



**PERAN E-COMMERCE DALAM ESKALASI EKONOMI DIGITAL ERA NEW
NORMAL BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 27 TAHUN 2022
TENTANG PERLINDUNGAN DATA PRIBADI**

***The Role of E-Commerce in Escalation of Digital Economy in The New Normal Era
Based on Law Number 27 of 2022 Concerning Personal Data Protection***

Tasya Safiranita Ramli¹, Ahmad M. Ramli², Denindah Olivia³, Ferry Gunawan C⁴, Ega Ramadayanti⁵
Pusat Studi Cyber Law dan Transformasi Digital
Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran, Bandung, Jawa Barat
Corresponding email: tasya.safiranita@unpad.ac.id

Paper received on: 16-07-2022; Revised on: 07-11-2022; Approved to be published on: 25-11-2022

DOI: <http://dx.doi.org/10.30641/dejure.2022.V22.437-450>

ABSTRACT

The phenomenon of the spread of the Novel Coronavirus Disease (Covid-19) globally and thoroughly has transformed the trend of society, including the people of Indonesia. The tendency of individual behavior in buying and selling transactions is transformed from outside the internet network (offline) to inside the internet network (online). The level of comfort and convenience of the public in accessing and choosing various types of products online through electronic systems has given birth to new tendencies and habits in the e-Commerce landscape and has the potential to remain relevant even after the pandemic is over. However, problems have arisen related to e-Commerce user data which has experienced many leaks so their activities tend to be insecure. If in the e-commerce transactions a sense of security and legal certainty is not guaranteed, it is feared that its development will stagnate. The research uses normative juridical methods and analytical descriptive types that explain the relationship between the Covid-19 health crisis and its impact on the tendency of people to conduct electronic buying and selling transactions where there is a shift in demand from physical retail to e-Commerce during the New Normal period. From this study, it was found that e-Commerce plays a major role in helping the community to remain active in online buying and selling transactions even in the post-pandemic period where legal protection is guaranteed for their activities. As for the legal regime that regulates the protection of personal data, it can help optimize the acceleration of e-Commerce with responsibility and principles of safety and security in serving consumers.

Keywords: *e-commerce; digital economy; new normal; transaction; digital transformation*

ABSTRAK

Fenomena penyebaran virus *Novel Coronavirus Disease* (Covid-19) secara global dan menyeluruh mentransformasi kecenderungan masyarakat, termasuk masyarakat Indonesia. Kecenderungan perilaku individu dalam transaksi jual beli bertransformasi dari luar jaringan (luring) menjadi dalam jaringan (daring). Tingkat kenyamanan dan kemudahan masyarakat dalam mengakses dan memilih berbagai jenis produk secara daring melalui sistem elektronik melahirkan kecenderungan dan kebiasaan baru dalam lanskap *e-Commerce* bahkan berpotensi untuk terus relevan meskipun masa pandemi berakhir. Akan tetapi, telah muncul permasalahan berkaitan dengan data pengguna *e-Commerce* yang banyak mengalami kebocoran sehingga dalam aktivitasnya cenderung tidak aman. Apabila dalam transaksi *e-Commerce* tidak dijamin rasa aman dan kepastian hukum, dikhawatirkan perkembangannya mengalami stagnansi. Penelitian menggunakan metode yuridis normatif dan jenis deskriptif analitis yang menjelaskan hubungan antara krisis kesehatan Covid-19 dengan dampaknya terhadap kecenderungan masyarakat melakukan transaksi elektronik jual beli yang mana terdapat pergeseran permintaan dari retail fisik ke *e-Commerce* di masa *New Normal*. Hasil dari penelitian ini adalah didapati bahwa *e-Commerce* berperan besar dalam membantu masyarakat agar tetap dapat beraktivitas dalam transaksi jual beli *online* bahkan sampai kepada masa *post-pandemic* yang dalam aktivitasnya dijamin perlindungan hukum. Adapun dengan adanya rezim hukum yang mengatur perlindungan data pribadi dapat membantu mengoptimalkan akselerasi *e-Commerce* dengan bertanggung jawab dan berprinsip *safety dan security* dalam melayani konsumen.

Kata Kunci: *e-Commerce; Ekonomi Digital; New Normal; Transaksi; Transformasi Digital*

PENDAHULUAN

Saat ini, negara-negara di dunia sedang berbenah demi pemulihan ekonomi. Hal tersebut diperlukan karena perekonomian sempat mengalami kelumpuhan. Dampak luar biasa ini dikarenakan adanya resesi akibat Pandemi Global. Ancaman resesi tidak hanya berdampak pada negara berkembang, tetapi juga berdampak pada negara-negara maju seperti Singapura, Korea Selatan, Jepang, Amerika Serikat, Selandia Baru, Inggris, Perancis. Dampak kelumpuhan ekonomi juga dirasakan Indonesia yang mana dalam dua kuartal berturut-turut pertumbuhan ekonomi nasional mengalami kontraksi hingga 5,32%.¹ Terlebih dengan adanya pembatasan aktivitas fisik dalam lingkup pekerjaan berdampak pada turunnya pendapatan rumah tangga, terutama di ibu kota negara yakni menurun 1,84% atau setara dengan Rp11.29 triliun dan jumlah pekerja bisa berkurang sebesar 2% menjadi sebanyak 152.527 orang.²

Ancaman resesi kemudian diperkirakan berlanjut pada tahun 2023.³ Efek domino ini terjadi karena mulanya pada tahun 2020, dunia digemparkan dengan kemunculan virus yang teridentifikasi dengan nama *Novel Coronavirus Disease* (Covid-19) serta menyebar secara luas dengan kapasitas penularan yang cukup tinggi. Covid-19 bercirikan gejala yakni batuk, demam, dan sesak nafas. Individu yang terpapar virus Covid-19 perlu menjalani masa inkubasi selama 6-14 hari. Terhadap kasus berat berpotensi menyebabkan penyakit pneumonia, sindrom pernafasan akut, kegagalan ginjal, bahkan dapat merenggut nyawa.⁴ Adanya penyebaran virus ini dinyatakan oleh *World*

Health Organization (WHO) sebagai sebuah wabah melalui *First Disease Outbreak News* tentang Covid-19 yang merupakan publikasi teknis untuk komunitas kesehatan masyarakat serta media global. Selanjutnya 30 Januari 2020, WHO menyampaikan bahwa persebaran Covid-19 adalah *Public Health Emergency of International Concern* (PHEIC) mengingat penularan virus ini sangat cepat menyebar ke tengah-tengah masyarakat.⁵

Sebagai respon untuk menanggulangi penyebaran virus Covid-19, Pemerintah dari berbagai negara memberlakukan *social distancing* kepada masyarakat, bahkan *lockdown* yang mengakibatkan adanya penutupan berbagai bisnis dan pasar finansial yang menopang perekonomian negara.⁶ Permasalahan kesehatan ini memiliki dampak yang juga menjalar ke beberapa aspek kehidupan bermasyarakat lainnya, seperti di bidang perekonomian dan hukum. Penerapan berbagai peraturan terkait penanggulangan Covid-19 disinyalir saling berbenturan dan terjadi disharmonisasi yang berdampak kepada kehidupan sosial.⁷

Adanya penerapan kebijakan *social distancing* di antara masyarakat kemudian meningkatkan kecenderungan masyarakat untuk beraktifitas serba daring, termasuk melakukan transaksi *e-Commerce*.⁸ Hal tersebut menjadi tanda kemajuan zaman yang dipercepat oleh desakan kebutuhan berinteraksi antar sesama manusia guna memenuhi kebutuhan hidup. Teknologi yang berkembang membawa kehidupan menuju era digital, hal ini dibuktikan dengan pemanfaatan teknologi yang menjangkau hampir seluruh aspek kehidupan.⁹ Fenomena

- 1 Dedi Junaedi dan Faisal Salistia, "Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Pertumbuhan Ekonomi Negara-Negara Terdampak", Simposium Nasional Keuangan Negara, (2020).
- 2 Suherman et.al, "Government Responsibility Post Covid-19 Pandemic with The Increase Of Social Problems in Society" *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* 22 (2), (2022).
- 3 CNN, "Daftar Negara yang Terancam Resesi pada 2023", diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20221005180752-532-856801/daftar-negara-yang-terancam-resesi-pada-2023> pada 11 Oktober 2022.
- 4 Kementerian Kesehatan RI. *Pedoman Pencegahan dan Pengendalian Covid-19 Revisi ke-5*. Juli 2020. hlm. 17

- 5 World Health Organization, 'Archived: WHO Timeline – COVID-19', (2020) , <https://www.who.int/news/item/27-04-2020-who-timeline---covid-19> accessed 27 November 2020
- 6 Ozili, Peterson and Thankom Arun. "Spillover of Covid-19: Impact on the Global Economy.", *SSRN Electronic Journal*. 2020. 10.2139/ssrn.3562570.
- 7 Marulak Pardede, "Aspek Hukum Kekarantinaan Kesehatan dan Perlindungan Konsumen dalam Penanggulangan Pandemi Covid-19", *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* 21 (1), (2021).
- 8 Dedy Pariadi, "Pengawasan *e-Commerce* dalam Undang-Undang Perdagangan dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen", *Jurnal Hukum dan Pembangunan* 48, (2018): 652.
- 9 Ahmad M. Ramli et.al, "Pelindungan Kekayaan Intelektual dalam Pemanfaatan Teknologi Informasi di DSaat Covid-19" *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* 21 (1), (2021).

tersebut dapat disebut dengan transformasi digital yang menurut David Macdonald merupakan semua hal tentang membuka nilai dalam proses bisnis kepada pelanggan disertai dengan pemanfaatan data dan analitik untuk menciptakan pengalaman baru yang inovatif. Oleh karena itu, perjalanan transformasi digital akan mengarahkan organisasi untuk menjadi berbasis analitik, dan penerapan teknologi *Artificial Intelligence* akan menjadi sebuah kebiasaan. Sedangkan menurut David Wang, transformasi digital dapat mendorong terciptanya ekonomi berbasis pengetahuan. Ini membuka jalan bagi revolusi industri dan melibatkan evolusi teknologi dengan penggunaan sistem cerdas, otomatisasi, dan manufaktur digital.¹⁰

Transformasi digital merupakan pembahasan yang lebih luas dari teknologi karena terjadi di ranah persimpangan antara orang, bisnis, dan teknologi, sebagai berikut:¹¹

1. Orang
Mempekerjakan orang berbakat merupakan awal dari pengembangan teknologi. Akan tetapi, terdapat hal yang lebih esensial yakni struktur dan budaya organisasi dalam menyokong keberhasilan proyek transformasi.
2. Bisnis
Strategi bisnis yang tepat dapat mendorong digitalisasi proses internal dan pengembangan model bisnis baru.
3. Teknologi
Teknologi baru seperti *Artificial Intelligence* dan *Internet of Things*, serta teknologi dasar seperti manajemen data dan analitik.
Selanjutnya, terkait *electronic Commerce* atau *e-Commerce* merupakan suatu sektor usaha di mana teknologi informasi digunakan demi meningkatkan penjualan dan efisiensi bisnis suatu produk barang dan/atau jasa. Aktivitas dalam *e-Commerce* sendiri melibatkan komunikasi dengan entitas lain seperti korporat dan mitra bisnis. Pada saat terjadi komunikasi, terdapat pertukaran informasi seperti contoh informasi tentang produk dan layanan, negosiasi persyaratan

10 Jamaludin (et.al), *Transformasi Digital dalam Dunia Bisnis*, (Batam: Penerbit Cendekia Mulia Mandiri, 2022), 1-2.

11 Hendro Wijayanto dan Paulus Harsadi, *Transformasi Digital*, (Jakarta: Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK)), 2.

transaksi, pertukaran dokumen, informasi pengiriman dan penerimaan produk, keluhan, dan lain sebagainya. Kemajuan *e-Commerce* sangat dipengaruhi oleh popularitas dari penggunaan jaringan internet, termasuk di Indonesia.¹²

Wajah *e-Commerce* di Indonesia sudah semakin populer dan penyelenggaraanya semakin pesat apabila melihat beberapa tahun ke belakang sehingga menjadikan *e-Commerce* sebagai prospek usaha yang sangat menjanjikan di dunia transaksi jual beli.¹³ Kecenderungan masyarakat untuk melakukan transaksi jual beli elektronik di Indonesia semakin meningkat, terutama pada masa *New Normal*. Nampaknya, krisis kesehatan ini justru mengakselerasi perluasan *e-Commerce* mulai dari jenis lapak, ragam pelanggan, bahkan terhadap jenis produk yang bervariasi.¹⁴ Hal ini memberikan pelanggan akses terhadap berbagai jenis produk yang dapat dengan mudah dan nyaman diperoleh dari rumah konsumen. *e-Commerce* memungkinkan perusahaan-perusahaan untuk terus beroperasi meskipun terdapat kebijakan *social distancing* maupun pembatasan kontak lainnya.¹⁵

Dalam mediana, praktik jual beli *online* juga berkembang dengan memanfaatkan sarana *Over The Top* (OTT) sehingga bisnis yang dilakukan dalam ekonomi digital baik platform *e-Commerce* maupun platform OTT kian menjadi bisnis yang besar.¹⁶

Akan tetapi, terdapat permasalahan yang muncul terkait kebocoran data pribadi pengguna dalam transaksi *e-Commerce*. Pada tahun 2020 saja terjadi kasus yang menggemparkan karena

12 Margarita Isoraite, "Electronic Commerce: Theory and Practice," *IJBE: Intergrated Journal of Business and Economics* 73, (2018).

13 *Ibid.*

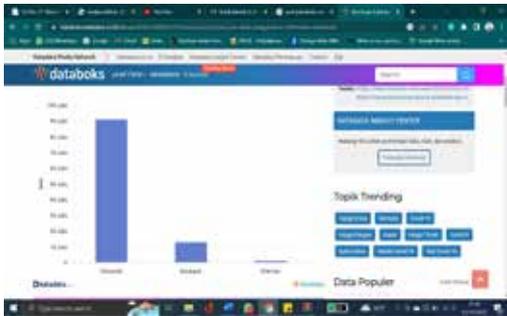
14 Yoanita Kartika Sari Tahalele, "The Importance of E Commerce on The Development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in The Rural Area During Covid-1", *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5 (2021), 34.

15 Sudaryono, "E-Commerce Dorong Perekonomian Indonesia, Selama Pandemi Covid19 Sebagai Entrepreneur Modern dan Pengaruhnya Terhadap Bisnis Offline", *Jurnal Manajemen dan Bisnis Prodi Kewirausahaan* 200, (2020).

16 Tasya Safiranita Ramli, Copyrighted Content Commercialization on OTT in Indonesia:, *Journal of Intellectual Property Rights*, 26 (2021) 351.

kebocoran terjadi pada platform besar seperti Tokopedia dan Bukalapak yang masing-masing mengalami kebocoran data pribadi sebanyak 91 Juta dan 13 Juta data pengguna, dengan data seperti pada grafik berikut:¹⁷

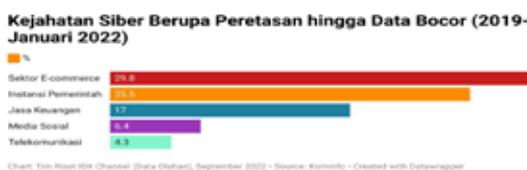
Gambar 1. Jumlah Data e-Commerce yang Dicurai (2020)



Sumber: Bocornya Puluhan Juta Data Pengguna E-Commerce di Indonesia, Tahun 2020

Kemudian, apabila diakumulasikan dari tahun 2019 sampai tahun 2022 dapat dilihat bahwa kebocoran data pribadi paling banyak terjadi pada sektor e-Commerce seperti pada grafik berikut:¹⁸

Gambar 2. Kejahatan Siber Berupa Peretasan hingga Data Bocor (2019- Januari 2022)



Sumber : Deretan Kebocoran Data E-Commerce dan Sektor Perbankan Seberapa Bahaya?, Tahun 2022

Kejahatan siber dalam e-Commerce bertujuan untuk memperoleh informasi pribadi dan keuangan. Hal ini mengindikasikan bahwa perkembangan e-Commerce disertai dengan ancaman pencurian data pribadi yang dilakukan oleh pihak yang bertanggung jawab.

17 Yosepha Pusparisa, “Bocornya Puluhan Juta Data Pengguna E-Commerce Indonesia”, diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/05/12/bocornya-puluhan-juta-data-pengguna-e-commerce-indonesia> pada 1 November 2022.

18 Maulina Ulfa, “Deretan Kebocoran Data E-Commerce dan Sektor Perbankan, Seberapa Bahaya?” diakses dari <https://www.idxchannel.com/economics/deretan-kebocoran-data-e-commerce-dan-sektor-perbankan-seberapa-bahaya> pada 1 November 2022.

Maka, dibutuhkan eksistensi rezim perlindungan data pribadi yang dapat menentukan perkembangan ekonomi digital Indonesia. Adapun jika terjadi pembiaran atas kasus kebocoran data pribadi, maka hal ini berkorelasi erat dengan potensi pertumbuhan e-Commerce yang akan terganggu. Apabila permasalahan hilangnya kepercayaan dan rasa aman konsumen diatasi, dua hal ini akan menjadi kunci perkembangan ekonomi digital di Indonesia.

Terlebih, transaksi elektronik yang dapat diakses oleh masyarakat dalam era *New Normal* menawarkan berbagai jenis kebutuhan masyarakat (misalnya bahan makanan dan pakaian) dan dari berbagai segmen (misalnya remaja atau orang tua). Tingkat kenyamanan dan kemudahan masyarakat dalam mengakses dan memilih berbagai jenis produk secara daring melalui sistem elektronik melahirkan kecenderungan dan kebiasaan baru pembeli sehingga beberapa perubahan dalam lanskap e-Commerce ini kemungkinan besar akan berlangsung dalam jangka yang panjang. Hal ini bahkan berpotensi untuk terus terjadi meskipun masa pandemi berakhir. Sebenarnya, sebelum adanya wabah pandemic Covid-19, e-Commerce di Indonesia sudah cukup populer. Hal ini mengingat bahwa e-Commerce di Indonesia termasuk ke dalam salah satu sumber perekonomian digital terbesar di Asia Tenggara dimana kontribusi pendapatan digital ekonomi di Indonesia melalui e-Commerce di tahun 2019 sudah mencapai 21,000 *million USD*, yakni setengah (52%) dari pendapatan ekonomi digital di Indonesia. e-Commerce di Indonesia merupakan salah satu pasar yang berkembang dengan sangat cepat dan diproyeksikan tarif tahunannya akan meningkat sebesar 36.1%.¹⁹ Pada tahun 2022, Indonesia diproyeksikan untuk memperoleh pendapatan dari e-Commerce sebesar 55,500 *million USD*.²⁰

Peningkatan penyelenggaraan e-Commerce di Indonesia juga didukung oleh penetrasi infrastruktur telekomunikasi dan teknologi yang meningkat di Indonesia. Meskipun penyelenggaraan infrastruktur telekomunikasi masih perlu dilakukan secara merata di Indonesia, terdapat potensi pasar besar

19 SIRCLO, “Navigating Indonesia’s E-Commerce: Covid-19 Impact and The Rise of Social Commerce” <https://files.sirclocdn.xyz/sirclo/files/Navigating-Indonesia-s-E-Commerce-COVID-19-Impact-and-The-Rise-of-Social-Commerce-SIRCLOXRavenry.pdf> accessed 30 November 2020

20 RedSeer, “Indonesia e-Commerce: Metamorphosis in a post Covid World. Summary Report” (2020).

yang terbuka untuk dikapitalisasi oleh pemain *e-Commerce* di Indonesia. Pada tahun 2017, konsumen di kawasan Pulau Jawa (Jakarta, Bandung, Surabaya, dan Semarang) berkontribusi dalam 70% pengeluaran (*spending*) *e-Commerce* di Indonesia. Pada tahun 2020, pengeluaran *e-Commerce* di Indonesia diprediksi secara rata terdistribusi di antara kota-kota di Pulau Jawa dan wilayah Indonesia lainnya.²¹

Secara singkat, Bank Indonesia mendapati adanya peningkatan yang berarti dari transaksi *e-Commerce* di Indonesia pada bulan Maret 2020, yakni masa awal pandemi Covid-19 dan saat terdapat pengaturan *physical distancing* yang diimplementasikan oleh Pemerintah. Pendapatan Indonesia melalui *e-Commerce* meningkat sejumlah 18.1%, yakni sebesar 98.3 juta transaksi dan total nilai transaksi juga meningkat sejumlah 9.9% yakni sebesar Rp 14 miliar. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh RedSeer, diestimasikan adanya 12 juta pelanggan *e-Commerce* sepanjang masa wabah Covid-19 di Indonesia, dimana dalam situasi normal, peningkatan masal ini akan memerlukan waktu selama 1.5 sampai 2 tahun.²²

Di Indonesia, *e-Commerce* terutama pada masa *New Normal* Covid-19 telah menjadi pendukung yang signifikan, tidak hanya untuk konsumen secara individual dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, tetapi juga pendapatan perekonomian digital di Indonesia. Maka dari itu, pada bagian awal dari tulisan ini akan dijelaskan terkait dengan latar belakang dari peningkatan *e-Commerce* di Indonesia pada masa *New Normal* Covid-19 di Indonesia. Kemudian, hal ini akan diteliti dan dibahas terkait dengan kontribusi dan pengaruh dari *e-Commerce* dalam perekonomian di Indonesia pada masa *New Normal* Covid-19, tantangan dan hambatan dari penyelenggaraan *e-Commerce* di Indonesia pada masa *New Normal* Covid-19 dan potensi kelangsungan *e-Commerce* di Indonesia pasca pandemi Covid-19 berdasarkan aspek hukum dan nonhukum. Pada bagian akhir, akan dibahas terkait dengan jawaban dari isu-isu yang sebelumnya diangkat. Tujuan dari penelitian ini adalah agar diperoleh pemahaman terhadap peranan *e-Commerce* dalam mendukung era *New Normal* Covid-19 di Indonesia, baik dari perspektif hukum dan non-hukum.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang pernah ada sebelumnya yang membahas

mengenai “*E-Commerce*, Solusi di Tengah Pandemi COVID-19” yang ditulis oleh Nurlela pada Jurnal Simki Economic, Vol. 4 Issue 1, 2021. Penelitian ini berfokus pada penelitian atas meningkatnya *e-Commerce* selama pandemi dengan jumlah pelanggan yang naik 50 persen. Hal ini membuat masa depan *e-Commerce* menjadi cerah ke depannya. Namun, berbeda dengan penelitian sebelumnya, selain membahas adanya eskalasi transaksi *e-Commerce* di masa *New Normal*, penelitian ini juga akan membahas solusi dari banyaknya kasus kebocoran data pribadi yang ditinjau dari Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP). Penelitian ini dapat bermanfaat untuk menjamin rasa aman dan meningkatkan kepercayaan konsumen untuk menggunakan *e-Commerce* di era *New Normal*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif yang bersifat deskriptif analitis. Penyusunan penelitian ini menerangkan dan menganalisis ketentuan hukum dan disesuaikan dengan kondisi atau fenomena saat ini. Penelitian ini menggunakan sumber data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer berupa KUHP, KUHPERdata, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat. Lalu, bahan hukum sekunder berupa kajian serta literatur hukum dan bahan hukum tersier berupa KBBi hingga sumber bacaan lain yang dibutuhkan. Teknik pengumpulan data dilakukan secara daring dengan analisis kualitatif yakni menekankan pada pengamatan fenomena bermakna sosial,²³ yang diawali dari pengumpulan,

23 Faisal Riza dan Zainuddin, “Pemenuhan Hak Masyarakat Nelayan di Masa Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)”, *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* 20 (4), (2020).

21 *Ibid.*

22 *Ibid.*

pemilahan, penampilan data dan penarikan kesimpulan atas data tersebut sehingga dapat ditarik suatu analisis dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN DAN ANALISIS

A. Peran *e-Commerce* sebagai Pendukung *New Normal Covid-19* di Indonesia

Penggunaan layanan *e-Commerce* oleh masyarakat di Indonesia dan perusahaan bukan merupakan suatu pilihan semata, tetapi telah menjadi kebutuhan. Berikut adalah ilustrasinya. Pada masa *social distancing*, terdapat kebijakan Pemerintah dalam menghentikan persebaran virus Covid-19 dan memaksa perusahaan fisik (*brick and mortar*) untuk sementara ditutup. Sebagai alternatif untuk mempertahankan usaha, perusahaan tersebut menyediakan layanan platform *e-Commerce* untuk tetap memperoleh pendapatan. Perusahaan raksasa seperti NIVEA Indonesia dan L'Oreal Indonesia mengalihkan fokus penjualan ke daring dengan memanfaatkan platform *e-Commerce*. Perusahaan-perusahaan ini hadir melalui kampanye media sosial dengan memanfaatkan wajah orang terkenal (*influencer*) untuk meningkatkan *exposure* dari platform *e-Commercenya*. Adanya penyelenggaraan *e-Commerce* di tengah masyarakat Indonesia telah menolong banyak perusahaan fisik untuk tetap memperoleh pendapatan.²⁴

Terdapat permintaan yang cukup signifikan terhadap kebutuhan dasar masyarakat melalui *e-Commerce*. Kategori produk kebutuhan dasar mengalami peningkatan permintaan yang signifikan pada saat *New Normal Covid-19* dibandingkan dengan sebelum adanya pandemi virus Covid-19. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh SIRCLO, dengan membandingkan kebiasaan belanja konsumen sebelum dan selama masa *New Normal*, terdapat perubahan fokus kategori produk yang dibeli oleh konsumen *e-Commerce*. Pembelian kebutuhan dasar seperti bahan makanan dan minuman, kebutuhan kesehatan seperti obat-obatan dan masker dan perlengkapan rias meningkat. Hal ini kontras dengan kebutuhan tersier seperti *fashion* dan alat dapur yang mengalami penurunan minat. Konsumen diduga lebih memprioritaskan pembelian kategori produk untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari di masa *New Normal* dengan keterbatasan kontak

24 *Ibid.*

fisik. Hal ini mengingat banyak dari masyarakat yang terpaksa harus menetap di rumah kemudian mengembangkan hobi baru di bidang elektronik seperti *gaming* sehingga terdapat pula peningkatan pembelian kategori produk elektronik di masa *New Normal Covid-19* di Indonesia.²⁵

Data yang diperoleh dari Bank Indonesia menunjukkan terdapat peningkatan permintaan di bulan Maret dibandingkan bulan-bulan sebelumnya untuk kategori kebutuhan primer seperti makanan (ditandai dengan peningkatan sebesar +59%), perlengkapan sekolah (ditandai dengan peningkatan sebesar +34%), dan produk perawatan pribadi (ditandai dengan peningkatan sebesar +29%) melalui platform *e-Commerce*. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh SIRCLO, kategori produk kesehatan dan kecantikan dilaporkan mengalami peningkatan paling tinggi yakni sebesar 30%. Hal ini diikuti oleh kategori makanan dan minuman dengan peningkatan sebesar 17% dibandingkan tahun lalu.²⁶

Pada masa awal dikabarkannya kasus pertama Covid-19 di Indonesia, permintaan terhadap produk kebutuhan kesehatan untuk mencegah penyebaran virus meningkat pada bulan Maret 2020. Penelitian yang dilakukan oleh iPrice melaporkan terdapat adanya 5,585% peningkatan permintaan terhadap *hand sanitizers*, 1,986% peningkatan permintaan Vitamin C, 1,395% peningkatan permintaan untuk produk disinfektan, 1,007% peningkatan permintaan untuk produk termometer, dan 167% peningkatan permintaan masker wajah. Adanya peningkatan kebutuhan kesehatan ini juga difasilitasi oleh platform *e-Commerce* di Indonesia.²⁷

Di masa *New Normal Covid-19* di Indonesia, masyarakat mencoba menelusuri hal-hal lain untuk tetap aktif dan produktif, meskipun dilakukan di rumah. Salah satu aktivitas yang digemari pada saat *New Normal* adalah memasak. Selama *New Normal*, perlengkapan memasak merupakan kategori *e-Commerce* yang mengalami peningkatan. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Nielsen, sejumlah 49% total responden lebih memilih

25 SIRCLO, 'The State of Indonesia's *e-Commerce* within COVID-19 & Rise of Social Commerce: An Overview' (2020) <https://insight.sirclo.com/blog/2020/08/indonesias-e-Commerce-landscape-within-covid-19-pandemic--rise-of-social-commerce> accessed 5 December 2020.

26 *Ibid.*

27 *Ibid.*

memasak dirumah. Tidak hanya perlengkapan memasak, perlengkapan *gaming* seperti *Nintendo consoles* juga mengalami peningkatan permintaan sebesar 156% selama masa *New Normal Covid-19*.²⁸ Terlepas dari kecenderungan sebagian masyarakat untuk memilih memasak sendiri dirumah, sebagian masyarakat lainnya lebih memilih melakukan pesanan makanan melalui *on demand service*. Mengingat kebijakan *social distancing* dalam membatasi restoran untuk beroperasi *dine in*, hal ini menjadikan pemesanan makanan secara daring menjadi populer. Aplikasi seperti Go Food dan Grab Food yang menyediakan layanan antar makanan secara daring mengalami peningkatan dari 7.4% hingga 10%. Peningkatan permintaan ini juga merupakan hasil adanya upaya perusahaan tersebut untuk memberikan promo menarik seperti promo *cashback* dan subsidi ongkos kirim.²⁹

Pandemi Covid-19 secara global mengubah dimensi sosial sehingga kebanyakan masyarakat di seluruh dunia melakukan pembatasan fisik dan melakukan kebanyakan aktivitas dari rumah.³⁰ Namun, pada masa ini, berkembang suatu jaringan bisnis tanpa batas yang disebut *e-Commerce*.³¹ Hal ini dikarenakan e-Commerce merupakan perbuatan jual beli elektronik yang menggunakan komputer dan jaringan internet.³²

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Warwick McKibbin dan Fernando pada tahun 2020, adanya pandemi Covid-19 memiliki dampak pada ekonomi global dalam jangka pendek secara signifikan.³³ Ekonomi digital dan industri teknologi informasi yang merupakan fondasi *e-Commerce*

berkembang dan tumbuh dengan sangat cepat seiring dengan berkembangnya teknologi ke era Revolusi Industri 5.0.³⁴ Ekonomi digital sendiri adalah sektor ekonomi yang merupakan bagian dari dunia teknologi digital, termasuk jaringan komunikasi digital seperti internet, komputer, dan teknologi informasi lainnya.³⁵

Masa *New Normal Covid-19* di Indonesia membuka jendela kesempatan bagi para pelaku *e-Commerce* di Indonesia. Pengaruh dari adanya kebijakan *social distancing* yang awalnya menginisiasikan peningkatan penggunaan layanan *e-Commerce* di Indonesia kemudian bertahan dan meningkatkan pendapatan Indonesia melalui sektor ekonomi digital. Bagian ini akan menjabarkan dan menganalisis secara lengkap bagaimana *e-Commerce* berkontribusi dan berpengaruh pada masa *New Normal Covid-19*.

Riset yang dilakukan oleh RedSeer menjabarkan bahwa Indonesia memiliki masa depan yang cerah di bidang *e-Commerce*. Indonesia sudah memiliki fundamental digital yang kuat. Bahkan, pada masa pre Covid-19, dijelaskan bahwa dengan total populasi di Indonesia yang berjumlah 270 juta orang, total populasi di Indonesia yang sudah memiliki akses internet adalah 180 juta orang. Kemudian, total populasi pengguna aktif internet terdapat 150 juta orang. Pengguna layanan *online* untuk transaksi semisal m-banking (non produk) di Indonesia terdapat 105 juta orang. Sedangkan, pengguna layanan *e-Commerce* di Indonesia sudah mencapai 65 juta orang.³⁶

Evolusi *e-Commerce* di Indonesia selalu meningkat dan diprediksi akan terus meningkat. Berdasarkan penelitian RedSeer, evolusi *e-Commerce* di Indonesia dibagi dalam 3 gelombang. Gelombang pertama digambarkan dalam 3 tahun belakang, yakni tahun 2017 hingga tahun 2019. Pada tahun 2017 pendapatan Indonesia melalui *e-Commerce* adalah 6.8 miliar USD, tahun 2018 adalah 13.5 miliar USD, dan tahun 2019 adalah 23 miliar USD. Pada gelombang ini, pertumbuhan *e-Commerce* di dominasi di wilayah

28 *Ibid.*

29 *Ibid.*

30 Mansour Abdelrhim, "The Effect of Covid-19 Spread on the *E-Commerce* Market: The Case of the 5 Largest *E-Commerce* Companies in the World" (2020) SSRN https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3621166 Accessed 8 December 2020.

31 Tony Yuri Rahmanto, "Penegakan Hukum Terhadap Tindak Pidana Penipuan Berbasis Transaksi Elektronik," *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* 19, No. 1 (2019).

32 Teguh Tresna Puja Asmara et.al, "Ketidakpastian Hukum Penggunaan Kode Unik dalam Sistem Pembayaran *e-Commerce*", *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* 19 (4), (2019).

33 Taufik Alwi, "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis dan Eksistensi Platform Online", *Jurnal Pengembangan Wiraswasta* 23, (2020).

34 Alan Greenspan in the U.S Department of Commerce, *The Emerging Digital Economy II*, (Secretariat on Electronic Commerce U.S Department of Commerce Washington DC, 1999).

35 Jack Unold, "Basic Aspects of the Digital Economy", (2003) 167 *Acta Universitatis Lodzianae Folia Oeconomica* 42.

36 Redseer (08).

pulau Jawa. Kategori populer *e-Commerce* yang mendominasi adalah barang elektronik dan *fashion* dengan penawaran seperti diskon harga dan gratis biaya pengiriman. Gelombang kedua merupakan perkembangan *e-Commerce* pada tahun 2020 hingga 2022. Pada tahun 2020, pendapatan *e-Commerce* di Indonesia adalah 35 miliar USD. Fokus dari tren *e-Commerce* berpindah kepada sektor dengan frekuensi tinggi seperti bahan makanan, *fashion* dan *beauty (keperluan rias)*. Perkembangan *e-Commerce* juga merambah ke wilayah luar pulau Jawa dengan subsidi terbatas. Adanya perubahan ini merupakan dampak dari adanya pandemi Covid-19 di Indonesia. Diproyeksikan pada tahun 2021 dan 2021, lanskap *e-Commerce* di Indonesia akan mengalami peningkatan positif sehingga berdampak terhadap perekonomian di Indonesia. Pada gelombang ke-3, yakni tahun 2023 hingga tahun 2025, kategori *e-Commerce* lainnya akan mengalami peningkatan popularitas dan perkembangan *e-Commerce* di luar pulau Jawa menjadi tren yang berkontribusi pada pendapatan digital di Indonesia.³⁷

Penggunaan layanan kurir logistik menjadi kebutuhan yang diminati seiring dengan meningkatnya *e-Commerce* di Indonesia. Layanan kurir logistik dibagi menjadi dua, yakni layanan logistik *In-house* yang disediakan oleh perusahaan *e-Commerce* seperti *Lazada Express* dan *Shopee Express* dan logistic 3rd Party seperti *Wira Logistics* dan *DHL Supply Chain*. Layanan kurir logistik untuk mengantarkan barang adalah menawarkan subsidi pengiriman sehingga menarik minat konsumen. Hal ini layaknya oli yang melancarkan roda *e-Commerce* di Indonesia.³⁸

Penelitian oleh RedSeer juga menganalisa tentang metode pembayaran dalam *e-Commerce* selama *New Normal* Covid-19. Dari kebanyakan konsumen banyak yang memilih untuk menggunakan *wallet payments* to memastikan pengiriman tanpa kontak fisik. *Wallet payments* juga biasanya hadir dan menawarkan *cashback promos*. Metode pembayaran *Cash on Delivery* sudah jarang digunakan sebagai metode pembayaran untuk membatasi kontak fisik dengan orang lain pada masa *New Normal* Covid-19 di Indonesia. Selanjutnya, metode

pembayaran lain seperti *ShopeePay* dan *OVO* menjadi metode pembayaran favorit konsumen dikarenakan metode pembayaran ini menawarkan keuntungan seperti *cashback* yang diminati konsumen.³⁹

B. Aspek Hukum *e-Commerce* di Indonesia

Sebagai negara hukum, Indonesia memerlukan pengaturan progresif untuk merespons perkembangan zaman. Hukum yang progresif menghendaki bahwa hukum berpihak dan memiliki daya guna bagi kepentingan manusia.⁴⁰ Dalam era digital, hukum diperlukan untuk mengatur perbuatan manusia, baik di dunia nyata maupun di dunia maya, pada semua perbuatan yang dilakukan manusia.⁴¹ Terdapat peraturan yang mengatur *e-Commerce* di Indonesia yaitu sebagai berikut:

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).

Dalam UU ITE, dijelaskan secara komprehensif berkaitan dengan alas hukum *e-Commerce*, kewajiban para pelaku usaha dan konsumen, dan lain sebagainya.⁴² Berdasarkan Pasal 1 ayat (2) UU ITE, *e-Commerce* merupakan perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan computer, dan/atau media elektronik lainnya. Penyelenggaraan *e-Commerce* di Indonesia perlu memenuhi serangkaian asas yang termaktub dalam Pasal 3 UU ITE. Asas-asas tersebut yakni adalah asas kepastian hukum, asas manfaat, kehati-hatian, itikad baik serta kebebasan memilih teknologi. Berdasarkan asas kepastian hukum, dalam penyelenggaraan transaksi elektronik, perlu adanya landasan hukum dalam segala hal yang membantu penyelenggaraannya serta mendapatkan pengakuan hukum.

39 *Ibid.*

40 Eko Noer Kristiyanto, "Urgensi Omnibus Law dalam Percepatan Reformasi Regulasidalam Perspektif Hukum Progresif", *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* 20 (2), (2020).

41 Ferry irawann Febriansyah, "Pertanggungjawaban Pidana Bagi Pelaku Ujaran Kebencian di Media Sosial" *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* 20 (2), (2020).

42 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

37 Redseer 09 (n8).

38 *Ibid.*

Selanjutnya, perlu ada pengupayaan proses berinformasi dalam penyelenggaraan transaksi elektronik agar dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia. Asas ini dinamakan asas manfaat. Kemudian berdasarkan asas kehati-hatian, perlu adanya perhatian terhadap segala hal yang berpotensi dalam merugikan para pihak dalam sebuah transaksi elektronik. Asas keempat adalah asas itikad baik dimana asas ini menjelaskan bahwa dalam melakukan transaksi elektronik, seluruh pihak tidak diperkenankan untuk secara sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum, mengakibatkan kerugian bagi pihak lain tanpa sepengetahuan pihak lain tersebut. Asas terakhir dalam pasal ini adalah asas kebebasan memilih teknologi. Asas ini menjelaskan bahwa penyelenggaraan *e-Commerce* harus membuka ruang untuk perkembangan jaman dalam penggunaan teknologi sehingga tak terfokus pada penggunaan suatu teknologi tertentu.⁴³

Berdasarkan Pasal 9 UU ITE, pelaku *e-Commerce* perlu memberikan informasi yang menyeluruh dan tepat berhubungan dengan syarat kontrak dan produk yang dijual. Klausula tersebut merupakan pengaturan yang penting dalam penyelenggaraan *e-Commerce* terutama pada masa *New Normal Covid-19*. Hal ini mengingat kejelasan dan keakuratan produk dengan deskripsi dirasa sangat perlu untuk menghindari prosedur pengembalian barang yang semakin sulit di masa *New Normal Covid-19* dan restriksi pembatasan fisik yang masih berlaku untuk mencegah penyebaran virus Covid-19.⁴⁴ Selanjutnya, Pasal 17 ayat (1) UU ITE menjelaskan penyelenggaraan *e-Commerce* dapat dilaksanakan dalam lingkup publik maupun lingkup privat. Penegasan asas itikad baik dalam penyelenggaraan transaksi elektronik di pertegas dalam Pasal 17 ayat (2) UU ITE. Ayat tersebut menjelaskan bahwa para pihak yang terlibat dalam *e-Commerce* diwajibkan untuk beritikad baik ketika berinteraksi dan/atau bertukar informasi dan/atau dokumen elektronik. Implementasi terhadap prinsip

tersebut adalah suatu hal yang sangat penting karena terdapat potensi salah satu pihak dengan tanpa hak atau melawan hukum merugikan pihak yang lain. Perlindungan terhadap konsumen *e-Commerce* juga diatur dalam Pasal 28 dimana tindakan penyebaran berita bohong dan menyesatkan dan menyebabkan kerugian terhadap konsumen dilarang. Bahkan, pelanggaran terhadap aturan ini berdasarkan Pasal 45A dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00.⁴⁵ Selanjutnya, dalam Pasal 21 ayat (2) UU ITE, juga dijelaskan berkaitan dengan pertanggungjawaban pihak atas segala akibat hukum dalam rangka penyelenggaraan *e-Commerce*. Apabila dilakukan oleh pihak yang bersangkutan, pertanggungjawaban akibat hukum terletak pada para pihak yang melangsungkan transaksi. Pertanggungjawaban atas segala akibat hukum secara otomatis terletak pada pelaku transaksi elektronik. Apabila terjadi kerugian pada transaksi elektronik yang disebabkan oleh terdapatnya kegagalan operasi agen sebagai akibat dari tindakan secara langsung pihak ketiga terhadap suatu sistem elektronik, pertanggungjawaban terletak pada agen elektronik yang bersangkutan. Pertanggungjawaban serupa juga diemban oleh pengguna jasa layanan yang melakukan kelalaian dan menimbulkan akibat hukum.⁴⁶

2. Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP)
UU PDP sebagai undang-undang yang baru saja ditetapkan pada tanggal 17 Oktober 2022 merupakan undang-undang yang merespons adopsi digital terakselerasi, baik dari sisi konsumen maupun UMKM. Dalam muatan perundangundangan, Pasal 3 UU PDP mengatur mengenai asas perlindungan, kepastian hukum, kemanfaatan, kehati-hatian, keseimbangan, pertanggungjawaban, dan kerahasiaan untuk menjamin segala aktivitas digital yang berkenaan dengan

43 Penjelasan Pasal 3 UU ITE

44 UU ITE (n 26) Pasal 9 ; Sulasi Rongiyati, "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Dagang Melalui Sistem Elektronik", *Jurnal Negara Hukum* 4, (2019).

45 UU ITE (n 26) Pasal 17 dan Pasal 28.

46 Dimas Febrian Syahputra, "Perlindungan Hukum Transaksi *E-Commerce*", *Jurnal Privat Law* 76, (2015).

rangkaian pemrosesan data pribadi subjek data pribadi.

Subjek data pribadi merupakan orang perseorangan yang pada dirinya melekat data pribadi.⁴⁷ Dalam menjalankan aktivitas transaksi elektronik dalam *e-Commerce*, subjek data pribadi berhak:⁴⁸

- a. mendapatkan informasi tentang kejelasan identitas, dasar kepentingan hukum, tujuan permintaan dan penggunaan data pribadi, dan akuntabilitas pihak yang meminta data pribadi;
 - b. melengkapi, memperbarui dan/atau memperbaiki kesalahan dan/atau ketidakakuratan data pribadi pribadi tentang dirinya sesuai dengan tujuan pemrosesan data pribadi;
 - c. mendapatkan akses dan memperoleh salinan data pribadinya;
 - d. mengakhiri pemrosesan, menghapus, dan/atau memusnahkan data pribadinya;
 - e. menarik kembali persetujuan pemrosesan data pribadinya yang telah diberikan kepada pengendali data pribadi;
 - f. mengajukan keberatan atas tindakan pengambilan keputusan yang hanya didasarkan pada pemrosesan secara otomatis, termasuk pemfilan, yang menimbulkan akibat hukum atau berdampak signifikan pada subjek data pribadi;
 - g. menunda atau membatasi pemrosesan data pribadi secara sesuai dengan tujuan pemrosesan data pribadi;
 - h. menggugat dan menerima ganti rugi atas pelanggaran pemrosesan data pribadinya;
 - i. mendapatkan dan/atau menggunakan data pribadi tentang dirinya dari ppengendali data pribadi dalam bentuk yang sesuai dengan struktur dan/ atau format yang lazim digunakan atau dapat dibaca oleh sistem elektronik;
 - j. menggunakan dan mengirimkan data pribadi tentang dirinya ke pengendali data pribadi lainnya;
- Data pribadi pengguna yang digunakan untuk menjalankan aktivitas *e-Commerce* dengan adanya pemrosesan data pribadi yang diatur dalam Pasal 16 ayat (1) UU

47 Lihat Pasal 1 angka UU PDP.

48 Lihat Pasal 5 s.d. Pasal 13 UU PDP.

PDP meliputi:

- a. pemerolehan dan pengumpulan;
- b. pengolahan dan penganalisisan;
- c. penyimpanan;
- d. perbaikan dan pembaruan;
- e. penampilan, pengumuman, transfer, penyebarluasan, atau pengungkapan; dan/ atau
- f. penghapusan atau pemusnahan.

Adapun pemrosesan data pribadi perlu dilakukan dengan melindungi keamanan data pribadi dari pengaksesan tidak sah, pengungkapan yang tidak sah, perubahan yang tidak sah, penyalahgunaan, perusakan, dan/atau penghilangan data pribadi.⁴⁹

UU PDP juga mengatur mengenai penyelesaian sengketa dan hukum acara, larangan dalam penggunaan data pribadi, dan ketentuan pidana masing-masing dalam Pasal 64, pasal 65, dan Pasal 67.

Pelarangan tersebut bertujuan untuk melindungi hak masyarakat saat mengakses *e-Commerce* dan menjadi dasar hukum untuk berbagai kegiatan di ruang digital. Hal ini tercermin pada Pasal 65 UU PDP dimana setiap orang dilarang untuk memperoleh atau mengumpulkan data pribadi yang bukan miliknya demi menguntungkan diri sendiri dan merugikan subjek data pribadi, dilarang mengungkapkan data pribadi bukan miliknya, dilarang menggunakan data pribadi bukan miliknya.⁵⁰

3. Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggara Sistem Transaksi Elektronik (PP PSTE)
Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik atau selanjutnya disebut sebagai PP PSTE. PP PSTE adalah aturan pelaksana dari UU ITE yang secara teknis mengatur tentang penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik di Indonesia. *e-Commerce* secara khusus diatur dalam Bab IV PP PSTE. Dalam bab ini, diatur perihal lingkup penyelenggaraan *e-Commerce*, persyaratan penyelenggaraan *e-Commerce*, dan persyaratan *e-Commerce*.⁵¹

49 Lihat Pasal 16 ayat (2) huruf e UU PDP.

50 Lihat pasal 65 UU PDP.

51 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

Salah satu pembahasan menarik dari PPPSTE adalah bahwa berdasarkan Pasal 46 PP PSTE, *e-Commerce* dapat dilaksanakan dengan merujuk pada kontrak elektronik maupun wujud kontraktual lainnya berdasarkan persetujuan para pihak mengenai syarat sah perjanjian sebagaimana termuat 1320 KUHPdata.⁵² Pengaturan tentang kontrak elektronik dan wujud kontraktual lainnya secara rinci dijelaskan di pasal selanjutnya. Bahkan, terdapat batasan minimal klausula yang dicantumkan dalam kontrak elektronik tersebut, seperti data para pihak yang terlibat, objek dan spesifikasi, dan lain sebagainya. Klausula baku ini penting untuk diterapkan dalam kontrak elektronik sebagai standar agar tercapainya kemudahan dalam menjalankan seluruh proses transaksi elektronik.⁵³

Dalam Pasal 48 PP PSTE, dijelaskan tentang kewajiban pelaku usaha dalam pelaksanaan *e-Commerce*. Kewajiban-kewajiban tersebut yakni antara lain kewajiban pelaku usaha dalam penyediaan informasi yang menyeluruh dan tepat perihal persyaratan kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Kemudian, ada kewajiban pelaku usaha dalam melakukan penawaran kontrak maupun iklan. Selanjutnya, ada kewajiban yang ditujukan kepada pelaku *e-Commerce* dalam memberikan tenggat waktu kepada pembeli dalam hal pengembalian produk apabila pada nyatanya tidak terdapat kesesuaian dengan kontrak yang sudah disetujui sebelumnya, maupun apabila pada nyatanya terdapat cacat tersembunyi. Kewajiban pelaku usaha lainnya yakni dalam penyampaian informasi mengenai produk dengan lengkap dan akurat. Terakhir, konsumen tak diperkenankan untuk dibebani perihal kewajiban pembayaran produk yang disediakan apabila tidak dituliskan dalam kontrak elektronik maupun tanpa adanya kontrak elektronik sebagai dasar.⁵⁴

52 Teguh Tresna Puja Asmara et.al, *Op. Cit.*

53 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 (n 29) Pasal 46.

54 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 (n 29) Pasal 48 ; Rolland Amrulah, "Tanggung Jawab Penyelenggara Sistem Elektronik atas Kerugian Penjual ditinjau dari Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik dan Transaksi Elektronik" (2020), 7 Jurnal Sarjana Ilmu Hukum.

4. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE)

Adapun apabila melihat pada *transaksi e-Commerce*, hal ini secara khusus diatur oleh Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE). PMSE adalah perdagangan yang melakukan transaksi dengan serangkaian perangkat dan prosedur elektronik. PP tersebut mengatur mengenai pokok-pokok transaksi *e-Commerce*, baik dari dalam maupun luar negeri, mencakup pelaku usaha, perizinan, dan pembayaran, yang dirincikan sebagai berikut:⁵⁵

- a. Menjelaskan bahwa ada tiga kategori peran pada transaksi perdagangan elektronik, yakni pelaku usaha/pedagang, penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik (PPMSE), dan penyelenggara sarana draf perantara;
- b. Membahas tentang penyelenggara transaksi perdagangan dan pelaku usaha yang memiliki sistem transaksi melalui elektronik wajib memiliki izin khusus perdagangan elektronik dari menteri perdagangan sesuai dengan UU ITE (Pasal 15 PP PMSE); dan
- c. Pelaku usaha harus menyediakan kontrak digital (Pasal 50 PPPMSE) yang berisi detail produk dan pembayaran, termasuk toko daring atau marketplace dari luar negeri, dan dikenakan pajak.

5. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat (atau selanjutnya disebut Permenkominfo 5/2020

Peraturan ini menjadi relevan mengingat bahwa penyelenggaraan *e-Commerce* dilaksanakan oleh penyelenggara sistem elektronik (selanjutnya disebut sebagai PSE) sebagaimana disebutkan dalam Pasal 2 Permenkominfo 5/2020. Peraturan ini menjelaskan bahwa PSE wajib untuk tunduk

55 Dirjen Aptika Kominfo RI, "Peraturan Pemerintah Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE)", <https://aptika.kominfo.go.id/2020/01/peraturan-pemerintah-nomor-80-tahun-2019-tentang-perdagangan-melalui-sistem-elektronik-pmse/> accessed 11 Oktober 2022.

pada proses administratif pendaftaran dan serangkaian kewajiban yang dituliskan dalam peraturan tersebut.⁵⁶

Adapun transformasi digital juga memasuki ranah peradilan. Dalam kondisi pandemi Covid-19, yang membatasi pertemuan fisik turut menimbulkan fenomena baru dalam hukum acara. Apabila terdapat pelanggaran yang terjadi, peradilan tetap dapat berjalan secara elektronik melalui Peraturan Mahkamah Agung (PERMA) Nomor 1/2019.⁵⁷ Pengaturan ini juga berlaku dalam ranah *e-Commerce* yang rentan terhadap tindak pidana penipuan yang prinsipnya sama dengan penipuan dengan cara konvensional⁵⁸ yang sejatinya telah diatur dalam KUHP yakni melalui pasal 378 KUHP, bahwa:

“Barang siapa dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum, dengan memakai nama palsu atau martabat palsu, dengan tipu muslihat, ataupun rangkaian kebohongan, menggerakkan orang lain untuk menyerahkan barang sesuatu kepadanya, atau supaya memberi utang maupun menghapuskan piutang, diancam karena penipuan dengan pidana penjara paling lama empat tahun”.

Untuk memperkuat dasar hukum, dapat diakomodasi juga melalui Pasal 28 ayat (1) UU ITE, bahwa

“Setiap orang dengan sengaja, dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik”

Pengaturan tersebut dapat dijatuhkan sebagai sanksi hukum terhadap tindak pidana penipuan.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, terbukti bahwa penyelenggaraan transaksi elektronik di Indonesia telah mendukung masa *New Normal* Covid-19 di Indonesia. Namun, telah muncul permasalahan berkaitan dengan data pengguna *e-Commerce* yaitu banyak mengalami kebocoran data. Apabila dalam transaksi *e-Commerce* tidak dijamin rasa aman dan kepastian hukum, dikhawatirkan perkembangannya mengalami stagnansi. Maka, penelitian ini berhasil menjawab permasalahan dengan adanya rezim hukum perlindungan data pribadi untuk menjamin keamanan dan kepercayaan pengguna untuk terus bertransaksi dalam *e-Commerce*.

SARAN

Transformasi digital dengan fenomena-fenomena baru yang mengiringinya senantiasa perlu ditanggulangi bersama untuk menghindari dampak yang tidak diinginkan. Hal ini misalnya dengan adanya kolaborasi yang berasal dari minimal tiga pihak/secara *triple helix* yaitu pemerintah, industri dan perguruan tinggi. Adapun kolaborasi tersebut ditekankan pada sinergi pemerintah sebagai pembuat kebijakan, universitas sebagai pusat pengembangan penelitian, dan industri sebagai penyedia kebutuhan layanan masyarakat untuk mencapai tujuan bersama. Dengan adanya kolaborasi *triple helix*, eskalasi ekonomi digital diwujudkan oleh peran *e-Commerce* seiring dengan adanya kualitas peningkatan mutu dan layanan serta kepercayaan dari masyarakat untuk menggunakan platform *e-Commerce*.

Dalam tataran praktis, aktivitas transaksi jual beli *online* pada platform *e-Commerce* berpotensi menimbulkan permasalahan hukum seperti koneksi internet yang tidak mendukung, ancaman keamanan *cyber*, perlindungan konsumen, logistik Indonesia yang mahal, sangat minim ahli digital, dan pajak bagi *start up* bisnis. Oleh karena itu, diperlukan strategi preventif maupun represif untuk menanggulangi hal tersebut. Strategi preventif yang dapat dilakukan adalah dengan mengadakan sosialisasi secara menyeluruh ke setiap lapisan masyarakat dalam pengenalan platform beserta dampak positif maupun negatifnya, mengadakan simulasi secara simultan untuk menjamin keamanan bertransaksi agar masyarakat lebih berhati-hati dalam menggunakan platform *e-Commerce*. Sementara, strategi represif dilakukan dengan adanya penegakan hukum ketika terjadi pelanggaran

56 Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2020 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat.

57 Aminuddin Lahami et.al, “Pembaharuan Hukum Acara Sebagai Respon Persidangan Di Pengadilan Pada Masa Pandemi”, *Jurnal De Jure* 14 (1), (2022).

58 Tony Yuri Rahmanto, “Penegakan Hukum Terhadap Tindak Pidana Penipuan Berbasis Transaksi Elektronik”, *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* 19 (1), (2018).

pada transaksi di platform *e-Commerce* dimana hukum positif perlu mengakomodasi tantangan aktual pada *e-Commerce* dan segenap aktivitas *online* lainnya.

Selanjutnya, terkait pemanfaatan *e-Commerce* di era *New Normal*, hal ini ditujukan untuk kemanfaatan konsumen serta kesejahteraan pelaku usaha yang hilirnya adalah meningkatkan perekonomian negara. Kehidupan pasca pandemi global turut mengubah tatanan kehidupan sehingga hal tersebut memerlukan kebijakan pemerintah yang memadai. Kemudian, hal ini akan mendorong aktivitas transaksi jual beli *online* yang dapat membantu meningkatkan roda perekonomian di Indonesia. Dengan demikian, para pelaku usaha terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, dapat memanfaatkan momen *New Normal* untuk melakukan penyesuaian bisnis yang semakin terdigitalisasi dan melakukan pengembangan produk sesuai kebutuhan pasar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Dekan Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran, Dr. Idris, S.H., M.A. serta kepada rekan yang senantiasa telah memberikan stimulus yang baik bagi penulis untuk menyusun penelitian ini dengan baik.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Ahmad M. Ramli et.al, “Pelindungan Kekayaan Intelektual dalam Pemanfaatan Teknologi Informasi di DSaat Covid-19” *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* 21 (1), (2021):45.
- Aminuddin Lahami et.al, “Pembaharuan Hukum Acara Sebagai Respon Persidangan Di Pengadilan Pada Masa Pandemi”, *Jurnal De Jure* 14 (1), (2022):2.
- CNN, “Daftar Negara yang Terancam Resesi pada 2023”, diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20221005180752-532-856801/daftar-negara-yang-terancam-resesi-pada-2023> accessed 11 Oktober 2022.
- Dedi Junaedi dan Faisal Salistia, “Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Pertumbuhan Ekonomi Negara-Negara Terdampak”, *Simposium Nasional Keuangan Negara*, (2020), 996.

- Deky Pariadi, “Pengawasan *e-Commerce* dalam Undang-Undang Perdagangan dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen”, *Jurnal Hukum dan Pembangunan* 48, (2018):52.
- Dimas Febrian Syahputra, “Perlindungan Hukum Transaksi *E-Commerce*”, *Jurnal Privat Law* (2015):76.
- Dirjen Aptika Kominfo RI, “Peraturan Pemerintah Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE)”, <https://aptika.kominfo.go.id/2020/01/peraturan-pemerintah-nomor-80-tahun-2019-tentang-perdagangan-melalui-sistem-elektronik-pmse/> accessed 11 Oktober 2022.
- Eko Noer Kristiyanto, “Urgensi Omnibus Law dalam Percepatan Reformasi Regulasi dalam Perspektif Hukum Progresif”, *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* 20 (2), (2020): 297.
- Faisal Riza dan Zainuddin, “Pemenuhan Hak Masyarakat Nelayan di Masa Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)”, *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* 20 (4), (2020):547.
- Ferry irawann Febriansyah, “Pertanggungjawaban Pidana Bagi Pelaku Ujaran Kebencian di Media Sosial” *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* 20 (2), (2020): 178.
- Greenspan, Alan., *The Emerging Digital Economy II*, (Washington DC: Secetariat on Electronic Commerce U.S Department of Commerce, 1999): 5.
- Hendro Wijayanto dan Paulus Harsadi, *Transformasi Digital*, (Jakarta: Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK)), 2.
- Jamaludin (et.al), *Transformasi Digital dalam Dunia Bisnis*, (Batam: Penerbit Cendekia Mulia Mandiri, 2022), 1-2.
- Kementerian Kesehatan RI. *Pedoman Pencegahan dan Pengendalian Covid-19 Revisi ke-5*, (Jakarta: Kemenkes RI, 2020): 17.
- Mansour Abdelrhim, “The Effect of Covid-19 Spread on the *E-Commerce* Market: The Case of the 5 Largest *E-Commerce* Companies in the World” (2020), accessed 8 December 2020 SSRN https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3621166

- Margarita Isoraite, "Electronic Commerce: Theory and Practice", *IJBE: Intergrated Journal of Business and Economics* 2, (2018):73.
- Maulina Ulfa, "Deretan Kebocoran Data E-Commerce dan Sektor Perbankan, Seberapa Bahaya?" diakses dari <https://www.idxchannel.com/economics/deretan-kebocoran-data-e-commerce-dan-sektor-perbankan-seberapa-bahaya> pada 1 November 2022.
- Marulak Pardede, "Aspek Hukum Kekarantinaan Kesehatan dan Perlindungan Konsumen dalam Penanggulangan Pandemi Covid-19", *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* 21 (1), (2021):41.
- Ozili, Peterson and Thankom Arun. "Spillover of Covid-19: Impact on the Global Economy.", *SSRN Electronic Journal*. 2020. 10.2139/ssrn.3562570.
- RedSeer, "Indonesia e-Commerce: Metamorphosis in a post Covid World. Summary Report"
- Rolland Amrulah, "Tanggung Jawab Penyelenggara Sistem Elektronik atas Kerugian Penjual ditinjau dari Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggara Sistem Elektronik dan Transaksi Elektronik", *Jurnal Sarjana Ilmu Hukum*, (2020), 7.
- SIRCLO, "Navigating Indonesia's E-Commerce: Covid-19 Impact and The Rise of Social Commerce", accessed 30 November 2020, <https://files.sirclocdn.xyz/sirclo/files/Navigating-Indonesia-s-E-Commerce-COVID-19-Impact-and-The-Rise-of-Social-Commerce-SIRCLOXRavenry.pdf>
- SIRCLO, 'The State of Indonesia's e-Commerce within COVID-19 & Rise of Social Commerce: An Overview' accessed 5 December 2020, <https://insight.sirclo.com/blog/2020/08/indonesias-e-Commerce-landscape-within-covid-19-pandemic--rise-of-social-commerce>
- Sudaryono, "E-Commerce Dorong Perekonomian Indonesia, Selama Pandemi Covid19 Sebagai Entrepreneur Modern dan Pengaruhnya Terhadap Bisnis Offline", *Jurnal Manajemen dan Bisnis Prodi Kewirausahaan* 02, (2020):200.
- Suherman et.al, "Government Responsibility Post Covid-19 Pandemic with The Increase Of Social Problems in Society" *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* 22 (2), (2022):205.
- d Rongiyati, "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Dagang Melalui Sistem Elektronik", *Jurnal Negara Hukum* 10, (2019):4.
- Tasya Safiranita Ramli, Copyrighted Content Commercialization on OTT in Indonesia, *Journal of Intellectual Property Rights*, 26 (2021):351.
- Taufik Alwi, "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis dan Eksistensi Platform Online", *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22 (2020):23.
- Teguh Tresna Puja Asmara et.al, "Ketidakpastian Hukum Penggunaan Kode Unik dalam Sistem Pembayaran e-Commerce", *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* 19 (4), (2019):513.
- Tony Yuri Rahmanto,, "Penegakan Hukum Terhadap Tindak Pidana Penipuan Berbasis Transaksi Elektronik", *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* 19 (1), (2018):48.
- , "Penegakan Hukum Terhadap Tindak Pidana Penipuan Berbasis Transaksi Elektronik," *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* 19, No. 1 (2019): 31-52.
- Unold, Jack., "Basic Aspects of the Digital Economy", *Acta Universitatis Lodziensis Folia Oeconomica* 42, (2003): 167.
- World Health Organization, 'Archived: WHO Timeline – COVID-19', accessed 27 November 2020,
- Yoanita Kartika Sari Tahalele, "The Importance of E Commerce on The Development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in The Rural Area During Covid-1", *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5 (2021):34.
- Yosepha Pusparisa, "Bocornya Puluhan Juta Data Pengguna E-Commerce Indonesia", diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/05/12/bocornya-puluhan-juta-data-pengguna-e-commerce-indonesia> pada 1 November 2022.