

Tantangan Hukum Dan Peran Pemerintah Dalam Pembangunan *E-Commerce*

Siti Rosmayati
Politeknik Piksi Ganesha
e-mail: siti.rosmayati91@gmail.com

ABSTRAK

Dalam era ekonomi yang berkembang dengan cepat, dinamika globalisasi, perdagangan bebas, dan perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi telah membentuk lanskap perdagangan yang lebih luas dan beragam. Dari barang dan jasa yang diproduksi secara lokal hingga produksi dari luar negeri, semuanya tersedia dalam berbagai variasi. Inovasi ini juga membawa fasilitas telekomunikasi dan produk teknologi informasi canggih yang mengintegrasikan berbagai media informasi, memberi kemudahan dalam kegiatan sehari-hari. Model perdagangan yang sebelumnya memerlukan interaksi langsung antara penjual dan pembeli telah berubah menjadi perdagangan elektronik. Dalam model ini, penjual dan pembeli dapat bertransaksi melalui platform *e-commerce* tanpa perlu berhadapan secara fisik. Perdagangan berbasis elektronik, baik saat ini maupun di masa mendatang, memiliki potensi pangsa pasar yang luas dan mampu menjadi pilar penting dalam struktur ekonomi nasional. Data statistik tentang perkembangan *E-commerce* menunjukkan peningkatan setiap tahun, bahkan penetrasi ini telah merambah pada sektor usaha skala kecil dan menengah.

Kata kunci: Tantangan Hukum, Peran Pemerintah, Pembangunan *E-commerce*.

ABSTRACT

In an era of rapidly developing economies, the dynamics of globalization, free trade, and the development of information and telecommunications technology have shaped a wider and more diverse trade landscape. From locally produced goods and services to those produced overseas, they are available in a wide variety. This innovation also brings telecommunication facilities and sophisticated information technology products that integrate various information media, providing convenience in daily activities.. In this model, sellers and buyers can transact through E-commerce platforms without having to face each other physically. Electronic-based commerce, both now and in the future, has the potential for a broad market share and is capable of becoming an important pillar in the structure of the national economy. Statistical data on the development of E-commerce shows an increase every year, even though this penetration has penetrated the small and medium scale business sector.

Keywords: Legal Challenges, Role of Government, Development of E-commerce.

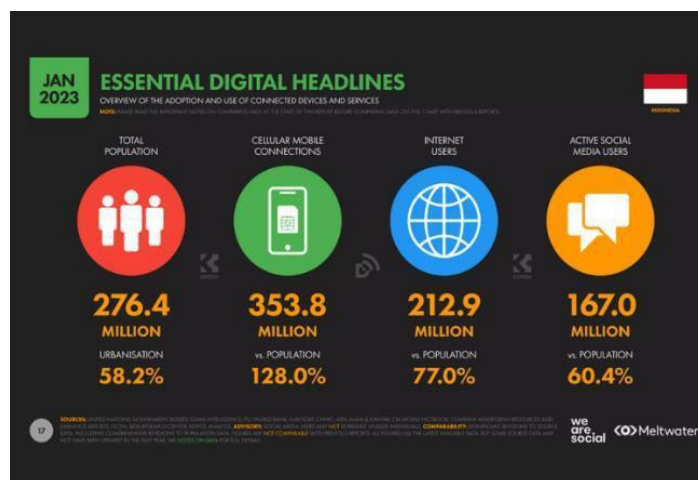
PENDAHULUAN

Dalam era perkembangan perekonomian global yang berlangsung dengan tingkat kecepatan yang luar biasa, kemajuan arus globalisasi dan perdagangan bebas, serta pesatnya perkembangan teknologi, telekomunikasi, dan informasi, telah mengubah lanskap transaksi barang dan jasa menjadi lebih beragam dan kompleks. Transformasi ini mencakup segala aspek produksi, baik yang berasal dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Progres ini telah menghadirkan berbagai fasilitas telekomunikasi modern dan produk-produk teknologi informasi canggih, yang secara sinergis mengintegrasikan seluruh media informasi, mengakibatkan kemudahan dalam aktivitas sehari-hari manusia. Dalam konteks komunikasi global yang semakin terhubung, internet telah meraih popularitas yang meluas dan menghasilkan efek "mengkerutkannya dunia" (*shrinking the world*), sekaligus mengaburkan batas-batas negara dan mempengaruhi kedaulatan serta tatanan sosial.

Menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), penetrasi penggunaan internet di Indonesia telah mencapai angka 78,19 persen pada tahun 2023. Ini berarti 215.626.156 individu dari total populasi 275.773.901 jiwa telah menggunakan internet. Ketua Umum APJII, Muhammad Arif, mengungkapkan bahwa angka ini mengalami peningkatan sebesar 1,17 persen dibandingkan dengan survei sebelumnya. Pertumbuhan ini, menurut Arif, masih dipengaruhi oleh pentingnya penggunaan internet sebagai kebutuhan masyarakat, terutama setelah merebaknya pandemi Covid-19 pada tahun 2020. Di samping itu, dia juga menyoroti bahwa meskipun pemerintah telah mengakhiri pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), banyak perusahaan masih menerapkan pola kerja dari rumah (*Work from Home/WFH*), sehingga tren bekerja secara online tetap menjadi pola dominan.

Lebih jauh, hasil survei tersebut juga mengungkapkan peningkatan tingkat penetrasi internet berdasarkan gender di Indonesia. Pada periode 2022-2023, angka penetrasi internet untuk laki-laki mencapai 79,32 persen dari total populasi laki-laki, sementara untuk perempuan mencapai 77,36 persen dari total populasi perempuan. Selain itu, survei APJII ini juga membandingkan penetrasi internet antara wilayah perkotaan dan daerah pedesaan atau terpencil. Hasilnya menunjukkan bahwa penetrasi internet di daerah perkotaan mencapai 77,36 persen dari total populasi kota, sementara di daerah pedesaan mencapai 79,79 persen dari total populasi penduduk pedesaan.

Tak hanya itu, hasil survei juga membedah tingkat penetrasi internet berdasarkan provinsi. Provinsi dengan tingkat penetrasi tertinggi di atas 80 persen adalah Banten dengan angka 89,10 persen, diikuti oleh DKI Jakarta dengan 86,96 persen. Selanjutnya, terdapat Jawa Barat dengan 82,73 persen, Kepulauan Bangka Belitung dengan 82,66 persen, Jawa Timur dengan 81,26 persen, Bali dengan 80,88 persen, Jambi dengan 80,48 persen, dan Sumatera Barat dengan 80,31 persen. Survei dilaksanakan pada rentang waktu 10 Januari hingga 27 Januari 2023, melibatkan responden sebanyak 8.510 orang, dan meliputi 38 provinsi di Indonesia.



Gambar 1. Jumlah pengguna internet di indonesia tahun 2023

Dalam era globalisasi ini, kemajuan teknologi telah mengubah lanskap kehidupan dengan cara yang cepat dan tak terbatas. Globalisasi mewakili sebuah transformasi di mana kendala-kendala perdagangan dan modal dihapuskan, memungkinkan pertumbuhan perdagangan dan modal yang merambah ke seluruh penjuru dunia.

Kemajuan teknologi telah menjadi pendorong utama pertumbuhan bisnis yang pesat. Informasi dapat diakses melalui koneksi jarak jauh, memungkinkan transaksi tanpa perlu tatap muka langsung. Hal ini terjadi berkat pemanfaatan peralatan komputer dan telekomunikasi. Perkembangan dalam teknologi informasi telah membentuk masyarakat global baru yang tidak lagi terhalang oleh batas-batas geografis. Internet dan teknologi informasi menjadi katalisator utama dalam perubahan ini, mengubah apa yang dulu jauh menjadi dekat, dan mengubah khayalan menjadi kenyataan. Perubahan ini memungkinkan efisiensi, efektivitas, dan mobilitas yang sebelumnya tak terbayangkan dalam berbagai aktivitas manusia.

Dalam konteks perdagangan global, transaksi elektronik telah menjadi bagian integral. *Electronic Commerce (E-commerce)* adalah salah satu contoh nyata kemajuan dalam teknologi informasi, di mana transaksi bisnis tidak lagi terbatas pada cara konvensional. Konsep transaksi melibatkan pembeli yang berinteraksi dengan sistem secara online melalui jaringan komputer. Dalam hal ini, pembeli berhubungan dan berkomunikasi dengan sistem yang mewakili penjual. Karena itu, keamanan transaksi menjadi elemen penting dalam *E-commerce*. Era Perdagangan Global saat ini ditandai oleh pertumbuhan *Digital Economy*, yang mencakup berbagai bentuk perdagangan elektronik seperti perdagangan eceran, pelelangan online, penawaran jasa, dan lain sebagainya. Bisnis tradisional telah beralih menjadi bisnis elektronik yang dikenal sebagai *Cyberstore*, *Virtual Store*, *Digital Market*, *Electronic Mall*, *Online Shop*, dan istilah sejenisnya. Pertumbuhan digital economy ini memiliki dampak kompleks terhadap ekonomi global, menghapus batasan-batasan geografis dalam perdagangan.

Pertumbuhan industri *E-commerce* di dalam negeri semakin pesat di tengah perlambatan ekonomi. Terutama di Indonesia, mayoritas pelaku *E-commerce* adalah Usaha Kecil Menengah (UKM). UKM memiliki reputasi sebagai bisnis yang tahan banting dalam situasi krisis ekonomi. Melalui platform *E-commerce*, potensi perekonomian Indonesia dapat terus ditingkatkan, mendukung visi Indonesia sebagai kekuatan ekonomi baru di dunia.

Ketua Umum idEA, Bima Laga, melaporkan pertumbuhan nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia tumbuh sebesar 18,77% secara tahunan, mencapai Rp 476,3 triliun pada akhir 2022. Pemerintah Indonesia memiliki ambisi untuk menjadikan Indonesia sebagai pusat *Digital Economy* terbesar di Asia Tenggara pada tahun 2020. Namun, saat ini masih banyak startup *E-commerce* dan bisnis digital yang menghadapi keterbatasan akses dan pendanaan untuk berkembang. Pemerintah berkomitmen untuk mendorong pertumbuhan *technopreneurs* baru dengan berkolaborasi dengan mentor-mentor terkemuka di bidang *technopreneurship*, membangun pusat data, *technopark*, serta menyediakan sumber pendanaan. Sementara itu, pelaku UKM diharapkan dapat mengembangkan bisnis mereka hingga mencapai tingkat usaha besar, bahkan ekspansi internasional. Tujuan dari artikel ini adalah untuk menganalisis apa saja tantangan hukum dalam membangun *E-commerce* di Indonesia dan peran pemerintah dalam mendukung pembangunan *E-commerce* di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Mengembangkan pendekatan pengumpulan data melalui sumber sekunder (Sugiyono, 2018), peningkatan dalam pengumpulan data telah menjadi suatu aspek penting dalam penelitian modern. Maka dari itu, pendekatan menggunakan data sekunder telah terus berkembang dan diperkaya. Pendekatan ini melibatkan analisis informasi yang telah ada sebelumnya, seperti literatur ilmiah, jurnal-jurnal terkini, buku-buku penelitian, laporan hasil riset, konten daring, serta artikel-artikel ilmiah yang terpublikasi di berbagai situs web terpercaya.

Metode pengumpulan data sekunder ini telah membuka peluang baru untuk memperdalam pemahaman dan interpretasi dalam berbagai bidang pengetahuan. Mengakses beragam sumber yang ada di internet, seperti database jurnal, repositori penelitian, dan perpustakaan digital, memungkinkan para peneliti untuk merangkai kerangka pemikiran yang kuat dan mendukung argumen dengan bukti-bukti yang lebih kaya. Selain itu, menggunakan data sekunder juga membawa potensi sinergi antara penelitian-penelitian yang sudah ada dengan upaya penelitian baru. Dengan merunut jejak penelitian terdahulu, para peneliti dapat mengidentifikasi kesenjangan pengetahuan yang masih perlu diisi dan mengarahkan riset mereka ke arah yang lebih relevan dan signifikan. Hal ini berkontribusi pada perkembangan kolaborasi antara peneliti serta mendorong pengembangan ilmu pengetahuan secara lebih efektif. Dalam era digital seperti saat ini, pengumpulan data sekunder juga menuntut kemampuan kritis dalam mengevaluasi kualitas dan keandalan sumber informasi. Dengan memastikan bahwa sumber-sumber yang digunakan terpercaya dan terverifikasi, integritas dan validitas penelitian tetap terjaga.

Secara keseluruhan, metode pengumpulan data sekunder telah mengalami perkembangan yang signifikan. Pendekatan ini tidak hanya mengoptimalkan pemanfaatan informasi yang telah ada, tetapi juga menghubungkan penelitian baru dengan warisan pengetahuan yang sudah ada. Dengan menggali potensi dari beragam sumber sekunder, peneliti dapat menghasilkan kontribusi yang lebih berharga dan berkelanjutan dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

E-commerce dapat didefinisikan sebagai sistem perdagangan atau perniagaan barang dan jasa yang menggunakan media elektronik. Konsep ini mencakup transaksi melalui internet, seperti

bisnis ke konsumen (B2C) dan bisnis antar perusahaan (B2B), serta perdagangan dengan pertukaran data terstruktur secara elektronik. Sebagaimana diutarakan oleh Onno W. Purbo dan Aang Wahyudi yang mengutip David Baum, *e-commerce* adalah kumpulan teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas melalui transaksi elektronik serta pertukaran elektronik barang, jasa, dan informasi.

1. Tantangan Hukum dalam Bisnis *E-commerce*

Bisnis *e-commerce* menghadapi sejumlah tantangan hukum yang perlu diperhatikan secara serius. Sebagai sistem perdagangan yang mengandalkan teknologi dan transaksi elektronik, ada beberapa aspek penting yang harus diperbarui dan dikembangkan untuk mengatasi tantangan ini:

a. Keamanan Data dan Privasi

Salah satu tantangan utama dalam *e-commerce* adalah keamanan data pribadi konsumen dan privasi. Penanganan data yang kurang aman dapat mengakibatkan pelanggaran privasi dan pencurian identitas. Oleh karena itu, peraturan yang jelas dan ketat tentang perlindungan data dan privasi harus ditegakkan untuk memastikan bahwa informasi sensitif konsumen tidak disalahgunakan.

b. Keaslian Transaksi

Dalam lingkungan *e-commerce*, perlu ada tindakan konkret untuk memastikan keaslian transaksi dan mencegah penipuan online. Sistem keamanan yang canggih, seperti otentikasi dua faktor, serta penggunaan teknologi blockchain untuk jejak transaksi, dapat membantu mengurangi risiko penipuan.

c. Pengaturan Perdagangan Elektronik

Hukum yang mengatur perdagangan elektronik perlu terus diperbarui sesuai dengan perkembangan teknologi dan model bisnis baru. Pengaturan ini harus mencakup aspek-aspek seperti keabsahan kontrak online, perlindungan konsumen, dan tanggung jawab hukum platform *e-commerce* terhadap transaksi yang terjadi di dalamnya.

d. Pajak dan Kepatuhan Fiskal

Masalah pajak dalam *e-commerce* menjadi rumit karena transaksi dapat melintasi batas-batas negara tanpa terdeteksi dengan mudah. Diperlukan kerja sama internasional dan peraturan yang jelas untuk mengatasi isu ini dan memastikan pelaku usaha *e-commerce* mematuhi kewajiban pajak.

e. Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual

E-commerce memudahkan penyebaran produk digital dan konten. Oleh karena itu, perlindungan hak cipta, merek dagang, dan paten dalam lingkungan digital harus diperkuat untuk mencegah pelanggaran hak kekayaan intelektual.

E-commerce dapat digolongkan berdasarkan sifat transaksi yang terjadi. Beberapa jenis *e-commerce* yang umum meliputi:

a. *Business to Business (B2B)*

Melibatkan transaksi elektronik antara perusahaan. Contohnya adalah platform seperti *bizzy.co.id* dan *ralali.com*.

b. Business to Consumer (B2C)

Melibatkan penjualan langsung antara perusahaan dan konsumen akhir. Contoh model ini termasuk Berrybenka, Bhinneka, dan Tiket.com.

c. Consumer to Consumer (C2C)

Transaksi antara konsumen. Umumnya, transaksi ini dilakukan melalui platform pihak ketiga. Tokopedia, Bukalapak, dan Elevania adalah contoh *e-commerce* C2C.

d. Consumer to Business (C2B)

Individu berinteraksi atau bertransaksi dengan perusahaan. Contoh *e-commerce* model ini termasuk priceline.com.

e. Business-to-Administration (B2A)

Melibatkan transaksi antara perusahaan dan administrasi publik pemerintah. Contoh B2A adalah layanan di bidang fiskal, jaminan sosial, dan administrasi publik lainnya, seperti www.bpjs-online.com.

Dalam menghadapi tantangan hukum dan teknologi, *e-commerce* harus terus mengembangkan kerangka kerja hukum yang sesuai dan mematuhi standar keamanan serta privasi yang tinggi. Perkembangan *e-commerce* yang berkelanjutan akan mendorong perlunya kerja sama antara pemerintah, pelaku usaha, dan pakar hukum guna memastikan lingkungan bisnis yang adil dan inovatif di era digital.

Era digital telah memberikan dorongan signifikan terhadap pertumbuhan dan implementasi *e-commerce*. Menurut penelitian oleh Desruelle dan Burgelman (2001), ada beberapa faktor yang menjadi pendorong utama bagi perkembangan *e-commerce*, di antaranya:

a. Globalisasi dan Liberalisasi Perdagangan

Proses globalisasi dan liberalisasi perdagangan telah merubah lanskap bisnis secara keseluruhan. *E-commerce* memungkinkan perusahaan untuk beroperasi di pasar global dengan lebih mudah dan efisien.

b. Kompetisi yang Semakin Tajam

Perkembangan teknologi dan konektivitas telah meningkatkan tingkat kompetisi di berbagai sektor. *E-commerce* memungkinkan perusahaan untuk mencapai lebih banyak konsumen dan bersaing secara efektif dengan kompetitor, baik lokal maupun internasional.

c. Perkembangan Teknologi

Inovasi teknologi terus mendorong pertumbuhan *e-commerce*. Kemajuan dalam pembayaran online, antarmuka pengguna yang lebih baik, dan solusi keamanan yang lebih canggih telah memperkuat ekosistem *e-commerce*.

d. Pengurangan Keterbatasan Fisik

E-commerce menghilangkan batasan geografis dan fisik dalam perdagangan. Pelanggan dapat melakukan pembelian dari mana saja dan produk dapat diantarkan dengan cepat ke berbagai lokasi.

e. Publisitas

Dalam era digital, pemasaran online memiliki potensi besar untuk mencapai audiens yang lebih luas. *E-commerce* memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan media sosial, iklan berbayar, dan strategi pemasaran online lainnya.

Meskipun *e-commerce* menawarkan banyak manfaat, terdapat pula tantangan yang perlu diatasi. Salah satu ancaman utama adalah potensi risiko terhadap aset berharga. Dalam ranah hukum, kegiatan di ruang siber memerlukan pendekatan yang berbeda karena sifatnya yang virtual namun memiliki dampak nyata. Oleh karena itu, peran negara dan regulasi hukum menjadi penting untuk melindungi warganya dan memastikan kepastian hukum dalam transaksi *e-commerce*.

Dari segi hukum, transaksi perdagangan dalam *e-commerce* belum sepenuhnya diatur oleh hukum konvensional. Meskipun Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPdt) mengatur transaksi jual beli konvensional, perlu regulasi yang lebih khusus untuk transaksi di ruang siber. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) telah mengatur pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi secara umum.

Namun, tantangan hukum di dunia *e-commerce* juga telah muncul dan akan terus berkembang, yang perlu dipahami oleh para pelaku bisnis. Beberapa tantangan tersebut adalah:

a. Badan Hukum *E-commerce* di Indonesia

Mempertimbangkan memiliki badan hukum dalam bisnis *e-commerce* sangat penting. Hal ini memberikan identitas yang jelas dan membantu mengatasi masalah hukum. Pilihan bentuk badan hukum seperti *Commanditaire Vennootschap (CV)* atau Perseroan Terbatas (PT) bisa mendukung perkembangan bisnis.

b. Perizinan

Proses perizinan seringkali rumit dan menghambat pelaku usaha. Mendirikan *bisnis e-commerce* memerlukan izin seperti Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP). Perbaikan dalam sistem layanan perizinan diperlukan untuk mendorong pertumbuhan *e-commerce*.

c. Aspek Legalitas

Legalitas adalah hal penting dalam *e-commerce*. Diperlukan regulasi yang mengatur operasi *e-commerce* agar sesuai dengan hukum dan aturan yang berlaku. Ini meliputi aspek teknologi, tata niaga, dan komunikasi yang harus diselaraskan secara holistik.

d. Perlindungan Hukum

Kebijakan *Safe Harbor Policy* yang dikeluarkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika dapat memberikan perlindungan terhadap pemilik dan pengguna *platform e-commerce* dari tuntutan hukum. Ini mengatur tanggung jawab dan perlindungan atas produk yang dijual melalui *platform e-commerce*.

Dalam menghadapi tantangan-tantangan tersebut, pelaku bisnis *e-commerce* perlu memiliki pemahaman yang kuat terkait regulasi, perizinan, dan perlindungan hukum. Dengan demikian, ekosistem *e-commerce* dapat tumbuh dengan berkelanjutan sambil tetap mematuhi hukum yang berlaku.

2. Peran pemerintah dalam mendukung pembangunan *e-commerce* di Indonesia

Teknologi internet yang pada awal diciptakannya hanya untuk mempublikasikan informasi kemudian pada saat ini telah banyak berubah menjadi lebih interaktif, yang dapat menciptakan proses timbal balik dan menjadi sarana untuk bertransaksi. Demikian pula dengan mekanisme transaksi dan pembayarannya serta pengirimannya. Transaksi perdagangannya kini telah mengarah menjadi *one-stop shopping*, dimana kesepakatan transaksi adalah mencakup kesepakatan atas barang atau jasa, pembayaran dan pengirimannya, sehingga keseluruhannya mencakup arus informasi, arus uang dan arus barang.

Prinsip dari kebijakan perdagangan secara elektronik, yakni pada dasarnya diarahkan kepada amanat pemberian perlindungan hukum kepada kepentingan pengguna atau konsumen (*user's centric*). Hal tersebut diturunkan sebagai prinsip-prinsip hukum atau setidaknya-tidaknya beberapa hal penting yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha penyelenggara perdagangan secara elektronik, antara lain :

- a. Perdagangan harus dibangun atas dasar itikad baik dan menghargai asas keterpercayaan terhadap akuntabilitas sistem elektronik yang baik
- b. Perdagangan secara elektronik harus efisien dan efektif sehingga kendala biaya ekonomi tinggi harus ditiadakan
- c. Perdagangan diharapkan dapat menumbuhkan iklim persaingan usaha yang sehat, dan
- d. Perdagangan diharapkan dapat memberikan kemudahan dan melindungi.

Dari kerangka kebijakan umum tersebut, maka diperlukan upaya melakukan perbaikan sistem hukum nasional dan pembangunan aturan hukum baru dalam rangka mengawal perkembangan perdagangan elektronik yang semakin meningkat. Sesuai dengan dinamika perkembangan telematika, maka kebijakan *e-commerce* tidak dapat dilepaskan dari kebijakan dan regulasi terhadap sumber daya komunikasi dan infrastruktur jaringan telekomunikasi.

Berdasarkan hal di atas, maka perlu ada koordinasi kewenangan antara instansi pembina dan pengawas dari jaringan yakni Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) dengan instansi pembina dan pengawas dari tata niaga perdagangan, yakni Kementerian Perdagangan. Kemkominfo bertanggung jawab terhadap setiap aspek engineering process, sementara Kementerian Perdagangan bertanggung jawab terhadap setiap aspek business process. Pada sisi teknis, setiap penyelenggaraan sistem elektronik harus memenuhi kelaikan atau akuntabilitas sistem elektronik sesuai standar teknis, sementara pada sisi bisnis setiap penyelenggaraan sistem perdagangan harus memenuhi standar perdagangan.

Perkembangan perdagangan elektronik telah menjadi tonggak penting dalam transformasi ekonomi global. Di Indonesia, langkah-langkah strategis telah diambil untuk memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan dalam perdagangan elektronik melalui sinergi antara berbagai kementerian. Salah satu langkah penting adalah koordinasi di antara kementerian-kementerian terkait, menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pelaku usaha dalam industri *e-commerce*.

Dalam hal ini, proses pendaftaran dan regulasi bagi perusahaan *e-commerce* memiliki peran sentral. Sebagai contoh, untuk mendapatkan izin usaha, sebuah perusahaan *e-commerce* harus mengikuti proses pendaftaran pada sistem elektronik yang telah ditetapkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika, sesuai dengan Peraturan Menteri Nomor 36 Tahun 2014 tentang Tata Cara Pendaftaran Penyelenggaraan Sistem Elektronik. Proses ini melibatkan beberapa

tahap penting, yakni:

- a. Pengisian formulir pengajuan pendaftaran sebagai Penyelenggara Sistem Elektronik.
- b. Pengumpulan dokumen pendukung seperti profil usaha, dokumen perizinan, dan informasi domain.
- c. Penyediaan data teknis yang meliputi perangkat keras, perangkat lunak, tenaga ahli, serta lingkup pelayanan yang akan diberikan.
- d. Informasi pendaftaran akan dipublikasikan pada situs web Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Dalam penjabaran di atas, tujuan utama adalah melindungi kepentingan publik dan memastikan bahwa perdagangan elektronik dijalankan melalui sistem yang akuntabel serta bertanggung jawab.

Pemerintah memiliki visi yang ambisius untuk menjadikan Indonesia sebagai pemimpin dalam ekonomi digital di Asia Tenggara. Dukungan terhadap konektivitas internet dan adopsi ponsel pintar (*smartphone*) di Indonesia menciptakan landasan yang kuat untuk perkembangan perdagangan elektronik. Sebagai tonggak penting, pada tahun 2017, diterbitkan Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2017 tentang Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (Road Map Ecommerce) Tahun 2017-2019. Peta jalan ini bertujuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang efisien serta konektivitas global, sambil merangsang inovasi dan kreativitas di kalangan generasi muda.

Dalam peta jalan ini, terdapat delapan aspek regulasi yang diatur, yakni:

- a. Pendanaan (*Funding*)

Mencakup akses modal bagi perusahaan start-up dan berkembang. Dukungan modal ini dapat berasal dari berbagai sumber, termasuk Kredit Usaha Rakyat (KUR), hibah untuk inkubator bisnis, Dana *Universal Service Obligation (USO)*, serta modal dari investor swasta.

- b. Perpajakan

Memastikan penerapan pajak yang adil bagi pelaku usaha *e-commerce*, termasuk upaya penyederhanaan kewajiban perpajakan dan proses pendaftaran.

- c. Perlindungan Konsumen

Membangun kepercayaan konsumen melalui regulasi yang melindungi hak-hak mereka serta mempermudah proses pendaftaran dan perizinan bagi pelaku *e-commerce*.

- d. Pembayaran Elektronik

Mengembangkan sistem pembayaran perdagangan dan pembelian barang/jasa pemerintah melalui *e-commerce* dengan memperkuat national payment gateway.

- e. Pendidikan dan Pengembangan SDM di Industri *E-commerce*:

Pengembangan ekosistem *e-commerce* dimulai dengan penguatan pendidikan dan sumber daya manusia yang terlibat di dalamnya. Langkah-langkah yang diperlukan mencakup:

1) Peningkatan Kesadaran

Mendorong kesadaran tentang pentingnya etika dan prinsip dalam *e-commerce* di seluruh lapisan ekosistem.

2) Edukasi Kebijakan

Menyelenggarakan program edukasi khusus untuk para pembuat kebijakan dengan penekanan pada peran masing-masing pemangku kepentingan.

3) Dukungan untuk *Start-up*

Menyediakan program inkubator nasional yang mendukung pertumbuhan start-up dengan memberikan bantuan pada tahap awal perkembangan bisnis.

4) Kurikulum *E-commerce*

Memasukkan kurikulum e-commerce dalam pendidikan formal untuk membekali generasi mendatang dengan pengetahuan yang relevan.

5) Fasilitator Edukasi *E-commerce*

Mendorong pengembangan fasilitator khusus yang dapat menyediakan pelatihan dan dukungan dalam bidang *e-commerce*.

f. Infrastruktur Komunikasi dan Teknologi:

Infrastruktur komunikasi yang kuat adalah tulang punggung bagi pertumbuhan industri *e-commerce*. Ini dapat dicapai melalui:

1) Ekspansi Jaringan *Broadband*

Melakukan perluasan jaringan broadband di seluruh negara untuk mendukung konektivitas yang lebih baik.

2) Peningkatan Kecepatan

Meningkatkan kecepatan dan kualitas jaringan untuk memfasilitasi transaksi dan interaksi yang lancar di platform *e-commerce*.

g. Transformasi Logistik:

Transformasi logistik menjadi lebih efisien dan terintegrasi adalah faktor penting dalam memajukan industri *e-commerce*:

1) Sislognas

Memanfaatkan Sistem Logistik Nasional (Sislognas) untuk meningkatkan efisiensi distribusi barang.

2) Penguatan Penyedia Jasa Logistik

Meningkatkan kapasitas penyedia jasa logistik lokal dan nasional untuk mendukung pengiriman yang andal.

3) Dukungan Logistik UMKM

Mengembangkan model alih daya logistik bagi UMKM agar mereka dapat fokus pada inti bisnis.

4) Logistik Desa ke Kota

Memperkuat sistem logistik dari tingkat desa ke kota untuk mendukung inklusi lebih luas dari berbagai daerah.

h. Keamanan Siber dalam *E-commerce*:

Melindungi data dan transaksi pelanggan adalah hal yang krusial dalam *e-commerce*:

1) Peningkatan Kesadaran Masyarakat

Mengedukasi masyarakat tentang risiko kejahatan siber dan bagaimana melindungi diri saat bertransaksi online.

2) Model Pengawasan Nasional

Mengembangkan model sistem pengawasan nasional yang efektif untuk melacak dan mengatasi potensi ancaman keamanan siber dalam transaksi *e-commerce*.

i. Manajemen Pelaksana dan Pengawasan:

1) Untuk memastikan kesuksesan implementasi strategi *e-commerce*, penting untuk memiliki manajemen pelaksana yang kuat

2) Pembentukan Manajemen Pelaksana, mendirikan badan yang bertanggung jawab atas pengawasan dan evaluasi implementasi langkah-langkah dalam peta jalan *e-commerce*.

Mengacu pada Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, peraturan *e-commerce* perlu diatur untuk memberikan panduan dan perlindungan kepada semua pihak yang terlibat dalam transaksi elektronik. Pemerintah sebagai regulator harus mengembangkan kebijakan dan regulasi yang mendukung pelaksanaan transaksi elektronik, mencakup dalam mengembangkan kebijakan yang merangkul inovasi dan memudahkan perkembangan *e-commerce* tanpa mengabaikan keamanan dan perlindungan konsumen. Dan menyusun regulasi yang jelas dan komprehensif mengenai transaksi *e-commerce*, perlindungan konsumen, dan hak-hak pedagang.

Dengan menerapkan strategi-strategi di atas, Indonesia dapat mengembangkan ekosistem *e-commerce* yang tangguh, inklusif, dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi negara.

Dalam rangka menciptakan iklim yang kondusif bagi perkembangan *e-commerce* di Indonesia, pemerintah telah mengambil langkah-langkah penting dengan menetapkan berbagai undang-undang dan peraturan yang mendukung transaksi elektronik. Beberapa peraturan dan kebijakan yang relevan adalah sebagai berikut:

1. Undang-Undang Republik Indonesia No. 11 Tahun 2008 (UU ITE) dan Perubahan UU ITE No. 19 Tahun 2016

UU ITE merupakan dasar hukum yang mengatur berbagai aspek transaksi elektronik dan teknologi informasi. UU ini memiliki cakupan yang luas dan berlaku bagi semua individu yang melakukan transaksi elektronik baik di dalam maupun di luar wilayah hukum Indonesia yang berdampak pada kepentingan Indonesia. UU ITE memberikan landasan untuk memberikan kepastian hukum dalam melaksanakan transaksi elektronik.

2. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PSTE)

Peraturan ini lebih mendetail mengatur tentang penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik. PSTE memberikan panduan lebih rinci tentang berbagai hal teknis terkait transaksi elektronik, meliputi pengamanan data, perlindungan konsumen, dan tata cara penyelenggaraan transaksi elektronik.

3. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2016 Tentang Perdagangan

UU Perdagangan memiliki peran penting dalam mengatur aspek perdagangan dalam *e-commerce*. Ini mencakup hal-hal seperti perlindungan konsumen, transaksi elektronik, dan tata cara perdagangan secara umum. Undang-undang ini memastikan bahwa transaksi perdagangan dalam *e-commerce* dilakukan dengan standar etika dan perlindungan yang memadai bagi semua pihak yang terlibat.

4. Peraturan Bank Indonesia No. 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik

Peraturan ini mengatur tentang penggunaan uang elektronik, termasuk batasan nilai, prosedur penerbitan, dan penggunaan uang elektronik. Uang elektronik harus memenuhi standar keamanan dan regulasi yang ditetapkan oleh Bank Indonesia. Peraturan ini memberikan dasar bagi penggunaan uang elektronik dalam transaksi *e-commerce*.

5. Pengaturan Nilai dan Transaksi Uang Elektronik

Regulasi ini merinci nilai uang elektronik yang dapat disimpan dalam media uang elektronik, termasuk nilai maksimal untuk jenis unregistered dan registered. Batas nilai transaksi bulanan juga ditetapkan untuk menjaga penggunaan uang elektronik dalam jumlah yang wajar. Selain itu, peraturan ini menegaskan penggunaan mata uang rupiah dalam uang elektronik yang diterbitkan di wilayah Indonesia.

Ketika pemerintah menyusun kebijakan dan regulasi ini, tujuan utamanya adalah untuk menciptakan lingkungan yang aman dan terpercaya bagi transaksi *e-commerce*. Regulasi ini memberikan perlindungan kepada konsumen, mengatur aspek keuangan seperti penggunaan uang elektronik, dan menjamin kualitas transaksi serta kepastian hukum bagi semua pihak yang terlibat.

Dengan adanya kerangka hukum yang jelas dan tegas seperti yang diatur dalam berbagai undang-undang dan peraturan di atas, pemerintah Indonesia bertujuan untuk mendorong pertumbuhan *e-commerce* yang berkelanjutan, menjaga keamanan transaksi, dan membangun kepercayaan di antara para pelaku bisnis dan konsumen.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Pemanfaatan kemajuan teknologi informasi dalam sektor ekonomi telah mengakibatkan transformasi besar dalam aktivitas perdagangan saat ini. Model perdagangan yang sebelumnya bersifat tradisional, dimana interaksi antara penjual dan pembeli terjadi secara langsung, telah berubah menjadi perdagangan berbasis elektronik. Dalam model ini, penjual dan pembeli dapat bertransaksi melalui platform *e-commerce* tanpa perlu bertemu secara fisik. Perdagangan elektronik saat ini dan di masa depan memiliki potensi pangsa pasar yang signifikan, dan mampu menjadi komponen krusial dalam perekonomian nasional. Statistik perkembangan *e-commerce* menunjukkan peningkatan yang konsisten setiap tahunnya, bahkan telah merambah ke sektor usaha kecil dan menengah.

Bagi pelaku bisnis konvensional dan para pemula yang tertarik untuk terlibat dalam *e-commerce*, terdapat beberapa tantangan hukum yang perlu dipahami, seperti:

1. Menentukan Bentuk Badan Hukum dalam Bisnis E-commerce.
2. Memperoleh Perijinan dan Dokumen Legal dalam Pendirian Bisnis *E-commerce*.
3. Memahami dan Mengimplementasikan Aspek Legal dari Awal hingga Akhir Transaksi, termasuk Aspek Perlindungan Hukum dalam Semua Tahapan Transaksi.
4. Memahami Secara Mendalam Bentuk Perlindungan Hukum Bagi Semua Pihak dalam Komunitas Bisnis *E-commerce*.

Untuk memaksimalkan potensi ekonomi yang muncul dari perkembangan berbasis elektronik ini, pemerintah memiliki peran penting dalam merancang perbaikan sistem hukum nasional yang sesuai dengan perubahan dinamis dalam teknologi informasi. Langkah ini tak terlepas dari pengembangan regulasi dan kebijakan terhadap infrastruktur komunikasi dan jaringan telekomunikasi. Pengaturan hukum mengenai *e-commerce* harus sejalan dengan peraturan yang berlaku mengenai Hak Kekayaan Intelektual di Indonesia, terutama karena keterkaitan erat antara *e-commerce* dengan hak cipta, paten, dan merek.

Selain itu, peran pemerintah juga sangat diperlukan dalam mendukung percepatan pertumbuhan sistem perdagangan berbasis elektronik, pengembangan usaha pemula (start-up), pengembangan usaha yang ada, dan percepatan dalam sektor logistik. Dalam upaya ini, pemerintah telah mengadopsi Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik yang komprehensif, meliputi aspek pendanaan, perpajakan, perlindungan konsumen, pendidikan dan sumber daya manusia, infrastruktur jaringan komunikasi, logistik, keamanan siber, dan manajemen implementasi dari peta jalan *e-commerce*.

Saran

Bagi pelaku perdagangan tradisional dan pelaku usaha pemula harus dapat menggunakan perdagangan elektronik (*e-commerce*) untuk melihat potensi dan peluang bisnis yang ditimbulkan oleh perkembangan teknologi informasi. Penting bagi mereka untuk mengetahui dan memahami berbagai masalah yang terkait dengan tantangan hukum saat mendirikan bisnis perdagangan elektronik untuk meminimalkan kemungkinan masalah hukum di masa depan.

Pemerintah perlu memperkuat koordinasi antar instansi/instansi yang bertanggung jawab langsung dalam mensosialisasikan peraturan *e-commerce* yaitu Kementerian Komunikasi dan

Informatika, Kementerian Perdagangan, Kementerian Keuangan dan Otoritas Jasa Keuangan sebagai bahan kebijakan penetapan *e-commerce* peraturan dan merumuskan peraturan *e-commerce*. Dalam penyusunan regulasi tersebut, pemerintah harus melibatkan banyak pihak seperti konsultan (pakar) teknologi informasi dan asosiasi pemerhati *e-commerce*.

Perlu optimalisasi koordinasi dan sinergi antar pemangku kepentingan, sesuai dengan kewenangan dan kemampuan masing-masing instansi, guna mensukseskan roadmap yang dikeluarkan pemerintah untuk mendukung munculnya pemain komersial baru di industri elektronika. sektor komersial. Agar informasi dan komunikasi dapat diakses oleh semua lapisan masyarakat, untuk mendukung era perdagangan online, dan untuk mendukung potensi bisnis lingkungan usaha kecil dan menengah baik di perkotaan maupun di pedesaan, pemerintah perlu membangun jaringan internet. jaringan koneksi yang dapat menjangkau seluruh lokasi di Indonesia dengan biaya rendah.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad Sanusi. (2010). Efektivitas UU ITE dalam Pengaturan Perdagangan Elektronik (E-Commerce). *Jurnal Hukum Bisnis*, 29 (1).
- Edmon Makarim. (2004). Kerangka Kebijakan Dan Reformasi Hukum Untuk Kelancaran Perdagangan Secara Elektronik (*E-Commerce*) Di Indonesia. *Jurnal Hukum dan Pembangunan* Vol. 44 No 3. Universitas Indonesia.
- Joko Susanto. (2000). Kajian Teoritik Tentang Pengaruh Globalisasi Terhadap Proses Demokratisasi, Masyarakat, Kebudayaan dan Politik, Th XIII, No 2.
- Peraturan Pemerintah Nomor 82 tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Jakarta Indonesia.
- Peraturan Bank Indonesia No.11/12/ PBI/2009 tentang Uang Elektronik (Electronic Money). Jakarta Indonesia. Peraturan Menteri 2014. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 36 tahun 2014 tentang Tata Cara Pendaftaran Penyelenggara Sistem Elektronik. Jakarta.
- Peraturan Presiden 2017. Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2017 tentang Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (Road Map e- Commerce) Tahun 2017-2019. Jakarta Indonesia. Peraturan Bank Indonesia 2009.
- Purbo, Onno W. (2000). *Mengenal E-Commerce*, Jakarta: PT.Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2016 Tentang Batasan Tanggung Jawab Penyedia Platform dan Pedagang (Merchant) Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang berbentuk User Generated Content 20.
- Suyanto, M. (2003). *E-Commerce* Perusahaan Top Dunia. Yogyakarta: Andi.
- Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik. Jakarta Indonesia,
- Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Jakarta

Indonesia, Peraturan Pemerintah 2012.

Undang Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Jakarta Indonesia,

Ustadiyanto, Riyeke. (2002). *Framework e-Commerce*. Yogyakarta: Andi.

