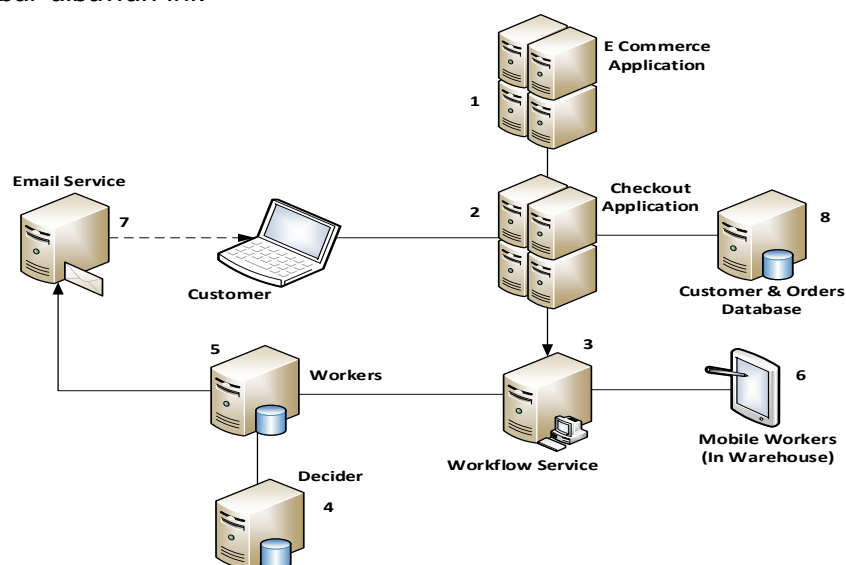


Tahapan tersebut dapat terlihat dari angka yang menunjukan tahapan proses yang terjadi,

1. Konsumen membuka gadget untuk melakukan penelusuran dengan cara organic search maupun dari hasil afiliasi dari link pada web lain untuk masuk kedalam DNS dari web.
2. Menggunakan cloud front untuk mempercepat proses pengiriman data dari sumber yang terdekat dengan menggunakan Content Distribution Network (CDN).
3. E commerce application ini berfungsi secara otomatis dalam melakukan penanganan secara detail dari capacity of provisioning, load balancing, auto scaling, dan application health monitoring.
4. Melakukan penyimpanan seluruh konten statis dan informasi dari setiap produk.
5. Data base yang mudah untuk dikelola dan bertindak secara fleksibel dalam mengelola data yang berada dalam keranjang dan database produk.
6. Sesi penyimpanan untuk pemecahan data dan sebagai catching layer.
7. Katalog produk dimuat dalam layanan pencarian yang dikelola penuh yang menyediakan fungsionalitas pencarian cepat dan sangat skalabel.
8. Pelanggan memeriksa produk mereka dan dialihkan ke layanan checkout terenkripsi SSL.
9. Suatu layanan pemasaran dan melakukan rekomendasi terhadap produk yang akan dikonsumsi oleh pelanggan.

Rangkaian Checkout Service ini masih terkait dengan sistem rangkaian dari proses front end, mengelola proses ini mempengaruhi tahapan lainnya yang saling terkoordinasi. Beberapa tahapan seperti transaksi keuangan memerlukan kebijakan khusus dalam pengelolaannya karena terkait dengan pemerintah selaku regulator, bagian proses manual lainnya seperti picking, packing dan shipping dari gudang.

Customer mengharapkan keamanan data terutama mengenai transaksi pembelian dan informasi keuangan yang harus dikelola dengan aplikasi dan infrastruktur terbaik. Berdasarkan hal tersebut maka mencoba dibangun suatu rancangan checkout service seperti gambar dibawah ini:

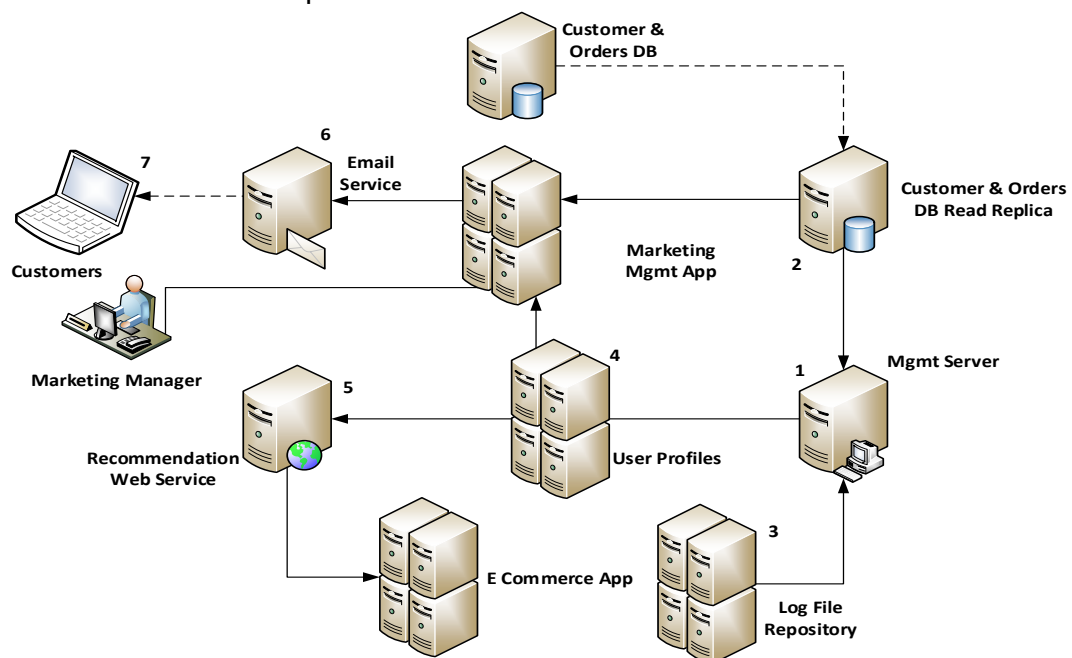


Tahapan proses yang dilakukan:

1. Dari rancangan e commerce front end akan meneruskan tindakan yang dilakukan ke SSL encrypted checkout application yang memberikan data otentik konsumen untuk melakukan eksekusi pembelian.
2. Melihat hasil checkout application untuk konsumen yang telah sesuai dan membuat proses order baru.
3. Melakukan koordinasi dari keseluruhan proses pada workflow service.
4. Dalam tahapan ini dihasilkan private subnet rahasia dari public internet
5. Para pegawai melakukan tahapan checkout pesanan mulai dari validasi, reserving, charging dan persiapan dalam melakukan pengiriman pesanan dan konfirmasi penghantaran melalui emails.
6. Simple Workflow workers dapat juga diimplementasikan melalui perangkat mobile seperti tablets maupun smartpone dalam rangka mempercepat proses pick, pack, dan ship.
7. Simple Email Service digunakan untuk melakukan pengiriman transaksional melalui email seperti konfirmasi pada saat pemesanan dan pengiriman produk.
8. Untuk mempermudah proses berikutnya maka setiap transaksi yang dilakukan oleh konsumen akan terekam dalam suatu database khusus konsumen yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk melakukan penawaran produk.

Dari data transaksi konsumen yang terdapat dalam database transaksi dapat dimanfaatkan untuk program kegiatan pemasaran dan rekomendasi produk yang sesuai dengan kampanye target pemasaran dan direkomendasikan secara lebih personal dan spesifik. Untuk suatu proses layanan seperti itu maka diperlukan data besar yang memungkinkan untuk mengirimkan informasi terbaru secara cepat dan tepat.

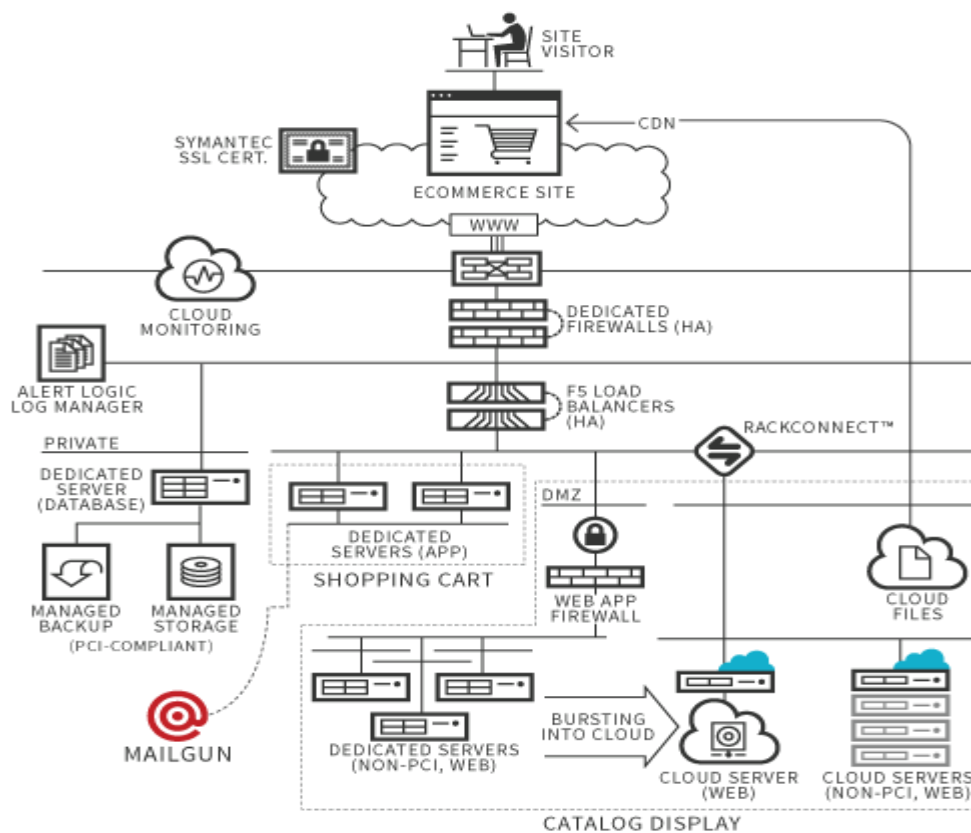
Berikut ini merupakan tahapan yang diperlukan untuk melakukan kegiatan pemasaran dan rekomendasi produk:



1. Server ini berfungsi untuk melakukan proses perhitungan secara agregat dan data pengguna dari server log dan catatan pembelian konsumen.

2. Membaca replica dari customer dan database pemesanan yang digunakan untuk menghitung profil pengguna dan mengirimkannya melalui email kepada target marketing yang spesifik.
3. Log files yang dibuat saat proses front end disimpan dalam suatu storage database yang dapat digunakan untuk mengklasifikasikan para pengguna layanan.
4. Informasi profil pengguna yang dihasilkan oleh management server secara terklasifikasi, terukur, dan dikelola dengan high performance yang dapat memberikan suatu rekomendasi dengan tingkat error yang rendah.
5. Rekomendasi layanan web digunakan oleh web front end dikembangkan dengan menggunakan beanstalk. Layanan ini digunakan untuk menyimpan profil pengguna dalam rangka memberikan rekomendasi yang lebih personal untuk dapat diperlihatkan pada e commerce web front end.
6. Aplikasi administrasi pemasaran yang disebarakan oleh beanstalk, digunakan oleh manajer pemasaran untuk mengirimkan email kepada target market secara spesifik sesuai dengan database konsumen yang telah ada.
7. Digunakan untuk melakukan pengiriman email pemasaran kepada target market secara besar dan terukur.

Sehingga secara keseluruhan proses dapat digambarkan seperti yang terdapat pada gambar dibawah ini:



1.3 Pedoman Umum Transaksi E-Commerce

1.3.1 Kebijakan Perdagangan E-Commerce

3.3.1.1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Pemerintah bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha yang dilaksanakan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait. Dalam rangka mengembangkan upaya perlindungan konsumen dibentuk Badan Perlindungan Konsumen Nasional. Badan Perlindungan Konsumen Nasional mempunyai tugas:

- a. memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen;
- b. melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen;
- c. melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen;
- d. mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
- e. menyebarkan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap berperipikakan kepada konsumen;
- f. menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pelaku usaha;

Pemerintah mengakui lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen. Tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat meliputi kegiatan:

- a. menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya;
- c. bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen;
- d. membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen;
- e. melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

1.3.1.2 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Para pihak yang melakukan Transaksi Elektronik harus menggunakan Sistem Elektronik yang disepakati. Kecuali ditentukan lain oleh para pihak, Transaksi Elektronik terjadi pada saat penawaran transaksi yang dikirim Pengirim telah diterima dan disetujui Penerima.

Pengirim atau Penerima dapat melakukan Transaksi Elektronik sendiri, melalui pihak yang dikuasakan olehnya, atau melalui Agen Elektronik.

Perbuatan yang dilarang dalam transaksi elektronik diantaranya:

- A. Mendistribusikan, mentransmisikan, membuat dapat diaksesnya:
 - 1) Informasi Elektronik atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan yang melanggar kesusilaan.
 - 2) Informasi Elektronik atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan perjudian.
 - 3) Informasi Elektronik atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik.
 - 4) Informasi Elektronik atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan pemerasan dan pengancaman.
- B. Menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik.
- C. Menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA).
- D. Mengirimkan Informasi Elektronik dan Dokumen Elektronik yang berisi ancaman kekerasan atau menakut-nakuti yang ditujukan secara pribadi.
- E. Mengubah, menambah, mengurangi, melakukan transmisi, merusak, menghilangkan, memindahkan, menyembunyikan suatu Informasi Elektronik atau Dokumen Elektronik milik Orang lain atau milik publik.
- F. Memindahkan atau mentransfer Informasi Elektronik atau Dokumen Elektronik kepada Sistem Elektronik Orang lain yang tidak berhak.
- G. Perbuatan yang mengakibatkan terbukanya suatu Informasi Elektronik atau Dokumen Elektronik yang bersifat rahasia menjadi dapat diakses oleh publik dengan keutuhan data yang tidak sebagaimana mestinya.
- H. Melakukan tindakan apa pun yang berakibat terganggunya Sistem Elektronik atau mengakibatkan Sistem Elektronik menjadi tidak bekerja sebagaimana mestinya.
- I. Melakukan manipulasi, penciptaan, perubahan, penghilangan, pengrusakan Informasi Elektronik atau Dokumen Elektronik dengan tujuan agar Informasi Elektronik atau Dokumen Elektronik tersebut dianggap seolah-olah data yang otentik.

1.3.1.3 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang tentang Perdagangan

Pengaturan e-Commerce itu memberikan kepastian dan kesepahaman mengenai apa yang dimaksud dengan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (selanjutnya disingkat PMSE) dan memberikan perlindungan dan kepastian kepada pedagang, penyelenggara PMSE, dan konsumen dalam melakukan kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik.

Dalam UU Perdagangan diatur bahwa setiap pelaku usaha yang memperdagangkan Barang dan atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data dan atau informasi secara lengkap dan benar. Setiap pelaku usaha dilarang memperdagangkan Barang dan atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data dan atau informasi dan penggunaan sistem elektronik tersebut wajib memenuhi ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, Kemudian Setiap Pelaku Usaha yang

memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar dikenai sanksi administratif berupa pencabutan izin.

1.3.1.4 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008

Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang disusun menjadi karya intelektual, situs internet, dan karya intelektual yang ada di dalamnya dilindungi sebagai Hak Kekayaan Intelektual berdasarkan ketentuan Peraturan Perundang-undangan. Kecuali ditentukan lain oleh peraturan perundang-undangan, penggunaan setiap informasi melalui media elektronik yang menyangkut data pribadi seseorang harus dilakukan atas persetujuan Orang yang bersangkutan. Ketentuan lebih lanjut mengenai hal ini yaitu sebagai berikut:

- Setiap Orang yang dilanggar haknya dapat mengajukan gugatan atas kerugian yang ditimbulkan berdasarkan Undang-Undang ini.
- Setiap Penyelenggara Sistem Elektronik wajib menghapus Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang tidak relevan yang berada di bawah kendalinya atas permintaan Orang yang bersangkutan berdasarkan penetapan pengadilan.
- Setiap Penyelenggara Sistem Elektronik wajib menyediakan mekanisme penghapusan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang sudah tidak relevan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pemerintah memfasilitasi pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, diantaranya:

- Pemerintah 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.
- Pemerintah 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.
- Pemerintah wajib melakukan pencegahan penyebarluasan dan penggunaan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan yang dilarang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- Dalam melakukan pencegahan Pemerintah berwenang melakukan pemutusan akses dan/atau memerintahkan kepada Penyelenggara Sistem Elektronik untuk melakukan pemutusan akses terhadap Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan yang melanggar hukum.
- Pemerintah menetapkan instansi atau institusi yang memiliki data elektronik strategis yang wajib dilindungi.
- Instansi atau institusi harus membuat Dokumen Elektronik dan rekam cadang elektroniknya serta menghubungkannya ke pusat data tertentu untuk kepentingan pengamanan data.
- Instansi atau institusi lain membuat Dokumen Elektronik dan rekam cadang elektroniknya sesuai dengan keperluan perlindungan data yang dimilikinya.

1.3.1.5 Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik

Sistem Elektronik adalah serangkaian perangkat dan prosedur elektronik yang berfungsi mempersiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan, dan/atau menyebarkan Informasi Elektronik. Sedangkan Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya.

Penyelenggaraan Transaksi Elektronik adalah rangkaian kegiatan Transaksi Elektronik yang dilakukan oleh Pengirim dan Penerima dengan menggunakan Sistem Elektronik. Penyelenggaraan Transaksi Elektronik dapat dilakukan dalam lingkup publik atau privat. Penyelenggaraan Transaksi Elektronik dalam lingkup publik meliputi penyelenggaraan Transaksi Elektronik oleh Instansi atau oleh pihak lain yang menyelenggarakan layanan publik. Penyelenggaraan Transaksi Elektronik dalam lingkup privat meliputi Transaksi Elektronik antar Pelaku Usaha, antara Pelaku Usaha dengan konsumen, antar pribadi, antar Instansi, dan antara Instansi dengan Pelaku Usaha sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

A. Persyaratan Penyelenggaraan Transaksi Elektronik

1. Penyelenggaraan Transaksi Elektronik dalam lingkup publik atau privat yang menggunakan Sistem Elektronik untuk kepentingan pelayanan publik wajib menggunakan Sertifikat Keandalan dan/atau Sertifikat Elektronik.
2. Dalam hal menggunakan Sertifikat Keandalan, penyelenggaraan Transaksi Elektronik dalam lingkup publik wajib disertifikasi oleh Lembaga Sertifikasi Keandalan Indonesia yang sudah terdaftar.
3. Dalam hal menggunakan Sertifikat Elektronik, penyelenggaraan Transaksi Elektronik dalam lingkup publik wajib menggunakan jasa penyelenggara sertifikasi elektronik Indonesia yang sudah tersertifikasi.
4. Penyelenggaraan Transaksi Elektronik dalam lingkup privat dapat menggunakan Sertifikat Keandalan dan/atau Sertifikat Elektronik.
5. Dalam hal menggunakan Sertifikat Keandalan, penyelenggaraan Transaksi Elektronik dalam lingkup privat dapat disertifikasi oleh Lembaga Sertifikasi Keandalan Indonesia yang sudah terdaftar.
6. Dalam hal menggunakan Sertifikat Elektronik, penyelenggaraan Transaksi Elektronik dalam lingkup privat dapat menggunakan jasa penyelenggara sertifikasi elektronik Indonesia yang sudah terdaftar.
7. Penyelenggaraan Transaksi Elektronik di wilayah Negara Republik Indonesia harus:
 - memperhatikan aspek keamanan, keandalan, dan efisiensi;
 - melakukan penyimpanan data transaksi di dalam negeri;
 - memanfaatkan gerbang nasional, jika dalam penyelenggaraannya melibatkan lebih dari satu Penyelenggara Sistem Elektronik;
 - memanfaatkan jaringan Sistem Elektronik dalam negeri.
8. Dalam hal gerbang nasional dan jaringan Sistem Elektronik belum dapat dilaksanakan, penyelenggaraan Transaksi Elektronik dapat menggunakan sarana

lain atau fasilitas dari luar negeri setelah memperoleh persetujuan dari Instansi Pengawas dan Pengatur Sektor terkait.

9. Pengirim wajib memastikan Informasi Elektronik yang dikirim benar dan tidak bersifat mengganggu.

B. Persyaratan Transaksi Elektronik

1. Transaksi Elektronik yang dilakukan para pihak memberikan akibat hukum kepada para pihak.
2. Penyelenggaraan Transaksi Elektronik yang dilakukan para pihak wajib memperhatikan:
 - iktikad baik;
 - prinsip kehati-hatian;
 - transparansi;
 - akuntabilitas;
 - kewajaran.
3. Transaksi Elektronik dapat dilakukan berdasarkan Kontrak Elektronik atau bentuk kontraktual lainnya sebagai bentuk kesepakatan yang dilakukan oleh para pihak.
4. Pelaku Usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan.
5. Pelaku Usaha wajib memberikan kejelasan informasi tentang penawaran kontrak atau iklan.
6. Pelaku Usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim apabila tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi.
7. Pelaku Usaha wajib menyampaikan informasi mengenai barang yang telah dikirim.
8. Pelaku Usaha tidak dapat membebani konsumen mengenai kewajiban membayar barang yang dikirim tanpa dasar kontrak.
9. Pelaku Usaha wajib memberikan kejelasan informasi tentang penawaran kontrak atau iklan.
10. Pelaku Usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim apabila tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi.
11. Pelaku Usaha wajib menyampaikan informasi mengenai barang yang telah dikirim.
12. Pelaku Usaha tidak dapat membebani konsumen mengenai kewajiban membayar barang yang dikirim tanpa dasar kontrak.
13. Dalam penyelenggaraan Transaksi Elektronik para pihak wajib menjamin:
14. pemberian data dan informasi yang benar; dan
15. ketersediaan sarana dan layanan serta penyelesaian pengaduan.
16. Dalam penyelenggaraan Transaksi Elektronik para pihak wajib menentukan pilihan hukum secara seimbang terhadap pelaksanaan Transaksi Elektronik.

1.3.1.6 Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2017 tentang Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik Tahun 2017-2019

Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (*Road Map e-Commerce*) Tahun 2017-2019 / Peta Jalan SPNBE 2017-2019 adalah dokumen yang memberi arahan dan langkah-langkah penyiapan dan pelaksanaan perdagangan yang transaksinya berbasiskan serangkaian perangkat dan prosedur elektronik. Peta Jalan SPNBE 2017-2019 sebagaimana dimaksud pada mencakup program:

1. Pendanaan
2. Perpajakan
3. Perlindungan konsumen
4. Pendidikan dan sumberdaya manusia
5. Infrastruktur komunikasi
6. Logistik
7. Keamanan siber
8. Pembentukan Manajemen Pelaksana Peta Jalan SPNBE 2017-2019.

Peta Jalan SPNBE 2017-2019 bertujuan untuk memberikan arah dan panduan strategis dalam percepatan pelaksanaan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (*Road Map e-Commerce*) pada periode Tahun 2017-2019. Peta Jalan SPNBE 2017-2019 memiliki sasaran program dan/atau kegiatan pemangku kepentingan (*stakeholders*) untuk mempercepat pertumbuhan e-Commerce. Peta Jalan SPNBE 2017-2019 berfungsi sebagai:

- a. acuan bagi Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah untuk menetapkan kebijakan sektoral dan rencana tindak dalam rangka percepatan pelaksanaan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (e-Commerce) pada bidang tugas masing-masing yang termuat dalam dokumen perencanaan pembangunan;
- b. acuan bagi pemangku kepentingan (*stakeholders*) dalam menjalankan kegiatan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (e-Commerce).

1.3.1.7 Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2017 tentang Strategi Nasional Perlindungan Konsumen

STRANAS-PK merupakan dokumen yang memuat sasaran, arah kebijakan, strategi dan sektor prioritas penyelenggaraan perlindungan konsumen untuk periode 5 (lima) tahun. STRANAS-PK periode pertama berlaku 3 (tiga) tahun dimulai tahun 2017 sampai dengan tahun 2019.

A. Amanat RPJMN 2015-2019

Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2015-2019 mengamanatkan penguatan Perlindungan Konsumen di Indonesia guna meningkatkan aktivitas perdagangan dalam negeri yang lebih efisien dan berkeadilan. Dalam RPJMN 2015-2019 terdapat empat hal yang menjadi kendala dalam penguatan perlindungan konsumen, diantaranya:

- Jumlah dan kapasitas lembaga perlindungan konsumen yang masih terbatas, salah satunya dapat dilihat dari masih sedikitnya jumlah BPSK;
- Rendahnya tingkat kesadaran masyarakat dan produsen akan perlindungan konsumen
- Terbatasnya upaya tertib ukur

- Belum efektifnya implementasi sistem dan perangkat regulasi perlindungan konsumen.

Upaya penguatan perlindungan konsumen dalam RPJMN 2015-2019 yaitu:

1. Pengembangan standarisasi dan mutu
2. Pemberdayaan konsumen
3. Peningkatan efektivitas pengawasan dan tertib ukur
4. Penguatan kapasitas kelembagaan.

B. Arah Kebijakan Perlindungan Konsumen

Kebijakan perlindungan konsumen Indonesia tahun 2017-2019 diarahkan untuk memperkuat fondasi perlindungan konsumen di Indonesia dan mempercepat penyelenggaraan perlindungan konsumen di sektor-sektor prioritas yang dapat membantu peningkatan kesejahteraan masyarakat Indonesia serta penciptaan iklim usaha dan hubungan yang lebih berkeadilan antara pelaku usaha dan konsumen.

Sektor prioritas perlindungan konsumen tiga tahun ke depan adalah sebagai berikut: obat dan makanan, listrik dan gas rumah tangga, transaksi perdagangan melalui sistem elektronik, jasa keuangan, jasa telekomunikasi, perumahan, jasa transportasi, jasa layanan kesehatan, dan barang elektronik dan kendaraan bermotor.

C. Strategi dan Prioritas Nasional

Strategi nasional perlindungan konsumen terdiri dari tiga pilar yaitu:

1. Peningkatan efektivitas dan peran pemerintah
Strategi yang dilakukan yaitu penguatan kelembagaan perlindungan konsumen di pusat dan di daerah serta penyusunan regulasi perlindungan konsumen yang mendukung iklim usaha yang sehat.
2. Peningkatan keberdayaan konsumen
Strategi yang dilakukan yaitu penyelenggaraan edukasi dan advokasi konsumen yang efektif serta penyediaan sistem informasi konsumen yang terintegrasi, andal, dan terpercaya.
3. Peningkatan kepatuhan pelaku usaha
Strategi yang dilakukan yaitu peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha, penyediaan layanan pengaduan konsumen, serta pengawasan dan penegakan hukum yang efektif.

1.3.3. Platform Transaksi E-Commerce

Platform E-Commerce adalah jenis sistem yang digunakan, dalam kaitannya dengan jenis perangkat lunak yang dapat digunakan berdiri sendiri atau dalam operasi sistem. Platform E-Commerce mengandung hak cipta dan kekayaan intelektual, mempunyai pengembang software didalamnya, dapat berupa sumber terbuka (Open Source) atau berlisensi. Platform ecommerce merupakan solusi teknologi dengan perangkat lunak atau software yang memungkinkan untuk membangun *storefronts* (skema bisnis yang berkaitan dengan penjualan produk atau layanan). Fungsi platform diantaranya:

1. Membantu Perencanaan

Dalam perencanaan, pebisnis akan dibantu dalam pengurusan domain dan hosting, desain web, sampai peluncuran website.

2. Memudahkan Pengelolaan

Platform ecommerce membantu dalam mengelola dan mengoperasikan sejumlah fitur yang ada, mulai dari fitur tampilan web, pencarian keranjang belanja, manajemen produk, sistem pembayaran, kalkulasi biaya pengiriman dan sebagainya.

3. Memberikan Keamanan

Platform ecommerce memberikan privasi dan rasa aman kepada penggunanya, seperti transaksi dalam menggunakan kartu kredit.

4. Bantuan dan Dukungan

Platform ecommerce memberikan bantuan dan dukungan melalui email, telepon, live chat dan lain-lain.

Beberapa platform e-commerce yang digunakan oleh para pebisnis online yaitu sebagai berikut.

1. **Symphony Commerce**

Symphony commerce merupakan platform ecommerce dengan sistem SaaS (Software as a Service). Symphony e-commerce mendukung pembangunan toko online kecil dengan easy management dan fitur-fitur yang menarik.

2. **Squarespace**

Squarespace merupakan platform yang mampu menekan pengeluaran dalam membangun sistem e-commerce. Platform ini memberikan tawaran template yang beragam, kemudahan kontro dan sistem inventaris yang lengkap. Dengan platform ini, pebisnis dapat mengatur tampilan dan tata letak produk dengan memilih template kemudian drag dan drop. Pebisnis online tidak perlu mempelajari kode dan script php maupun html.

3. **Magento**

Magento merupakan platform yang fleksibel, karena mampu memenuhi kebutuhan bisnis kecil sampai besar. Dengan license yang open source menjadikan magento murah dan mendukung pengembangan fitur sesuai dengan kebutuhan pebisnis online. Contohnya, ketika pebisnis online ingin menambahkan fungsi analitic data pengunjung, dapat dengan menambahkan extensi gratis dari Nosto. Magento sendiri terdapat beberapa versi, seperti Magento Enterprise Edition, The Community Edition (Open Source), dan Magento Go.

Untuk Magento Enterprise Edition, pebisnis dapat membuat website ecommerce yang besar dan lengkap, untuk versi The Community Edition, pebisnis dapat melakukan beberapa perubahan pada kode untuk melakukan modifikasi. Sedangkan Magento Go, merupakan versi yang cocok untuk website ecommerce kecil atau sedang berkembang. Kemudian fitur Magento dalam hal SEO, akan membantu memudahkan pebisnis untuk mengoptimasi website ecommerce karena fitur yang disediakan dari platform Magento tersebut.

4. **CommerceHub (Layanan Berbasis Cloud)**

CommerceHub merupakan platform yang lebih berfungsi menghubungkan pengecer online dengan pemasok. Penggunaan platform ini akan membuka peluang untuk banyaknya pemasok-pemasok datang bergabung dalam sistem ecommerce.

5. Drupal Ecommerce

Drupal ecommerce merupakan platform yang dibangun kuat dengan sistem manajemen konten (CMS). Drupal sangat fleksibel dengan modul-modul yang dapat dengan mudah diintegrasikan dan dikonfigurasi. Dalam mengaplikasiannya pebisnis memerlukan pengetahuan coding dan script untuk mendapatkan manfaat yang maksimal.

6. Shopify

Shopify merupakan platform yang membantu pebisnis untuk memiliki toko online dengan sangat mudah. Platform ini hadir dengan sistem all in one yang kuat. Dengan jumlah registran (toko) yang tinggi (mencapai 100.000 toko online). Dengan shopify pebisnis dapat mengupload produk dengan jumlah yang tak terbatas. Selain itu platform ini memberi kemudahan manajemen dan konfigurasi. Shopify juga menawarkan lebih dari 1000 aplikasi pendukung, secara gratis maupun berbayar, sehingga sangat mendukung efisiensi performa toko online. Fitur tambahan seperti analytic, SEO dan chart menjadi satu paket yang siap mendukung toko online.

Shopify adalah platform ecommerce berbayar yang berasal dari Kanada. Kemudahan shopify diantaranya:

- a. Proses instalasi yang cukup mudah, hanya mengisikan nama toko, alamat email, password, dan beberapa data diri pribadi.
- b. Proses upload produk, katalog produk, dan inventory produk yang mudah.
- c. Dapat mengintegrasikan payment gateway (visa, master, paypal), facebook store, sosial media dan Mailchimp, Zopim dan lain-lain untuk membantu mengelola customer.

7. Volusion

Volusion merupakan platform ecommerce yang memiliki fitur yang cukup lengkap. Adapun fitur tersebut seperti tool administrasi yang memiliki kemampuan keamanan marketing kuat, dan fitur belanja online yang dapat menarik customer. Dengan platform ini, pebisnis dapat memilih ratusan template berkualitas tinggi yang disediakan secara gratis maupun premium. Platform ecommerce ini dibangun mencakup marketing, media sosial, fitur SEO yang membantu pebisnis mendorong banyak customer. Pebisnis dapat secara langsung memposting ke jaringan sosial, mengirim email, dan lain-lain yang berhubungan dengan customer.

8. BigCommerce

BigCommerce merupakan platform yang telah banyak digunakan banyak perusahaan yang tersebar di 150 negara. Pada BigCommerce, pebisnis akan diberikan 115 pilihan template yang cukup sederhana, namun elegan untuk desain toko online. Jika pebisnis mempunyai banyak produk untuk dijual, maka BigCommerce merupakan pilihan yang tepat. Hal ini dikarenakan, BigCommerce memungkinkan pebisnis untuk menambahkan gambar produk yang tak terbatas. Seperti platform ecommerce lainnya, BigCommerce juga memiliki kemampuan untuk mengoptimalkan SEO untuk membantu memberikan peringkat teratas pada search engine.

Dalam memilih platform ecommerce bagi pebisnis online dalam membangun bisnisnya sebaiknya memperhatikan hal-hal berikut ini:

1. Hosting dan Website

Platform ecommerce yang baik adalah yang membantu dalam hal hosting, desain web, dan peluncuran produk ke toko online. Selain itu, ditunjang oleh fitur SEO untuk tag

produk. Hal ini bertujuan agar Google dan search engine lainnya membantu website (toko online) pebisnis untuk memperoleh peringkat teratas dalam penelusuran.

2. Fitur Belanja dan Pemasaran

Platform yang memberikan penawaran fitur terbaik untuk toko online membantu dalam mendesain website toko online sehingga website menjadi menarik. Website yang terlihat menarik akan lebih sering dikunjungi oleh pengunjung. Toko online harus didesain semenarik mungkin untuk membujuk mata para pengunjung yang nantinya melakukan konversi dan berubah menjadi customer. Jadi pilihlah fitur-fitur yang mampu mempengaruhi pengambilan keputusan customer untuk membeli produk Anda. Misalnya, seperti ulasan konsumen dan perbandingan produk. Harapannya, agar fitur tersebut dapat mendorong calon customer untuk membeli dan loyalitas customer akan membawanya kembali berbelanja ke toko online. Bahkan, apabila pebisnis menginginkan jangkauan pasar yang lebih luas, maka dapat menggunakan fitur dua bahasa. Sehingga memungkinkan untuk mendapatkan customer internasional.

3. Privasi dan Keamanan

Dalam memilih platform toko online, yang perlu diperhatikan adalah privasi dan rasa aman. Apakah platform ecommerce menyediakan fitur privasi dan keamanan. Hal ini bisa Anda tinjau melalui PCI Compliance, perlindungan Secure Socket Layer (SSL), kode atau sandi khusus untuk mengamankan transaksi. Hal-hal tersebut merupakan sebuah keharusan yang dimiliki oleh platform ecommerce ketika terdapat transaksi pembayaran menggunakan kartu kredit.

4. Bantuan dan dukungan

Platform ecommerce yang dipilih pastikan menyediakan beberapa pilihan untuk layanan contact center bagi customer. Hal ini untuk menjaga apabila suatu saat pebisnis terdapat masalah yang hanya dapat diatasi oleh perusahaan penyedia platform ecommerce.

1.3.3. Ketentuan dan Kebijakan Penggunaan

Pada bagian ini berisi seluruh ketentuan dan kebijakan yang mengatur cara Pengguna menggunakan semua layanan yang disediakan oleh *E-Commerce*. Dengan menggunakan layanan *E-Commerce* dalam bentuk apapun, termasuk tapi tidak terbatas pada mengunjungi situs *E-Commerce* yang bersangkutan Pengguna sebagai Pengguna berarti setuju untuk mengikuti semua ketentuan dan kebijakan tertera pada halaman ini.

1) Kepemilikan Akun

Semua Pengguna, tanpa terkecuali, berhak mendaftarkan akun di *E-Commerce* secara gratis tanpa dipungut biaya sama sekali. Pengguna yang mendaftarkan dan memiliki akun di *E-Commerce* seterusnya akan disebut sebagai "Pengguna terdaftar". Pengguna yang mendaftarkan dan menjual produknya di *E-Commerce* seterusnya disebut sebagai "Penjual". Pengguna yang membeli produk dari *E-Commerce* seterusnya disebut "Pembeli".

Ketika mendaftarkan akun, Pengguna harus mengisi data dan informasi diri dengan sebenar-benarnya, akurat, dan selengkap-lengkapnyanya. Selain itu, Pengguna juga harus memperbarui informasi akun Pengguna jika suatu waktu terjadi perubahan. Segala bentuk

kerugian yang disebabkan oleh informasi yang tidak lengkap dan/atau tidak akurat bukanlah tanggung jawab *E-Commerce*.

Pengguna bertanggung jawab penuh terhadap akun yang didaftarkan. Segala bentuk aktivitas yang dilakukan atas nama akun yang didaftarkan Pengguna dianggap berasal dari Pengguna itu sendiri. Pengguna bertanggung jawab penuh menjaga semua informasi akun Pengguna yang bersifat rahasia. *E-Commerce* sama sekali tidak bertanggung jawab atas semua kerugian yang disebabkan oleh kegagalan Pengguna menjaga informasi rahasia pada akunnya.

2) Penjual

Penjual adalah Pengguna terdaftar yang memasang produk di *E-Commerce* untuk dijual ke Pengguna lain. Semua Pengguna terdaftar yang berusia dewasa (17 tahun ke atas) berhak menjadi Penjual di *E-Commerce* secara gratis tanpa dipungut biaya sama sekali. Dalam kondisi tertentu, Pengguna terdaftar yang berusia lebih muda dari 17 tahun berhak menjadi Penjual atas pertimbangan tim *E-Commerce*.

3) Pembeli

Pembeli adalah Pengguna terdaftar yang membeli produk yang dijual di situs E-Commerce oleh Penjual. Semua Pengguna terdaftar, tanpa terkecuali, berhak menjadi Pembeli E-Commerce.

4) Ketentuan Produk dan Kurasi

Tiap produk yang dimasukkan ke E-Commerce akan dikurasi oleh tim kami. Proses kurasi akan dilakukan dengan meninjau kriteria berikut:

- a. Relevansi produk terhadap target pasar E-Commerce
- b. Relevansi terhadap kategori produk yang dijual di E-Commerce
- c. Kualitas dan teknik pembuatan produk
- d. Keunikan produk jika dibandingkan dengan produk-produk serupa
- e. Kualitas kemasan produk
- f. Kualitas fotografi produk
- g. Kualitas penulisan informasi produk

Setelah dikurasi, produk penjual akan masuk ke salah satu dari tiga status ini:

- a) Lolos -- Produk dari penjual sudah memenuhi kriteria yang ditentukan E-Commerce dan dapat segera dijual di situs E-Commerce
- b) Revisi -- Produk dari penjual tidak memenuhi kriteria penting yang ditentukan E-Commerce. Penjual akan diberi notifikasi untuk merevisi produk yang bersangkutan. Sampai revisi yang diinginkan belum dilakukan, produk dari Penjual tersebut belum dapat dijual di situs E-Commerce.
- c) Blokir -- Produk dari penjual tidak sesuai dengan apa yang diizinkan oleh E-Commerce, dan diharapkan untuk dihapus oleh penjual.

A. Ketentuan Transaksi dan Relevansi Produk

Produk yang dijual merupakan hasil kreativitas dan buatan Penjual sendiri, rekan tim, atau karyawan Penjual. Jenis produk yang dijual misalnya kerajinan, furnitur, pakaian, dekorasi, produk perawatan dan kesehatan, kuliner, serta produk buatan tangan lainnya. Penjual dapat menggunakan bantuan atau tenaga produksi pabrik/perusahaan lain,

namun penjual diharuskan untuk mengerti bahan, teknik, dan kualitas produksinya sehingga dapat dipertanggung jawabkan kepada pembeli.

Penjual tidak boleh menjual produk impor, bahan baku atau peralatan untuk pembuatan kerajinan, produk bekas/sudah pernah digunakan sebelumnya, atau produk yang melanggar hak cipta intelektual pembuat lain atau hukum yang berlaku di Indonesia. Reseller, Agen, atau Distributor juga tidak diperkenankan untuk berjualan di E-Commerce. Produk yang dijual di E-Commerce juga harus sesuai dengan standar kualitas dan target pasar E-Commerce.

1) Deskripsi Produk

Penjual hanya boleh menjual produk dan melakukan transaksi dengan mata uang Rupiah. Harga satuan produk yang dijual tidak boleh lebih dari Rp 99.999.999. Jika Penjual melakukan penjualan diluar E-Commerce, harga jual produk diharapkan sama dengan harga jual produk di tempat lain, atau jika terdapat perbedaan, maksimum beda harga adalah 10% dari harga jual di tempat lain.

Penjual dapat mencantumkan kebijakan khusus untuk toko dan/atau produk Penjual di bagian deskripsi produk atau toko. Kebijakan tersebut harus masuk akal, tidak mengada-ada, dapat ditaati oleh Penjual itu sendiri, serta masih sejalan dan menuruti ketentuan dan kebijakan yang berlaku di E-Commerce. Penjual yang mencantumkan kebijakan khusus harus mengikuti dan menaati kebijakan tersebut sambil tetap mengikuti kebijakan dan ketentuan di E-Commerce. Jika kebijakan khusus yang dicantumkan Penjual tidak sesuai dengan ketentuan dan kebijakan serta standar di E-Commerce, E-Commerce berhak meminta Penjual mengubah kebijakan tersebut.

Penjual harus memasukkan informasi produk berupa nama, tipe/jenis, harga satuan, warna yang tersedia, berat, jumlah/stok, variasi yang tersedia, serta deskripsi produk yang berisi ukuran atau dimensi, bahan yang digunakan, proses pembuatan, cara perawatan dan anjuran penggunaan, serta fitur dan ciri khas unik pada produk yang dijual. Penjual juga dianjurkan untuk memasukkan tag sesuai dengan karakteristik dengan produk yang dijual.

Penjual harus memasukkan informasi produk yang dijual dengan sebenar-benarnya, akurat, dan selengkap-lengkapnyanya. Selain itu, penjual harus segera memperbarui informasi produk yang dijual jika suatu waktu terjadi perubahan. Segala bentuk kerugian yang disebabkan oleh informasi produk yang keliru bukanlah tanggung jawab E-Commerce.

Terkait informasi berat produk, biaya pengiriman produk akan dicantumkan secara otomatis berdasarkan jarak pengiriman serta berat produk. Jika produk yang dijual berukuran besar dan memiliki berat yang tidak sesuai dengan ukurannya (terlalu kecil), berat yang digunakan adalah berat volumetrik, yang dihitung dengan rumus $(\text{panjang (cm)} + \text{lebar (cm)} + \text{tinggi (cm)}) / 6.000$ (dengan memilih satuan berat volume).

E-Commerce hanya berfungsi melakukan estimasi sesuai dengan informasi yang diberikan oleh Penjual dan Pembeli. Biaya pengiriman produk yang sebenarnya tetap ditentukan oleh pihak jasa pengiriman.

2) Gambar

Gambar produk yang dijual harus berukuran minimal sekurangnya 650x650 pixel, jelas, dan tidak menggunakan watermark, logo, dan tulisan yang mengganggu foto

produk. Gambar yang digunakan juga harus gambar milik sendiri, bukan milik penjual lain atau pihak lainnya. Selain itu, pengguna disarankan menggunakan lebih dari satu dan maksimal lima foto untuk menunjukkan produk yang dijual sedetail mungkin.

3) Variasi, Kustomisasi, dan Pre-Order

Penjual dapat memasukkan variasi pada satu produk yang dijual. Variasi yang diperbolehkan antara lain warna, ukuran, dan aspek yang tidak menghilangkan identitas dari produk tersebut. Penjual harus mendaftarkan sebagai produk terpisah (bukan menggunakan fitur variasi) jika:

- 1) Variasi yang disediakan ternyata akan menciptakan sebuah produk yang berbeda, misal beda motif dan beda bentuk
- 2) Berat produk antar variasi lebih dari 100 gram

Penjual dapat menjual produknya dalam sistem pre-order dan menentukan waktu pembuatan pre-order di kolom yang disediakan (maksimal 30 hari). Waktu yang ditentukan oleh Penjual merupakan keputusan Penjual itu sendiri dan Penjual bertanggung jawab untuk menaati waktu tersebut.

Penjual dapat memasukkan pilihan kustomisasi pada produk yang dijual sesuai dengan keputusan Penjual yang bersangkutan. Penjual wajib memberi keterangan dan deskripsi kustomisasi sejelas mungkin di kolom yang tersedia. Penjual bertanggung jawab memenuhi semua kustomisasi yang disediakan.

4) Kewajiban Revisi

Produk dari Penjual akan masuk ke dalam status perlu melakukan revisi jika: (berkaitan dengan foto produk)

- 1) Foto produk kurang menggambarkan produk secara lengkap
- 2) Foto produk kabur, buram, resolusi kurang baik
- 3) Foto merupakan gabungan dari beberapa produk
- 4) Terdapat watermark pada foto produk
- 5) Kontras produk dan latar belakang di foto kurang
- 6) Foto produk yang digunakan melanggar lisensi atau hak cipta (berkaitan dengan informasi produk)
- 7) Informasi produk kurang lengkap terkait bentuk, fungsi, ukuran, cara penggunaan, serta bahan baku
- 8) Informasi produk tidak konsisten atau kurang lengkap
- 9) Karakteristik produk tidak dijelaskan atau kurang lengkap
- 10) Terlalu banyak variasi produk dalam satu foto
- 11) Harga produk dianggap tidak sesuai
- 12) Produk dari Penjual akan kembali dikurasi jika sudah melakukan penambahan/perbaikan sesuai catatan yang diberikan.

B. Proses Transaksi

1) Pemesanan dan Pembayaran

Proses transaksi berlangsung sejak Pembeli melakukan pemesanan produk di layanan E-Commerce. Pembeli dan Penjual harus melakukan seluruh langkah transaksi dengan metode yang disediakan oleh E-Commerce. Segala bentuk kerugian akibat

melakukan satu, sebagian, atau seluruh langkah transaksi di luar metode yang disediakan E-Commerce bukanlah tanggung jawab E-Commerce.

Ketika melakukan pemesanan, Pembeli berarti sudah membaca, mengamati, mengevaluasi, dan setuju dengan semua informasi produk yang akan dipesan. Pembeli harus melakukan pembayaran dalam waktu maksimal 18 jam setelah melakukan pemesanan sesuai dengan jumlah yang diminta. Jika Pembeli tidak melakukan pembayaran dalam waktu yang ditentukan, Pembeli secara otomatis dianggap membatalkan transaksi. Selain itu, jika Pembeli membayar dengan jumlah yang lebih dari yang diminta, dana yang berlebih akan dikembalikan ke rekening Pembeli. Jika Pembeli membayar dengan jumlah yang kurang dari yang diminta, pembayaran akan ditolak dan dikembalikan ke rekening pembeli. Pembeli tidak dapat membatalkan pesanan jika pembayarannya sudah diterima. Ketika Pembeli sudah menyelesaikan pesanan, Penjual secara otomatis dianggap menerima pesanan.

2) Penggunaan Voucher

Seluruh transaksi dengan menggunakan kode voucher, akan mengikuti ketentuan berikut:

1. Hanya 1 kode voucher yang dapat digunakan dan tidak dapat digabung dengan promo voucher lainnya
2. Jika pembeli tidak melakukan konfirmasi pembayaran hingga batas waktu yang ditentukan, invoice dapat diaktifkan kembali termasuk nilai voucher yang digunakan
3. Jika penjual tidak dapat memenuhi pesanan atau terdapat kesalahan penjual saat pengiriman produk sehingga pesanan gagal, uang yang dikembalikan ke pembeli hanya sejumlah yang dibayarkan (tidak termasuk potongan harga), dan voucher akan ditukar voucher baru senilai voucher awal
4. Apabila terjadi pembatalan oleh user, voucher tidak dapat diganti/dikembalikan
5. E-Commerce berhak membatalkan suatu transaksi jika terindikasi ada kecurangan.

3) Pengiriman dan Pengemasan Produk

Penjual harus mengirimkan produk sesuai dengan pesanan pembeli, baik secara kualitas maupun kuantitas. Untuk produk yang stoknya tersedia, Penjual harus memasukkan nomor resi pengiriman produk dalam waktu 4 (empat) hari setelah Penjual menerima pesanan dari Pembeli. Sedangkan untuk produk *pre-order*, Penjual harus memasukkan nomor resi pengiriman produk 4 (empat) hari setelah masa pembuatan yang ditentukan oleh Penjual (maksimal 30 hari). Jika Penjual tidak memasukkan nomor resi pengiriman produk dalam waktu tersebut, Penjual secara otomatis dianggap membatalkan transaksi.

Sebelum melakukan pengiriman, Penjual diharuskan untuk:

- 1) Mengemas produk sedemikian rupa sehingga produk aman dari kerusakan selama pengiriman. Jika produk mengalami kerusakan pada saat diterima pembeli, penjual wajib mengembalikan atau mengganti produk sesuai dengan pesanan dari pembeli.
- 2) Menggunakan kemasan yang sudah disetujui oleh E-Commerce. E-Commerce berhak me-review kembali kerja sama dengan penjual jika ditemukan adanya produk yang dikirimkan tanpa menggunakan kemasan yang sudah disepakati.
- 3) Mencantumkan alamat tujuan pengiriman produk yang lengkap dan sesuai dengan yang diminta Pembeli, informasi singkat mengenai produk yang dipesan, serta alamat,

nama, dan kontak Penjual yang benar dan akurat pada permukaan paket atau kemasan. Penjual bertanggung jawab atas kegagalan pengiriman yang disebabkan oleh kesalahan pengetikan alamat tujuan.

Penjual juga diwajibkan mencantumkan alamat tujuan pengiriman produk yang lengkap dan sesuai dengan yang diminta Pembeli, informasi singkat mengenai produk yang dipesan, serta alamat, nama, dan kontak Penjual yang benar dan akurat pada permukaan paket atau kemasan. Penjual bertanggung jawab atas kegagalan pengiriman yang disebabkan oleh kesalahan pengetikan alamat tujuan.

Pembeli bertanggung jawab atas kegagalan pengiriman yang disebabkan oleh alamat yang tidak lengkap, tidak ada penerima barang di alamat rumah yang dituju, atau penerima menolak barang yang sudah dikirim. Dalam hal ini pembeli bertanggung jawab untuk membayar biaya pengiriman untuk pengiriman kedua

Kerusakan dan kehilangan barang dalam proses pengiriman produk merupakan tanggung jawab Penjual dan penyedia jasa layanan pengiriman, bukan E-Commerce. Pengaduan barang belum diterima setelah 7 hari dari produk dikirim atau 5 hari sejak status pengiriman dinyatakan berhasil diterima oleh ekspedisi akan dianggap tidak valid.

4) Pembatalan dan Penolakan Transaksi

Dalam kondisi dimana terdapat kekeliruan dalam informasi stok produk atau penjual tidak dapat melakukan produksi, maka penjual berhak untuk menolak/membatalkan transaksi melalui web E-Commerce dengan menyertakan alasan tidak dapat memenuhi order. Jika ada rekomendasi produk lain atau dapat dibuatkan ulang, E-Commerce akan mengkomunikasikan solusi tersebut kepada pembeli. Jika pembeli setuju dengan solusi dari penjual, pesanan akan tetap diproses. Sedangkan, jika pembeli tidak setuju, order akan dibatalkan. Pembayaran yang dilakukan oleh pembeli akan dikembalikan seluruhnya kepada pembeli paling lambat 3 hari kerja.

Jika penjual tidak mengirimkan produk dalam batas waktu yang diberikan, transaksi juga akan dianggap batal. Semua transaksi yang tidak berhasil dipenuhi penjual akan dicatat dan mengurangi performa penjual. E-Commerce melakukan evaluasi penjual secara berkala, dan jika penjual yang memiliki performa kurang baik akan diberikan teguran dan sanksi tegas dari E-Commerce sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

5) Penukaran Produk

Penjual di E-Commerce menjual produk buatan tangan atau dibuat dari bahan-bahan alami. Hal ini memungkinkan adanya perbedaan kecil antara produk yang diterima dengan foto yang diberikan pada situs kami. Dengan adanya keterbatasan ini, Penjual dimungkinkan untuk memiliki kebijakan khusus mengenai kriteria perbedaan kecil ini, yang menentukan apakah (1) perbedaan tersebut adalah natural dan bukan merupakan kesalahan pembuatan atau cacat, atau (2) perbedaan tersebut dapat diperbaiki atau produk cacat/ rusak.

Diluar dari kebijakan yang ditentukan oleh Penjual, Pembeli berhak mengajukan penukaran produk kepada Penjual melalui perantara E-Commerce dalam waktu kurang dari 8 hari setelah produk dikirimkan oleh penjual (ditandai dengan penjual memasukkan nomor resi pengiriman ke E-Commerce) jika produk yang diterima Pembeli ternyata:

- 1) Terjadi kesalahan / tidak sesuai pesanan
- 2) Rusak

3) Cacat

4) Ada bagian yang hilang

Khusus untuk produk Perawatan & Kecantikan serta Kuliner, penukaran produk dapat dilakukan dalam waktu kurang dari 8 hari setelah produk dikirimkan oleh penjual (ditandai dengan penjual memasukkan nomor resi pengiriman ke E-Commerce) hanya jika ternyata:

- 1) Terjadi kesalahan / tidak sesuai pesanan
- 2) Kemasan rusak yang mempengaruhi isi produk
- 3) Kemasan belum dibuka
- 4) Tanggal kadaluarsa produk kurang dari tanggal order + 7 hari

Pembeli harus mengirimkan email ke E-Commerce atau Whatsapp ke yang berisi informasi berikut:

- 1) Nomor Invoice
- 2) Nama Lengkap
- 3) Nomor Telepon
- 4) Detail Keluhan Terhadap Produk yang Diterima
- 5) Foto Produk Sebagai Bukti Keluhan

E-Commerce akan mempertimbangkan pengajuan penukaran dari Pembeli dan juga kebijakan penukaran dari Penjual dan berhak memutuskan apakah pengajuan penukaran valid. Jika iya, Penjual memiliki 2 pilihan untuk menyelesaikan protes dari Pembeli yaitu:

- 1) Menukar produk yang sesuai dengan keinginan Pembeli
- 2) Membatalkan transaksi dan uang dikembalikan kepada Pembeli

Untuk kedua pilihan di atas, penjual dapat menentukan apakah produk yang sudah diterima pembeli perlu dikirim kembali ke penjual, dengan mempertimbangkan:

- 1) Kondisi barang (sudah pecah/rusak atau masih dalam kondisi baik)
- 2) Ongkos kirim jika dibandingkan dengan harga produk
- 3) Produk sudah di-custom untuk pembeli tersebut, sehingga tidak dapat dijual kembali
- 4) Permintaan maaf kepada pembeli

E-Commerce dan Penjual juga akan mendiskusikan konsekuensi dari solusi, terutama yang berkaitan dengan:

1. Perlu tidaknya produk awal dikembalikan ke penjual dan jasa pengiriman yang akan digunakan
2. Penanggung ongkos kirim (untuk produk awal ke penjual dan untuk produk baru ke pembeli)
3. Ekspektasi kapan produk akan dikirim penjual dan diterima pembeli

6) Transaksi Berhasil

Transaksi akan dianggap berhasil jika tidak ada protes/laporan dari Pembeli setelah 8 hari produk dikirimkan oleh Penjual. Setelah transaksi berhasil, E-Commerce tidak menerima laporan atau protes dari Pembeli untuk alasan apapun.

7) Pengiriman Hasil Penjualan

Uang hasil transaksi yang telah berhasil akan ditampilkan pada halaman pengguna sebagai "Hasil Penjualan". E-Commerce akan mengirimkan hasil penjualannya yang

dimiliki oleh Penjual jika sudah melebihi Rp 10.000. Proses pengiriman akan dilakukan setiap hari kerja. Hasil Permintaan penarikan dana setelah hari kerja akan diproses pada minggu berikutnya.

Agar dapat mengirimkan Hasil Penjualan, Penjual harus mendaftarkan minimal satu (1) rekening bank ke dalam informasi tokonya. Pengiriman dana akan diproses melalui Bank Central Asia (BCA), Bank Mandiri, BNI dan BRI.

8) Pembagian Hasil dari Penjualan

Untuk tiap penjualan produk yang berhasil E-Commerce akan menarik pembagian hasil atas penjualan sebesar 20 (dua puluh) persen dari nominal harga produk yang ditentukan oleh penjual. Proses penarikan ini dilakukan secara otomatis sebelum dana penjualan dikirimkan ke Hasil Penjualan.

9) Konflik

Segala bentuk masalah dan konflik yang terjadi antara Penjual dan Pembeli akan diselesaikan dengan E-Commerce sebagai penengah yang netral. Dalam proses diskusi, E-Commerce akan menggunakan cara musyawarah hingga berhasil mencapai mufakat.

Jika masalah masih belum juga dapat diselesaikan, masalah ini harus diselesaikan melalui arbitrase sesuai dengan Aturan Arbitrase dari Badan Arbitrase Nasional Indonesia (BANI). Sidang arbitrase harus terdiri dari arbiter tunggal, yang ditunjuk oleh Ketua BANI. Tempat arbitrase adalah Jakarta. Setiap keputusan oleh pengadilan arbitrase bersifat final dan mengikat para pihak.

10) Larangan dan Sanksi

Pengguna dilarang membuat dan memasang konten yang mengandung unsur SARA, diskriminasi, merendahkan/menyudutkan orang lain, bahasa vulgar/seksual, bersifat mengancam, dan tidak pada tempatnya dalam bentuk dan tujuan apapun. E-Commerce akan mengubah atau menghapus konten seperti ini dengan atau tanpa peringatan kepada Pengguna sebelumnya.

Pengguna dilarang melanggar hak cipta, paten, merek dagang, dan/atau hak intelektual lainnya milik pihak lain di E-Commerce. E-Commerce berhak menutup akun Pengguna terdaftar yang melakukan pelanggaran ini. Pihak yang hak intelektualnya dilanggar dan merasa dirugikan berhak menuntut secara hukum sesuai dengan Undang-Undang yang berlaku. Untuk informasi lebih lanjut, baca kebijakan privasi kami.

E-Commerce berhak meminta Penjual untuk mengubah sebagian atau seluruh informasi produk yang dianggap tidak sesuai dengan standar E-Commerce. Jika Penjual tidak melakukan perubahan, E-Commerce berhak mengembalikan produk tersebut tidak akan ditampilkan di situs E-Commerce sampai akhirnya diubah.

Seluruh pesanan yang tidak dipenuhi penjual akan mengurangi performa penjual, sengaja maupun tidak sengaja. E-Commerce secara berkala melakukan peninjauan penjual berdasarkan (1) keunikan produk, dan (2) performa dan layanan penjual. E-Commerce berhak memberikan teguran dan menutup akun Penjual secara permanen jika penjual tidak dapat memenuhi standar penjual dan kualitas yang sudah ditetapkan oleh E-Commerce.

E-Commerce memiliki kewenangan untuk melakukan pembekuan kredit hasil penjualan Pengguna apabila ditemukan / diduga adanya tindak kecurangan dalam bertransaksi dan/atau pelanggaran terhadap syarat dan ketentuan E-Commerce.

Semua keputusan yang diambil E-Commerce atas dasar ketentuan dan kebijakan yang berlaku adalah mutlak dan tidak dapat diganggu gugat.

11) Perlindungan Lingkungan dan Sosial

E-Commerce adalah perusahaan yang peduli atas keberlangsungan lingkungan dan sosial yang baik. Dengan melakukan transaksi jual beli melalui situs E-Commerce, Penjual menjamin bahwa:

- 1) Penjual menggunakan sumber daya alam secara efisien dengan usaha untuk menjaga alam dan lingkungan hidup.
- 2) Penjual dalam menjalankan aktivitas usaha melakukan tindakan pencegahan terhadap dampak pemanasan global.
- 3) Memberikan pembayaran yang layak sesuai dengan hukum kepada karyawan dan pihak yang terkait dalam produksi dan penjualan produk
- 4) Tidak mempekerjakan anak di bawah umur
- 5) Tidak melakukan aktivitas yang melanggar hukum dan/atau norma sosial

Penjual bersedia untuk dilakukannya audit oleh pihak E-Commerce jika Penjual telah mencapai angka penjualan sebesar Rp. 1.000.000.000 (satu milyar Rupiah).

12) Kebijakan Privasi

Dalam menjalankan layanannya, E-Commerce akan mengumpulkan informasi identifikasi Pengguna, misalnya tapi tidak terbatas pada nama, umur, jenis kelamin, nomor telepon, alamat email, dan lainnya. Ketika pengguna mengakses layanan E-Commerce dengan cara apapun untuk menghubungi atau mengidentifikasi Pengguna sebagai individu. Banyaknya informasi yang dikumpulkan akan bergantung pada layanan apa yang digunakan oleh Pengguna. Ke depannya E-Commerce juga akan melakukan berbagai hal untuk meningkatkan pelayanan E-Commerce dan meminta kerja sama Pengguna untuk informasi identifikasi individu untuk ikut berpartisipasi.

E-Commerce juga akan akan mengumpulkan informasi anonim seperti IP, halaman di situs E-Commerce yang dikunjungi, jenis *browser* yang digunakan, *cookies*, dan iklan yang diklik oleh pengguna. Data ini dikumpulkan untuk menganalisa dan mengevaluasi kinerja situs dan layanan E-Commerce dan dijadikan acuan dalam meningkatkan layanan E-Commerce. Informasi pribadi Pengguna juga akan terhubung dengan informasi anonim ini.

Dengan mendaftarkan diri di E-Commerce, Pengguna mengesahkan E-Commerce untuk memperlihatkan informasi yang bersifat tidak rahasia milik Pengguna ke Pengguna yang lain sesuai dengan layanan yang digunakan. Di sisi lain, Pengguna juga berhak untuk menambahkan, mengubah, atau menghapus beberapa informasi tambahan yang tidak wajib sesuai dengan keinginan.

E-Commerce tidak akan menyebarkan informasi pribadi Pengguna ke pihak ketiga tanpa persetujuan Pengguna itu sendiri kecuali dalam situasi yang disebutkan dalam kebijakan ini. Segala bentuk penyebaran informasi Pengguna ke pihak ketiga dilakukan untuk membantu Pengguna dalam menggunakan layanan E-Commerce dan/atau meningkatkan kualitas layanan E-Commerce. E-Commerce juga meminta pihak ketiga yang diberikan informasi untuk menggunakan informasi Pengguna hanya untuk kepentingan tersebut.

Jika pengguna melihat merek terkemuka dari perusahaan lain di bagian situs E-Commerce dan memberikan informasi di bagian situs tersebut, informasi tersebut juga akan diberikan ke perusahaan lain tersebut. Informasi yang diberikan ke perusahaan lain akan digunakan mengikuti kebijakan perusahaan tersebut. Karena itu, Pengguna disarankan membaca kebijakan dari perusahaan lain sebelum memberikan informasi.

E-Commerce juga akan mengungkap informasi pribadi Pengguna jika diperlukan oleh hukum atau diyakini dapat membantu proses hukum yang berlaku di E-Commerce untuk melindungi kekayaan dan kepentingan E-Commerce, agen dan karyawan, serta keselamatan pribadi atau masyarakat.

Jika E-Commerce menjadi bagian dari organisasi lain melalui akuisisi dalam bentuk apapun, perusahaan yang mengakuisisi berhak memperoleh dan mengakses informasi pribadi yang dikumpulkan dan dimiliki E-Commerce. Kebijakan privasi yang digunakan oleh perusahaan yang mengakuisisi dapat berubah, sehingga Pengguna disarankan untuk meninjau kembali kebijakan yang diberlakukan perusahaan tersebut jika hal ini terjadi.

Jika *E-Commerce* berhenti beroperasi, informasi Pengguna mungkin akan diberikan dan digunakan oleh perusahaan lain yang memiliki layanan yang serupa atau berkaitan dengan E-Commerce. Meskipun kami tidak dapat memprediksi hal seperti ini, kami berharap dapat tetap memberikan layanan.

13) Kebijakan Hak Cipta

Setiap produk kerajinan yang diunggah dan dijual di situs E-Commerce merupakan milik pencipta, pembuat, dan rekan pembuat yang terlibat dalam pembuatan produk tersebut. E-Commerce menghormati seluruh hak Pengguna, dan berharap semua Pengguna saling menghormati demi terciptanya layanan E-Commerce yang bermanfaat, positif, dan nyaman bagi seluruh Pengguna tanpa terkecuali.

Dengan mengunggah konten di situs E-Commerce, Pengguna setuju untuk memberikan lisensi terbatas sementara kepada E-Commerce atas konten tersebut. Lisensi ini memberi hak kepada E-Commerce untuk memperlihatkan dan menginkorporasikan konten dari Pengguna di berbagai media milik E-Commerce dengan tujuan promosi individual Pengguna maupun E-Commerce. Lisensi ini hanya berlaku pada periode selama produk tersebut masih dibuat tersedia dalam layanan E-Commerce, dan akan diputus jika produk tersebut sudah dihapus dari layanan E-Commerce dan/atau jika perjanjian antara Pengguna dengan E-Commerce sesuai dengan halaman Ketentuan dan Kebijakan ini terputus.

E-Commerce merujuk pada Undang-Undang No.19 tahun 2002 tentang hak cipta sebagai aturan yang berlaku bagi semua pengguna E-Commerce. Pengguna menjamin bahwa semua konten yang dimasukkan ke dalam situs E-Commerce adalah milik sendiri dan bukan hasil dari pelanggaran hak cipta milik orang lain. Semua konten dan tindakan yang melanggar hak cipta milik orang lain akan ditindak-lanjuti sesuai dengan ketentuan yang berlaku di halaman ini dan juga Undang-Undang yang berlaku.

Pengguna yang merasa hak cipta dan hak intelektualnya yang berada di layanan E-Commerce dilanggar dapat melaporkan pelanggaran tersebut ke pihak E-Commerce dengan mengirimkan laporannya ke email support *E-Commerce* berkesangkutan dan menyertakan informasi berikut:

1. Tanda tangan pihak yang secara sah mewakili pemilik hak cipta dan hak intelektual yang dilanggar.
2. Identifikasi hak cipta dan hak intelektual yang dilanggar serta bukti atas kepemilikan hak tersebut.
3. Detail hak cipta dan hak intelektual yang dilanggar (Nama produk, kode produksi, dan lainnya)
4. Informasi kontak pihak yang melaporkan seperti alamat, nomor telepon, dan alamat email yang dapat dihubungi.
5. Pernyataan bahwa pihak pelapor yakin bahwa penggunaan konten intelektual yang dilaporkan tidak diizinkan oleh pemilik hak cipta dan hak intelektual, perwakilannya, atau hukum.
6. Pernyataan bahwa semua informasi yang dilaporkan akurat, dan pihak yang melaporkan berwenang untuk bertindak atas nama pemilik hak yang diduga dilanggar.

14) Legalitas dan Kekuatan Hukum

E-Commerce selalu berupaya untuk menjaga layanan yang aman, nyaman, dan berfungsi dengan baik, tapi kami tidak dapat menjamin operasi terus-menerus atau akses ke Layanan kami dapat selalu sempurna. Informasi dan data dalam situs *E-Commerce* memiliki kemungkinan tidak terjadi secara *real time*.

Pengguna setuju untuk menggunakan layanan *E-Commerce* atas risiko Pengguna sendiri. Sejauh diizinkan oleh hukum yang berlaku, *E-Commerce* (termasuk Induk Perusahaan, direktur, dan karyawan) adalah tidak bertanggung jawab, dan Anda setuju untuk tidak menuntut *E-Commerce* bertanggung jawab, atas segala kerusakan atau kerugian (termasuk namun tidak terbatas pada hilangnya uang, reputasi, keuntungan, atau kerugian tak berwujud lainnya) yang diakibatkan secara langsung atau tidak langsung dari:

- 1) Penggunaan atau ketidak mampuan Pengguna dalam menggunakan layanan *E-Commerce*.
- 2) Harga, kualitas, dan ketepatan pengiriman Barang.
- 3) Keterlambatan atau gangguan dalam layanan *E-Commerce*.
- 4) Kelalaian dan kerugian yang ditimbulkan oleh masing-masing Pengguna.
- 5) Pelanggaran hak atas kekayaan intelektual.
- 6) Perselisihan antar pengguna.
- 7) Pencemaran nama baik pihak lain.
- 8) Kerugian yang disebabkan oleh produk yang dijual melalui *E-Commerce*
- 9) Setiap penyalahgunaan produk yang sudah dibeli Pengguna.
- 10) Kerugian akibat pembayaran tidak resmi kepada pihak lain selain ke Rekening Resmi *E-Commerce*, yang dengan cara apa pun mengatas-namakan *E-Commerce* ataupun kelalaian penulisan rekening dan/atau informasi lainnya dan/atau kelalaian pihak bank.
- 11) Pengiriman untuk perbaikan Barang yang bergaransi resmi dari pihak produsen. Pembeli dapat membawa Barang langsung kepada pusat layanan servis terdekat dengan kartu garansi dan faktur pembelian.
- 12) Peretasan, virus atau perangkat lunak berbahaya lainnya yang mengakses atau menghubungkan ke layanan *E-Commerce*.
- 13) Gangguan, bug, kesalahan atau ketidakakuratan apapun dalam layanan *E-Commerce*.

- 14) Kerusakan pada perangkat keras Anda dari penggunaan setiap layanan E-Commerce.
 15) Isi, tindakan, atau tidak adanya tindakan dari pihak ketiga, termasuk terkait dengan Produk dalam situs E-Commerce yang diduga palsu.

Pengguna akan melepaskan E-Commerce dari tuntutan ganti rugi dan menjaga E-Commerce (termasuk Induk Perusahaan, direktur, dan karyawan) dari setiap klaim atau tuntutan, termasuk biaya hukum yang wajar, yang dilakukan oleh pihak ketiga yang timbul dalam hal Pengguna melanggar Perjanjian ini, penggunaan Layanan E-Commerce yang tidak semestinya dan / atau pelanggaran Pengguna terhadap hukum atau hak-hak pihak ketiga.

Perjanjian ini akan diatur oleh dan ditafsirkan sesuai dengan hukum Republik Indonesia, tanpa memperhatikan pertentangan aturan hukum. Anda setuju bahwa tindakan hukum apapun atau sengketa yang mungkin timbul dari, berhubungan dengan, atau berada dalam cara apapun berhubungan dengan situs dan/atau Perjanjian ini akan diselesaikan secara eksklusif dalam yurisdiksi pengadilan Republik Indonesia.

15) Perubahan Kebijakan

Ketentuan dan kebijakan di halaman ini suatu waktu dapat berubah tanpa pemberitahuan terlebih dahulu demi peningkatan layanan E-Commerce kepada Pengguna. Pengguna disarankan untuk secara berkala memeriksa kembali halaman Ketentuan dan Kebijakan ini untuk melihat apakah terjadi perubahan atau tidak. Jika pengguna memutuskan untuk menggunakan layanan E-Commerce, secara tidak langsung pengguna setuju dengan kebijakan yang ditentukan oleh E-Commerce.

1.3.4. Tata Cara Transaksi E-Commerce

A. Prosedur Transaksi E-Commerce Untuk Konsumen

1. Konsumen Melihat Petunjuk Umum Dan Bantuan

Pada bagian ini menjelaskan untuk menggunakan layanan *E-Commerce*, baik untuk konsumen. Panduan umum dapat berupa:

a. Daftar akun baru

Jika customer memiliki pertanyaan lebih lanjut dapat menghubungi manajemen *E-Commerce*:

- 1) Untuk mendaftar, klik **DAFTAR** di bagian kanan atas layar.
- 2) Di halaman ini, Anda akan melihat formulir pendaftaran yang harus Anda isi. Isi sesuai dengan apa yang diminta masing-masing kolom.
- 3) Jangan lupa membaca kebijakan dan ketentuan E-Commerce melalui link di bagian bawah formulir pendaftaran. Jika Anda setuju, centang kotak kecil di samping pernyataan persetujuan.
- 4) Jika Anda sudah yakin bahwa informasi yang Anda masukkan benar, klik **BUAT AKUN BARU**.
- 5) Setelah mendaftar, kami akan mengirimkan email untuk verifikasi akun ke email yang Anda daftarkan. Klik link di dalam email tersebut untuk verifikasi akun Anda.

b. Proses Masuk (Login)

- 1) Untuk login, Anda harus masuk ke halaman login dengan mengklik **MASUK** di bagian kanan atas layar.
- 2) Di halaman login, cukup masukkan email dan password yang Anda daftarkan.

- 3) Setelah yakin email dan password benar, klik **MASUK** dan mulailah aktivitas jual beli Anda.

c. Keluar (Logout)

Untuk keluar akun Anda, cukup klik **KELUAR** pada menu **AKUN** di bagian kanan atas layar. Anda akan dibawa ke halaman utama *E-Commerce*.

d. Lupa Password

Jangan khawatir jika Anda lupa dengan password Anda. Anda dapat kembali masuk ke akun Anda dengan mengikuti langkah-langkah ini:

- 1) Pertama, masuk ke halaman login dengan mengklik **MASUK** di bagian kanan atas layar.
- 2) Lalu, masuk ke halaman lupa password dengan mengklik **LUPA PASSWORD** di bawah formulir login.
- 3) Di halaman ini, Anda akan melihat formulir yang harus Anda isi dengan alamat email akun Anda. Isi, lalu klik **KIRIMKAN EMAIL**.
- 4) Setelah memasukkan email, kami akan mengirimkan *link* untuk masuk ke halaman ubah password ke email Anda. Buka email tersebut dan klik link yang tersedia.
- 5) Di halaman ini, Anda akan melihat formulir untuk mengganti password. Isi formulir tersebut dengan password baru Anda

e. Pengaturan Akun

a) Mengubah Data Diri

- 1) Masuk ke halaman informasi akun dengan mengklik **INFORMASI AKUN** di menu **AKUN** di bagian kanan atas layar.
- 2) Di halaman ini, Anda akan melihat formulir berisi data diri Anda. Isi atau ubah formulir tersebut dengan data diri Anda sebenar-benarnya.
- 3) Jika sudah yakin semua informasi tentang diri Anda sudah benar, klik **SIMPAN INFORMASI**.
- 4) Anda dapat mengubah data diri Anda kapanpun dengan cara yang sama.

b) Mengatur Alamat Kirim

Sebelum Anda dapat membayar produk yang Anda pesan, Anda harus memasukkan alamat kirim Anda terlebih dahulu. Caranya adalah sebagai berikut:

- 1) Masuk ke halaman pengaturan alamat kirim dengan mengklik **ALAMAT KIRIM** di menu **AKUN** di bagian kanan atas layar.
- 2) Masukkan data alamat kirim Anda secara lengkap, mulai dari nama, alamat lengkap, kode pos, dan nomor telepon aktif di formulir yang tersedia sebenar-benarnya.
- 3) Jika Anda sudah yakin alamat yang Anda masukkan sudah lengkap dan benar, klik **SIMPAN**.

c) Mengubah Pengaturan Notifikasi

- 1) Masuk ke halaman pengaturan notifikasi dengan mengklik **ATUR NOTIFIKASI** di menu **AKUN** di bagian kanan atas layar.
- 2) Anda akan melihat beberapa pernyataan berupa jenis informasi yang dapat Anda terima dengan kotak centang di sampingnya. Jika Anda ingin dikirim informasi tersebut, klik kotak centang di samping pernyataan tersebut. Hapus centangnya untuk sebaliknya

3) Jika sudah yakin dengan pilihan Anda, klik **SIMPAN INFORMASI**.

4) Anda dapat mengubah pengaturan ini kapanpun.

d) **Hubungi E-Commerce**

2. **Konsumen Melihat Petunjuk Belanja**

Disini konsumen harus memahami bagaimana cara bertansaksi di marketplace/*E-Commerce* perusahaan tertentu.

a. **Mencari dan Melihat Produk**

Ada dua cara untuk mencari dan melihat produk di *E-Commerce*, yaitu melalui kotak pencarian dan melalui kategori.

a) **Melalui Kotak Pencarian**

1) Di bagian atas layar, terdapat sebuah kotak dengan tulisan **Cari Produk**. Ketikkan kata kunci produk yang Anda cari di kotak tersebut, lalu tekan Enter.

2) Semua produk yang mengandung kata kunci yang Anda cari akan muncul. Untuk mempersempit atau menyaring pencarian, Anda dapat mengklik kata kunci tambahan di bawah kotak pencarian.

b) **Melalui Kategori dan Sub-Kategori**

1) Di bagian kiri atas layar, Anda akan menemukan menu bernama **KATEGORI**. Klik menu tersebut dan pilih kategori yang sesuai dengan produk yang Anda cari (misalnya Anda mencari kacamata, pilih kategori Aksesoris).

2) Semua produk yang termasuk dalam kategori yang Anda pilih akan muncul. Untuk mempersempit pencarian, Anda dapat mengklik sub-kategori yang sesuai dengan produk yang Anda cari (misalnya Anda mencari kacamata, pilih sub-kategori Kacamata).

Di kedua cara ini, Anda dapat mempersempit hasil pencariannya lebih jauh lagi berdasarkan bahan, rentang harga, dan warna melalui empat kotak pilihan di atas hasil pencarian. Pastikan Anda menggunakan fitur pencarian ini untuk memudahkan Anda mencari produk yang Anda inginkan.

b. **Menambahkan Produk ke Favorit**

Jika suatu hari Anda menemukan produk yang bagus atau menarik yang belum dapat Anda beli, Anda dapat menyimpannya di akun Anda untuk diakses dengan cepat nantinya. Caranya mudah:

1) Buka halaman produk tersebut dengan mengklik produknya di daftar produk.

2) Di samping kanan harga barang, akan ada tombol **FAVORIT** berwarna biru. Klik tombol tersebut untuk memasukkan produknya ke daftar favorit Anda.

3) Tombol **FAVORIT**-nya akan berubah menjadi warna hijau dan produk tersebut sudah masuk ke daftar favorit Anda. Anda dapat mengaksesnya dengan cepat kapanpun dengan mengklik **FAVORIT** di menu **AKUN** di bagian kanan atas layar. Untuk menghapus produk tersebut dari daftar favorit Anda, cukup klik sekali lagi tombol **FAVORIT** tersebut sampai menjadi warna biru kembali.

c. **Memasukkan Produk ke Keranjang Belanja**

1) Cari dan temukan produk yang Anda inginkan. Jika sudah, klik produk untuk masuk ke halaman produk tersebut.

- 2) Ada banyak hal yang akan ditampilkan di halaman ini. Ada gambar/foto produk di sebelah kiri, **Detail Produk** lengkap dan **Ulasan** produk di bawah gambar/foto, serta harga dan persediaan di sebelah kanan foto produk. Pastikan Anda memperhatikan atau membaca semua informasi yang tersedia agar Anda tidak salah beli.
- 3) Beberapa toko juga memiliki kebijakan khusus untuk tokonya, dan akan muncul dengan mengklik **Kebijakan Toko** di bawah gambar/foto produk. Pastikan Anda juga membaca kebijakan toko ini dengan baik.
- 4) Tentukan berapa banyak jumlah produk yang akan Anda pesan dengan memasukkan jumlahnya di sebelah kanan gambar/foto produk. Jika produk tersebut memiliki pilihan variasi, pilih salah satu dari variasi yang disediakan terlebih dahulu(wajib). Tapi, pastikan jumlah pesanan Anda tidak lebih dari jumlah produk yang tersedia.
- 5) Beberapa produk juga menyediakan pesanan *custom* melalui fitur Kustomisasi yang akan Anda temukan di sebelah kanan gambar/foto produk, dan sifatnya opsional. Jika Anda mau memesan produk *custom*, Anda dapat mencentang pernyataannya, lalu mengisi pilihan kustomisasi sesuai dengan ketentuan yang tertera di sana.
- 6) Jika sudah yakin dengan pesanan Anda, klik **TAMBAH KE KERANJANG** di sebelah kanan gambar/foto.
- 7) Produk sudah masuk ke keranjang belanja di pojok kanan atas layar. Anda dapat melanjutkan belanja atau langsung melakukan check-out dan pembayaran.

d. Melakukan Checkout dan Pembayaran

Jika Anda sudah selesai memilih produk-produk yang ingin Anda beli, Anda tinggal membayar produk tersebut dengan cara sebagai berikut:

- 1) Masuk ke keranjang belanja Anda dengan mengklik **icon keranjang** di pojok kanan atas layar.
- 2) Pastikan alamat pengiriman Anda sudah benar atau sudah diisi. Jika masih salah, Anda dapat mengkoreksinya dengan mengklik Ubah. Jika belum memasukkan alamat kirim, klik Masukkan Alamat Kirim untuk memasukkan alamat kirim Anda.
- 3) Pastikan produk yang Anda pesan sudah benar. Jika keliru atau berubah pikiran, Anda dapat mengubahnya dengan mengklik **Ubah**, atau menghapusnya dengan mengklik **Hapus** di samping gambar tiap produk.
- 4) Pilih jasa ekspedisi yang ingin Anda gunakan untuk masing-masing produk di keranjang dari pilihan yang tersedia di bawah gambar produk yang Anda pesan.
- 5) Jika sudah yakin, klik **CHECKOUT PESANAN** di bagian bawah layar keranjang belanja.
- 6) Berikutnya, Anda harus memilih metode pembayaran yang Anda gunakan. Ada tiga pilihan pembayaran yang dapat dipilih di bagian tengah layar pembayaran:

1. Transfer Bank.

1. Silakan pilih salah satu Bank (BCA, Mandiri, BNI, BRI) dan transfer ke salah satu bank tersebut.
2. Jika sudah transfer, masukkan informasi transfer yang sudah Anda lakukan dengan lengkap di formulir yang tersedia.
3. Klik tombol "KLIK JIKA SUDAH MELAKUKAN PEMBAYARAN" untuk menyelesaikan transaksi.

2. Kartu Kredit.

1. Isi data kartu kredit Anda di kolom yang tersedia untuk melakukan pembayaran.
2. Klik tombol "LAKUKAN PEMBAYARAN" untuk menyelesaikan transaksi.
Catatan: Anda tidak perlu melakukan verifikasi pembayaran Anda jika menggunakan metode pembayaran kartu kredit.

3. Indomaret.

1. Klik tombol "BAYAR MENGGUNAKAN INDOMARET" untuk mendapatkan kode pembayaran baru.
2. Silakan membayar dengan menunjukkan kode yang Anda dapat ke kasir Indomaret terdekat.

Catatan: Anda tidak perlu melakukan verifikasi pembayaran Anda jika menggunakan metode pembayaran Indomaret.

- 7) Anda akan masuk ke halaman TRANSAKSI SELESAI sesuai dengan metode pembayaran yang sudah Anda pilih sebelumnya.
 1. Transfer Bank & Kartu Kredit > Pesanan baru akan diteruskan ke penjual jika pembayaran Anda sudah berhasil dikonfirmasi oleh tim E-Commerce.
 2. Indomaret > Pesanan akan diteruskan ke penjual jika pembayaran Anda di Indomaret sudah berhasil kami terima.
- 8) Anda dapat melacak pembelian Anda dengan mengklik HALAMAN PEMBELIAN di bagian kanan bawah, atau kembali berbelanja dengan mengklik KEMBALI KE HOME di bagian kiri bawah halaman.

e. Memberikan Ulasan Produk

Anda dapat memberi ulasan ke produk yang sudah Anda terima dari penjual dengan cara sebagai berikut:

1. Masuk ke halaman ulasan dengan mengklik **ULASAN** di menu **AKUN** di bagian kanan atas layar.
2. Anda akan melihat semua produk yang sudah Anda pesan dan terima. Untuk memberi ulasan, cukup berikan bintang di simbol lima bintang di samping gambar/foto produk, serta komentar, kesan, pengalaman Anda di kotak yang tersedia di bawah bintang di masing-masing produk. Ingat, isi sejujur-jujurnya
3. Jika sudah yakin, klik **SUBMIT ULASA**

f. Melacak Status Pembelian

Anda dapat melihat dan melacak status pesanan Anda, baik yang baru Anda pesan atau yang sudah Anda terima dengan cara berikut:

1. Masuk ke halaman pembelian dengan mengklik **Transaksi** dari menu bagian kanan atas.
2. Anda akan melihat semua informasi transaksi Anda, mulai dari barang, harga, alamat kirim. sampai status transaksinya.
Konsumen mempelajari system pembayaran

B. Prosedur Transaksi E-Commerce Untuk Merchant/Pemilik Toko

a. Membuka Toko

Selama menjadi anggota terdaftar dan memiliki produk *handmade* buatan sendiri untuk dijual, Anda selalu dapat menjadi penjual di E-Commerce. Cukup ikuti langkah-langkah berikut:

1. Masuk ke halaman pendaftaran toko dengan mengklik **BERJUALAN DI E-COMMERCE** di bagian kanan atas layar atau **Mendaftar Jadi Penjual** di bagian bawah layar.
2. Di halaman ini Anda akan melihat formulir pendaftaran toko yang terdiri dari tiga tahap. Untuk **tahap pertama**, isi informasi toko Anda, yaitu alamat email toko, nomor telepon toko, dan informasi terkait produk Anda.
3. Klik **DAFTARKAN TOKO**.
4. Anda akan dihubungi tim kami untuk dikirimkan link verifikasi toko Anda.
5. Di **tahap kedua**, Anda akan diminta untuk mengisi data terkait transaksi Anda, yaitu jasa pengiriman serta rekening bank yang Anda gunakan. Pertama, isi data pengiriman dengan jasa kurir yang Anda ingin gunakan, serta daerah asal Anda akan mengirimkan produk Anda di masing-masing kolom yang tersedia.
6. Lalu, di bagian bawah formulirnya, masukkan data bank, nomor rekening, dan nama lengkap pemilik rekening yang akan Anda gunakan untuk menerima hasil penjualan Anda di kolom yang tersedia.
7. Jika sudah yakin dengan semua informasi yang Anda masukkan, klik **SIMPAN INFORMASI**.
8. Jika tidak ada masalah pada informasi yang dimasukkan, toko sudah berhasil dibuka. Anda sudah dapat mulai menjual produk *handmade* Anda.

b. Menambah dan Mengatur Produk

1. Untuk mulai menambahkan produk yang akan dijual di toko Anda, masuk ke halaman tambah produk dengan mengklik **Tambah Produk** di dalam menu **TOKO** di bagian kanan atas layar.
2. Anda akan masuk ke halaman yang berisi prosedur menambah produk yang terdiri dari tiga tahap. Di **tahap pertama**, masukkan nama produk Anda se jelas mungkin di kolom **Nama Produk**.
3. Agar produk Anda semakin menarik perhatian, upload paling banyak lima foto terbaik dari produk tersebut dengan mengklik kotak putih berisi **Tambah** di bagian bawah. Jangan lupa menentukan foto utamanya dengan mengklik simbol bintang dengan tulisan **Utama** pada foto yang akan dijadikan foto utama.
4. Klik **SIMPAN**.
5. Di **tahap kedua**, Anda akan diminta untuk memasukkan informasi utama dari produk Anda. Masukkan informasi yang diminta sebenar-benarnya di kolom masing-masing.
6. Masukkan harga di kolom **Harga**.
7. Jika produk Anda *ready stock*, pilih **Tersedia** serta jumlah *stock*-nya di kolom **Stock**, atau pilih **Pre-orders** serta lama pembuatan produknya jika produk Anda baru dibuat berdasarkan pesanan.
 - 1) Masukkan berat produk di kolom **Berat Produk**.

- 2) Masukkan deskripsi produk selengkap dan sejelas-jelasnya di kolom **Deskripsi Produk**.
- 3) Jika Anda ingin memasukkan variasi dan kustomisasi, baca poin panduan berikutnya.
8. Klik **SIMPAN**.
9. Di **tahap ketiga**, Anda akan diminta untuk memasukkan informasi tambahan dari produk Anda. Masukkan informasi yang diminta sebenar-benarnya di kolom masing-masing.
 - 1) Masukkan kategori produk Anda dari pilihan yang tersedia di kolom **Kategori**.
 - 2) Masukkan detail berupa target jenis kelamin, bahan baku, serta warna produk di kolom **Detail**.
 - 3) Masukkan kata kunci tambahan dengan memasukkan kata kunci yang sesuai dengan produk Anda di kolom **Tag**.
10. Pastikan produk Anda tidak melanggar hak cipta dan tidak melanggar kebijakan dan ketentuan E-Commerce. Jika sudah yakin, centang kotak kecil di samping pernyataannya.
11. Klik **SIMPAN**.

c. Menambah Variasi Produk

Anda dapat menambahkan variasi produk jika produk Anda memiliki variasi yang berbeda (misalnya warna) tapi bentuk dan berat yang masih sama. Caranya mudah.

1. Di **tahap kedua** proses menambah produk, hapus centang di samping pernyataan variasi di bagian atas formulir untuk memunculkan kolom Variasi.
2. Untuk menambah variasi, klik **Tambahkan Variasi** di kolom Variasi. Sebuah kotak berisi formulir variasi akan muncul.
3. Isi detail variasi dengan lengkap sesuai dengan kolom yang tersedia.
 - 1) Masukkan nama variasinya di kolom **Nama Variasi**.
 - 2) Tentukan harga untuk variasi tersebut di kolom **Harga**.
 - 3) Di kolom **Stok & Pemesanan**, pilih **Tersedia** jika produk dengan variasi tersebut *ready stock* dan berapa jumlah persediaannya. Atau, pilih **Pre-order** jika produknya baru dibuat berdasarkan pesanan, dan berapa lama pembuatannya.
4. Klik **TAMBAHKAN**.
5. Untuk mengubah variasi yang sudah dibuat, cukup klik **Ubah**, lakukan perubahan yang Anda inginkan, lalu klik **UBAH**. Sedangkan untuk menghapus, klik **Hapus** di kotak variasi tersebut.

d. Menambah Kustomisasi Produk

Jika produk Anda menerima pesanan *custom* atau kustomisasi, Anda dapat menambahkannya di informasi produk Anda dengan langkah-langkah berikut:

1. Di **tahap kedua** proses menambahkan produk, centang pernyataan kustomisasi di bagian bawah formulir untuk memunculkan sebuah kolom baru.
2. Untuk menambah pilihan kustomisasi, klik **Tambahkan pilihan custom** di kolom **Customize**. Sebuah kotak berisi formulir kustomisasi akan muncul.
3. Isi detail kustomisasi lengkap sesuai dengan kolom yang tersedia.

- 1) Masukkan jenis kustomisasi yang Anda terima di kolom **Variable yang dapat dicustom**.
- 2) Pastikan calon pembeli memesan kustomisasi yang sesuai dengan memasukkan detail kustomisasi di kolom **Penjelasan bantuan untuk pembeli**.
4. Klik **TAMBAHKAN**.
5. Untuk mengubah kustomisasi yang sudah dibuat, cukup klik **Ubah**, lakukan perubahan yang Anda inginkan, lalu klik **UBAH**. Sedangkan untuk menghapus, klik **Hapus** di kotak kustomisasi tersebut.

e. Mengubah Informasi Toko

Jika terdapat perubahan dengan toko Anda, Anda selalu dapat mengubah informasi toko Anda dengan mengikuti cara-cara ini:

1. Masuk ke halaman pengaturan informasi toko dengan mengklik **Informasi Toko** di menu **TOKO** di bagian kanan atas layar.
2. Di sini, Anda dapat melakukan dua hal.
3. Pertama, Anda dapat mengubah foto logo dan *cover* foto Anda dengan mengklik Upload di kotak **Tampilan Toko**. *Kedua, Anda dapat mengubah informasi toko dengan mengubah informasi di kolom yang tersedia di dalam kotak **Berikan Informasi Toko Anda**.
4. Jika sudah merasa yakin, klik **SIMPAN INFORMASI** di bagian bawah halaman.

f. Mengubah Informasi Produk

Jika terdapat perubahan pada produk Anda, misalnya harganya berubah, Anda memiliki variasi baru, dan sebagainya, Anda dapat mengubah informasi produk Anda dengan mengikut langkah berikut:

1. Anda harus membuka halaman produk yang Anda ubah dengan cara mencari produk tersebut dan mengkliknya.
2. Di halaman produk yang Anda jual, Anda akan menemukan tombol **UBAH PRODUK** di bawah kolom jumlah dan persediaan produk.
3. Anda akan masuk ke layar dan prosedur yang sama ketika Anda memasukkan produk, tapi sudah diisi dengan informasi dan foto produk Anda. Ubah segala sesuatu yang ingin Anda ubah di tempat yang disediakan dengan sebenarnya layaknya Anda menambahkan produk baru.
4. Jika sudah yakin dengan perubahan yang Anda buat, klik **SIMPAN**.

g. Mengatur Kebijakan Toko

Jika memiliki, Anda dapat menambahkan kebijakan khusus untuk toko Anda selama kebijakan tersebut sesuai dengan kebijakan dan ketentuan E-Commerce dan dapat Anda penuhi dan pertanggungjawabkan.

1. Masuk ke halaman pengaturan kebijakan dengan mengklik **KEBIJAKAN PENJUAL** di menu **TOKO** di bagian kanan atas layar.

2. Untuk menambahkan kebijakan baru, cukup masukkan judul kebijakan dan deskripsi kebijakan sebenar dan selengkap-lengkapnyanya di kolom yang tersedia, lalu klik **Tambah** di sebelah kiri.
3. Untuk mengubah kebijakan yang sudah ada, cukup edit teks yang ingin Anda ubah, lalu klik **Ubah** di sebelah kiri kebijakan tersebut.
4. Untuk menghapus kebijakan yang sudah ada, cukup klik **Hapus** di sebelah kiri kebijakan yang ingin dihapus.

h. Menerima dan Mengelola Pesanan

Setiap pesanan dari pembeli akan otomatis masuk ke akun Anda di E-Commerce. Untuk mengelolanya, lakukan langkah-langkah ini:

1. Masuk ke halaman penjualan dengan mengklik **PESANAN BARU** di menu **TOKO** di bagian kanan atas layar.
2. Anda akan melihat dua tabel, yaitu tabel, yaitu tabel **Pesanan Baru** dan tabel **Sudah Dikirim**. Untuk mengubah status pesanan dari dipesan menjadi dikirim, masukkan resi pengiriman di pada produk pesanan yang sudah Anda kirimkan di tabel **Pesanan Baru**. Lalu, klik **SIMPAN**.
3. Untuk mengubah nomor resi, masuk ke tabel Sudah Dikirim dan ubah resi pengiriman yang ingin Anda ubah, lalu klik Simpan.

i. Melihat Hasil Penjualan

Anda dapat melihat penjualan mana saja yang sudah Anda lakukan, dan melihat berapa banyak uang hasil penjualan yang belum Anda cairkan. Cukup masuk ke dalam halaman penjualan dengan mengklik **PENJUALAN** di menu **TOKO** di bagian kanan atas layar. Sebagai catatan, uang hasil penjualan Anda baru dapat cair secara otomatis 8 hari setelah produk yang dipesan terkirim.

j. Melihat Ulasan Pembeli

Anda juga dapat melihat ulasan dari calon pembeli Anda mengenai produk yang pernah mereka beli dari toko Anda. Ada dua cara untuk melakukan ini

1. Cara pertama yaitu membuka halaman toko Anda dengan mengklik **HALAMAN TOKO** di menu **TOKO** di bagian kanan atas layar, lalu klik **Ulasan** di atas halaman toko Anda. Anda akan dapat melihat semua ulasan yang sudah Anda terima.
2. Cara kedua adalah membuka halaman produk Anda satu per satu dan membaca ulasan untuk tiap produk tersebut dengan mengklik **Ulasan** di bagian bawah halaman produk tersebut.

1.3.5. Tata Cara Transaksi E-Money dan Credit Card

1.3.5.1. Tata Cara Transaksi E-Money

A. Untuk Merchant

1. Merchant Melakukan Registrasi di Situs E-Money dengan mencantumkan
 - a. Nama
 - b. Alamat

- c. No Hape
 - d. Email
 - e. Password
2. Merchant Memeriksa Fitur Pembayaran yang disediakan oleh Penyedia Transaksi E-Money.
 - a. E-Invoicing
Mulai bertransaksi secara online hanya dengan cara mengirimkan faktur berbasis email yang sudah di lengkapi dengan metode langsung dari akun Finpay Anda!
 - b. Financial Link
Finpay link adalah tautan yang berisi halaman pembayaran produk yang dapat anda letakan atau sebarkan melalui berbagai media. Dengan Finpay link memudahkan Anda menerima pembayaran secara online melalui Facebook, Mailchimp, instant messenger atau media sosial lainnya.
 - c. QR Code
Ubah link pembayaran anda menjadi QR Code
 - d. Financial Admin System
Dukungan penuh Finpay Admin System (FAS) memberikan kontrol dan visibilitas terhadap seluruh transaksi online anda secara komprehensif dan real time.
 - e. Anti Fraud
Melindungi bisnis dan pelanggan anda dari aktifitas penipuan, mekanisme perlindungan kami menjamin seluruh transaksi dan data anda diamankan dari penipuan online.
 - f. Shopping Cart Plug in
Kami memiliki plugin yang aman untuk berbagai shopping cart dalam membantu anda mengintegrasikan website anda terintegrasi dengan platform finpay secara mudah.
 3. Pedagang Memilih Sistem Pembayaran yang disediakan oleh Penyedia Transaksi E – Money
 4. Pedagang Memahami Biaya Transaksi

B. Untuk Konsumen

1. Konsumen Melakukan Registrasi di Situs E-Money dengan mencantumkan
 - a. Nama
 - b. Alamat
 - c. No Hape
 - d. Email
 - e. Password
2. Konsumen melakukan Top Up terhadap Rekening E-money
3. Konsumen melakukan Pembayaran melalui virtual account, transfer bank, melalui retail payment indomaret dan Alfamart
4. Konsumen memperoleh Bukti Pembayaran melalui notifikasi
5. Konsumen melakukan aktivasi QR

3.3.5.2 Tata Cara Transaksi Credit Card

Berikut mekanisme transaksi payment online dengan menggunakan Kartu Kredit:

1. Calon pelanggan dapat mengunjungi situs e-commerce yang dimaksud
2. Calon pelanggan melakukan pemesanan di situs e-commerce yang dituju.
3. Setelah melakukan pemesanan, pilih metode pembayaran kartu kredit/debit online
4. Berikutnya, mengisi form sesuai dengan data kartu kredit yang digunakan diantaranya:
 - Nama yang tertera di kartu
 - 16 digit nomor kartu kredit
 - Tanggal akhir masa berlaku
 - 3 digit kode CVV
5. Sistem e-commerce akan terhubung secara otomatis dengan sistem bank
6. Masukkan kode otorisasi yang dikirim oleh Bank melalui sms ke kolom kode otorisasi lalu **OK**.

1.3.6. Kontrak Transaksi-Term & Condition

Syarat & ketentuan yang ditetapkan di bawah ini mengatur pemakaian jasa yang ditawarkan oleh situs e-commerce terkait penggunaan situs e-commerce. Pengguna disarankan membaca dengan seksama karena dapat berdampak kepada hak dan kewajiban Pengguna di bawah hukum.

Dengan mendaftar dan/atau menggunakan situs e-commerce tertentu, maka pengguna dianggap telah membaca, mengerti, memahami dan menyetujui semua isi dalam Syarat & ketentuan. Syarat & ketentuan ini merupakan bentuk kesepakatan yang dituangkan dalam sebuah perjanjian yang sah antara Pengguna dengan e-commerce. Jika pengguna tidak menyetujui salah satu, sebagian, atau seluruh isi Syarat & ketentuan, maka pengguna tidak diperkenankan menggunakan layanan di suatu situs e-commerce.

A. DEFINISI

1. Perusahaan e-commerce adalah suatu perusahaan yang menjalankan kegiatan usaha jasa web situs e-commerce, yakni situs pencarian toko dan Barang yang dijual oleh penjual terdaftar.
2. Syarat & ketentuan adalah perjanjian antara Pengguna dan e-commerce yang berisikan seperangkat peraturan yang mengatur hak, kewajiban, tanggung jawab pengguna dan e-commerce, serta tata cara penggunaan sistem layanan e-commerce.
3. Pengguna adalah pihak yang menggunakan layanan e-commerce, termasuk namun tidak terbatas pada pembeli, penjual ataupun pihak lain yang sekedar berkunjung ke Situs E-commerce.
4. Pembeli adalah Pengguna terdaftar yang melakukan permintaan atas Barang yang dijual oleh Penjual di Situs E-Commerce.
5. Penjual adalah Pengguna terdaftar yang melakukan tindakan buka toko dan/atau melakukan penawaran atas suatu Barang kepada para Pengguna Situs E-Commerce.
6. Barang adalah benda yang berwujud/memiliki fisik Barang yang dapat diantar/memenuhi kriteria pengiriman oleh perusahaan jasa pengiriman Barang.
7. Rekening Resmi E-Commerce adalah rekening bersama yang disepakati oleh E-Commerce dan para pengguna untuk proses transaksi jual beli di Situs E-Commerce.

8. Rekening resmi Tokopedia dapat ditemukan di halaman E-Commerce.

B. AKUN, SALDO TOKOPEDIA, PASSWORD DAN KEAMANAN

1. Pengguna dengan ini menyatakan bahwa pengguna adalah orang yang cakap dan mampu untuk mengikatkan dirinya dalam sebuah perjanjian yang sah menurut hukum.
2. E-Commerce tidak memungut biaya pendaftaran kepada Pengguna.
3. Pengguna yang telah mendaftar berhak bertindak sebagai: Pembeli dan Penjual, dengan memanfaatkan layanan buka toko.
4. Pengguna yang akan bertindak sebagai Penjual diwajibkan memilih pilihan menggunakan layanan buka toko. Setelah menggunakan layanan buka toko, Pengguna berhak melakukan pengaturan terhadap item-item yang akan diperdagangkan di etalase pribadi Pengguna.
5. E-Commerce tanpa pemberitahuan terlebih dahulu kepada Pengguna, memiliki kewenangan untuk melakukan tindakan yang perlu atas setiap dugaan pelanggaran atau pelanggaran Syarat & ketentuan dan/atau hukum yang berlaku, yakni tindakan berupa memindahkan Barang ke gudang, penghapusan Barang, moderasi toko, penutupan toko, pembatalan listing, suspensi akun, dan/atau penghapusan akun pengguna.
6. E-Commerce memiliki kewenangan untuk menutup toko atau akun Pengguna baik sementara maupun permanen apabila didapati adanya tindakan kecurangan dalam bertransaksi dan/atau pelanggaran terhadap syarat dan ketentuan E-Commerce.
7. Pengguna dilarang untuk menciptakan dan/atau menggunakan perangkat, software, fitur dan/atau alat lainnya yang bertujuan untuk melakukan manipulasi pada sistem Tokopedia, termasuk namun tidak terbatas pada : (i) manipulasi data Toko; (ii) kegiatan perambanan (crawling/scraping); (iii) kegiatan otomatisasi dalam transaksi, jual beli, promosi, dsb; (v) penambahan produk ke etalase; dan/atau (vi) aktivitas lain yang secara wajar dapat dinilai sebagai tindakan manipulasi sistem.
8. E-Commerce memiliki kewenangan untuk melakukan penyesuaian jumlah transaksi toko, penyesuaian jumlah reputasi, dan/atau melakukan proses moderasi/menutup akun Pengguna, jika diketahui atau diduga adanya kecurangan oleh Pengguna yang bertujuan memanipulasi data transaksi Pengguna demi meningkatkan reputasi toko (review dan atau jumlah transaksi). Contohnya adalah melakukan proses belanja ke toko sendiri dengan menggunakan akun pribadi atau akun pribadi lainnya.
9. E-Commerce memiliki kewenangan untuk melakukan pembekuan saldo E-Commerce Pengguna apabila ditemukan / diduga adanya tindak kecurangan dalam bertransaksi dan/atau pelanggaran terhadap syarat dan ketentuan TokopediaE-Commerce.
10. Penjual dilarang melakukan duplikasi toko, duplikasi produk, atau tindakan-tindakan lain yang dapat diindikasikan sebagai usaha persaingan tidak sehat.
11. Pengguna tidak memiliki hak untuk mengubah nama akun, nama toko dan/atau domain toko Pengguna.
12. Pengguna bertanggung jawab secara pribadi untuk menjaga kerahasiaan akun dan password untuk semua aktivitas yang terjadi dalam akun Pengguna.

13. E-Commerce tidak akan meminta username, password maupun kode SMS verifikasi atau kode OTP milik akun Pengguna untuk alasan apapun, oleh karena itu E-Commerce menghimbau Pengguna agar tidak memberikan data tersebut maupun data penting lainnya kepada pihak yang mengatasnamakan suatu e-commerce atau pihak lain yang tidak dapat dijamin keamanannya.
14. Pengguna setuju untuk memastikan bahwa Pengguna keluar dari akun di akhir setiap sesi dan memberitahu Tokopedia jika ada penggunaan tanpa izin atas sandi atau akun Pengguna.
15. Pengguna dengan ini menyatakan bahwa e-commerce tidak bertanggung jawab atas kerugian ataupun kendala yang timbul atas penyalahgunaan akun Pengguna yang diakibatkan oleh kelalaian Pengguna, termasuk namun tidak terbatas pada meminjamkan atau memberikan akses akun kepada pihak lain, mengakses link atau tautan yang diberikan oleh pihak lain, memberikan atau memperlihatkan kode verifikasi (OTP), password atau email kepada pihak lain, maupun kelalaian Pengguna lainnya yang mengakibatkan kerugian ataupun kendala pada akun Pengguna.
16. Pengguna memahami dan menyetujui bahwa untuk mempergunakan fasilitas keamanan one time password (OTP) maka penyedia jasa telekomunikasi terkait dapat sewaktu-waktu mengenakan biaya kepada Pengguna dengan nominal sebagai berikut (i) Rp 500 ditambah pajak 10% untuk Indosat, Tri, XL, Smartfren, dan Esia; (ii) Rp 200 ditambah pajak 10% untuk Telkomsel.
17. Penjual dilarang mempromosikan toko dan/atau Barang secara langsung menggunakan fasilitas pesan pribadi, diskusi produk, ulasan produk yang dapat mengganggu kenyamanan Pengguna lain.

C. TRANSAKSI PEMBELIAN

1. Pembeli wajib bertransaksi melalui prosedur transaksi yang telah ditetapkan oleh suatu e-commerce. Pembeli melakukan pembayaran dengan menggunakan metode pembayaran yang sebelumnya telah dipilih oleh Pembeli, dan kemudian e-commerce akan meneruskan dana ke pihak Penjual apabila tahapan transaksi jual beli pada sistem e-commerce telah selesai.
2. Saat melakukan pembelian Barang, Pembeli menyetujui bahwa:
 - Pembeli bertanggung jawab untuk membaca, memahami, dan menyetujui informasi/deskripsi keseluruhan Barang (termasuk didalamnya namun tidak terbatas pada warna, kualitas, fungsi, dan lainnya) sebelum membuat tawaran atau komitmen untuk membeli.
 - Pembeli mengakui bahwa warna sebenarnya dari produk sebagaimana terlihat di situs e-commerce tergantung pada monitor komputer Pembeli. E-Commerce telah melakukan upaya terbaik untuk memastikan warna dalam foto-foto yang ditampilkan di Situs E-Commerce muncul seakurat mungkin, tetapi tidak dapat menjamin bahwa penampilan warna pada Situs Tokopedia akan akurat.
 - Pengguna masuk ke dalam kontrak yang mengikat secara hukum untuk membeli Barang ketika Pengguna membeli suatu barang.
 - Tokopedia E-commerce tidak mengalihkan kepemilikan secara hukum atas barang-barang dari Penjual kepada Pembeli.

3. Pembeli memahami dan menyetujui bahwa ketersediaan stok Barang merupakan tanggung jawab Penjual yang menawarkan Barang tersebut. Terkait ketersediaan stok Barang dapat berubah sewaktu-waktu, sehingga dalam keadaan stok Barang kosong, maka penjual akan menolak order, dan pembayaran atas barang yang bersangkutan dikembalikan kepada Pembeli.
4. Pembeli memahami sepenuhnya dan menyetujui bahwa segala transaksi yang dilakukan antar Pembeli dan Penjual selain melalui Rekening Resmi E-Commerce dan/atau tanpa sepengetahuan E-Commerce (melalui fasilitas/jaringan pribadi, pengiriman pesan, pengaturan transaksi khusus diluar situs Tokopedia atau upaya lainnya) adalah merupakan tanggung jawab pribadi dari Pembeli.
5. E-Commerce memiliki kewenangan sepenuhnya untuk menolak pembayaran tanpa pemberitahuan terlebih dahulu.
6. Pembayaran oleh Pembeli wajib dilakukan segera (selambat-lambatnya dalam batas waktu 2 hari) setelah Pembeli melakukan check-out. Jika dalam batas waktu tersebut pembayaran atau konfirmasi pembayaran belum dilakukan oleh pembeli, e-commerce memiliki kewenangan untuk membatalkan transaksi dimaksud. Pengguna tidak berhak mengajukan klaim atau tuntutan atas pembatalan transaksi tersebut.
7. Konfirmasi pembayaran dengan setoran tunai wajib disertai dengan berita pada slip setoran berupa nomor invoice dan nama. Konfirmasi pembayaran dengan setoran tunai tanpa keterangan tidak akan diproses oleh e-commerce.
8. Pembeli menyetujui untuk tidak memberitahukan atau menyerahkan bukti pembayaran dan/atau data pembayaran kepada pihak lain selain e-commerce yang dipilih. Dalam hal terjadi kerugian akibat pemberitahuan atau penyerahan bukti pembayaran dan/atau data pembayaran oleh Pembeli kepada pihak lain, maka hal tersebut akan menjadi tanggung jawab Pembeli.
9. Pembeli wajib melakukan konfirmasi penerimaan Barang, setelah menerima kiriman Barang yang dibeli. Suatu e-commerce memberikan batas waktu 2 (dua) hari setelah pengiriman berstatus "terkirim" pada sistem e-commerce, untuk Pembeli melakukan konfirmasi penerimaan Barang. Jika dalam batas waktu tersebut tidak ada konfirmasi atau klaim dari pihak Pembeli, maka dengan demikian Pembeli menyatakan menyetujui dilakukannya konfirmasi penerimaan Barang secara otomatis oleh sistem e-commerce.
10. Setelah adanya konfirmasi penerimaan Barang atau konfirmasi penerimaan Barang otomatis, maka dana pihak Pembeli yang dikirimkan ke Rekening resmi suatu e-commerce akan di lanjut dikirimkan ke pihak Penjual (transaksi dianggap selesai).
11. Pembeli memahami dan menyetujui bahwa setiap klaim yang dilayangkan setelah adanya konfirmasi / konfirmasi otomatis penerimaan Barang adalah bukan menjadi tanggung jawab suatu e-commerce. Kerugian yang timbul setelah adanya konfirmasi/konfirmasi otomatis penerimaan Barang menjadi tanggung jawab Pembeli secara pribadi.
12. Pembeli memahami dan menyetujui bahwa setiap masalah pengiriman Barang yang disebabkan keterlambatan pembayaran adalah merupakan tanggung jawab dari Pembeli.

13. Pembeli memahami dan menyetujui bahwa masalah keterlambatan proses pembayaran dan biaya tambahan yang disebabkan oleh perbedaan bank yang Pembeli gunakan dengan bank Rekening resmi e-commerce adalah tanggung jawab Pembeli secara pribadi.
14. Pengembalian dana dari suatu e-commerce kepada Pembeli hanya dapat dilakukan jika dalam keadaan-keadaan tertentu berikut ini:
 - Kelebihan pembayaran dari Pembeli atas harga Barang,
 - Masalah pengiriman Barang telah teridentifikasi secara jelas dari Penjual yang mengakibatkan pesanan Barang tidak sampai,
 - Penjual tidak bisa menyanggupi order karena kehabisan stok, perubahan ongkos kirim, maupun penyebab lainnya,
 - Penjual sudah menyanggupi pengiriman order Barang, tetapi setelah batas waktu yang ditentukan ternyata Penjual tidak mengirimkan Barang hingga batas waktu yang telah ditentukan.
 - Penyelesaian permasalahan melalui Pusat Resolusi berupa keputusan untuk pengembalian dana kepada Pembeli atau hasil keputusan dari pihak e-commerce.
15. Apabila terjadi proses pengembalian dana, maka pengembalian akan dilakukan melalui
16. Saldo E-commerce milik Pengguna yang akan bertambah sesuai dengan jumlah pengembalian dana. Jika Pengguna menggunakan pilihan metode pembayaran kartu kredit maka pengembalian dana akan merujuk pada ketentuan bagian M terkait Kartu Kredit.
17. E-Commerce berwenang mengambil keputusan atas permasalahan-permasalahan transaksi yang belum terselesaikan akibat tidak adanya kesepakatan penyelesaian, baik antara Penjual dan Pembeli, dengan melihat bukti-bukti yang ada. Keputusan e-commerce adalah keputusan akhir yang tidak dapat diganggu gugat dan mengikat pihak Penjual dan Pembeli untuk mematuhi.
18. Apabila Pembeli memilih menggunakan metode pembayaran transfer bank, maka total pembayaran akan ditambahkan kode unik untuk mempermudah proses verifikasi. Dalam hal pembayaran telah diverifikasi maka kode unik akan dikembalikan ke Saldo E-Commerce Pembeli.
19. Pembeli wajib melakukan pembayaran dengan nominal yang sesuai dengan jumlah tagihan beserta kode unik (apabila ada) yang tertera pada halaman pembayaran E-Commerce tidak bertanggungjawab atas kerugian yang dialami Pembeli apabila melakukan pembayaran yang tidak sesuai dengan jumlah tagihan yang tertera pada halaman pembayaran.
20. E-Commerce memiliki kewenangan melakukan perubahan status pemesanan menjadi "terkirim" apabila tidak ada pembaharuan status pengiriman dari kurir setelah 25 hari sejak resi diinput oleh Penjual dan tidak ada konfirmasi lebih lanjut dari pihak Pembeli perihal barang pesanan. Kemudian dalam jangka waktu 5 hari sejak perubahan status tersebut diatas, Tokopedia memberikan kesempatan kepada pihak Pembeli untuk melakukan (i) konfirmasi penerimaan barang atau (ii) Komplain. Jika dalam jangka waktu 5 hari tersebut tidak ada konfirmasi penerimaan barang atau komplain apapun dari Pembeli, maka Tokopedia memiliki kewenangan untuk menyelesaikan transaksi dan meneruskan dana kepada Penjual bersangkutan yang dianggap telah melakukan

kewajibannya mengirimkan barang dan menginformasikan nomor resi pengiriman. Penyesuaian status pemesanan ini hanya akan dilakukan apabila alamat tujuan pengiriman yang tertera pada invoice pemesanan dan resi kurir telah sesuai.

21. Pembeli memahami sepenuhnya dan menyetujui bahwa invoice yang diterbitkan adalah atas nama Penjual.

D. TRANSAKSI PENJUALAN

1. Penjual dilarang memanipulasi harga Barang dengan tujuan apapun.
2. Penjual dilarang melakukan penawaran / berdagang Barang terlarang sesuai dengan yang telah ditetapkan pada ketentuan "Jenis Barang".
3. Penjual wajib memberikan foto dan informasi produk dengan lengkap dan jelas sesuai dengan kondisi dan kualitas produk yang dijualnya. Apabila terdapat ketidaksesuaian antara foto dan informasi produk yang diunggah oleh Penjual dengan produk yang diterima oleh Pembeli, maka pihak e-commerce berhak membatalkan/menahan dana transaksi.
4. Dalam menggunakan Fasilitas "Judul Produk", "Foto Produk", "Catatan" dan "Deskripsi Produk", Penjual dilarang membuat peraturan bersifat klausula baku yang tidak memenuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia, termasuk namun tidak terbatas pada (i) tidak menerima komplain, (ii) tidak menerima retur (penukaran barang), (iii) tidak menerima refund (pengembalian dana), (iv) barang tidak bergaransi, (v) pengalihan tanggung jawab (termasuk tidak terbatas pada penanggungan ongkos kirim), (vi) penyusutan nilai harga dan (vii) pengiriman barang acak secara sepihak. Jika terdapat pertentangan antara catatan toko dan/atau deskripsi produk dengan Syarat & Ketentuan E-Commerce, maka peraturan yang berlaku adalah Syarat & Ketentuan E-Commerce.
5. Penjual wajib memberikan balasan untuk menerima atau menolak pesanan Barang pihak Pembeli dalam batas waktu 2 hari terhitung sejak adanya notifikasi pesanan Barang dari suatu e-commerce. Jika dalam batas waktu tersebut tidak ada balasan dari Penjual maka secara otomatis pesanan akan dibatalkan.
6. Demi menjaga kenyamanan Pembeli dalam bertransaksi, Penjual memahami dan menyetujui bahwa pihak e-commerce berhak melakukan moderasi toko Penjual apabila Penjual melakukan penolakan, pembatalan dan/atau tidak merespon pesanan Barang milik Pembeli dengan dugaan untuk memanipulasi transaksi, pelanggaran atas Syarat dan Ketentuan, dan/atau kecurangan atau penyalahgunaan lainnya.
7. Penjual wajib memasukan nomor resi pengiriman Barang dalam batas waktu 2 x 24 jam (tidak termasuk hari Sabtu/Minggu/libur Nasional) terhitung sejak adanya notifikasi pesanan Barang dari E-Commerce. Jika dalam batas waktu tersebut pihak Penjual tidak memasukan nomor resi pengiriman Barang maka secara otomatis pesanan dianggap dibatalkan. Jika Penjual tetap mengirimkan Barang setelah melebihi batas waktu pengiriman sebagaimana dijelaskan diatas, maka Penjual memahami bahwa transaksi akan tetap dibatalkan untuk kemudian Penjual dapat melakukan penarikan Barang pada kurir tempat Barang dikirimkan.

8. Penjual memahami dan menyetujui bahwa pembayaran atas harga Barang dan ongkos kirim (diluar biaya transfer / administrasi) akan dikembalikan sepenuhnya ke Pembeli apabila transaksi dibatalkan dan/atau transaksi tidak berhasil.
9. Dalam keadaan Penjual hanya dapat memenuhi sebagian dari jumlah Barang yang dipesan oleh Pembeli, maka Penjual wajib memberikan keterangan kepada Suatu E-Commerce sebelum menerima pesanan dimaksud. Pembeli memiliki kewenangan penuh untuk menyetujui melanjutkan transaksi/membatalkan transaksi dan Penjual dilarang melanjutkan transaksi tanpa mendapat persetujuan dari Pembeli. Apabila telah disetujui ulang oleh Pembeli sesuai dengan jumlah pesanan yang disanggupi oleh Penjual, maka selisih dana total harga Barang akan dikembalikan kepada pihak Pembeli. Namun apabila penjual tetap melanjutkan transaksi tersebut tanpa persetujuan dari Pembeli, maka Penjual menyetujui bahwa hal ini akan menjadi tanggung jawab Penjual sepenuhnya (termasuk namun tidak terbatas pada pengembalian ongkos kirim kepada Pembeli).
10. E-Commerce memiliki kewenangan untuk menahan pembayaran dana di Rekening Resmi Suatu E-Commerce sampai waktu yang tidak ditentukan apabila terdapat permasalahan dan klaim dari pihak Pembeli terkait proses pengiriman dan kualitas Barang. Pembayaran baru akan dilanjut kirimkan kepada Penjual apabila permasalahan tersebut telah selesai dan/atau Barang telah diterima oleh Pembeli.
11. Pihak E-Commerce berwenang untuk membatalkan dan/atau menahan dana transaksi dalam hal: (i) Nomor resi kurir pengiriman barang yang diberikan oleh Penjual tidak sesuai dan/atau diduga tidak sesuai dengan transaksi yang terjadi di Situs E-Commerce; (ii) Penjual mengirimkan barang melalui jasa kurir/logistik selain dari yang disediakan dan terhubung dengan Situs E-Commerce; (iii) jika nama produk dan deskripsi produk tidak sesuai/tidak jelas dengan produk yang dikirim; (iv) jika ditemukan adanya manipulasi transaksi.
12. Penjual memahami dan menyetujui bahwa Pajak Penghasilan Penjual akan dilaporkan dan diurus sendiri oleh masing-masing Penjual sesuai dengan ketentuan pajak yang berlaku di peraturan perundang-undangan di Indonesia.
13. Pihak E-Commerce berwenang mengambil keputusan atas permasalahan-permasalahan transaksi yang belum terselesaikan akibat tidak adanya kesepakatan penyelesaian, baik antara Penjual dan Pembeli, dengan melihat bukti-bukti yang ada. Keputusan E-Commerce adalah keputusan akhir yang tidak dapat diganggu gugat dan mengikat pihak Penjual dan Pembeli untuk mematuhi.
14. Apabila disepakati oleh Penjual dan Pembeli, penggunaan jasa Logistik yang berbeda dari pilihan awal pembeli dapat dilakukan (dengan ketentuan bahwa tarif pengiriman tersebut adalah dibawah tarif pengiriman awal).
15. Pihak E-Commerce berwenang memotong kelebihan tarif pengiriman dari dana pembayaran pembeli dan mengembalikan selisih kelebihan tarif pengiriman kepada pembeli.
16. Penjual memahami sepenuhnya dan menyetujui bahwa invoice yang diterbitkan adalah atas nama Penjual.

E. PENATAAN ETALASE

1. Penjual dilarang mempergunakan etalase (termasuk dan tidak terbatas pada informasi toko dan informasi barang) sebagai media untuk beriklan atau melakukan promosi ke halaman situs lain diluar situs e-commerce.
2. Penjual dilarang memberikan data kontak pribadi dengan maksud untuk melakukan transaksi secara langsung kepada Pembeli/calon Pembeli.
3. Penjual dilarang memberikan keterangan (informasi toko dan/atau Barang) selain/diluar daripada keterangan toko dan/atau Barang yang bersangkutan.
4. Penamaan Barang harus dilakukan sesuai dengan informasi detail, spesifikasi, dan kondisi Barang, dengan demikian Pengguna tidak diperkenankan untuk mencantumkan nama dan/atau kata yang tidak berkaitan dengan Barang tersebut.
5. Penamaan Barang dan informasi produk harus sesuai dengan kondisi Barang yang ditampilkan dan Pengguna tidak diperkenankan mencantumkan nama dan informasi yang tidak sesuai dengan kondisi Barang.
6. Penjual wajib memisahkan tiap-tiap Barang yang memiliki ukuran dan harga yang berbeda.
7. Penjual tidak diperkenankan memperdagangkan jasa, atau Barang non-fisik.
8. Pihak e-commerce memiliki kewenangan mengambil-alih sub-domain toko Penjual jika akun Penjual sudah tidak aktif lebih dari 9 bulan, dan/atau pemilik merek dagang resmi (sesuai dengan Daftar Umum Merek di Indonesia) dengan nama yang sama dengan sub-domain Penjual melakukan klaim terhadapnya dikarenakan mereka ingin menggunakan sub-domain tersebut.
9. Pihak E-Commerce memiliki kewenangan untuk mengubah nama dan/atau memakai nama Toko dan/atau domain Pengguna untuk kepentingan internal e-commerce.

F. HARGA

1. Harga Barang yang terdapat dalam situs e-commerce adalah harga yang ditetapkan oleh Penjual. Penjual dilarang memanipulasi harga barang dengan cara apapun.
2. Penjual dilarang menetapkan harga yang tidak wajar pada Barang yang ditawarkan melalui Situs E-Commerce. Pihak E-Commerce berhak untuk melakukan tindakan pemeriksaan, penundaan, atau penurunan konten atas dasar penetapan harga yang tidak wajar.
3. Pembeli memahami dan menyetujui bahwa kesalahan keterangan harga dan informasi lainnya yang disebabkan tidak terbaharuinya halaman situs e-commerce dikarenakan browser/ISP yang dipakai Pembeli adalah tanggung jawab Pembeli.
4. Penjual memahami dan menyetujui bahwa kesalahan ketik yang menyebabkan keterangan harga atau informasi lain menjadi tidak benar/sesuai adalah tanggung jawab Penjual. Perlu diingat dalam hal ini, apabila terjadi kesalahan pengetikan keterangan harga Barang yang tidak disengaja, Penjual berhak menolak pesanan Barang yang dilakukan oleh pembeli.
5. Pengguna memahami dan menyetujui bahwa setiap masalah dan/atau perselisihan yang terjadi akibat ketidaksepahaman antara Penjual dan Pembeli tentang harga bukanlah merupakan tanggung jawab pihak e-commerce.
6. Dengan melakukan pemesanan melalui situs e-commerce, Pengguna menyetujui untuk membayar total biaya yang harus dibayarkan sebagaimana tertera dalam

halaman pembayaran, yang terdiri dari harga barang, ongkos kirim, dan biaya-biaya lain yang mungkin timbul dan akan diuraikan secara tegas dalam halaman pembayaran. Pengguna setuju untuk melakukan pembayaran melalui metode pembayaran yang telah dipilih sebelumnya oleh Pengguna.

7. Batasan harga maksimal satuan untuk Barang yang dapat ditawarkan adalah Rp. 100.000.000,
8. Situs e-commerce untuk saat ini hanya melayani transaksi jual beli Barang dalam mata uang Rupiah.

G. TARIF PENGIRIMAN

1. Pembeli memahami dan mengerti bahwa sutau e-commerce telah melakukan usaha sebaik mungkin dalam memberikan informasi tarif pengiriman kepada Pembeli berdasarkan lokasi secara akurat, namun suatu e-commerce tidak dapat menjamin keakuratan data tersebut dengan yang ada pada cabang setempat.
2. Karena itu suatu e-commerce menyarankan kepada Penjual untuk mencatat terlebih dahulu tarif yang diberikan e-commerce, agar dapat dibandingkan dengan tarif yang dibebankan di cabang setempat. Apabila mendapati perbedaan, mohon sekiranya untuk menginformasikan kepada kami melalui menu contact us dengan memberikan data harga yang didapat beserta kota asal dan tujuan, agar dapat kami telusuri lebih lanjut.
3. Pengguna memahami dan menyetujui bahwa selisih biaya pengiriman Barang adalah di luar tanggung jawab pihak e-commerce, dan oleh karena itu, adalah kebijakan Penjual sendiri untuk membatalkan atau tetap melakukan pengiriman Barang.

H. KONTEN

1. Dalam menggunakan setiap fitur dan/atau layanan e-commerce, Pengguna dilarang untuk mengunggah atau mempergunakan kata-kata, komentar, gambar, atau konten apapun yang mengandung unsur SARA, diskriminasi, merendahkan atau menyudutkan orang lain, vulgar, bersifat ancaman, atau hal-hal lain yang dapat dianggap tidak sesuai dengan nilai dan norma sosial. Pihak e-commerce berhak melakukan tindakan yang diperlukan atas pelanggaran ketentuan ini, antara lain penghapusan konten, moderasi toko, pemblokiran akun, dan lain-lain.
2. Pengguna dilarang mempergunakan foto/gambar Barang yang memiliki watermark yang menandakan hak kepemilikan orang lain.
3. Pengguna dengan ini memahami dan menyetujui bahwa penyalahgunaan foto/gambar yang di unggah oleh Pengguna adalah tanggung jawab Pengguna secara pribadi.
4. Penjual tidak diperkenankan untuk mempergunakan foto/gambar Barang atau logo toko sebagai media untuk beriklan atau melakukan promosi ke situs-situs lain diluar Situs e-commerce, atau memberikan data kontak pribadi untuk melakukan transaksi secara langsung kepada pembeli / calon pembeli.
5. Ketika Pengguna mengunggah ke Situs TokopediaE-Commerce dengan konten atau posting konten, Pengguna memberikan e-commerce hak non-eksklusif, di seluruh dunia, secara terus-menerus, tidak dapat dibatalkan, bebas royalti, disublisensikan (melalui beberapa tingkatan) hak untuk melaksanakan setiap dan semua hak cipta,

publisitas, merek dagang, hak basis data dan hak kekayaan intelektual yang Pengguna miliki dalam konten, di media manapun yang dikenal sekarang atau di masa depan. Selanjutnya, untuk sepenuhnya diizinkan oleh hukum yang berlaku, Anda mengesampingkan hak moral dan berjanji untuk tidak menuntut hak-hak tersebut terhadap pihak e-commerce.

6. Pengguna menjamin bahwa tidak melanggar hak kekayaan intelektual dalam mengunggah konten Pengguna kedalam situs e-commerce. Setiap Pengguna dengan ini bertanggung jawab secara pribadi atas pelanggaran hak kekayaan intelektual dalam mengunggah konten di Situs E-Commerce.
7. E-Commerce menyediakan fitur "Diskusi Produk" untuk memudahkan pembeli berinteraksi dengan penjual, perihal Barang yang ditawarkan. Penjual tidak diperkenankan menggunakan fitur tersebut untuk tujuan dengan cara apa pun menaikkan harga Barang dagangannya, termasuk di dalamnya memberi komentar pertama kali atau memberi komentar selanjutnya / terus menerus secara berkala (flooding / spam).
8. Meskipun kami mencoba untuk menawarkan informasi yang dapat diandalkan, kami tidak bisa menjanjikan bahwa katalog akan selalu akurat dan terbaru, dan Pengguna setuju bahwa Pengguna tidak akan meminta pihak e-commerce bertanggung jawab atas ketimpangan dalam katalog. Katalog mungkin termasuk hak cipta, merek dagang atau hak milik lainnya.
9. Konten atau materi yang akan ditampilkan atau ditayangkan pada Situs E-Commerce melalui e-commerce Website Feed akan tunduk pada Ketentuan Situs, peraturan hukum, serta etika pariwisata yang berlaku.
10. KOL bertanggungjawab terhadap konten atau materi yang ditampilkan melalui program Tokopedia Website Feed.
11. TokopediaE-Commerce berhak untuk sewaktu-waktu menurunkan konten atau materi yang terdapat pada E-Commerce Website Feed yang dianggap melanggar Syarat dan Ketentuan Situs, peraturan hukum yang berlaku, serta etika pariwisata yang berlaku.

I. JENIS BARANG

Berikut ini adalah daftar jenis Barang yang dilarang untuk diperdagangkan oleh Penjual pada Situs Tokopedia:

- Segala jenis obat-obatan maupun zat-zat lain yang dilarang ataupun dibatasi peredarannya menurut ketentuan hukum yang berlaku, termasuk namun tidak terbatas pada ketentuan Undang-Undang Narkotika, Undang-Undang Psiktropika, dan Undang-Undang Kesehatan. Termasuk pula dalam ketentuan ini ialah obat keras, obat-obatan yang memerlukan resep dokter, obat bius dan sejenisnya, atau obat yang tidak memiliki izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM).
- Kosmetik dan makanan minuman yang membahayakan keselamatan penggunanya, ataupun yang tidak mempunyai izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM).
- Bahan yang diklasifikasikan sebagai Bahan Berbahaya menurut Peraturan Menteri Perdagangan yang berlaku.
- Jenis Produk tertentu yang wajib memiliki:

- SNI;
- Petunjuk penggunaan dalam Bahasa Indonesia; atau
- Label dalam Bahasa Indonesia.
- Sementara yang diperjualbelikan tidak mencantumkan hal-hal tersebut.
- Barang-barang lain yang kepemilikannya ataupun peredarannya melanggar ketentuan hukum yang berlaku di Indonesia.
- Barang yang merupakan hasil pelanggaran Hak Cipta, termasuk namun tidak terbatas dalam media berbentuk buku, CD/DVD/VCD, informasi dan/atau dokumen elektronik, serta media lain yang bertentangan dengan Undang-Undang Hak Cipta.
- Barang dewasa penunjang kegiatan seksual termasuk namun tidak terbatas pada obat kuat, obat perangsang, alat bantu seks, pornografi, dan obat-obatan dewasa, kecuali untuk alat kesehatan (kontrasepsi) yang diizinkan untuk diperjual belikan oleh peraturan hukum yang berlaku.
- Minuman beralkohol.
- Iklan.
- Segala bentuk tulisan yang dapat berpengaruh negatif terhadap pemakaian situs ini.
- Pakaian dalam bekas.
- Senjata api, senjata tajam, senapan angin, dan segala macam senjata.
- Dokumen pemerintahan dan perjalanan.
- Seragam pemerintahan.
- Bagian/Organ manusia.
- Mailing list dan informasi pribadi.
- Barang-Barang yang melecehkan pihak/ras tertentu atau dapat merendahkan martabat orang lain.
- Pestisida.
- Atribut kepolisian.
- Barang hasil tindak pencurian.
- Pembuka kunci dan segala aksesoris penunjang tindakan perampokan/pencurian.
- Barang yang dapat dan atau mudah meledak, menyala atau terbakar sendiri.
- Barang cetakan/rekaman yang isinya dapat mengganggu keamanan & ketertiban serta stabilitas nasional.
- Hewan.
- Uang tunai.
- Materai.
- Pengacak sinyal, penghilang sinyal, dan/atau alat-alat lain yang dapat mengganggu sinyal atau jaringan telekomunikasi
- Perlengkapan dan peralatan judi.
- Jimat-jimat, benda-benda yang diklaim berkekuatan gaib dan memberi ilmu kesaktian.
- Barang dengan hak Distribusi Eksklusif yang hanya dapat diperdagangkan dengan sistem penjualan langsung oleh penjual resmi dan/atau Barang dengan sistem penjualan Multi Level Marketing.
- Produk non fisik yang tidak dapat dikirimkan melalui jasa kurir, termasuk namun tidak terbatas pada produk pulsa/voucher (i) telepon, (ii) listrik, (iii) game, (iv) credit digital.
- Tiket Kereta Api.

- Dokumen-dokumen resmi seperti Sertifikat Toefl, Ijazah, Surat Dokter, Kwitansi, dan lain sebagainya
- Segala jenis Barang lain yang bertentangan dengan peraturan pengiriman Barang Indonesia.
- Barang-Barang lain yang melanggar ketentuan hukum yang berlaku di Indonesia.

J. GOLD MERCHANTS DAN TOPADS

1. Pengguna dapat mendaftarkan diri sebagai Gold Merchant, yakni fitur berbayar yang memungkinkan Pengguna untuk mendapatkan fasilitas eksklusif yang hanya diperuntukan bagi Pengguna Gold Merchant dan tidak didapatkan oleh Pengguna Reguler, antara lain berupa: (i) status dan simbol "Gold Badge"; (ii) fasilitas Topads, statistik toko, admin toko, sampul halaman toko dan fasilitas lainnya.
2. Status, simbol, logo, nama atau hal-hal lainnya yang terkait dengan Gold Merchant sepenuhnya merupakan kewenangan e-commerce dan hanya diberikan oleh pihak e-commerce kepada Pelanggan Gold Merchant. Pengguna tidak diperkenankan untuk meniru atau menggunakan hal-hal tersebut pada Nama Toko, Deskripsi Toko, Nama Produk, Foto Produk, dan lain sebagainya.
3. Dalam menggunakan fitur TopAds, Pengguna memahami dan menyetujui bahwa setiap iklan yang Pengguna unggah di situs e-commerce adalah tanggung jawab Pengguna secara pribadi dan melepaskan e-commerce dari segala permasalahan yang mungkin timbul daripadanya.
4. E-commerce tanpa pemberitahuan terlebih dahulu kepada Pengguna, memiliki kewenangan untuk melakukan tindakan penghapusan atas setiap konten iklan yang melanggar Syarat & ketentuan e-commerce dan/atau hukum yang berlaku.
5. E-commerce berwenang untuk melakukan (i) penghapusan iklan; (ii) penutupan toko; (iii) penutupan akun; dalam hal diduga dan/atau terdapat kegiatan Pengguna yang melanggar ketentuan hukum dan/atau syarat ketentuan suatu e-commerce. Dengan demikian, Pengguna memahami dan menyetujui bahwa setiap kerugian yang timbul akibat dari tindakan tersebut diatas bukanlah tanggung jawab sutau e-commerce, termasuk namun tidak terbatas pada (i) kehilangan kredit TopAds, (ii) kehilangan akun Gold Merchant tanpa dikembalikan biaya berlangganan.

K. KARTU KREDIT

1. Pengguna dapat memilih untuk mempergunakan pilihan metode pembayaran menggunakan kartu kredit untuk transaksi pembelian barang melalui Situs e-commerce.
2. Transaksi pembelian barang dengan menggunakan kartu kredit dapat dilakukan untuk transaksi pembelian dengan nilai total belanja minimal Rp. 50.000 (lima puluh ribu rupiah) hingga maksimal Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) untuk transaksi marketplace dan/atau digital, transaksi dapat dilakukan hingga Rp500.000.000,- (lima ratus juta Rupiah) khusus untuk pembelian produk mobil pada Official Store.
3. Transaksi pembelian barang dengan menggunakan kartu kredit wajib mengikuti syarat dan ketentuan yang diatur oleh e-commerce dan mempergunakan kurir/logistik yang disediakan dan terhubung dengan Situs E-Commerce.

4. Pengguna dilarang untuk mempergunakan metode pembayaran kartu kredit di luar peruntukan sebagai alat pembayaran.
5. Apabila terdapat transaksi pembelian barang dengan menggunakan kartu kredit yang melanggar ketentuan hukum dan/atau syarat ketentuan suatu e-commerce, maka pihak e-commerce berwenang untuk:
 - menahan dana transaksi selama diperlukan oleh Tokopedia, pihak Bank, maupun mitra payment gateway terkait untuk melakukan investigasi yang diperlukan, sekurang-kurangnya 14 hari;
 - melakukan pemotongan dana sebesar 15% (lima belas persen) dari nilai transaksi, serta menarik kembali nilai subsidi sehubungan penggunaan kartu kredit.
6. E-Commerce akan menghentikan kerjasama dengan Penjual yang melakukan tindakan yang dapat merugikan prinsipal, penerbit, acquirer dan /atau pemegang kartu kredit, antara lain memproses penarikan / gesek tunai (*cash withdrawal transaction*).
7. Apabila transaksi pembelian tidak berhasil dan/atau dibatalkan, maka tagihan atas transaksi tersebut akan dibatalkan dan dana transaksi akan dikembalikan ke limit kartu kredit pembeli di tagihan berikutnya. Ketentuan pada ayat ini tidak berlaku untuk transaksi pembelian barang dengan menggunakan kartu kredit yang melanggar ketentuan hukum dan/atau syarat ketentuan E-Commerce.
8. Kartu kredit yang dapat digunakan untuk bertransaksi di e-commerce hanya kartu kredit yang diterbitkan di Indonesia.
9. Transaksi menggunakan metode pembayaran Kartu Kredit akan dikenakan biaya administrasi sebesar 1,5% dari total biaya yang harus dibayarkan. Apabila seluruh transaksi dalam satu pembayaran yang menggunakan kartu kredit dibatalkan, maka biaya administrasi tersebut akan dikembalikan ke limit kartu kredit Pengguna. Namun apabila hanya sebagian transaksi dalam satu pembayaran yang menggunakan kartu kredit dibatalkan, maka biaya administrasi tersebut tidak akan ikut serta dikembalikan.

L. PROMO

1. Suatu E-Commerce sewaktu-waktu dapat mengadakan kegiatan promosi (selanjutnya disebut sebagai "Promo") dengan Syarat dan Ketentuan yang mungkin berbeda pada masing-masing kegiatan Promo. Pengguna dihimbau untuk membaca dengan seksama Syarat dan Ketentuan Promo tersebut.
2. Apabila terdapat transaksi Promo yang mempergunakan metode pembayaran kartu kredit yang melanggar Syarat dan Ketentuan e-commerce, maka akan merujuk pada Syarat dan Ketentuan Poin M. Kartu Kredit.
3. Pihak E-Commerce berhak, tanpa pemberitahuan sebelumnya, melakukan tindakan-tindakan yang diperlukan termasuk namun tidak terbatas pada menarik subsidi atau cashback, membatalkan benefit Tokopoints, pencabutan Promo, membatalkan transaksi, menahan dana, menurunkan reputasi toko, menutup toko atau akun, serta hal-hal lainnya jika ditemukan adanya manipulasi, penggunaan resi yang tidak valid pada mayoritas transaksi, pelanggaran maupun pemanfaatan Promo untuk keuntungan pribadi Pengguna, maupun indikasi kecurangan atau pelanggaran pelanggaran Syarat dan Ketentuan suatu e-commerce dan ketentuan hukum yang berlaku di wilayah negara Indonesia.

4. Dalam hal diadakannya Promo Gratis/Potongan Ongkos Kirim:
- Jika terdapat selisih antara berat Barang pada deskripsi produk dengan berat Barang yang dikirimkan oleh Penjual melalui jasa kurir/logistik, maka subsidi ongkos kirim yang diberikan akan merujuk kepada berat Barang pada data pihak kurir/logistik;
 - Penjual yang berhak mendapatkan subsidi ongkos kirim adalah Penjual yang mempergunakan resi pengiriman valid. Penjual yang menggunakan resi pengiriman invalid tidak berhak untuk mendapatkan subsidi ongkos kirim; dan/atau
 - Jika (i) Penjual menolak pesanan Pembeli, (ii) transaksi dibatalkan otomatis oleh sistem e-commerce, dan/atau (iii) transaksi dibatalkan berdasarkan keputusan di Pusat Resolusi, maka dana yang dikembalikan kepada Pembeli adalah senilai dana pembayaran transaksi yang dilakukan oleh Pembeli dan tidak termasuk subsidi ongkos kirim.
 - Setiap Promo e-commerce tidak berlaku untuk penggunaan resi yang diinput lebih dari 1 (satu) kali, jika ditemukan penginputan resi sebanyak 2 (dua) kali, manfaat promo hanya akan diberikan pada transaksi yang dibentuk oleh pembeli pertama. Benefit promo tidak dapat diteruskan pada transaksi dropshipper (pembeli kedua).
 - Pengguna hanya boleh menggunakan 1 (satu) akun e-commerce untuk mengikuti setiap promo e-commerce. Jika ditemukan pembuatan lebih dari 1 (satu) akun oleh 1 (satu) Pengguna yang sama dan/atau nomor handphone yang sama dan/atau alamat yang sama dan/atau ID pelanggan yang sama dan/atau identitas pembayaran yang sama dan/atau riwayat transaksi yang sama, maka Pengguna tidak berhak mendapatkan manfaat dari promo e-commerce.

M. PENGIRIMAN BARANG

1. Pengiriman Barang dalam sistem e-commerce wajib menggunakan jasa perusahaan ekspedisi yang telah mendapatkan verifikasi rekanan e-commerce yang dipilih oleh Pembeli.
2. Penjual dilarang memberlakukan promosi/sistem bebas ongkos kirim pada setiap Barang yang dijual di dalam Situs E-commerce.
3. Setiap ketentuan berkenaan dengan proses pengiriman Barang adalah wewenang sepenuhnya penyedia jasa layanan pengiriman Barang.
4. Penjual wajib memenuhi ketentuan yang ditetapkan oleh jasa layanan pengiriman barang tersebut dan bertanggung jawab atas setiap Barang yang dikirimkan.
5. Pengguna memahami dan menyetujui bahwa setiap permasalahan yang terjadi pada saat proses pengiriman Barang oleh penyedia jasa layanan pengiriman Barang adalah merupakan tanggung jawab penyedia jasa layanan pengiriman.
6. Dalam hal diperlukan untuk dilakukan proses pengembalian barang, maka Pengguna, baik Penjual maupun Pembeli, diwajibkan untuk melakukan pengiriman barang langsung ke masing-masing Pembeli maupun Penjual. E-Commerce tidak menerima pengembalian atau pengiriman barang atas transaksi yang dilakukan oleh Pengguna dalam kondisi apapun.

7. Pengguna dapat memilih untuk mempergunakan pilihan metode pengiriman barang GO-SEND untuk transaksi pembelian barang melalui Situs Tokopedia dengan ketentuan sebagai berikut dibawah ini:
 - Biaya ongkos kirim GO-SEND yang tertera pada halaman keranjang belanja adalah total biaya pengiriman barang, maka Penjual dan/atau Pembeli tidak perlu membayarkan biaya tambahan lain selain dari total biaya tersebut.
 - Biaya ongkos kirim GO-SEND tersebut diatas telah meliputi (i) biaya jasa petugas kurir GO-SEND dan (ii) biaya parkir kendaraan petugas kurir GO-SEND.
 - Pengguna memahami dan menyetujui bahwa biaya tambahan lain yang diberikan langsung oleh Pengguna kepada petugas kurir GO-SEND tanpa melalui sistem pembayaran Tokopedia merupakan beban dan tanggung jawab pribadi Pengguna.
 - Setelah Pembeli melakukan proses pembayaran, Pembeli dilarang meminta kepada driver GO-SEND untuk mengirim barang dengan alamat pengiriman lain yang tidak sesuai dengan yang tercantum di kolom alamat atau invoice pada transaksi pembelian. Perubahan alamat pengiriman hanya dapat dilakukan sebelum Pembeli melakukan proses pembayaran.
 - Pengguna dapat mengadakan pelayanan petugas kurir GO-SEND melalui nomor Call Center GO-SEND (021) 5055 2220.
 - Dalam hal terjadi kendala dalam proses pengiriman berupa barang hilang, barang rusak, dan lain sebagainya, Pembeli dan Penjual dapat melaporkan ke pihak Tokopedia paling lambat 3x24 jam sejak waktu pengiriman untuk dilakukan proses investigasi.

N. PENARIKAN DANA

1. Penarikan dana sesama bank akan diproses dalam waktu 1x24 jam hari kerja, sedangkan penarikan dana antar bank akan diproses dalam waktu 2x24 jam hari kerja.
2. Untuk penarikan dana dengan tujuan nomor rekening di luar bank BCA, Mandiri, dan BNI apabila ada biaya tambahan yang dibebankan akan menjadi tanggungan dari Pengguna.
3. Dalam hal ditemukan adanya dugaan pelanggaran terhadap Syarat dan Ketentuan suatu e-commerce, kecurangan, manipulasi atau kejahatan, Pengguna memahami dan menyetujui bahwa e-commerce berhak melakukan tindakan pemeriksaan, pembekuan, penundaan dan/atau pembatalan terhadap penarikan dana yang dilakukan oleh Pengguna.
4. Pemeriksaan, pembekuan atau penundaan penarikan dana sebagaimana dimaksud dalam poin 3 dapat dilakukan dalam jangka waktu selama yang diperlukan oleh pihak e-commerce.

O. PUSAT RESOLUSI

1. Pusat Resolusi adalah fitur yang disediakan oleh sutau e-commerce untuk memfasilitasi penyelesaian masalah transaksi antara Pembeli dan Penjual.
2. Fitur ini akan secara otomatis menahan dana pembayaran barang ke Penjual sampai dengan permasalahan yang dilaporkan ke Pusat Resolusi selesai.

3. Dalam menggunakan fitur ini, Pembeli dan Penjual diharapkan memberikan bukti-bukti transaksi jual beli berupa foto barang, nota pembelian, slip resi pengiriman dan bukti-bukti penunjang lainnya yang dapat menjadi dasar pembenar atas setiap argumen yang dikeluarkan oleh masing-masing pihak.
4. Penyelesaian permasalahan melalui Pusat Resolusi dapat berupa solusi yang dihasilkan berdasarkan kesepakatan bersama antara Pembeli dan Penjual.
5. Jika Penjual tidak memberikan jawaban setelah lebih dari 3 hari, maka pembeli memiliki hak untuk menghubungi pihak Tokopedia, yakni melalui tombol "Bantuan" yang akan muncul pada halaman Pusat Resolusi.
6. Jika dalam jangka waktu 3 hari tidak ditemukan kesepakatan bersama, maka Pembeli dan Penjual memiliki hak yang sama untuk minta bantuan pihak Tokopedia, yakni melalui tombol "Bantuan" yang akan muncul pada halaman Pusat Resolusi.
7. Dengan menggunakan tombol bantuan untuk menghubungi pihak e-commerce, maka Pembeli dan Penjual memahami dan menyetujui bahwa, pihak e-commerce berwenang untuk mengambil keputusan atas permasalahan tersebut dengan melihat bukti-bukti yang ada dan/atau bukti-bukti baru yang harus dilengkapi oleh masing-masing pihak.
8. Tokopedia berwenang untuk melakukan mediasi dan/atau mengambil keputusan untuk penyelesaian masalah didalam diskusi Pusat Resolusi, meskipun salah satu pihak (penjual atau pembeli) belum menekan tombol bantuan, dalam hal: (i) Adanya informasi dari pihak ketiga yang berkaitan dalam jalannya transaksi, yakni antara lain kurir pengiriman yang memberikan informasi terkait status terkini dari resi pengiriman paket; (ii) Bukti dari pembeli dan/atau penjual yang dikirimkan melalui jalur komunikasi lain yang perlu diteruskan ke Pusat Resolusi dengan dasar transparansi masalah; (iii) Laporan dari salah satu pihak disebabkan adanya kelalaian penjual atau pembeli; (iv) Salah satu pihak (penjual atau pembeli) terindikasi melakukan tindakan kecurangan; atau (v) Kondisi tertentu yang menyebabkan pihak e-commerce perlu segera melakukan mediasi.
9. Atas keputusan pertama Tokopedia diatas, baik Pembeli dan Penjual memiliki hak untuk banding, dengan persyaratan bahwa pihak yang mengajukan upaya banding harus mengajukan bukti baru di luar dari bukti-bukti sebelumnya.
10. Pembeli dan Penjual dengan ini menyetujui bahwa Keputusan e-commerce atas upaya banding adalah keputusan akhir yang tidak dapat diganggu gugat dan mengikat pihak Penjual dan Pembeli untuk mematuhi.
11. Pengguna memahami bahwa Pusat Resolusi tidak berlaku untuk produk pakaian dalam bekas, kendala yang berkaitan dengan rasa, aroma dan/atau tekstur produk, dan semua produk dalam daftar jenis barang yang dilarang diperjual-belikan di suatu e-commerce seperti yang ada di halaman Syarat dan Ketentuan.
12. Pembeli dan Penjual memahami dan menyetujui bahwa dalam penyelesaian kendala di Pusat Resolusi, Pembeli dan Penjual wajib memberikan tanggapan atas kendala yang ada hingga selesai dengan mematuhi ketentuan dan batas waktu sebagaimana yang telah ditentukan pihak e-commerce pada diskusi terkait.
13. Pembeli dan Penjual memahami dan menyetujui bahwa penanggungungan ongkos kirim yang timbul selama proses penyelesaian kendala pada Pusat Resolusi didasarkan oleh

bukti-bukti dan/atau kesepakatan yang diberikan oleh kedua belah pihak. Apabila Pembeli dan/atau Penjual tidak bersedia untuk menanggung ongkos kirim tersebut, maka pihak e-commerce berwenang memberikan keputusan penanggunggon ongkos kirim berdasarkan perkembangan diskusi dan bukti yang ada.

14. Pembeli memahami dan menyetujui bahwa setelah adanya kesepakatan untuk pengiriman Barang kembali kepada Penjual, apabila dalam waktu maksimal 2 hari kerja (tidak termasuk hari libur nasional, sabtu dan minggu) terhitung setelah Penjual memberikan alamat, didapati bahwa tidak ada pengiriman Barang kembali dari Pembeli, maka e-commerce berwenang untuk mengambil keputusan berdasarkan perkembangan diskusi dan bukti yang ada.
15. Penjual memahami dan menyetujui bahwa pengiriman Barang pengganti untuk Pembeli dapat dilakukan maksimal 2 hari kerja (tidak termasuk hari libur nasional, sabtu dan minggu) terhitung sejak terdapat status pengiriman dari kurir logistik bahwa Barang yang dikembalikan oleh Pembeli sudah diterima oleh Penjual. Apabila didapati bahwa Penjual tidak memenuhi ketentuan ini, maka pihak e-commerce berwenang untuk mengambil keputusan berdasarkan perkembangan diskusi dan bukti yang ada.
16. Pembeli dan Penjual memahami dan menyetujui bahwa batas waktu untuk pemberian bukti (termasuk apabila dibutuhkan alamat pengembalian barang) ialah maksimal 3 hari terhitung sejak Tokopedia melakukan permintaan bukti kepada Pembeli atau Penjual atas transaksi terkait.
17. Tata cara menggunakan Pusat Resolusi selengkapnya dapat dilihat pada Halaman Bantuan Pusat Resolusi.

P. KETENTUAN LAIN

1. Apabila Pengguna mempergunakan fitur-fitur yang tersedia dalam situs e-commerce maka Pengguna dengan ini menyatakan memahami dan menyetujui segala syarat dan ketentuan yang diatur khusus sehubungan dengan fitur-fitur tersebut di bawah ini, yakni:
 - Penggunaan fitur pemesanan dan pembelian tiket kereta api melalui situs Tokopedia akan diatur lebih lanjut dalam ketentuan berikut
2. Segala hal yang belum dan/atau tidak diatur dalam syarat dan ketentuan khusus dalam fitur tersebut maka akan sepenuhnya merujuk pada syarat dan ketentuan e-commerce secara umum.

Q. PENOLAKAN JAMINAN DAN BATASAN TANGGUNG JAWAB

1. Suatu E-Commerce adalah portal web dengan model Costumer to Customer Marketplace, yang menyediakan layanan kepada Pengguna untuk dapat menjadi Penjual maupun Pembeli di website Tokopedia. Dengan demikian transaksi yang terjadi adalah transaksi antar member Tokopedia, sehingga Pengguna memahami bahwa batasan tanggung jawab Tokopedia secara proporsional adalah sebagai penyedia jasa portal web
2. Suatu e-commerce selalu berupaya untuk menjaga Layanan e-commerce aman, nyaman, dan berfungsi dengan baik, tapi kami tidak dapat menjamin operasi terus-

menerus atau akses ke Layanan kami dapat selalu sempurna. Informasi dan data dalam situs Tokopedia memiliki kemungkinan tidak terjadi secara real time.

3. Pengguna setuju bahwa Anda memanfaatkan Layanan Tokopedia atas risiko Pengguna sendiri, dan Layanan e-commerce diberikan kepada Anda pada "SEBAGAIMANA ADANYA" dan "SEBAGAIMANA TERSEDIA".
4. Sejauh diizinkan oleh hukum yang berlaku, suatu e-commerce (termasuk Induk Perusahaan, direktur, dan karyawan) adalah tidak bertanggung jawab, dan Anda setuju untuk tidak menuntut suatu e-commerce bertanggung jawab, atas segala kerusakan atau kerugian (termasuk namun tidak terbatas pada hilangnya uang, reputasi, keuntungan, atau kerugian tak berwujud lainnya) yang diakibatkan secara langsung atau tidak langsung dari :
 - Penggunaan atau ketidakmampuan Pengguna dalam menggunakan Layanan e-commerce.
 - Harga, Pengiriman atau petunjuk lain yang tersedia dalam layanan e-commerce.
 - Keterlambatan atau gangguan dalam Layanan E-Commerce.
 - Kelalaian dan kerugian yang ditimbulkan oleh masing-masing Pengguna.
 - Kualitas Barang.
 - Pengiriman Barang.
 - Pelanggaran Hak atas Kekayaan Intelektual.
 - Perselisihan antar pengguna.
 - Pencemaran nama baik pihak lain.
 - Setiap penyalahgunaan Barang yang sudah dibeli pihak Pengguna.
 - Kerugian akibat pembayaran tidak resmi kepada pihak lain selain ke Rekening Resmi Suatu E-Commerce, yang dengan cara apa pun mengatas-namakan suatu e-commerce ataupun kelalaian penulisan rekening dan/atau informasi lainnya dan/atau kelalaian pihak bank.
 - Pengiriman untuk perbaikan Barang yang bergaransi resmi dari pihak produsen. Pembeli dapat membawa Barang langsung kepada pusat layanan servis terdekat dengan kartu garansi dan faktur pembelian.
 - Virus atau perangkat lunak berbahaya lainnya (bot, script, automation tool selain fitur Gold Merchant, hacking tool) yang diperoleh dengan mengakses, atau menghubungkan ke layanan E-Commerce.
 - Gangguan, bug, kesalahan atau ketidakakuratan apapun dalam Layanan E-Commerce.
 - Kerusakan pada perangkat keras Anda dari penggunaan setiap Layanan E-Commerce.
 - Isi, tindakan, atau tidak adanya tindakan dari pihak ketiga, termasuk terkait dengan Produk yang ada dalam situs e-commerce yang diduga palsu.
 - Tindak penegakan yang diambil sehubungan dengan akun Pengguna.
 - Adanya tindakan peretasan yang dilakukan oleh pihak ketiga kepada akun pengguna.

R. PELEPASAN

Jika Anda memiliki perselisihan dengan satu atau lebih pengguna, Anda melepaskan suatu e-commerce (termasuk Induk Perusahaan, Direktur, dan karyawan) dari klaim dan tuntutan atas kerusakan dan kerugian (aktual dan tersirat) dari setiap jenis dan sifatnya, yang dikenal dan tidak dikenal, yang timbul dari atau dengan cara apapun berhubungan dengan sengketa tersebut. Dengan demikian maka Pengguna dengan sengaja melepaskan segala perlindungan hukum (yang terdapat dalam undang-undang atau peraturan hukum yang lain) yang akan membatasi cakupan ketentuan pelepasan ini.

S. GANTI RUGI

Pengguna akan melepaskan suatu e-commerce dari tuntutan ganti rugi dan menjaga suatu e-commerce (termasuk Induk Perusahaan, direktur, dan karyawan) dari setiap klaim atau tuntutan, termasuk biaya hukum yang wajar, yang dilakukan oleh pihak ketiga yang timbul dalam hal Anda melanggar Perjanjian ini, penggunaan Layanan E-Commerce yang tidak semestinya dan/ atau pelanggaran Anda terhadap hukum atau hak-hak pihak ketiga.

T. PILIHAN HUKUM

Perjanjian ini akan diatur oleh dan ditafsirkan sesuai dengan hukum Republik Indonesia, tanpa memperhatikan pertentangan aturan hukum. Anda setuju bahwa tindakan hukum apapun atau sengketa yang mungkin timbul dari, berhubungan dengan, atau berada dalam cara apapun berhubungan dengan situs dan/atau Perjanjian ini akan diselesaikan secara eksklusif dalam yurisdiksi pengadilan Republik Indonesia.

U. PEMBAHARUAN

Syarat & ketentuan mungkin di ubah dan/atau diperbaharui dari waktu ke waktu tanpa pemberitahuan sebelumnya. Suatu E-Commerce menyarankan agar anda membaca secara seksama dan memeriksa halaman Syarat & ketentuan ini dari waktu ke waktu untuk mengetahui perubahan apapun. Dengan tetap mengakses dan menggunakan layanan E-Commerce, maka pengguna dianggap menyetujui perubahan-perubahan dalam Syarat & ketentuan.

1.3.7. Tata Cara Pengaduan dan Klaim

Pusat Resolusi merupakan sarana bagi penjual dan pembeli suatu e-commerce untuk menyelesaikan kendala transaksi, seperti pesanan belum sampai, pesanan rusak/kurang/tidak sesuai, hingga kendala mengenai ongkos kirim. Pusat Resolusi dapat membantu masalah terselesaikan dengan lebih cepat, karena penjual dan pembeli dapat berdiskusi langsung untuk menemukan solusi bersama.

A. Cara Komplain di Pusat Resolusi

1. Sebagai pembeli, Anda dapat menjelaskan kendala transaksi yang terjadi dan solusi apa yang diinginkan.
2. Saat mengajukan komplain, Anda wajib melampirkan bukti pendukung, seperti kemasan produk, foto produk dari berbagai sisi, nota pemesanan, dan resi penerimaan.

3. Penjual nantinya akan menanggapi keluhan, memberikan penjelasan, serta menerima solusi atau menawarkan solusi baru.
4. Setelah Anda dan penjual menyetujui dan melakukan solusi yang sudah disepakati, komplain akan dianggap selesai. Jika Anda dan penjual tidak kunjung menemukan solusi bersama, Anda dapat meminta bantuan ke Customer Care E-Commerce.

Catatan: Pembeli tidak bisa lagi mengajukan komplain terhadap pesanan yang sama setelah 3 hari sejak status komplain telah selesai atau dibatalkan (finished atau canceled).

B. Cara Minta Bantuan Ke Customer Care

Customer Care E-Commerce akan membantu menengahi masalah di Pusat Resolusi jika:

1. Penjual atau pembeli tidak merespon komplain atau belum menemukan solusi yang tepat setelah 3 hari komplain dibuat.
2. Solusi sudah ditentukan (Penjual/Pembeli sudah klik Terima Solusi) tapi penjual/pembeli tidak menjalankan solusi yang sudah ditentukan.
3. Setelah solusi dijalankan, pembeli/penjual tidak juga klik Selesaikan Komplain

C. Cara Batal Komplain

Sebagai pembeli, Anda dapat membatalkan komplain yang sudah dibuat, jika:

1. Belum ada kesepakatan antara penjual dan pembeli. Jika pembeli menawarkan solusi dan penjual telah mengklik tombol Terima Solusi, pembeli tidak bisa lagi membatalkan komplain. Namun jika pembeli tetap ingin membatalkan komplain, pembeli dapat klik tombol Minta Bantuan (tombol Minta Bantuan akan muncul kembali setelah 1 hari sejak pembeli atau penjual klik tombol Terima Solusi) dan meminta Customer Care Suatu E-Commerce membatalkan komplain tersebut
2. Customer Care E-Commerce belum memberikan solusi awal di halaman Pusat Resolusi.