

**PENERAPAN REGULASI E-COMMERCE TERHADAP PELAKU USAHA
DI INDONESIA**

Resdianto Willem¹, Abdul Kadir Rajab²
Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong
*Korespondensi : resdianto_willem@yahoo.com

Abstract

Indonesia is experiencing significant growth in the online market. Currently, the percentage of e-commerce transactions has reached a high of around 46% and is expected to reach US\$ 81 billion by 2025. The number of online shoppers in Indonesia is expected to increase to 65 million by 2022, whereas in 2017 it was only 20 million. Referring to this data, Indonesia is one of the largest online markets in the world. According to data from Rully R. Ramli, the transaction value in 2024 will reach 945 trillion. This provides an opportunity for businesses to develop their business through the cyberspace platform. It can also come and penetrate the market through other countries' jurisdictions easily. The conclusion of this discussion is to improve coordination between agencies/institutions that directly have a role in issuing e-commerce regulations, namely the Ministry of Communication and Information, the Ministry of Trade, the Ministry of Finance and the Financial Services Authority as materials for policy making and the formation of e-commerce regulations.

Keywords: Consumer, Regulation, Electronic Transaction

Abstrak

Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan di pasar online. Saat ini, persentase transaksi e-commerce telah mencapai angka tertinggi Resdianto Willem yaitu sekitar 46% dan diperkirakan mencapai US\$ 81 miliar pada tahun 2025. Jumlah pembelanja online di Indonesia diperkirakan akan meningkat menjadi 65 juta pada tahun 2022, sedangkan pada tahun 2017 hanya 20 juta. Mengacu pada data tersebut, Indonesia merupakan salah satu pasar online terbesar di dunia. Menurut data Rully R. Ramli, nilai transaksi pada 2024 mencapai 945 trilyun. Hal ini memberikan peluang bagi para pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya melalui platform dunia maya tersebut. Ia juga dapat datang dan menembus pasar melalui yurisdiksi negara lain dengan mudah. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian normative dengan menggunakan pendekatan konsetual dan pendekatan perundang undangan. Kesimpulan dari pembahasan ini adalah meningkatkan koordinasi antara instansi/lembaga yang secara langsung memiliki peran dalam mengeluarkan regulasi e-commerce yaitu Kementerian Komunikasi dan Informatika, Kementerian Perdagangan, Kementerian Keuangan dan Otoritas Jasa Keuangan sebagai bahan pengambilan kebijakan dan pembentukan regulasi e-commerce.

Kata Kunci: Konsumen, Regulasi, Transaksi Elektronik

PENDAHULUAN

Dalam era digitalisasi saat ini, E-commerce telah menjadi bagian integral dari kehidupan

Resdianto Willem, Abdul Kadir Rajab

ekonomi masyarakat Indonesia. Pertumbuhan pesat industri E-commerce menghadirkan sejumlah permasalahan hukum yang perlu dipahami secara mendalam. Perkembangan bisnis digital dalam bentuk e-commerce beberapa tahun terakhir mengalami peningkatan yang pesat. Hal ini menjadikan e-commerce sebagai salah satu bisnis dengan prospek yang sangat baik dalam dunia perdagangan. Indonesia sendiri merupakan pasar potensial bagi bisnis e-commerce, dengan jumlah pengguna internet ditahun 2024 yang mencapai hampir 65 juta orang. Dari jumlah tersebut, sekitar 2,64 miliar orang di dunia menggunakan internet untuk bertransaksi.

Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan di pasar online. Saat ini, persentase transaksi e-commerce telah mencapai angka tertinggi yaitu sekitar 46% dan diperkirakan mencapai US\$ 81 miliar pada tahun 2025. Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), Penetrasi internet di Indonesia pada tahun 2021-2022 mencapai 77,02%.² Dengan kata lain, sekitar 210 juta masyarakat Indonesia menggunakan Internet dalam berbagai aktivitas sehari-hari. Jumlah ini cukup besar untuk memasarkan produk dan layanan melalui platform ini. Jumlah pembelanja online di Indonesia diperkirakan akan meningkat menjadi 65 juta pada tahun 2024, sedangkan pada tahun 2017 hanya 20 juta.³ Mengacu pada data tersebut, Indonesia merupakan salah satu pasar online terbesar di dunia. Menurut data Rully R. Ramli, nilai transaksi pada Februari 2022 mencapai 30,8 triliun. Hal ini memberikan peluang bagi para pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya melalui platform dunia maya tersebut. Ia juga dapat datang dan menembus pasar melalui yurisdiksi negara lain dengan mudah.

Jumlah pembelanja online di Indonesia diperkirakan akan meningkat menjadi 65 juta pada tahun 2022, sedangkan pada tahun 2017 hanya 20 juta. Mengacu pada data tersebut, Indonesia merupakan salah satu pasar online terbesar di dunia. Menurut data Rully R. Ramli, nilai transaksi pada 2024 mencapai 945 trilyun. Hal ini memberikan peluang bagi para pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya melalui platform dunia maya tersebut. Ia juga dapat datang dan menembus pasar melalui yurisdiksi negara lain dengan mudah.

Di bidang penjualan produk dan jasa misalnya, bermunculan pelaku bisnis e-commerce seperti Lazada, Blibli, Tokopedia, Traveloka, Gojek, dan lain-lain. Di sektor perjalanan online, keberadaan layanan transportasi online seperti Gojek dan Grab mendukung Indonesia menjadi pasar perjalanan online terbesar di Asia Tenggara. Pertumbuhan perjalanan online di dalam Indonesia adalah diperkirakan ke meningkatkan di dalam 2025. Hal ini menunjukkan bahwa e-commerce mampu mendorong perekonomian Indonesia, Dan adalah mampu ke membuat peluang untuk bisnis baru.

Berbagai peluang dan fasilitas yang ditawarkan dalam platform e-commerce, tentunya memiliki potensi permasalahan hukum. Banyak tantangan hukum yang menjadi ciri kegiatan ini dari menggunakan Informasi Dan Teknologi Komunikasi (TIK) dalam e-commerce. Berbagai tantangan terhadap kejahatan dunia maya kerap terjadi, bahkan menurut survei pencurian identitas yang dilakukan oleh Komisi Perdagangan Federal, “ada banyak korban pencurian identitas, namun korban tidak peduli, bagaimana itu pencurian terjadi” (Rasha, 2017). Fakta tersebut diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Labong (2019) yang menyatakan: “Permasalahan menjadi semakin sulit karena korban sering tidak menyadari bahwa mereka telah menjadi korban berbulan-bulan, atau bahkan bertahun-tahun setelah kejahatan dilakukan”.

Kasus yang terjadi pada tahun 2020 berdasarkan laporan cnnindonesia.com bahwa 91 juta data pengguna Tokopedia diduga dibocorkan, artinya ada percobaan mencuri data pelanggan

Tokopedia. Dalam beberapa penelitian, issue tentang perlindungan data telah menjadi perhatian dunia. Dalam penelitian terkait peraturan perlindungan data di India, Singh (2013) menyimpulkan bahwa “Jelas bahwa India memiliki keterbatasan tertentu di dalam hal perlindungan data pribadi dan terbatasnya kerangka hukum. Dalam hal ini tanggung jawab pelaku usaha e-commerce dalam perlindungan konsumen menjadi sangat penting. Hal ini dapat diterapkan pada perusahaan e-commerce baik di dalam negeri maupun di luar negeri sehingga perusahaan e-commerce wajib memenuhi hak-hak konsumen sebagaimana diatur dalam UU No. 8 dari 1999 tentang Perlindungan Konsumen. (Nandayani,2020). Amerika Serikat memiliki peraturan khusus terkait perlindungan terhadap spyware kejahatan yang diatur di dalam “spyware Act”.

Di Indonesia, E-commerce diatur oleh sejumlah peraturan perundang-undangan yang meliputi berbagai aspek, mulai dari perlindungan konsumen hingga ketentuan perpajakan. Berikut ini adalah kerangka hukum yang mengatur E-commerce di Indonesia:

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE): UU ini merupakan landasan utama yang mengatur transaksi elektronik, termasuk E-commerce. UU ITE mengatur berbagai aspek seperti keabsahan dokumen elektronik, tanda tangan elektronik, serta tanggung jawab penyedia jasa layanan dalam transaksi elektronik.
2. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Peraturan Pemerintah E-commerce): Peraturan ini mengatur berbagai aspek praktis E-commerce, termasuk persyaratan pendirian usaha E-commerce, perlindungan konsumen, penggunaan dana elektronik, dan penyelesaian sengketa.
3. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Peraturan Menteri E-commerce): Peraturan ini memberikan pedoman teknis terkait dengan operasional E-commerce, termasuk persyaratan izin, klasifikasi barang, pengelolaan data konsumen, dan mekanisme penyelesaian sengketa.
4. Peraturan Menteri Keuangan Nomor 50/PMK.03/2021 tentang Tata Cara Penerimaan, Penyetoran, dan Penatausahaan Penerimaan Negara Bukan Pajak dari Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Peraturan Menteri E-commerce): Peraturan ini mengatur aspek perpajakan dalam transaksi E-commerce, termasuk kewajiban pemungutan, penyetoran, dan pelaporan pajak atas transaksi E-commerce.
5. Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Penyelenggaraan Uang Elektronik: Peraturan ini mengatur penggunaan uang elektronik dalam transaksi E-commerce, termasuk kewajiban penyelenggara uang elektronik dalam memberikan perlindungan terhadap dana elektronik pengguna.
6. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen):

Meskipun bukan secara khusus mengatur E-commerce, UU Perlindungan Konsumen memberikan dasar perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi online, seperti informasi yang jelas dan hak untuk mendapatkan barang/jasa sesuai dengan yang dijanjikan.

Kerangka hukum tersebut menjadi panduan bagi pelaku bisnis, konsumen, dan pihak terkait lainnya dalam menjalankan dan mengatur transaksi E-commerce di Indonesia. Dengan mematuhi peraturan-peraturan tersebut, diharapkan dapat tercipta lingkungan E-commerce yang lebih aman, terpercaya, dan adil bagi semua pihak yang terlibat.

Sayangnya masih banyak transaksi transaksi e-commerce menyodorkan beberapa

permasalahan baik yang bersifat psikologis misalnya keraguan atas kebenaran data, informasi atau message disebabkan para pihak tidak pernah bertemu secara langsung. Oleh karena itu masalah kepercayaan (trust) dan itikad baik (good faith) sangatlah penting dalam menjaga kelangsungan transaksi. Permasalahan ini menunjukkan bahwa transaksi melewati e-commerce memiliki resiko yang cukup tinggi. Khususnya mengenai pembayaran disebabkan pihak konsumen memiliki kewajiban untuk melakukan pembayaran terlebih dahulu (advance payment) sementara konsumen tidak bisa melihat kebenaran kualitas barang yang dipesan dan tidak adanya jaminan kepastian bahwa barang yang dipesan akan dikirim sesuai pesanan. Disebabkan karena didalam transaksi e-commerce, para pihak yang melakukan kegiatan perdagangan atau niaga hanya berhubungan melalui suatu jaringan publik merupakan koneksi yang tidak aman, sehingga menimbulkan konsekuensi bahwa transaksi e-commerce yang dilakukan dengan internet adalah bentuk transaksi beresiko tinggi di media yang tidak aman.

Dalam jual beli Online yang digunakan oleh pihak bukan seperti layaknya perjanjian jual beli pada umumnya. Tetapi perjanjian jual beli Online tersebut dapat dilakukan tanpa adanya pertemuan secara langsung antara kedua belah pihak, dalam UU No.19 Tahun 2016 tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik pasal 1 angka 2 Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. (Aprinelita, 2019). Untuk itu maka sangat dibutuhkan produk hukum yang bertujuan untuk meningkatkan keamanan dari transaksi-transaksi elektronik melalui jaringan elektronik, serta untuk memberikan pengakuan terhadap kekuatan hukum dari alat bukti elektronik dan tanda tangan elektronik. Kenyataannya bahwa kegiatan Cyber tidak lagi sederhana, karena kegiatannya tidak lagi dibatasi oleh territorial suatu Negara, yang mudah diakses kapanpun dari manapun. Kekurangan dapat terjadi baik pada pelaku transaksi maupun orang lain yang tidak pernah melakukan transaksi. Di samping itu pembuktian merupakan factor yang sangat penting, mengingat informasi elektronik bukan saja belum terakomodasi dalam system hukum acara Indonesia komprehensif. Melainkan juga sangat mudah dipalsukan dan dikirim ke berbagai penjuru dunia dalam waktu hitungan detik.

Dalam konteks transaksi E-commerce di Indonesia, terdapat sejumlah kendala atau celah hukum yang mungkin dapat diidentifikasi dan perlu diperhatikan. Beberapa di antaranya yaitu:

1. Perlindungan Data Pribadi:

Meskipun telah ada beberapa regulasi terkait perlindungan data pribadi, seperti Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, namun masih ada kebutuhan untuk memperkuat perlindungan data pribadi konsumen dalam transaksi E-commerce. Celah ini sering kali dieksploitasi oleh pihak yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan penyalahgunaan data pribadi konsumen.

2. Ketidakjelasan Mengenai Tanggung Jawab Platform:

Terdapat ketidakjelasan dalam regulasi mengenai tanggung jawab platform E-commerce terhadap barang atau jasa yang dijual melalui platform tersebut. Dalam beberapa kasus, platform mungkin tidak bertanggung jawab sepenuhnya atas keaslian atau kualitas barang yang dijual oleh penjual pihak ketiga, sehingga meninggalkan celah hukum terkait tanggung jawab atas barang atau jasa yang cacat atau tidak sesuai dengan deskripsi.

3. Penyelesaian Sengketa:

Meskipun telah ada regulasi yang mengatur mekanisme penyelesaian sengketa dalam transaksi

E-commerce, seperti Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019, namun masih ada tantangan dalam implementasinya. Proses penyelesaian sengketa sering kali memakan waktu yang lama dan kompleks, serta sulit bagi konsumen untuk mendapatkan keadilan, terutama jika terlibat dengan pihak luar negeri.

4. Ketidakseimbangan Perlindungan Konsumen dan Kepentingan Bisnis:

Terdapat tantangan dalam mencapai keseimbangan antara perlindungan konsumen dan kepentingan bisnis dalam regulasi e-commerce. Beberapa ketentuan yang diatur oleh regulasi mungkin dapat memberatkan pelaku usaha kecil dan menengah, sehingga perlu dilakukan evaluasi lebih lanjut untuk memastikan bahwa perlindungan konsumen tetap terjaga tanpa menghambat pertumbuhan industri E-commerce

5. Penghindaran Pajak dan Pungutan:

Celah hukum juga dapat dieksploitasi untuk menghindari kewajiban perpajakan atau pungutan lainnya dalam transaksi e-commerce. Misalnya, praktik transfer harga atau penjualan lintas batas tanpa pemenuhan kewajiban pajak dapat merugikan penerimaan negara dan merugikan pelaku usaha yang mematuhi peraturan.

Mengatasi kendala atau celah hukum ini memerlukan kolaborasi antara pemerintah, pelaku bisnis, dan konsumen untuk menyusun regulasi yang lebih komprehensif dan efektif dalam mengatur transaksi e-commerce. Upaya ini akan membantu menciptakan lingkungan bisnis online yang lebih aman, adil, dan berkelanjutan bagi semua pihak yang terlibat. Beberapa penelitian terkait yang telah dilakukan mencakup tinjauan yuridis mengenai marketplace berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan di Indonesia (Thalib & Meinarni, 2019), tinjauan yuridis pembelian barang melalui toko online di Indonesia dengan e-commerce yang tidak sesuai dengan pesanan (Sari, 2012), tinjauan yuridis mengenai transaksi e-commerce berdasarkan perspektif hukum perdata dan Undang-Undang No. 7 tahun 2014 tentang perdagangan (Solihah, 2017), tinjauan yuridis transaksi e-commerce yang dilakukan oleh anak di bawah umur yang terkait dengan syarat sah perjanjian pada Pasal 1320 KUHPERDATA (Kamaruddin, 2020), dan tinjauan yuridis subyek hukum dalam transaksi jual beli online/e-commerce ditinjau dari Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Suadi et al., 2021). Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah Penelitian ini lebih memfokuskan pada kajian yuridis terhadap legalitas e-commerce di Indonesia guna memberikan pemahaman yang lebih baik tentang kerangka hukum yang mengatur industri ini. Legalitas e-commerce di Indonesia didukung oleh berbagai regulasi yang bertujuan untuk melindungi semua pihak yang terlibat. Meskipun demikian, masih ada tantangan signifikan dalam penegakan hukum dan kesadaran regulasi yang perlu diatasi untuk memastikan ekosistem e-commerce yang aman dan terpercaya. Dari latar belakang masalah yang dibuat, maka permasalahan yang diangkat dalam penulisan ini, mengenai Bagaimana implementasi penerapan e-commerce terhadap pelaku usaha di Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Kepatuhan Hukum (*Compliance Theory*)

Teori kepatuhan hukum mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan individu atau organisasi terhadap hukum. Teori ini penting untuk menganalisis bagaimana dan mengapa pelaku *e-commerce* mematuhi atau melanggar peraturan yang berlaku.

Resdianto Willem, Abdul Kadir Rajab

Menurut J.C.T. Simorangkir, S.H. dan Woerjono Sastropranoto S.H. hukum adalah peraturan-peraturan yang bersifat memaksa yang menentukan tingkah laku manusia dalam lingkungan masyarakat yang dibuat oleh badan badan resmi yang berwajib. Sementara Menurut Soekanto kepatuhan pada hakekatnya merupakan suatu hasil dari proses internalisasi didalam diri individu yang terbentuk karena adanya pengaruh-pengaruh sosial yang memberikan efek pada pengetahuan seseorang, sikap-sikap maupun pola perilaku yang akan menghasilkan tindakan yang sesuai (Suadi,2018:196). Dengan demikian jika dikaitkan dengan hukum maka kepatuhan hukum mencerminkan perilaku-perilaku yang sesuai dengan hukum. Kepatuhan terhadap hukum bersifat wajib, karena hukum itu sendiri merupakan aturan-aturan yang bersifat memaksa, sehingga harus ditaati oleh seluruh warga negara. Sejalan dengan pendapat diatas, menurut Sudjana (2016:4) menyatakan bahwa kepatuhan hukum erat hubungannya dengan paksaan untuk menaati aturan yang berlaku dikarenakan adanya sanksi, sehingga seseorang akan menaati aturan tersebut dikarenakan takut terhadap sanksi.

Teori Perlindungan Konsumen

Menurut Satjito Rahardjo perlindungan hukum adalah adanya upaya melindungi kepentingan seseorang dengan cara mengalokasikan suatu Hak Asasi Manusia kekuasaan kepadanya untuk bertindak dalam rangka kepentingannya tersebut.

Az. Nasution berpendapat bahwa hukum perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen, sedangkan hukum konsumen adalah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang atau jasa konsumen. Hukum perlindungan konsumen yang berlaku di Indonesia memiliki dasar hukum yang telah ditetapkan oleh pemerintah.

Teori perlindungan konsumen menekankan pentingnya regulasi untuk melindungi konsumen dari praktik bisnis yang tidak adil atau berbahaya. Dalam konteks *e-commerce*, teori ini sangat relevan untuk menilai apakah undang-undang dan peraturan saat ini cukup efektif dalam melindungi konsumen.

Adapun tujuan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen yang direncanakan adalah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen, dan secara tidak langsung mendorong pelaku usaha dalam menyelenggarakan kegiatan usahanya dengan penuh rasa tanggung jawab.

Penerapan teori perlindungan konsumen dalam konteks penelitian ini yaitu:

1. Menganalisis kebijakan perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce*.
2. Mengevaluasi efektivitas mekanisme penyelesaian sengketa konsumen dalam konteks *e-commerce*.

Teori Hukum Ekonomi (*Law and Economics*)

Konsep hukum ekonomi pembangunan merupakan pengaturan mengenai hukum yang meliputi pengaturan dan pemikiran hukum mengenai cara peningkatan dan pengembangan kehidupan perekonomian di Indonesia secara nasional atau menyeluruh, sedangkan dengan konsep hukum ekonomi sosial adalah pengaturan tentang bagaimana hasil pembangunan ekonomi nasional dapat dibagi dengan adil dan merata sesuai nilai-nilai kemanusiaan. Diharapkan kedua konsep

hukum ekonomi pembangunan maupun hukum sosial pembangunan ini, keduanya dapat berkembang seiring dan mencapai tujuan secara proporsioanal dan berimbang. Sehingga pengaturan maupun pembagian usaha-usaha pembangunan ekonomi dalam arti peningkatan kehidupan ekonomi nasional secara keseluruhan; dan merata, pendeknya terjadi perkembangan seiring antara pembangunan dan pemerataan hasil pembangunan.

Teori ekonomi hukum melihat hukum melalui lensa ekonomi, menilai bagaimana peraturan hukum mempengaruhi efisiensi ekonomi dan perilaku pasar. Dalam konteks *e-commerce*, teori ini dapat membantu memahami dampak regulasi terhadap inovasi, persaingan, dan pertumbuhan ekonomi digital.

Konsep *E-commerce*

E-commerce atau Electonic Commerce jika ditinjau dari asal bahasanya maka terdiri dari *electronic* dan *commerce* yang mengindikasikan sebuah arti perdagangan melalui elektronik atau lebih lengkapnya bisa disebut sebagai proses pelaksanaan transaksi bisnis seperti: distribusi, pembelian, penjualan, dan pelayanan yang dilakukan secara elektronik melalui jaringan komputer terutama internet dan juga jaringan eksternal. *E-commerce* adalah pemanfaatan internet untuk berbagai aktivitas usaha. Kegiatan bisnis yang dilakukan secara online itu bisa meliputi pemasaran, promosi, public relation, taransaksi pembayaran dan jadwal pengiriman barang, serta masih sangat terbuka kemungkinan inovasi inovasi kegiatan bisnis online seiring dengan perkembangan teknologi *e-commerce* itu sendiri (Arisandi,2018).

E-commerce adalah penjualan atau pembelian barang dan jasa, antara perusahaan, rumah tangga, individu pemerintah, dan masyarakat atau organisasi swasta lainnya, yang dilakukan melalui komputer pada media jaringan. Barang-barang dan jasa dipesan melalui jaringan tersebut, tetapi pembayaran dan pengeriman dapat dilakukan di akhir baik secara online maupun offline (Ahmadi dan Hermawan, 2017).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian Normatif. Dengan jenis penelitian ini dimaksudkan untuk menemukan kaidah atau norma hukum yang ada, mengenai penerapan regulasi e-commerce terhadap pelaku usaha di indonesia, maka kemudian di adakan library Research, sehingga penelitian ini dinamakan penelitian pustaka. Yaitu penelitian dengan meneliti data yang ada di perpustakaan yaang berkenaan dengan pembahasan, data tersebut di ambil dari bahan primer dan bahan sekunder. antara lain: dokumen-dokumen, buku buku tentang penerapan regulasi e-commerce, penelitian tentang penerapan regulasi e-commerce terhadap pelaku usaha dan lain-lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Meningkatkan persaingan bisnis dan penjualan produk bentuk fisik maupun digital adalah merupakan salah satu parameter untuk mengukur sejauh mana *E-commerce* dinyatakan efektif atau tidaknya dilakukan penjualan secara elektronik. Adanya tren yang positif dan potensi yang sangat besar, pemerintah perlu memainkan peranan tidak hanya sebagai regulator melainkan juga sebagai akselerator demi mendukung pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia. Ekonomi digital akan menjadi tulang punggung perkembangan ekonomi ke depannya. Bahkan ketika pandemi telah berakhir,

transformasi ke ekonomi digital akan tetap menjadi bagian penting dalam ekonomi Indonesia dan global.

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. Dinamika kebijakan tentang e-commerce secara global telah berubah demi adanya kepastian hukum terhadap penyelenggara transaksi e-commerce dan perlindungan hukum kepada konsumen. Fenomena Global Framework for E-commerce yang membatasi peran serta pemerintah dalam memberikan pengaturan dalam berbagai regulasi telah berubah menjadi suatu harapan adanya peranan pemerintah dalam menciptakan regulasi untuk mengatur segala aktifitas dalam e-commerce sebagai upaya untuk melindungi kedua belah pihak baik dari sisi pelaku usaha maupun dari pihak konsumen.

Penerapan regulasi terkait *e-commerce* dan ekonomi digital dapat memfasilitasi pengembangan ekonomi digital secara baik. Implementasi dalam pertimbangan utama dalam penyusunan regulasi *e-commerce* bagi konsumen dan pelaku usaha :

1. Meningkatkan Fleksibilitas dan Keseimbangan Antara Regulasi dan Inovasi

Pemerintah untuk bisa mengikuti perkembangan inovasi teknologi. Sehingga selalu menjaga atau mengevaluasi selalu sulitnya pemerintah untuk bisa mengikuti perkembangan inovasi teknologi. Sehingga penting untuk selalu menjaga atau mengevaluasi regulasi yang ada atau yang baru akan dibuat untuk memiliki sifat fleksibilitas yang tinggi serta memiliki kesesuaian dengan inovasi teknologi. regulasi yang ada atau yang baru akan dibuat untuk memiliki sifat fleksibilitas yang tinggi serta memiliki kesesuaian dengan inovasi teknologi. Ketakutana para start up adalah perusahaan-perusahaan yang memiliki modal besar yang dapat memenuhi kewajiban-kewajiban tersebut, sehingga akan menghambat inovasi. Tujuan dari regulasi seharusnya adalah adalah memfasilitasi pertumbuhan ekonomi digital bukan meningkatkan hambatan (*barrier to entry*) ataupun meningkatkan beban usaha.

2. Keseimbangan Antara Berbagai Kepentingan

Aktivitas ekonomi digital dikenal sebagai representasi dari two-sided market, di mana pembeli dan penjual barang dan jasa melakukan transaksi melalui perantara, dalam hal ini adalah platform digital, dan keputusan dari salah satu pihak akan menentukan yang lainnya, termasuk platform digital. Dalam transaksi ini, ada berbagai pihak yang terlibat. Untuk itu regulasi pemerintah memperhatikan berbagai kepentingan yang terlibat Perlindungan terhadap konsumen menjadi salah satu elemen yang penting untuk memberikan rasa aman dalam beraktivitas di media elektronik. Akan sangat berat bagi Indonesia untuk mendorong pertumbuhan industri *e-commerce* apabila tidak ada rasa percaya dari konsumen.

3. Harmonisasi Dengan *Best Practices* dan Ketetapan Internasional

Penyelarasan regulasi dalam negeri dengan arah berbagai kesepakatan internasional tersebut. Akan tidak menguntungkan bagi Indonesia untuk melakukan berbagai kebijakan yang bersifat diskriminatif dan didasari sentimen proteksionisme, yang dapat membuat Indonesia tersisihkan dalam pengembangan ekonomi digital ke depannya. Regulasi yang tidak sesuai dengan kaidah internasional seperti dalam perpajakan, pengolahan data, dan persyaratan teknis melahirkan kemungkinan Indonesia kehilangan daya saing internasional dan potensi ekonomi digital yang besar. Selain itu Indonesia juga perlu semakin aktif dalam berbagai perundingan dan diskusi internasional tersebut untuk dapat membawa kepentingan nasional dalam kerangka

aturan internasional yang sedang dibicarakan. Tentu saja, kepentingan nasional yang dibawa harus dapat mengakomodasikan kepentingan dari berbagai pihak di Indonesia, bukan hanya kepentingan dari pihak tertentu.

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.

Pemerintah memiliki visi untuk menempatkan Indonesia sebagai negara dengan kapasitas digital ekonomi terbesar di Asia Tenggara pada 2020. Indonesia adalah salah satu pengguna internet terbesar di dunia, mencapai 93,4 juta orang dan pengguna telepon pintar (smartphone) mencapai 71 juta orang. Pada tanggal 21 Juli 2017 Pemerintah telah menerbitkan Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2017 tentang Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (Road Map *E-commerce*) Tahun 2017-2019 (SPNBE 2017-2019) untuk mendorong perluasan dan peningkatan kegiatan ekonomi masyarakat di seluruh Indonesia secara efisien dan terkoneksi secara global. Peta jalan *e-commerce* ini sekaligus dapat mendorong kreasi, inovasi, dan invensi kegiatan ekonomi baru di kalangan generasi muda.

Perlindungan hukum dalam Konsep E-Commerce

Transaksi lewat internet atau *e-commerce* akhir akhir ini banyak dilakukan oleh para konsumen yang membutuhkan sesuatu baik barang ataupun jasa., tetapi dalam jual-beli jarak jauh seperti ini, kecurangan dapat terjadi dan dengan demikian konsumen harus dilindungi. Kecurangan-kecurangan tersebut dapat terjadi menyangkut keberadaan penjual, menyangkut barang yang dibeli, dan menyangkut purchase order dan pembayaran oleh pembeli. Kecurangan yang menyangkut keberadaan penjual misalnya bahwa penjual, virtual store yang bersangkutan merupakan toko fiktif. Menyangkut barang yang dikirim kepada pembeli, terjadi kelambatan pengiriman yang berkepanjangan, terjadi kerusakan atas barang yang dikirimkan atau barang yang dikirim cacat dan lain-lain. *Purchase order* dan pembayaran oleh pembeli disangkal oleh penjual kebenarannya. Misalnya penjual hanya mengakui bahwa jumlah barang yang dipesan kurang dari yang tercantum didalam *purchase order* yang dikirimkan secara elektronik dan atau harga per unit dari barang yang dipesan oleh pembeli dikatakan lebih tinggi dari pada harga yang dicantumkan di dalam *purchase order*.

Perlindungan hukum kepada konsumen berdasarkan Peraturan PerUndang-undangan tersebut diatas, Konsumen dalam berbagai segi merupakan pihak yang lemah kedudukannya bila dibandingkan pelaku usaha, konsumen seringkali tidak memiliki posisi tawar jika berhadapan dengan pelaku usaha. Oleh karena itu, diperlukan suatu aturan yang dapat melindungi kepentingan konsumen agar tidak dirugikan atau diperlakukan sewenang-wenang oleh pelaku usaha. UUPK menjami adanya epastian hokum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen seperti tercantum dalam Pasal 1 Angka(1) UUPK. UUPK memberikan perlindungan kepada setiap konsumen yang merasa hak-haknya dilanggar atau dirugikan oleh pelaku usaha. Dalam UUPK ditentukan secara rinci hak-hak konsumen yang berlaku pula bagi konsumen pengguna transaksi elektronik/E-Commerce.

Resdianto Willem, Abdul Kadir Rajab

Penegakan Hukum

Pelaku bisnis e-commerce dalam aktivitasnya memang harus melindungi aset-aset mereka maupun dari segi bisnisnya sendiri. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi persoalan hukum di kemudian hari setelah bisnis berjalan cukup lama. Dengan mengantisipasinya sejak awal, pelaku usaha akan aman dan menghemat biaya yang bisa saja dikeluarkan oleh pelaku bisnis jika terjadi masalah hukum.

Kementerian Komunikasi dan Informatika telah mengeluarkan kebijakan *Safe Harbor Policy* untuk melindungi pemilik, pedagang, dan pengguna platform jual beli daring dari tuntutan hukum. *Safe Harbour Policy* merupakan sistem yang pertama kali muncul di Amerika Serikat pada 1998. Awalnya, kebijakan ini dibuat untuk mencegah platform e-dagang di kawasan Uni Eropa dan Amerika Serikat untuk memberikan data penggunanya kepada pihak ketiga. Secara garis besar, konsep kebijakan ini juga mewajibkan penjual untuk menjaga atau melindungi nama baik produknya. Jadi, kesaalahan produk bukanlah tanggung jawab platform e-commerce melainkan pemilik produknya.

Kebijakan ini tertuang dalam 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. Kebijakan ini mirip dengan Digital Millennium Copyright Act (DMCA) yang berlaku di AS pada 1996. DMCA akan mengkriminalisasi gerak produksi dan penggunaan teknologi, pelayanan, dan gawai yang dengan sengaja membatasi akses kepada karya hak cipta. Surat edaran ini bertujuan untuk melindungi pemilik platform jual beli online dari tuntutan hukum. Pasalnya, penyedia platform selama ini rentan gugatan akibat kegiatan jual beli produk-produk terlarang yang dijual oleh penggunanya.

KESIMPULAN

1. Urgensi regulasi komprehensif e-commerce di Indonesia dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (Mea) adalah bahwa Indonesia merupakan pangsa pasar terbesar ASEAN, Adanya Framework E-Commerce bagi negara-negara anggota ASEAN serta minimnya regulasi yang mendukung perkembangan E-Commerce di Indonesia dan Penerapan hukum e-commerce belum memberikan perlindungan hukum sepenuhnya kepada masyarakat.
2. Implementasi penegakan hukum secara normative harus dilaksanakan secara tegas dalam menjaga dan melindungi para pelaku usaha Dalam e-commerce, oleh karena selama ini belum sepenuhnya dilaksanakan secara optimal, maka dibutuhkan dibutuhkan suatu perangkat hukum yang lebih riil dan berkepastian hukum dalam pelaksanaan transaksi *e-commerce*.

DAFTAR PUSHTAKA

- A.T. Kearney (2015). Data Pengguna Internet di Indonesia Baum, David. (1999). E-commerce , Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama
- Badan Perlindungan Konsumen Nasional Republik Indonesia. (n.d.). *Perlindungan Konsumen di Era Digital*. BPKN.go.id
- Candra Ahmdi dan Dadang hermawan, E-Business dan *E-commerce*,(Yogyakarta: CV Andi Offset,2017), 35-36.
- CNN, “Kronologi Lengkap 91 Juta akun Tokopedia Bokor Dan Dijual,” 3 *Mungkin*

- 2020 nd, <http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200503153210-185-499553/kronologi-lengkap-91-juta-akun-tokopedia-bocor-dan-dijual>
- C. Laudon, Kenneth & P. Laudon, Jane. 2005. *Sistem Informasi Manajemen Mengelola Perusahaan Digital*. Edisi 8. Andi Offset. Yogyakarta
- Depri Liber Sonata, “Metode Penelitian Hukum Normatif Dan Empiris: Karakteristik Khas Dari Metode Meneliti Hukum,” *FIAT JUSTISIA*, 2015, <https://doi.org/10.25041/fiatjustisia.v8no1.283>
- Didi Achjari, “Potensi Manfaat dan Problem di *E-commerce*”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol.15 No.3, Januari (2011), 388.
- Fajar, M., & Amir, M. (2018). *Isu dan Tantangan E-commerce dalam Perspektif hukum di Indonesia*. Prosiding Seminar Nasional, 123-135.
- Harman Preet Singh, “Kerangka Kebijakan Hukum Perlindungan Data dan Privasi di India: Studi Perbandingan Vis-à- Vis China dan Australia,” *Amity Journal of Computational Sciences* 2, no. 2 (2013): 22–26.
- Happy Susanto, *Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan*, (Jakarta: Visimedia, 2008). 4. 9 Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Jakarta: Kencana, 2013), 32.
- Hukumonline. (n.d.). *UU ITE dan Perkembangan Regulasi E-commerce di Indonesia*. Hukumonline.com.
- I Gusti Made Karmawan, “Dampak Peningkatan Kepuasan Pelanggan Dalam Proses Bisnis *E-commerce* Pada Perusahaan Amazon.com ComTech”, Vol. 5 No.2, Desember (2014), 749