

TANTANGAN HUKUM DAN PERAN PEMERINTAH DALAM PEMBANGUNAN E-COMMERCE

(Legal Challenges and Government`S Role in E-Commerce Development)

Imam Lukito

Pusat Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan
Badan Penelitian dan Pengembangan Hukum dan HAM
Kementerian Hukum dan HAM R.I.

Jl. HR. Rasuna Said Kav. 4-5 Kuningan Jakarta Selatan

Email: lukitoimam@gmail.com

Tulisan Diterima: 16 Agustus 2017; Direvisi: 9 Oktober 2017;

Disetujui Diterbitkan: 18 Oktober 2017

Abstrak

Data statistik kegiatan perdagangan secara elektronik (*e-commerce*) menunjukkan peningkatan tiap tahunnya. Hal ini seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi serta semakin baiknya jaringan infrastruktur komunikasi. Ekonomi berbasis elektronik mempunyai potensi yang tinggi bagi Indonesia, dan merupakan salah satu tulang punggung perekonomian nasional. Penelitian ini mencoba menganalisa permasalahan bagaimana tantangan hukum dalam bisnis *e-commerce* dan bagaimana peran pemerintah dalam mendukung lahirnya pelaku-pelaku usaha *e-commerce* baru. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, bersifat deskriptif analisis dengan bentuk penelitian *desk study*. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa: *pertama*, tantangan hukum dalam pembangunan *e-commerce* yaitu: bentuk badan hukum, perijinan; aspek legalitas dan perlindungan hukum para pihak dalam komunitas *e-commerce*; dan *kedua*, peran pemerintah dalam pembangunan bisnis *e-commerce* adalah dengan melakukan perbaikan sistem hukum nasional sesuai dengan dinamika perkembangan telematika dan menerbitkan regulasi yang memuat aspek: pendanaan, perpajakan, perlindungan konsumen, pendidikan dan sumber daya manusia, infrastruktur jaringan komunikasi, logistik, keamanan siber dan manajemen pelaksana peta jalan *e-commerce*.

Kata Kunci: Tantangan Hukum, Peran Pemerintah, *E-Commerce*

Abstract

Statistically, year by year, e-commerce trade activities shows a significant increase. It is influenced by the development of information and communication technology. E-commerce has a high potency for Indonesia and one of the national economic supports. This research analyses the legal challenges in e-commerce business and government role in supporting a rise of new business actors. It uses a qualitative method, a descriptive analysis and it is a literature study. It also concludes that first, legal challenges in e-commerce development namely; the form of legal entity, licensing; legal aspect and legal protection of the parties in the e-commerce community; and second, government's role in e-commerce business development is to improve national legal system according to dynamics of telematics development and issuing regulations containing aspects of funding, taxes, consumers protection, education and human resources, infrastructure of communication system, logistic, cyber- security and executive management of e-commerce roadmap.

Keywords: Legal Challenges, Government`s Role, *E-Commerce*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan perekonomian dunia yang berlangsung sangat cepat, arus globalisasi dan perdagangan bebas serta kemajuan teknologi, telekomunikasi dan informasi telah memperluas ruang transaksi barang dan jasa yang ditawarkan menjadi lebih bervariasi, baik barang dan jasa produksi dalam negeri maupun produksi luar negeri. Kemajuan tersebut telah menghadirkan banyaknya fasilitas telekomunikasi dan canggihnya produk teknologi informasi yang mampu mengintegrasikan semua media informasi untuk mempermudah segala kegiatan manusia sehari-hari. Di tengah globalisasi komunikasi yang semakin terpadu (*global communication network*) ini, internet menjadi populer dan membuat dunia semakin mengecil (*shrinking the world*) sekaligus memudahkan batas negara berikut kedaulatan dan tatanan masyarakatnya.¹

Teknologi informasi di Indonesia berkembang pesat, menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2016 pengguna internet di Indonesia berjumlah 132,7 juta atau 52% dari jumlah penduduk Indonesia.² Dari jumlah tersebut peringkat pertama diduduki pengguna di Pulau Jawa sebesar 86,3 juta orang (65%) sesuai dengan infografis pada gambar 1. Hal ini disebabkan selain karena sebaran penduduk tetapi juga karena kesiapan infrastruktur jaringan komunikasi yang lebih baik di pulau Jawa dibandingkan dengan pulau yang lain. Jika dibandingkan dengan hasil survei pada tahun 2014 pengguna internet Indonesia

berada pada angka 88 juta pengguna. Peningkatan ini sebanding dengan meningkatnya perkembangan teknologi *gadget (smartphone)* yang semakin murah dan kompetitif dan perbaikan infrastruktur komunikasi oleh operator telekomunikasi di Indonesia.

Gambar 1. Jumlah Pengguna Internet di Indonesia



Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet, November 2016

Kemajuan teknologi telah membawa perubahan dan pergeseran yang cepat dalam suatu kehidupan tanpa batas di era globalisasi ini. Globalisasi merupakan proses penghapusan berbagai kendali yang menghalangi gerak kinerja perdagangan dan modal untuk merentangkan jangkauan seluas bola dunia.³

Pemanfaatan teknologi telah mendorong pertumbuhan bisnis dengan pesat, karena berbagai informasi dapat disajikan melalui hubungan jarak jauh dan mereka yang ingin mengadakan transaksi tidak harus bertatap muka, akan tetapi cukup melalui peralatan komputer dan telekomunikasi. Perkembangan teknologi informasi juga membentuk masyarakat dunia baru yang tidak lagi dihalangi oleh batas-batas teritorial

1 Arsyad Sanusi, *Efektivitas UU ITE dalam Pengaturan Perdagangan Elektronik (E- Commerce)*, Jurnal Hukum Bisnis, 29 (1), 2010, hlm. 5
 2 Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, *Infografis: Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia, 2016*, diakses pada tanggal 12 Agustus 2017 di laman <https://apjii.or.id/content/read/39/264/Survei-Internet-APJII-2016>
 3 Joko Susanto, *Kajian Teoritik Tentang Pengaruh Globalisasi Terhadap Proses Demokratisasi, Masyarakat, Kebudayaan dan Politik*, Th XIII, No 2, April 2000, hlm. 59-72.

dan telah membalikkan segalanya yang jauh menjadi dekat yang khayalan jadi nyata. Internet dan teknologi informasi merupakan inovasi baru pada dekade terakhir ini yang mempengaruhi kehidupan manusia. Beberapa aktifitas manusia berubah secara signifikan dengan mengambil keuntungan dari efisiensi, efektifitas dan mobilitas.

Dalam dunia perdagangan global saat ini, transaksi elektronik adalah suatu hal yang tidak dapat dihindarkan. *Electronic Commerce (E-Commerce)* adalah suatu contoh dari kemajuan teknologi informasi, dimana transaksi bisnis tidak lagi dilakukan secara konvensional, yang mengharuskan pembeli berinteraksi langsung dengan penjual atau adanya keharusan menggunakan uang tunai. Tetapi penjual diwakili oleh suatu sistem yang melayani pembeli secara *online* dengan melalui media jaringan komputer. Dalam melakukan transaksi, seorang pembeli berhadapan dan berkomunikasi dengan sistem yang mewakili penjual. Oleh karena itu, *E-Commerce* ini membutuhkan infrastruktur sistem yang mampu menjamin keamanan transaksi tersebut.

Era Perdagangan Global membutuhkan dukungan *Digital Economy* yang tercermin dengan lahirnya aktivitas perdagangan secara elektronik (*electronic trading*), dalam berbagai bentuk kegiatan seperti: perdagangan retail, pelelangan barang, penawaran jasa, dan sebagainya. Sebagai konsekuensinya, toko tradisional digantikan oleh toko elektronik yang dikenal dengan nama: *Cyberstore, Virtual Store, Digital Market, Electronic Mall, Online Shop* dan lain sebagainya. Pertumbuhan digital economy ini tentunya memberikan dampak positif maupun negatif terhadap kehidupan ekonomi global yang tidak lagi mengenal batas teritorial suatu negara.⁴

Pertumbuhan industri *e-commerce* dalam negeri semakin pesat di tengah perlambatan laju ekonomi tanah air. Terlebih, kebanyakan pelaku bisnis *e-commerce* di tanah air berskala kecil dan menengah (UKM). Seperti yang kita ketahui, bisnis UKM menjadi usaha yang paling tahan banting di saat krisis ekonomi sekalipun. Melalui industri *e-commerce*, dapat terus dikembangkan dan mendukung perekonomian Indonesia yang diprediksi menjadi kekuatan ekonomi baru dunia pada tahun 2020 nanti.

Tak hanya sekedar untuk mencari informasi dan interaksi online, masyarakat di kota-kota besar kini menjadikan *e-commerce* sebagai bagian dari gaya hidup mereka. Perilaku konsumtif dari puluhan juta orang kelas menengah di Indonesia menjadi alasan mengapa *e-commerce* di Indonesia akan terus berkembang. Bisnis ini memiliki nilai bisnis yang sangat besar, tetapi sayangnya sampai saat ini belum ada regulasi khusus yang mengatur bisnis online ini. Pada akhir tahun 2014 saja, nilai bisnis industri *e-commerce* Indonesia mencapai USD 12 miliar.

Pemerintah Indonesia ingin menempatkan Indonesia sebagai Negara *Digital Economy* terbesar di Asia Tenggara pada tahun 2020. Kondisinya saat ini banyak pelaku *bisnis e-commerce* pemula (*startup*) baik perdagangan online maupun startup digital dengan ide-ide segar dan inovatif yang kurang memiliki akses atau pendanaan untuk mengembangkan bisnisnya. Pemerintah akan mendorong tumbuhnya *technopreneurs* baru, baik dengan menggandeng mentor-mentor *technopreneurs* terkemuka, pusat data, *technopark*, serta memberikan pendanaan. Sedangkan bagi pelaku bisnis UKM diharapkan mampu naik tingkat menjadi pelaku usaha besar, bahkan menggurita hingga internasional.

4 M.Sukrisno Mardiyanto, *Orasi Ilmiah Peranan Informatika dalam Pengembangan E-Commerce*, <http://jurnal-kopertis4.tripod.com/16-3.htm> diakses 24 Juli 2015

Penguatan infrastruktur teknis, strategi bisnis, dan strategi pemasaran digital tak diragukan lagi memainkan peranan penting untuk meningkatkan profitabilitas *e-commerce*. Namun, pengembangan dan penguatan bisnis juga harus diiringi dengan pengamanan secara hukum atas resiko-resiko yang dapat muncul dalam kegiatan dan transaksi *e-commerce* antara pelaku usaha online dengan konsumen. Resiko-resiko hukum tersebut diantaranya berkaitan dengan keamanan transaksi, baik dari segi pembayaran, logistik dan *delivery*, keautentikan identitas, perlindungan terhadap privasi dan data, layanan dan penyelesaian komplain dari konsumen, hubungan kontrak jual-beli, termasuk resiko tuntutan dari pihak ketiga lainnya. Sebagai contoh pada tahun 2016 perusahaan *e-commerce* asal Singapura Lazada⁵, ramai diperbincangkan oleh warga *netizen* bahwa beberapa akun lazada dibobol. Akan tetapi pihak Lazada membantah perihal dibobolnya beberapa akun tersebut, Lazada menjelaskan bahwa hal tersebut terjadi karena kemungkinan adanya *phising* terhadap akun korban, sehingga peretas berhasil mengambil username dan password. Namun alasan tersebut tidak dapat diterima, karena sudah selayaknya Lazada harus menjamin tingkat keamanan sistem *e-commercenya* dalam level yang paling tinggi sehingga data-data konsumen tidak mudah dicuri apalagi di dalamnya juga memanfaatkan pembayaran secara elektronik dan memanfaatkan kartu kredit yang data-datanya bersifat sangat rahasia.

Hal lain yang seringkali menjadi persoalan hukum terkait dengan *e-commerce* ini adalah erat hubungannya dengan masalah hak kekayaan intelektual seperti hak cipta,

merek dan paten. Seperti yang dialami oleh *Chef Farah Quinn* yang mempersoalkan secara hukum salah satu perusahaan *e-commerce* karena menggunakan fotonya tanpa izin. Dimana foto yang digunakan untuk iklan pisau adalah foto yang terdapat pada sampul buku miliknya berjudul *Healthy Happy Family By Farah Quinn*. Sedangkan foto yang digunakan oleh produk double fry pan milik *Modern House* merupakan foto yang digunakan untuk iklan produk Tupperware.⁶

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis ingin membahas mengenai tantangan hukum pembangunan *e-commerce* dan bagaimana peran pemerintah dalam mendorong munculnya pelaku-pelaku pemula (startup) di bidang *e-commerce*.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana tantangan hukum pembangunan bisnis *e-commerce*?
2. Bagaimana peran pemerintah dalam mendukung pembangunan bisnis *e-commerce*?

Tujuan

1. Untuk mengetahui tantangan hukum pembangunan bisnis *e-commerce*.
2. Untuk mengetahui peran pemerintah dalam mendukung pembangunan bisnis pemula.

Metode Penelitian

1. Pendekatan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif sebagai strategi untuk mengumpulkan dan memanfaatkan semua informasi terkait pokok

5 Bambang Dwi Atmoko, *Berkaca dari Kasus Bobolnya Lazada, e-Commerce Harus Tingkatkan Keamanan*. Diakses pada 1 Oktober 2017 pada laman <https://arenalte.com/berita/kasus-lazada-e-commerce-harus-tingkatkan-keamanan-sistemnya/>

6 Vania Ika Aldida, *Farah Quinn Laporkan E-Commerce Terkait Pelanggaran Hak Cipta* diakses pada 1 oktober 2017 di laman <https://celebrity.okezone.com/read/2016/03/18/33/1339999/farah-quinn-laporkan-e-commerce-terkait-pelanggaran-hak-cipta>

permasalahan. Penelitian ini bersifat deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis bagaimana peran dan sinergi antar lembaga terkait guna mendukung pembangunan e-commerce dalam negeri sebagai upaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional di era ekonomi digital.

2. Pengumpulan Data

Menggunakan metode *desk study* yaitu cara pengumpulan data dan informasi melalui pemeriksaan dan analisis data dan informasi yang menggunakan data sekunder. Data sekunder diperoleh melalui penelusuran literatur. Yang menjadi sumber data dalam penelitian ini adalah literatur, artikel, jurnal, penelitian ilmiah, serta laman internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

3. Teknik Analisa Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model interaktif sebagaimana dikemukakan oleh Miles dan Huberman dalam Sugiono⁷ meliputi kegiatan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dan sajian data disusun pada waktu peneliti mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian. Setelah pengumpulan data berakhir, peneliti berusaha menarik kesimpulan berdasarkan verifikasi data lapangan tersebut.

PEMBAHASAN

Tantangan Hukum Bisnis *E-Commerce*

Secara umum *e-commerce* adalah sistem perdagangan yang menggunakan

mekanisme elektronik yang ada di jaringan internet. *E-commerce* dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis.

E-Commerce dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan atau perniagaan barang atau jasa (*trade of goods and services*) dengan menggunakan media elektronik. Di dalam *e-commerce* itu sendiri terdapat perdagangan melalui internet seperti dalam *bussines to consumer* (B2C) dan *bussines to bussines* (B2B) dan perdagangan dengan pertukaran data terstruktur secara elektronik.⁸

Menurut Onno W. Purbo dan Aang Wahyudi yang mengutip pendapatnya David Baum, menyebutkan bahwa:⁹

“e-commerce is a dynamic set of technologies, aplications, and business procces that link enterprises, consumers, and communities through electronictransaction and the electronic exchange of goods, services, and information”.

Bahwa *e-commerce* merupakan suatu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik.

E-commerce merupakan konsep baru yang biasa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada *World Wide Web Internet* (Shim, Qureshi, Siegel, 2000) atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet (Turban, Lee, King, Chung,

7 Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta. 2012...lihat juga Miles, Matthew B. dan A. Michel Huberman, *Analisis Data Kualitatif*. Cetakan I. (Jakarta: UI-Press. 2004).

8 Ryeke Ustadiyanto, *Framework eCommerce*, Yogyakarta: Andi, 2001, hlm 139- 143

9 Onno W. Purbo, *Mengenal E-Commerce*, Jakarta: PT.Elex Media Komputindo, 2000, hlm. 2.

2000) dalam buku Suyanto.¹⁰ Sedangkan menurut Kalakota dan Whinston (1997) dalam buku M. Suyanto mendefinisikan *e-commerce* dari beberapa perspektif berikut:¹¹

1. Perspektif Komunikasi: merupakan pengiriman informasi, produk atau layanan serta pembayaran melalui telepon, jaringan komputer atau sarana elektronik lainnya.
2. Perspektif Proses Bisnis: merupakan aplikasi teknologi menuju otomisasi transaksi dan aliran kerja perusahaan.
3. Perspektif Layanan: merupakan salah satu alat yang memenuhi keinginan perusahaan, konsumen dan manajemen dalam memangkas biaya layanan ketika meningkatkan mutu barang dan kecepatan pelayanan.
4. Perspektif Online: berkaitan dengan kapasitas jual beli produk dan informasi di internet dan jasa online lainnya.

Penggolongan *e-commerce* yang lazim dilakukan orang ialah berdasarkan sifat transaksinya. Berikut jenis-jenis dari *e-commerce*:¹²

1. *Business to business* (B2B), meliputi semua transaksi elektronik yang dilakukan antar perusahaan. Contoh bisnis *e-commerce* yang menerapkan model ini adalah bizzy.co.id dan ralali.com
2. *Business to Consumer* (B2C), dimana pelaku bisnisnya melibatkan langsung antara penjual atau perusahaan dengan konsumen akhir (*individual buyer*). Jenis ini berkembang dengan sangat cepat karena adanya dukungan munculnya platform website serta banyaknya toko *virtual* bahkan mal di internet yang menjual beragam kebutuhan masyarakat. Contoh bisnis *e-commerce*

yang menerapkan model ini adalah Berybenka, Bhinneka, Tiket.com dan lain lain.

3. *Consumer to Consumer* (C2C), meliputi semua transaksi elektronik antar konsumen. Umumnya transaksi ini dilakukan melalui pihak ketiga yang menyediakan *platform online* untuk melakukan transaksi tersebut. Konsep jenis ini banyak digunakan dalam situs online *auction* atau lelang secara online. Contoh portal *e-commerce* yang menerapkan konsep C2C adalah Tokopedia, Bukalapak, Elevania dan lain-lain.
4. *Consumer to Business* (C2B), dimana pelaku bisnis perorangan atau individual melakukan transaksi atau interaksi dengan suatu atau beberapa perusahaan. Jenis *e-commerce* seperti ini sangat jarang dilakukan di Indonesia. Contoh portal *e-commerce* yang menerapkan model bisnis seperti ini adalah priceline.com.
5. *Business-to-Administration* (B2A), mencakup semua transaksi yang dilakukan secara online antara perusahaan dan administrasi publik pemerintah. Jenis *e-commerce* ini melibatkan banyak layanan, khususnya di bidang-bidang seperti fiskal, jaminan sosial, ketenagakerjaan, dokumen hukum dan register, dan lainnya. Contoh website administrasi publik yang menerapkan B2A adalah www.bpjs-online.com
6. *Consumer-to-Administration* (C2A), meliputi semua transaksi elektronik yang dilakukan antara individu dan administrasi publik. Contoh area yang menggunakan jenis *e-commerce* ini adalah:

10 Suyanto, M., *E-commerce Perusahaan Top Dunia*, Yogyakarta: Andi, 2003, hlm 11

11 *Ibid.*

12 Rebecca, *Jenis-Jenis E-Commerce dan Contohnya*, diakses pada 24 Juli 2017 di laman <http://www.progresstech.co.id/blog/jenis-e-commerce/>

- a. Pendidikan – penyebaran informasi, proses pembelajaran jarak jauh, dan lainnya
 - b. Jamsostek – penyebaran informasi, pembayaran, dan lainnya
 - c. Pajak – pengajuan pajak, pembayaran pajak, dan lainnya
 - d. Kesehatan – janji pertemuan, informasi mengenai penyakit, pembayaran layanan kesehatan dan lainnya
7. *Online-to-Offline* (O2O), jenis *e-commerce* yang menarik pelanggan dari saluran online untuk toko fisik. Beberapa website di Indonesia yang menerapkan jenis O2O adalah Kudo dan MatahariMall. Seperti yang dilakukan oleh perusahaan ritel besar di Amerika, Walmart.

Faktor-faktor yang menjadi pendorong implementasi *e-commerce*, menurut Desruelle dan Burgelman (2001) meliputi:¹³

1. Globalisasi dan liberalisasi perdagangan;
2. Kompetisi yang semakin tajam;
3. Perkembangan teknologi;
4. Pengurangan tujuan secara fisik; dan
5. Publisitas

Disamping banyaknya manfaat yang ditawarkan oleh sistem *e-commerce*, ada celah-celah ancaman yang ada dalam pemanfaatannya. Ancaman tersebut yaitu berbagai kemungkinan munculnya kejadian yang dapat membahayakan aset-aset yang berharga. Secara yuridis kegiatan pada ruang siber/internet tidak dapat menggunakan pendekatan hukum konvensional saja sebab akan banyak kesulitan yang muncul. Kegiatan dalam ruang siber adalah kegiatan *virtual* yang berdampak sangat nyata meskipun dokumen yang dijadikan sebagai alat bukti bersifat elektronik atau *softcopy*.

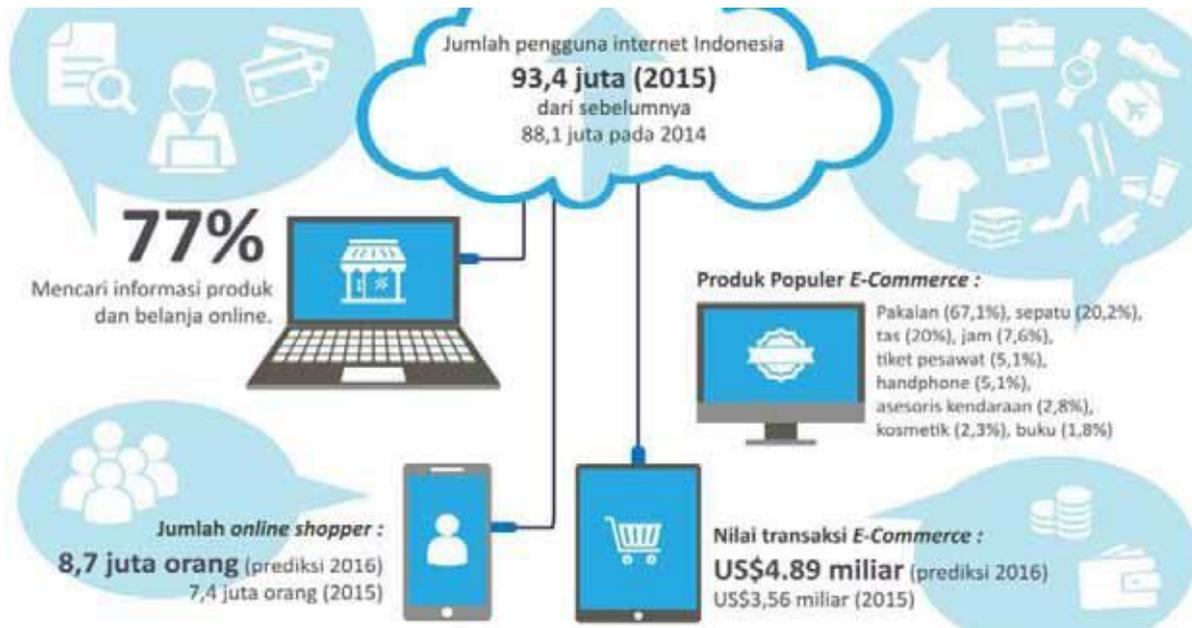
Oleh karena itu maka peran Negara dalam hal ini pemerintah mempunyai kewajiban untuk melindungi warga negaranya dengan menjalankan fungsi perlindungan melalui regulasi hukum yang mengatur transaksi *e-commerce* tersebut, sehingga kepastian hukum tercapai dan kesejahteraan bisa terwujud.

Apabila dilihat dari aspek hukum, transaksi perdagangan atau jual beli sebagai suatu bentuk perjanjian sudah diatur dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata, yaitu Buku III tentang Perikatan. Akan tetapi dalam KUHPdt tersebut hanya mengatur transaksi jual beli konvensional, belum mengatur kegiatan jual beli diruang siber (*e-commerce*). Pada tahun 2008 pemerintah mengesahkan Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 yang saat ini telah diubah dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan transaksi Elektronik (UU ITE). UU ITE secara umum mengatur tentang pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Dalam UU tersebut dilakukan perluasan penafsiran terhadap norma-norma yang berkaitan dengan *e-commerce* yang tetap mengacu pada aturan keperdataan konvensional dalam KUHPdt. Data statistik yang dikeluarkan oleh Social Research & Monitoring (soclab.co)¹⁴ seperti dalam infografis pada gambar 2, menunjukkan bahwa potensi pasar *e-commerce* di Indonesia memang telah merebak ke berbagai lini, termasuk UKM (Usaha Kecil Menengah). Angka transaksi yang fantastis dari bisnis lewat jaringan internet ini memang telah memikat siapa saja untuk mencoba peruntungannya. Namun kini bermain *di e-commerce* tak lagi bisa sembarangan, ada beberapa aturan yang perlu dipahami agar tak tergelincir dalam jerat hukum.

13 Dalam Ainur Rofiq, *Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce*, Tesis. Universitas Brawijaya Malang, 2007, hlm. 26

14 Paparan yang disampaikan oleh Direktur Pemberdayaan Informatika, Septriana Tangkari, di Bandung 27 Oktober 2016 dengan judul *Siapa Menjadi Raja Digital ASEAN?*, Lihat pada <https://web.kominfo.go.id/sites/default/files/Ekonomi%20Digital.pdf> diakses pada 25 Juli 2017

Gambar 2. Potensi Bisnis E-Commerce di Indonesia



Sumber: Social Research & Monitoring soclab.co

Saat ini pemerintah sedang serius melakukan penataan dan pengaturan pada dunia *e-commerce*. Tentu ke depan bisa dipastikan bisnis *e-commerce* akan memiliki banyak aturan dan hukum yang mengikatnya. Maka dengan adanya beberapa aturan hukum *e-commerce* ini tentu akan menciptakan tantangan tersendiri bagi para pelakunya. Menurut Direktur Pengembangan dan Bisnis Easybiz, Leo Faraytody, pebisnis yang tidak mengetahui dan memahami hukum *e-commerce* yang ada, maka bukan tidak mungkin mereka akan banyak menemui kesulitan dan kendala.

Lalu apa saja tantangan hukum yang sudah dan akan datang pada dunia *e-commerce* yang harus dipahami oleh para pelakunya. Berikut tantangan hukum dunia *e-commerce*:¹⁵

a. Badan Hukum *E-commerce* di Indonesia

Hal pertama yang perlu dan wajib diperhatikan dalam bisnis *e-commerce*

adalah mengetahui be badan hukum usaha yang akan ditetapkan. Beberapa hal seperti skala bisnis, modal, target pasar dan strategi yang akan diterapkan menjadi pertimbangan untuk menyelaraskan dengan bentuk badan hukum yang akan ditetapkan.

Dengan memiliki badan hukum, maka usaha *e-commerce* memiliki identitas yang pasti dan dapat menunjang dan mengantisipasi persoalan hukum yang ada. Meskipun masih dalam skala kecil, badan hukum merupakan hal yang penting untuk dipertimbangkan dalam pembangunan usaha *e-commerce*. Dapat membentuk badan hukum *Commanditaire Vennootschap* (CV), atau bentuk badan hukum Perseroan Terbatas (PT) yang lebih kuat dan terpercaya.

Pada prinsipnya, tidak ada keharusan bagi sebuah bidang usaha *e-Commerce* berbentuk PT.

15 <https://www.maxmanroe.com/pebisnis-e-commerce-di-indonesia-wajib-faham-5-aspek-hukum-berikut-ini.html> diakses pada 25 Juli 2017

Sebagaimana yang disebutkan dalam Pasal 1 angka 4 Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik sebagai berikut:¹⁶

Penyelenggara Sistem Elektronik adalah setiap orang, penyelenggaraan negara, Badan Usaha, dan masyarakat yang menyediakan, mengelola, dan/atau mengoperasikan Sistem Elektronik untuk keperluan dirinya dan/atau keperluan pihak lain.

Hal senada juga disebutkan dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan dalam BAB I Ketentuan Umum Pasal 1 ayat 14 mendefinisikan pelaku usaha termasuk di dalamnya bidang bisnis *e-commerce* sebagai berikut :¹⁷

Pelaku Usaha adalah setiap orang perseorangan warga negara Indonesia atau badan usaha yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan dalam wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia yang melakukan kegiatan usaha di bidang Perdagangan.

Berdasarkan ketentuan di atas, tidak ada masalah apabila memilih bentuk badan usaha selain PT misalnya dengan mendirikan koperasi, Persekutuan Komanditer (CV), atau firma. Mendirikan PT untuk usaha *e-commerce* tentu lebih aman dibandingkan CV. Sebab, PT statusnya badan hukum sehingga ada pemisahan harta kekayaan dan tanggung jawab antara pemilik perusahaan dengan

perusahaannya. Tanggung jawab pemilik atau pemegang saham hanya sebatas nilai sahamnya di perusahaan tersebut. Sementara, CV bukan badan hukum. Jadi tidak ada pemisahan harta dan tanggung jawab. Artinya, kalau CV mengalami kerugian, bisa merembet ke harta pribadi pemilik perusahaan.

b. Tentang Perizinan

Perizinan seringkali membuat pelaku usaha malas dan enggan untuk mengurusnya karena faktor kerumitan (birokrasi). Buruknya sistem layanan perijinan menjadi hal yang menghambat para pelaku usaha. Perizinan dan dokumen legalitas untuk mendirikan usaha antara lain seperti Surat Keterangan Domisili Perusahaan (SKDP), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) atas nama perusahaan, Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dan Tanda Daftar Perusahaan (TDP).

Untuk mendirikan perusahaan *e-commerce*, yang perlu diperhatikan adalah harus memiliki SIUP. Tanpa SIUP maka tidak bisa melakukan kegiatan perdagangan di Indonesia. Pasal 24 ayat (1) Undang-Undang Perdagangan menyatakan:

Pelaku usaha yang melakukan kegiatan usaha perdagangan wajib memiliki perizinan di bidang perdagangan yang diberikan oleh Menteri.

Pasal ini yang menjadi dasar hukum penerbitan SIUP. Tanpa memiliki SIUP, ancaman pidana bagi pelaku usaha adalah pidana penjara paling lama 4 tahun atau pidana denda paling banyak Rp 10 miliar.¹⁸

16 Pasal 1 angka 4 Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik

17 Pasal 1 angka 14 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan

18 Lihat Pasal 106 UU Perdagangan "Pelaku Usaha yang melakukan kegiatan usaha Perdagangan tidak memiliki perizinan di bidang Perdagangan yang diberikan oleh Menteri sebagaimana dimaksud dalam Pasal 24 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun atau pidana denda paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah)."

c. Aspek Legalitas

Aspek legal bukan hanya berhenti pada pendirian perusahaan ataupun perijinan, namun segala perihal yang dapat memperlancar jalannya semua aktifitas bisnis, memperkuat pondasi bisnis untuk mempertahankan dan pengharapan atas keberlangsungan kegiatan bisnis, guna menuju kemenangan persaingan dalam bisnis. Aspek legalitas mempunyai peran utama dan sangat penting. Setiap bagian dari aktifitas dalam menjalankan dan menerapkan kegiatan roda bisnis dari urusan yang sederhana sampai dengan yang kompleks juga merupakan urusan aspek legalitas itu sendiri.

Aspek legal dalam *e-commerce* adalah menyangkut regulasi atau aturan yang mengatur jalannya e-bisnis supaya sesuai dengan hukum dan aturan-aturan yang berlaku pada suatu negara. Proses legalitas akan menjadi pintu masuk bagi para pelaku usaha untuk mengembangkan bisnis *e-commerce*-nya. Dalam hal ini, sudut legalitas haruslah menyentuh secara keseluruhan dari proses bisnis *e-commerce* baik aspek sumber daya komunikasi dan infrastruktur teknologi informasi yang digunakan serta aspek tata niaga perdagangannya, supaya tidak ada aturan antar departemen yang tumpang tindih.

Pengaturan hukum dalam *e-commerce* sudah seharusnya di selaraskan dengan pengaturan mengenai Hak Kekayaan Intelektual (*Intellectual Property Rights*) yang mengatur mengenai Hak Cipta, Paten dan Merek karena setiap orang memiliki kemampuan untuk mengakses dan menggunakan internet untuk keperluannya. Dalam *e-commerce* memiliki peluang besar terjadinya pelanggaran ataupun penyimpangan Hak Cipta, Merek dan Paten.

d. Bentuk Perlindungan Hukum

Tantangan hukum berikutnya yang perlu dicermati dalam bisnis *e-commerce* adalah tentang perlindungan hukum. Para 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 penggunaannya 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.¹⁹ Salah satu poin dalam surat edaran tersebut di Bagian II.B.2 menyebutkan, adanya perlindungan hukum bagi penyedia, pedagang, dan pengguna *platform* toko *online*. Perlindungan dilakukan dengan memastikan batasan dan tanggung jawab masing-masing dalam melakukan kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik. Dalam edaran itu, misalnya diatur bahwa penyedia *platform* wajib untuk menyediakan sarana pelaporan, serta memperhatikan jangka waktu penghapusan ataupun pemblokiran terhadap konten yang dilarang.

Sementara itu, pengguna berkewajiban untuk menyediakan informasi secara lengkap dan benar terhadap syarat dan kontrak produk yang dijualnya.

Peran Pemerintah Dalam Mendukung Pembangunan Bisnis E-Commerce

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

mencakup kesepakatan atas barang atau jasa berikut pembayaran dan pengirimannya, sehingga keseluruhannya mencakup arus informasi, arus uang dan arus barang.

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.

Prinsip dari kebijakan perdagangan secara elektronik, yakni pada dasarnya diarahkan kepada amanat pemberian perlindungan hukum kepada kepentingan pengguna atau konsumen (*user's centric*). Hal tersebut diturunkan sebagai prinsip-prinsip hukum atau setidaknya-tidaknya beberapa hal penting yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha penyelenggara perdagangan secara elektronik, antara lain:²⁰

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

19 Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2016 Tentang Batasan Tanggung Jawab Penyedia Platform dan Pedagang (Merchant) Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang berbentuk User Generated Content

20 Edmon Makarim, *Kerangka Kebijakan Dan Reformasi Hukum Untuk Kelancaran Perdagangan Secara Elektronik (E-Commerce) Di Indonesia*, 2014, Jurnal Hukum dan Pembangunan Vol. 44 No 3. Universitas Indonesia. hlm. 320

kepentingan konsumen serta mencegah setiap upaya untuk eksploitasi hak-hak konsumen

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

Dalam konteks telematika, perdagangan secara elektronik sesungguhnya berada pada lapisan aplikasi dan konten setelah lapisan penyelenggaraan jaringan sebagai infrastruktur dan sarana perdagangannya. Terdapat perbedaan paradigma antara regulasi terhadap jaringan dengan regulasi terhadap aplikasi dan konten. Dalam konteks infrastruktur, fokusnya adalah untuk dapat menciptakan koneksi internet cepat yang dapat diakses dari seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia, pembangunannya adalah sebagaimana layaknya pembangunan fisik yaitu berupa pembangunan infrastruktur jaringan Fiber Optik atau yang memanfaatkan satelit (Palapa Ring).

Sementara terhadap aplikasi dan konten dapat dikatakan sebaliknya, karena keberadaan aplikasi dan konten dapat bersifat dinamis sesuai olah pikir dan kebutuhan pembuat aplikasi dan konten, tidak terbatas pada pengembangan fisik layaknya infrastruktur jaringan koneksi. Oleh karena itu dalam penyelenggaraan aplikasi dan konten yang beroperasi pada jaringan koneksi internet, tidak memerlukan perijinan layaknya pembangunan fisik pada infrastruktur jaringan koneksi internet. Hal yang harus dipastikan bahwa aplikasi dan konten yang dijalkannya telah memenuhi

segala aspek kelayakan secara hukum untuk suatu penyelenggara sistem dan transaksi elektronik untuk kepentingan transaksi *e-commerce* yang sesuai dengan aturan yang berlaku.

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

Kebijakan terhadap Perdagangan Secara Elektronik dapat diturunkan dalam bentuk koordinasi antar kementerian, misalnya sebuah perusahaan *e-commerce* untuk mendapatkan ijin usahanya (perdagangan), maka perusahaan tersebut harus terlebih dahulu melakukan pendaftaran terhadap sistem elektroniknya kepada Kemkominfo sesuai dengan Peraturan menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 36 Tahun 2014 tentang Tata Cara Pendaftaran Penyelenggaraan Sistem Eelektronik yang prosesnya data dilaksanakan secara elektronik melalui portal <https://pse.kominfo.go.id/pendaftaran-pse>, yang terdiri dari beberapa tahap antara lain:

- a. Mengisi form pengajuan pendaftaran Penyelenggara Sistem Elektronik;
- b. Melengkapi dokumen (profil usaha, domisili, KTP, TDP, domain .id)
- c. Melengkapi data Gambaran Teknis (Hardware, software, tenaga ahli, lingkup pelayanan)

d. Pendaftaran akan dipublish pada website e-busines Kemenkominfo

Dengan demikian, demi melindungi kepentingan publik, pemerintah dapat menyatakan bahwa setiap penyelenggaraan perdagangan secara elektronik tersebut berjalan diatas penyelenggaraan sistem elektronik yang akuntabel dan bertanggung jawab.

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 Ecommerce) 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.

Dalam SPNBE 2017-2019 tersebut terdapat 8 (delapan) aspek regulasi, yaitu:²¹

1. Pendanaan/*Funding*, yaitu akses kepada capital dimana perusahaan *start up* dan berkembang membutuhkan dukungan modal. Kerangka kebijakan pendanaan tersebut berupa :
 - a) Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk pengembang platform, baik dari Bank maupun Lembaga Keuangan lainnya;
 - b) Hibah untuk inkubator bisnis pendamping *start-up*;

- c) Dana Universal Service Obligation (USO) untuk pelaku UMKM dan start-up *e-commerce platform*;
- d) Penyediaan *Angel Capital/ seed capital* dari 'bapak angkat' pemain Teknologi Informasi dan Komunikasi;
- e) Kebijakan urun dana (*crowdfunding*);
- f) Pembukaan berjenjang Daftar Negatif Investasi (DNI).

2. Perpajakan, dalam aspek ini ada distorsi tentang penerapan pajak. Bagaimana menerapkan pajak bagi UKM untuk *e-commerce* yang memiliki *platform-marketplace*. Pasti akan ada penghitungan pajak masuk dan pajak keluar yang sangat merepotkan. Kerangka kebijakan perpajakan tersebut berupa:
 - a. Penyederhanaan pemenuhan kewajiban perpajakan;
 - b. Penyederhanaan tata cara pendaftaran bagi pelaku usaha *e-commerce*;
 - c. Persamaan perlakuan perpajakan sesama pengusaha *e-commerce*.
3. Perlindungan Konsumen, membangun kepercayaan konsumen melalui pembangunan regulasi, perlindungan terhadap pelaku industri, penyederhanaan pendaftaran perijinan bisnis untuk pelaku *e-commerce*. Kebijakan perlindungan Konsumen melalui:
 - a. Peraturan Pemerintah tentang Transaksi Perdagangan melalui Sistem Elektronik;
 - b. Harmonisasi regulasi yang berlaku secara selaras dan konsisten guna membangun kepercayaan konsumen;
 - c. Sistem pembayaran perdagangan dan pembelian barang/jasa pemerintah melalui *e-commerce*

21 Farah Heliantina, Siaran Pers - Paket Kebijakan Ekonomi XIV: Peta Jalan E-Commerce! Diakses pada 25 Juli 2017 di laman <https://ekon.go.id/press/view/siaran-pers-paket-kebijakan.2858.html>

dengan pengembangan *national payment gateway*.

4. Pendidikan dan SDM, memberikan edukasi kepada seluruh ekosistem *e-commerce* yang terdiri dari:
 - a. Peningkatan kesadaran bagi seluruh ekosistem *e-commerce*
 - b. Melaksanakan edukasi *e-commerce* bagi para pembuat kebijakan sesuai dengan peran masing-masing stakeholder;
 - c. Program inkubator nasional bagi start-up untuk membantu perkembangan pelaku usaha pemula terutama pada proses awal;
 - d. Kurikulum *e-commerce* dalam pendidikan formal; dan
 - e. Pengembangan fasilitator edukasi *e-commerce*
5. Meningkatkan Infrastruktur komunikasi nasional sebagai tulang punggung pertumbuhan industri *e-commerce* melalui perluasan pembangunan jaringan *broadband*.
6. Logistik melalui:
 - a. Pemanfaatan Sistem Logistik Nasional (Sislognas);
 - b. Peningkatan kapasitas penyedia jasa logistik lokal dan nasional;
 - c. Pengembangan alih daya logistik UMKM; dan
 - d. Pengembangan logistik dari desa ke kota.
7. Keamanan siber (*cyber security*):
 - a. Pengawasan dan peningkatan kesadaran masyarakat (*public awareness*) tentang kejahatan dunia maya; dan
 - b. Penyusunan model sistem pengawasan nasional dalam transaksi *e-commerce*;
8. Pembentukan Manajemen Pelaksana dengan melakukan monitoring dan evaluasi implementasi peta jalan *e-commerce*.

Dari program dan kegiatan yang meliputi aspek-aspek regulasi diatas melibatkan berbagai instansi yang mempunyai wewenang sesuai dengan tugas dan fungsi serta peran instansi masing-masing. Beberapa Instansi yang terlibat antara lain:

1. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian;
2. Kementerian Koordinator Bidang Politik, Hukum, dan Keamanan;
3. Kementerian Komunikasi dan Informatika;
4. Kementerian Dalam Negeri;
5. Kementerian Keuangan;
6. Kementerian Perdagangan;
7. Kementerian Perindustrian;
8. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah;
9. Kementerian Hukum dan HAM;
10. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan
11. Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi;
12. Kementerian Perhubungan;
13. Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Nasional
14. Kementerian Badan Usaha Milik Negara;
15. Sekretariat Kabinet;
16. Badan Koordinasi Penanaman Modal;
17. Badan Ekonomi Kreatif;
18. Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah;
19. Kantor Staf Kepresidenan;
20. Bank Indonesia;
21. Otoritas Jasa Keuangan.

Mengingat pertumbuhan *e-commerce* yang pesat, aturan terkait telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Pengaturan *e-commerce* memberikan kepastian dan kesepahaman mengenai apa yang dimaksud dengan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) dan memberikan perlindungan dan

kepastian kepada pedagang, penyelenggara PMSE, dan konsumen dalam melakukan kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik.

Dalam UU Perdagangan diatur bahwa setiap pelaku usaha yang memperdagangkan Barang dan atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data dan atau informasi secara lengkap dan benar. Setiap pelaku usaha dilarang memperdagangkan Barang dan atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data dan atau informasi dan penggunaan sistem elektronik tersebut wajib memenuhi ketentuan yang diatur dalam Undang- Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Data dan atau informasi PMSE paling sedikit harus memuat identitas dan legalitas Pelaku Usaha sebagai produsen atau Pelaku Usaha Distribusi, persyaratan teknis Barang yang ditawarkan, persyaratan teknis atau kualifikasi Jasa yang ditawarkan, harga dan cara pembayaran Barang dan atau Jasa, dan cara penyerahan Barang.

Pemerintah sebagai regulator dalam pengembangan iklim *e-commerce* menyiapkan kebijakan dan regulasi yang mendukung pelaksanaan transaksi elektronik pada *e-commerce*, diantaranya dengan:

1. Undang-Undang Republik Indonesia No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) yang telah dibuat dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 (UU ITE). Undang-undang yang disusun pemerintah (Kemenkominfo) bersama DPR untuk mengatur segala aspek *engineering process*. UU ini mengatur tentang informasi serta transaksi elektronik, atau teknologi informasi secara umum. UU ini memiliki yurisdiksi yang berlaku untuk setiap orang yang melakukan perbuatan hukum sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini, baik yang berada di wilayah hukum Indonesia maupun di luar wilayah hukum Indonesia, yang memiliki

akibat hukum di wilayah hukum Indonesia dan/atau di luar wilayah hukum Indonesia dan merugikan kepentingan Indonesia. Pengaturan mengenai informasi dan transaksi elektronik mengacu pada beberapa instrumen internasional, seperti *UNCITRAL Model Law on e-commerce* dan *UNCITRAL Model Law on eSignature*. Bagian ini dimaksudkan untuk mengakomodir kebutuhan para pelaku bisnis di internet dan masyarakat umumnya guna mendapatkan kepastian hukum dalam melakukan transaksi elektronik.

2. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PSTE).
3. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2016 Tentang Perdagangan
4. Peraturan Bank Indonesia No.11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*)

Khusus untuk Lembaga Selain Bank, Penerbit yang wajib memperoleh izin dari Bank Indonesia adalah Penerbit yang telah atau merencanakan mengelola dana float yang mencapai nilai tertentu. Batas nilai dana float tersebut diatur lebih lanjut dalam Surat Edaran Bank Indonesia yakni telah mencapai Rp1 milyar atau lebih. Batas Nilai Uang Elektronik yang dapat disimpan dalam media Uang Elektronik sebagaimana diatur lebih lanjut dalam Surat Edaran Bank Indonesia, ditetapkan sebagai berikut :

- a) Nilai Uang Elektronik untuk jenis unregistered paling banyak Rp 1.000.000,00 (satu juta rupiah).
- b) Nilai Uang Elektronik untuk jenis registered paling banyak Rp 5.000.000,00 (lima juta rupiah).
- c) batas nilai transaksi untuk kedua jenis Uang Elektronik tersebut dalam 1 (satu) bulan untuk setiap Uang Elektronik

secara keseluruhan paling banyak Rp20.000.000,00 (dua puluh juta rupiah), yang meliputi transaksi pembayaran, transfer dana, dan fasilitas transaksi lainnya yang disediakan oleh Penerbit

- d) Uang Elektronik yang diterbitkan dan/atau digunakan di wilayah Republik Indonesia wajib menggunakan uang rupiah.
- e) Nilai Uang Elektronik yang diterbitkan oleh Penerbit harus sama dengan nilai uang yang disetorkan oleh Pemegang.

PENUTUP

Kesimpulan

Pemanfaatan perkembangan teknologi informasi di bidang ekonomi, menghadirkan banyak perubahan dalam kegiatan perdagangan dewasa ini. Perdagangan yang tadinya bersifat konvensional yang mengharuskan interaksi tatap muka antara penjual dan pembeli bertransformasi menjadi perdagangan yang bersifat elektronik, dimana antara penjual dan pembeli tidak perlu bertemu dalam proses jual belinya, melainkan cukup melalui sistem *e-commerce*. Perdagangan berbasis elektronik saat ini dan kedepannya mempunyai potensi pangsa pasar yang tinggi, dan dapat menjadi sektor penting dan salah satu tulang punggung perekonomian nasional. Dari data statistik perkembangan *e-commerce* menunjukkan peningkatan tiap tahunnya, dimana juga telah merambah pada usaha kecil dan menengah. Bagi pelaku bisnis konvensional dan pelaku-pelaku pemula yang ingin mengembangkan bisnis *e-commerce*, ada beberapa tantangan hukum yang perlu diketahui bagi pemula antara lain: 1) Bentuk Badan Hukum dalam bisnis *e-commerce*; 2) Perijinan dan dokumen legalitas lainnya dalam pendirian bisnis *e-commerce*; 3) Pemahaman dan implementasi aspek

legalitas dari hulu ke hilir sesuai dengan aturan hukum yang berlaku; 4) Pemahaman menyeluruh mengenai bentuk perlindungan hukum para pihak dalam komunitas bisnis *e-commerce*.

Dalam rangka mengoptimalkan pemanfaatan potensi ekonomi berbasis elektronik dari sisi kebijakan umum, pemerintah melakukan perbaikan sistem hukum nasional sesuai dengan dinamika perkembangan telematika yang tidak dapat dilepaskan dari pembentukan kebijakan dan regulasi terhadap sumber daya komunikasi dan infrastruktur jaringan telekomunikasi. Pengaturan Hukum (Payung Hukum) tentang *e-commerce* ini harus selaras dengan pengaturan mengenai Hak Kekayaan Intelektual yang berlaku di Indonesia karena *e-commerce* erat kaitannya dengan Hak Cipta, Paten dan Merek. Disamping itu peranan pemerintah sangat dibutuhkan oleh para pelaku bisnis *e-commerce* untuk mendorong percepatan dan pengembangan sistem perdagangan nasional berbasis elektronik, usaha pemula (start-up), pengembangan usaha, dan percepatan logistik. Pemerintah menetapkan Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (*Road Map e-Commerce*) yang terintegrasi yang meliputi aspek pendanaan, perpajakan, perlindungan konsumen, pendidikan dan sumber daya manusia, infrastruktur jaringan komunikasi, logistik, keamanan siber dan manajemen pelaksana peta jalan *e-commerce*.

Saran

1. Bagi para pelaku usaha perdagangan konvensional dan pelaku-pelaku bisnis pemula harus mampu melihat potensi dan peluang peluang bisnis sebagai akibat dari perkembangan teknologi informasi dengan memanfaatkan perdagangan elektronik (*e-commerce*) ini. Penting untuk dimengerti dan dipahami oleh mereka berbagai persoalan terkait dengan tantangan hukum dalam membangun usaha

perdagangan elektronik sebagai upaya dalam meminimalisasi persoalan-persoalan hukum yang dapat terjadi di kemudian hari.

2. Pemerintah perlu 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*. Pemerintah dalam membentuk regulasi-regulasi tersebut sebaiknya melibatkan berbagai pihak seperti konsultan (pakar) teknologi informasi maupun asosiasi pemerhati *e-commerce* dalam pembahasannya.
3. Perlu mengoptimalkan koordinasi dan sinergi antar stakeholder sesuai dengan kewenangan dan kapasitas tiap lembaga secara optimal dan proposional dalam menyukseskan *roadmap* yang telah diterbitkan oleh pemerintah guna mendukung munculnya pelaku pelaku usaha baru di bidang *e-commerce*. Untuk menjangkau akses informasi dan komunikasi guna mendukung era perdagangan online ke semua lini masyarakat, guna mendukung potensi-potensi usaha di lingkungan usaha kecil menengah baik di kota dan desa, pemerintah wajib membangun jaringan koneksi internet yang dapat menjangkau semua titik di wilayah Negara Indonesia dengan biaya murah.
4. Perlu meningkatkan aturan mengenai kebijakan *Safe Harbor Policy* 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* menjadi setingkat Peraturan Menteri atau yang lebih tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Darus, Mariam et al. 2001, *Kompilasi Hukum Perikatan*, Bandung: PT. Citra Aditya Bhakti
- Purbo, Onno W. 2000. *Mengenal E-Commerce*, Jakarta: PT.Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suyanto, M. 2003. *E-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Andi.
- Ustadiyanto, Rieke. 2002. *Framework eCommerce*. Yogyakarta: Andi.

Jurnal:

- Elwina S, Marcella. *Aspek Hukum Transaksi (Perdagangan) Melalui Media Elektronik (E-Commerce) Di Era Global: Suatu Kajian Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen*. Jurnal Ilmiah Hukum Legality. Universitas Muhammadiyah Malang. Diakses pada laman <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/legality/article/view/278> pada 26 Juli 2017
- Makarim, Edmon. 2014. *Kerangka Kebijakan Dan Reformasi Hukum Untuk Kelancaran Perdagangan Secara Elektronik (E-Commerce) Di Indonesia*. Jurnal Hukum dan Pembangunan Vol. 44 No 3. Universitas Indonesia.
- Sanusi, Arsyad. 2010. *Efektivitas UU ITE dalam Pengaturan Perdagangan Elektronik (E-Commerce)*. Jurnal Hukum Bisnis, Volume 29 No. 1.
- Susanto, Joko. 2000. *Kajian Teoritik Tentang Pengaruh Globalisasi Terhadap Proses Demokratisasi*. Jurnal Masyarakat, Kebudayaan dan Politik, Volume 13, No 2, April 2000. Universitas Airlangga.

Makalah

- Mardiyanto, M.Sukrisno. *Orasi Ilmiah Peranan Informatika dalam Pengembangan E-Commerce*, pada laman <http://jurnal-kopertis4.tripod.com/16-3.htm> diakses 24 Agustus 2015

Kementerian Komunikasi dan Informatika. 2016. *Siap Menjadi Raja Digital ASEAN* diakses pada laman <https://web.kominfo.go.id/sites/default/files/Ekonomi%20Digital.pdf> tanggal 26 Juli 2017

Tesis:

- Rofiq, Ainur. 2007. *Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce*. Tesis. Universitas Brawijaya Malang.

Laporan Penelitian/Survei

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2016. *Infografis: Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia*, diakses pada laman <https://apjii.or.id/content/read/39/264/Survei-Internet-APJII-2016> tanggal 27 Juli 2017

Peraturan:

- Indonesia, Undang-Undang 2008. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*. Jakarta
- Indonesia, Undang-Undang 2016. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik*. Jakarta
- Indonesia, Undang-Undang 2014. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan*. Jakarta
- Indonesia, Peraturan Pemerintah 2012. *Peraturan Pemerintah Nomor 82 tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik*. Jakarta
- Indonesia. Peraturan Presiden 2017. *Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2017 tentang Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (Road Map e-Commerce) Tahun 2017-2019*. Jakarta
- Indonesia. *Peraturan Bank Indonesia 2009. Peraturan Bank Indonesia No.11/12/*

PBI/2009 tentang Uang Elektronik (Electronic Money). Jakarta

Indonesia. Peraturan Menteri 2014. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 36 tahun 2014 tentang Tata Cara Pendaftaran Penyelenggara Sistem Elektronik. Jakarta

Indonesia. Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika 2016. *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*. Jakarta

Internet:

Aldida, Vania Ika, 2016. *Farah Quinn Laporkan E-Commerce Terkait Pelanggaran Hak Cipta* diakses pada 1 oktober 2017 di laman <https://celebrity.okezone.com/read/2016/03/18/33/1339999/farah-quinn-laporkan-e-commerce-terkait-pelanggaran-hak-cipta>

Atmoko, Bambang Dwi, 2016. *Berkaca dari Kasus Bobolnya Lazada, e-Commerce Harus Tingkatkan Keamanan*. Diakses pada 1 Oktober 2017 pada laman <https://arenalte.com/berita/kasus-lazada-e-commerce-harus-tingkatkan-keamanan-sistemnya/>

Heliantina, Farah, 2016. *Siaran Pers - Paket Kebijakan Ekonomi XIV: Peta Jalan E-Commerce!*. Diakses pada

25 Juli 2017 di laman <https://ekon.go.id/press/view/siaran-pers-paket-kebijakan.2858.html>

Rebecca, 2016. *Jenis-Jenis E-Commerce dan Contohnya* diakses pada 24 Juli 2017 di laman <http://www.progresstech.co.id/blog/jenis-e-commerce/>

<https://www.maxmanroe.com/pebisnis-e-commerce-di-indonesia-wajib-faham-5-aspek-hukum-berikut-ini.html>