

## **KEDUDUKAN PEMERINTAH DALAM SISTEM PENGEMBANGAN E-COMMERCE DARI SEGI KEPERDATAAN BERDASARKAN ASAS KEPASTIAN HUKUM**

**Bachtiar Marbun\*, Budi Santoso, Yunanto**

Program Studi Doktor Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Diponegoro  
Jl. Imam Bardjo, SH., No. 1, Kampus Pleburan, Semarang, Indonesia  
bachtiar.m.marbun@gmail.com

### ***Abstract***

*This research aims to analyze the position of the government in the e-commerce development system by providing legal certainty in e-commerce development and creating a civil perspective to develop the system from a civil perspective based on the principle of legal certainty. The method used is normative juridical using three types of legal materials: primary, secondary and tertiary materials. Data collection by analyzing materials used in the library, using descriptive qualitative methods. The results show that from a civil aspect, the government's role in the development of the e-commerce system is based on the principle of legal certainty regulated in the 7th edition with the 2014 Trade Code. The E-Commerce Regulation provides a clear understanding of the Electronic Transaction System (ETS).*

**Keywords:** *Role of Government; E-Commerce System; Civil Service; Legal Certainty.*

### ***Abstrak***

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa tentang kedudukan pemerintah dalam sistem pengembangan e-commerce dengan memberikan kepastian hukum dalam pengembangan e-commerce dan menciptakan perspektif sipil untuk mengembangkan sistem dari segi keperdataan berdasarkan asas kepastian hukum. Metode yang digunakan adalah yuridis normative dengan menggunakan tiga jenis bahan hukum: bahan primer, sekunder dan tersier. Pengumpulan data dengan menganalisis bahan-bahan yang digunakan di perpustakaan, menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari segi keperdataan, peran pemerintah dalam pengembangan sistem e-commerce didasarkan pada asas kepastian hukum yang diatur pada edisi ke-7 dengan Kode Dagang 2014. Peraturan E-Commerce memberikan pemahaman yang jelas tentang Sistem Transaksi Elektronik (PMSE).*

**Kata Kunci:** *Peran Pemerintah; Sistem E-Commerce; Keperdataan; Kepastian Hukum.*

### **A. Pendahuluan**

Globalisasi ekonomi dunia dan pesatnya perkembangan perdagangan bebas. Kemajuan teknologi, komunikasi, dan informasi telah memperluas ruang perdagangan barang dan jasa yang diberikan kepada bangsa dan industri nasional. Layanan atau produksi di luar negeri Kemajuan ini melahirkan banyak perangkat komunikasi. Produk teknologi informasi terkini yang mengintegrasikan semua media dan mendukung semua aktivitas manusia sehari-hari. Di era

globalisasi telekomunikasi yang semakin terintegrasi, internet semakin populer. Dengan hilangnya kemerdekaan dan ketertiban sosial, dunia menyusut dan batas-batas negara menghilang.<sup>1</sup>

Kemajuan teknologi menyebabkan perubahan besar dan transformasi konstan. Kecenderungan ini terjadi karena globalisasi, yang menyebabkan sistem kontrol dihilangkan dan menciptakan jalur perdagangan baru dengan peningkatan efisiensi<sup>2</sup>. Banyak orang memilih untuk tidak bertemu langsung untuk melakukan transaksi keuangan berkat bisnis yang berkembang pesat. Data apa pun dapat dikirim jarak jauh berkat teknologi, yang membantunya berkembang pesat. Teknologi informasi dan Internet telah secara drastis mengubah banyak tugas sehari-hari sejak diperkenalkan dalam dekade terakhir. Kedua fenomena ini telah menyebabkan perubahan signifikan dalam kehidupan masyarakat. Teknologi informasi dan internet telah mengubah hidup orang secara drastis selama dekade terakhir. Penemuan baru ini menyebabkan perubahan besar di banyak bidang.

Electronic commerce merupakan salah satu dampak positif dari kemajuan teknologi informasi. Penting untuk dicatat bahwa proses ini memerlukan komunikasi langsung antara pembeli dan penjual atau penggunaan uang tunai. Perdagangan elektronik memerlukan sistem infrastruktur bisnis yang aman karena transaksi bisnis tidak mengikuti aturan tradisional. Sebaliknya, orang menggunakan komputer untuk berkomunikasi melalui jaringan saat mereka menyelesaikan penjualan. Proses ini menuntut orang untuk berkomunikasi secara sistematis atas nama pembeli sehingga sistem e-commerce dapat diterapkan.

E-commerce memiliki dampak yang sangat positif pada kecepatan, kenyamanan, dan kompleksitas interaksi global terlepas dari lokasi atau waktu.<sup>3</sup> Tidak terdapat batas geografis global, tutur Rao, keringanan pemesanan lewat kantor. Ketersediaan produk Serta uraian mengenai cara pembelian serta pemasaran membuat Internet jadi perlengkapan yang terkenal buat melaksanakan bidang usaha. Bisnis jaringan komputer lebih kilat serta lebih profitabel dari tata cara bisnis konvensional. membuat konsumen lebih aman Perihal ini membolehkan kemajuan e-commerce yang kilat<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Arsyad Sanusi, "Efektivitas UU ITE Dalam Pengaturan Perdagangan Elektronik (E-Commerce)," *Jurnal Hukum Bisnis* 29, no. 1 (2010): 5.

<sup>2</sup> Joko Susanto, "Kajian Teoritik Tentang Pengaruh Globalisasi Terhadap Proses Demokratisasi," in *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 2018, 59–72.

<sup>3</sup> Dewi Sartika Nasution, Muhammad Muhajir Aminy, and Lalu Ahmad Ramadani, *Ekonomi Digital* (Sanabil, 2019).

<sup>4</sup> Setiawan Budi Utomo and Abu Hanifah, *Fiqh Aktual: Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer*, 2003.

Di masa perdagangan global keinginan buat mendukung ekonomi digital terlihat dari timbulnya e-commerce, ritel, lelang serta pelayanan, maka gerai konvensional digantikan oleh e-shop serta e-shop ini diucap gerai online. Gerai virtual, pasar digital, pusat e-commerce. Perkembangan ekonomi digital semacam itu tidak diragukan lagi hendak berakibat positif ataupun negatif pada kehidupan ekonomi di semua dunia. Kita tidak lagi memahami batas-batas negeri kita<sup>5</sup>.

Pemerintah Indonesia berambisi menjadikan Indonesia sebagai negara ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara pada tahun 2020. Saat ini, banyak startup e-commerce yang menjadi ciri khas di Indonesia. Meskipun inovatif, mereka masih menghadapi masalah keterbatasan sumber daya dan dana. Untuk mendukung pertumbuhan sektor industri teknologi, pemerintah berencana menggandeng serta membiayai konsultan dalam bidang teknologi yang memiliki skala besar, mendirikan pusat informasi, dan membangun platform teknologi. Usaha kecil dan menengah juga diharapkan untuk meningkatkan standar mereka agar bisa bersaing dengan industri besar dan sesuai dengan standar global. Namun, penerapan undang-undang perlindungan konsumen bergantung pada pelaku usaha dan konsumen yang berada pada yurisdiksi yang sama, khususnya di Indonesia. Kesulitan mungkin timbul jika pihak yang terlibat diatur oleh yurisdiksi yang berbeda. Entitas tertentu, seperti amazon.com telah menyatakan dalam syarat dan ketentuannya bahwa transaksi diatur oleh Hukum Negara Bagian Washington. Saat ini, hal tersebut belum banyak diatur dalam UU Perlindungan Konsumen.

Bersumber pada latarbelakang diatas, hingga penulis tertarik untuk menelaah lebih dalam berhubungan dengan peran pemerintah dalam pembangunan sistem pembangunan e-commerce dari ujung penglihatan keperdataan bersumber pada prinsip kejelasan hukum.

## **B. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif yang dilakukan dengan mengkaji dan menganalisis data sekunder berupa bahan-bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan tersier<sup>6</sup>. Spesifikasi penelitian ini adalah penelitian deskriptif analitis untuk menggambarkan dan menganalisa masalah yang terkait dengan e-commerce dan regulasinya melalui pendekatan penelitian kepustakaan (*library research*) yang akan disajikan secara deskriptif dan bertujuan untuk memberikan gambaran secara sistematis, faktual dan akurat

<sup>5</sup> M Sukrisno Mardiyanto, *Orasi Ilmiah Peranan Informatika Dalam Pengembangan E-Commerce*, 2015.

<sup>6</sup> Lili Rasjidi and Ira Thania Rasjidi, "Filsafat Ilmu, Metode Penelitian, Dan Karya Tulis Ilmiah Hukum : Monograf, Program Studi Magister Ilmu Hukum Pascasarjana Universitas Islam..." (Universitas Islam..., 2012).

mengenai fakta-fakta, dalam hal ini menganalisis mengenai e-commerce dan pengaturannya Indonesia. Penelitian hukum normatif ini menggunakan jenis data sekunder karena lebih menitikberatkan pada studi kepustakaan untuk mendapatkan landasan teoritis, berupa hukum positif, tulisan-tulisan dan pendapat para ahli<sup>7</sup>.

## **C. Hasil dan Pembahasan**

### **1. Gambaran Umum E-Commerce**

Sistem perdagangan dan perbankan yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi, dikenal sebagai e-commerce, telah mengubah lanskap bisnis di dunia, termasuk Indonesia. E-commerce muncul akibat perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat akan pelayanan yang cepat dan praktis. Dengan internet, pelaku bisnis memiliki kebebasan lebih dalam memilih produk sesuai keinginan.

Konsep perdagangan tradisional yang mengharuskan pertemuan fisik antara penjual dan pembeli berubah menjadi telemarketing atau perdagangan jarak jauh. Formalitas dalam transaksi konvensional berkurang dalam e-commerce, memungkinkan konsumen untuk lebih leluasa dalam mencari dan membandingkan informasi barang/jasa tanpa batasan wilayah.

Michel Pattison sebagaimana dikutip oleh Dikdik M. Arief Mansur dan Alitaris Gultom<sup>8</sup> dalam *Legal Implication of Doing Business on the Internet* menyebutkan bahwa:

*There are several features, which distinguish electronic commerce from business conducted by traditional means. In particular: electronic commerce establishes a global market-place, where traditional geographic boundaries are not only ignored, they are quite simply irrelevant ...* (Ada beberapa fitur, yang membedakan perdagangan elektronik (e-commerce) dari bisnis yang dilakukan dengan cara tradisional, dimana perdagangan elektronik membentuk suatu pasar global, di mana batas-batas geografis tradisional tidak hanya diabaikan, juga sama sekali tidak relevan.

Dari sisi produsen, e-commerce telah memberikan kemudahan dalam hal pemasaran produk, sehingga memangkas jalur distribusi yang berimplikasi pada penghematan biaya dan waktu, serta kemudahan dalam pengumpulan data pelanggan secara elektronik. Namun mengingat dalam e-commerce, penjual dan pembeli tidak bertemu langsung seperti dalam transaksi konvensional, maka kemungkinan terjadinya kecurangan dan kesalahan sangat terbuka lebar. Secara umum,

---

<sup>7</sup> Mulyana Dedi, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006).

<sup>8</sup> Dikdik Arif Mansur, *Cyber Law Aspek Hukum Teknologi Informasi* (Bandung: Refika Aditama, 2019).

electronic commerce (e-commerce) didefinisikan sebagai segala bentuk kegiatan pembelian dan penjualan, pemasaran produk, jasa, dan informasi yang dilakukan secara elektronik<sup>9</sup>.

Menurut Roger Clarke, e-commerce didefinisikan sebagai: “*The conduct of commerce in goods and services, with the assistance of telecommunications and telecommunications-based tools*”<sup>10</sup> (tata cara perdagangan barang dan jasa yang menggunakan media telekomunikasi sebagai alat bantu). Sementara itu, Vivek Rajbahadur Singh dalam tulisannya yang berjudul *An Overview of E-Commerce in India*, menyebut e-commerce sebagai: “*a general term for any type of business or commercial transaction that involves the transfer of information across the internet*”<sup>11</sup> (istilah umum untuk semua jenis bisnis atau transaksi komersial yang melibatkan transfer informasi di internet). Lebih lanjut Vivek menyebutkan bahwa e-commerce merupakan kegiatan bisnis yang memperdagangkan barang atau jasa antara perusahaan e-commerce yang meliputi penggunaan teknologi, proses dan praktek manajemen yang meningkatkan daya saing organisasi melalui penggunaan strategis atas informasi elektronik.

Dalam tulisannya tersebut, Vivek merujuk pada definisi e-commerce menurut David Baum, yang memaknai e-commerce sebagai: “*a dynamic set of technologies, applications, and business process that link enterprise, consumers, and communities through electronic transactions and the electronic exchange of goods, services, and information*”<sup>12</sup> (satu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik).

Dari segi ruang lingkup, e-commerce mencakup semua kegiatan bisnis, mulai dari pengembangan manufaktur, pemasaran dan penjualan produk, perolehan informasi pasar melalui riset pasar, penilaian pasar, pengelolaan pasar, penyediaan dukungan pra dan pasca penjualan, pengadaan bahan untuk memperlancar kontak antar pedagang, penyediaan dukungan bersama dalam proses bisnis, dan lain sebagainya. Dalam pengertian yang lebih luas, istilah e-commerce mencakup segala bentuk bisnis/perdagangan yang dilakukan dengan menggunakan media elektronik dan kegiatan tersebut dapat berupa barang atau jasa. Menurut Vivek Rajbahadur Singh, Transaksi e-commerce bisa berlangsung antara<sup>13</sup>: satu organisasi dengan organisasi yang lain;

---

<sup>9</sup> Abdul Kadir and Terra Ch Triwahyuni, *Pengenalan Teknologi Informasi* (Jakarta: Andi, 2003).

<sup>10</sup> “Electronic Commerce Definitions.”

<sup>11</sup> Vivek Rajbahadur Singh, “An Overview of Mobile Commerce in India,” *International Journal of Management Research and Reviews* 4, no. 3 (2014): 67.

<sup>12</sup> Ibid.

<sup>13</sup> Ibid., 68.

organisasi dengan individu; dan dengan badan hukum atau Lembaga legislatif. Dengan demikian, e-commerce mencakup semua kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan bisnis dan manufaktur, kecuali untuk beberapa kegiatan tertentu yang dilakukan secara fisik, seperti manufaktur, pengepakan dan pengiriman.

## **2. Transaksi E-Commerce dari Sudut Pandang Keperdataan di Indonesia**

Berbicara mengenai transaksi jual beli secara elektronik, tidak bisa dilepaskan dari konsep dasar perjanjian sebagaimana tercantum dalam Pasal 1313 KUHPerdata yang menyebutkan bahwa perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Sedangkan pada perdagangan elektronik, proses transaksi yang terjadi memerlukan media internet sebagai media utamanya, sehingga proses transaksi perdagangan dapat terjadi tanpa memerlukan pertemuan langsung antara para pihak. Ketentuan yang mengatur tentang perjanjian terdapat pada Buku III KUH Perdata yang sifatnya terbuka, artinya ketentuan-ketentuannya dapat dikesampingkan, sehingga hanya berfungsi untuk mengatur saja. Kitab Undang-undang Hukum Perdata Indonesia menyatakan bahwa aturan tertentu berlaku untuk setiap perjanjian yang dibuat antar negara. Hal itu tertuang dalam undang-undang jilid ketiga yang bersifat yuridis. Ketiga asas tersebut adalah: “a) asas kebebasan berkontrak atau sistem terbuka; b) asas konsensualisme; dan c) asas itikad baik”.

Aturan dalam semua perjanjian kontrak adalah bahwa orang memiliki hak atas kebebasan kontrak. Artinya, “kedua belah pihak dapat dengan bebas merumuskan suatu perjanjian dan mengatur isi perjanjian, sepanjang memenuhi syarat-syarat sebagai berikut: a) Memenuhi syarat-syarat untuk menjadi suatu perjanjian. b) Tidak diperbolehkan oleh undang-undang; c) Penggunaan peraturan yang berlaku secara bersamaan; d) Selama perjanjian dilaksanakan dengan itikad baik”. Asas kebebasan berkontrak merupakan manifestasi dari aturan perjanjian itu sendiri dalam sistem yang terbuka.<sup>14</sup>

Secara teori asas perjanjian menciptakan suatu sistem terbuka dimana orang dapat menentukan sendiri isi dari setiap perjanjian. Pengaturan mengenai perdagangan melalui sistem elektronik masih menggunakan aturan yang terdapat dalam Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata khususnya pengaturan mengenai perjanjian yang terjadi dalam perdagangan melalui sistem elektronik. Hal ini sesuai dengan Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang berbunyi: “Perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan

---

<sup>14</sup> Munir Fuadi, *Hukum Kontrak: Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis*, 2001.

dirinya terhadap satu orang atau lebih”. Perdagangan melalui sistem elektronik sebagai dampak dari perkembangan teknologi memiliki implikasi terhadap berbagai sektor salah satunya sektor hukum, pengaturan mengenai masalah perdagangan melalui sistem elektronik di Indonesia belum memiliki aturan yang secara khusus mengatur masalah tersebut

Aturan perjanjian menggunakan prinsip kedua, kerja sama sukarela. Prinsip pertama adalah musyawarah sukarela untuk mufakat. Kata itu awalnya didasarkan pada “konsensus”, yang berarti keputusan bulat. ejak mencapai konsensus, orang semakin mencapai kesepakatan. Setiap prosedur yang diamanatkan secara hukum harus diikuti saat mengadakan perjanjian yang sah secara hukum. Namun, aspek terpenting dari setiap perjanjian harus disepakati oleh para peserta sebelum perjanjian tersebut menjadi sah. Asas mufakat biasanya diturunkan dari Pasal 1320 KUHPerdara, yang menyatakan: “Suatu perjanjian yang sah memerlukan empat syarat agar sah”.

- a. Siapa yang percaya apa yang mereka katakan pada diri mereka sendiri dapat disetujui.;
- b. Kemampuan untuk berkompromi;
- c. Kepastian;
- d. Dalam beberapa cara yang dapat dibenarkan.<sup>15</sup>

### **3. Prinsip itikad baik**

Hukum kontrak juga mengenal asas itikad baik yang terbagi menjadi 2 (dua) hal, yaitu<sup>16</sup>:

- a. Ketika seseorang memiliki niat yang tepat, itu dapat dianggap baik secara subyektif. Niat baik subyektif ini adalah tentang menjaga kejujuran dalam hubungan hukum. Orang berhak mengadakan hubungan hukum dengan dirinya sendiri. Ini harus dilakukan tanpa penyalahgunaan, pengawasan, paksaan atau penipuan. Ketika seseorang menjalin hubungan hukum dengan benar, semua orang yang terlibat harus jujur dalam protokol pendeteksian mereka.
- b. Niat baik secara obyektif adalah legitimasi isi perjanjian. Inilah makna yang disebut itikad baik dalam Pasal 1338 ayat 3 KUHPerdara: “Perjanjian harus dengan itikad baik Norma yang baik dan benar adalah kunci untuk berpegang pada prinsip itikad baik. Istilah hukum ini adalah salah satu aspek terpenting dari hukum kontrak. Asas ini merupakan salah satu sendi terpenting dalam hukum kontrak.<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> Ibid.

<sup>16</sup> Ibid.

<sup>17</sup> Ibid.

Menurut Pasal 1320 KUHPerdara yang disebutkan sahnya perjanjian mensyaratkan syarat-syarat sebagai berikut: ada kontrak yang mengikat antara keduanya; kemampuan untuk memasuki pertunangan; sesuatu memiliki atau memiliki sesuatu; dan diperlukan alasan yang sah.

Sebelum menjadi anggota ordo, seseorang harus memenuhi dua prasyarat abstrak terlebih dahulu. Selanjutnya, seseorang harus memenuhi dua prasyarat konkrit untuk pesanan tersebut. Jika kriteria ini tidak terpenuhi, seseorang dapat dikeluarkan dari pesanan sesuai dengan ketentuan penghapusan. Terakhir, seseorang harus memenuhi tiga prasyarat emosional untuk bergabung dengan organisasi. Mengonfirmasi asosiasi dengan persyaratan yang sama dengan target memvalidasi definisi. Jika prasyarat target tidak terpenuhi, pemahaman dapat dibatalkan setelah diketahui bahwa rata-rata telah ditetapkan.

#### **4. Tantangan E-Commerce dalam Hukum Bisnis**

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.<sup>18</sup>

Menurut Onno W. Purbo dan Aang Wahyudi yang mengutip pendapatnya David Baum, menyebutkan bahwa:<sup>19</sup> “*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*”. (e-commerce adalah sekumpulan teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang dinamis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan masyarakat melalui transaksi elektronik dan pertukaran barang, jasa, dan informasi secara elektronik).

E-commerce merupakan konsep baru yang biasa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada *World Wide Web Internet* atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa

---

<sup>18</sup> Riyeye Ustadiyanto, *Framework E-Commerce* (Yogyakarta: Andi, 2001).

<sup>19</sup> Onno W Purbo, *Mengenal E-Commerce* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2000).

dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet dalam buku Suyanto. Sedangkan menurut Kalakota dan Whinston (1997) dalam buku M. Suyanto<sup>20</sup> mendefinisikan e-commerce dari beberapa perspektif berikut:

- a. Perspektif Komunikasi: merupakan pengiriman informasi, produk atau layanan serta pembayaran melalui telepon, jaringan komputer atau sarana elektronik lainnya.
- b. Perspektif Proses Bisnis: merupakan aplikasi teknologi menuju otomisasi transaksi dan aliran kerja perusahaan.
- c. Perspektif Layanan: merupakan salah satu alat yang memenuhi keinginan perusahaan, konsumen dan manajemen dalam memangkas biaya layanan ketika meningkatkan mutu barang dan kecepatan pelayanan.
- d. 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-jeniah dari *e-commerce*:<sup>21</sup>

- a. *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.
- b. *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.
- c. *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.

---

<sup>20</sup> Muhmmad Suyanto, *Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia* (Yogyakarta: Andi, 2003).

<sup>21</sup> <https://www.gramedia.com/literasi/e-commerce> Nandy, "Pengertian E-Commerce: Jenis, Contoh, Dan Manfaat," *Gramedia Blog*, n.d., "Pengertian E-Commerce: Jenis, Contoh, Dan Manfaat," *Gramedia Blog*, <https://www.gramedia.com/literasi/e-commerce>.

- d. *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](http://priceline.com).
  - e. *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](http://www.bpjs-online.com).
  - f. *Consumer-to-Administration (C2A)*, meliputi semua transaksi elektronik yang dilakukan antara individu dan administrasi publik. Contoh area yang menggunakan jenis e-commerce ini adalah: pendidikan-penyebaran informasi, proses pembelajaran jarak jauh, dan lainnya; jamsostek-penyebaran informasi, pembayaran, dan lainnya; pajak-pengajuan pajak, pembayaran pajak, dan lainnya; dan kesehatan-janji pertemuan, informasi mengenai penyakit, pembayaran layanan kesehatan dan lainnya.
  - g. *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 Matahari Mall. Seperti yang dilakukan oleh perusahaan ritel besar di Amerika, Walmart.
- Faktor-faktor yang menjadi pendorong implementasi e-commerce, menurut Desruelle dan Burgelman (2001) meliputi:<sup>22</sup> globalisasi dan liberalisasi perdagangan; kompetisi yang semakin tajam; perkembangan teknologi; pengurangan tujuan secara fisik; dan publisitas. Dalam aspek hukum yang menjadi tantangan dalam dunia e-commerce yang harus dipahami oleh para pelakunya. Berikut tantangan hukum dunia e-commerce:<sup>23</sup>

a. Badan Hukum *E-commerce* di Indonesia

Hal pertama yang perlu dan wajib diperhatikan dalam bisnis e-commerce adalah mengetahui 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.

---

<sup>22</sup> Ainur Rofiq, *Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce* (Malang: Universitas Brawijaya, 2007).

<sup>23</sup> "Pebisnis E-Commerce Di Indonesia Wajib Faham 5 Aspek-Hukum Berikut Ini," <https://www.maxmanroe.com/pebisnis-e-commerce-di-indonesia-wajib-faham-5-aspek-hukum-berikut-ini.html>.

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. Sebagaimana yang disebutkan dalam Pasal 1 angka 4 Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik sebagai berikut:<sup>24</sup> “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 Peragangan dalam BAB I Ketentuan Umum Pasal I ayat 14 mendefinisikan pelaku usaha termasuk di dalamnya bidang bisnis e-commerce sebagai berikut:<sup>25</sup> “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. Tantangan dalam Perizinan

Perizinan seringkali membuat pelaku usaha malas dan enggan untuk mengurusnya karena faktor kerumitan (birokrasi). Pasal 24 ayat (1) UU Perdagangan menyebutkan: “Pelaku usaha yang melakukan kegiatan usaha perdagangan wajib memiliki izin di bidang perdagangan yang diberikan oleh Menteri”. Perizinan dan dokumen legal pendirian usaha antara lain Surat Keterangan Domisili Perusahaan (SKDP), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) atas nama perusahaan, Surat Izin Usaha

<sup>24</sup> Peraturan Indonesia, *Peraturan Pemerintah RI Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik* (Jakarta, 2012), n. Pasal 1 Angka 4.

<sup>25</sup> Peraturan Indonesia, *Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan* (Jakarta, 2014), n. Pasal 1 Angka 14.

Perdagangan (SIUP) dan Tanda Daftar Perusahaan (TDP). Perizinan sering kali membuat pelaku usaha malas dan enggan mengurusnya karena faktor kerumitan (birokrasi). 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.<sup>26</sup>

c. Aspek Legalitas

Aspek hukum memiliki peranan yang sangat penting dan utama. Proses legalitas akan menjadi pintu gerbang bagi para pelaku usaha untuk mengembangkan bisnis e-commerce mereka. Aspek hukum tidak berhenti pada pendirian perusahaan atau perizinan saja, tetapi segala sesuatu yang dapat memperlancar jalannya segala kegiatan usaha, memperkuat pondasi usaha untuk mempertahankan dan mengharapkan keberlanjutan kegiatan usaha, guna meraih kemenangan dalam persaingan usaha.

d. Bentuk Perlindungan Hukum

Tantangan hukum selanjutnya yang perlu diperhatikan dalam bisnis e-commerce adalah tentang perlindungan hukum. Para pelaku bisnis e-commerce dalam menjalankan kegiatannya harus melindungi aset dan bisnis mereka sendiri. Dengan mengantisipasinya sejak awal, para pelaku bisnis akan aman dan menghemat biaya yang mungkin akan dikeluarkan oleh para pelaku bisnis jika terjadi permasalahan hukum.

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.<sup>27</sup> 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 pihak dalam melakukan kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik. Dalam surat edaran tersebut misalnya, diatur bahwa penyedia platform wajib menyediakan sarana pelaporan, serta memperhatikan jangka waktu penghapusan atau pemblokiran konten terlarang. Sementara itu, pengguna wajib memberikan informasi yang lengkap dan benar mengenai syarat dan ketentuan produk yang diperjualbelikan.

---

<sup>26</sup> *Peraturan Pemerintah RI, "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, n.d.*

<sup>27</sup> *Menteri Komunikasi Dan Informatika RI, "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, n.d.*

## **5. Keterlibatan Pemerintah Dalam Penciptaan Sistem Pengembangan E-Commerce Berdasarkan Kepastian Hukum**

Kebijakan *e-commerce* di seluruh dunia berubah untuk melindungi konsumen dan memastikan legalitas operator *e-commerce*. Fenomena global *e-commerce* membuat pemerintah sulit untuk mengatur industri ini. Tujuan pemerintah Indonesia adalah menjadi ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara. Dengan lebih dari 93,4 juta pengguna *smartphone*, pemerintah menerbitkan Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2017 untuk mendukung pengembangan ekonomi melalui Program Sistem Transaksi Elektronik Nasional 2017-2019. Ini akan membuka peluang bagi generasi baru.

Di bawah perlindungan hukum, sifat hukum harus jelas dan adil. Harus ada kode etik, karena harus mendukung perintah yang dianggap wajar. Kami hanya dapat memenuhi tanggung jawab kami jika hukum diterapkan secara adil dan aman. Kejelasan hukum merupakan pertanyaan yang dapat dijawab secara normatif bukan sosiologi.<sup>28</sup>

Kepastian hukum normatif jelas dan beralasan, artinya ada kejelasan dalam pengembangan dan sosialisasi regulasi. Jelas dan masuk akal, merupakan seperangkat standar dengan standar lainnya dalam arti tidak menimbulkan kontradiksi atau konflik yang nyata. Kejelasan hukum berarti bahwa penerapan hukum itu jelas, konsisten, konsisten dan tepat, dan pelaksanaannya tidak dipengaruhi oleh keadaan individu. Kepastian dan keadilan bukan hanya persyaratan moral. Tapi sebenarnya ini masalah hukum. Hukum yang berbahaya dan tidak adil bukan hanya hukum yang buruk.<sup>29</sup>

Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 mengatur prinsip-prinsip terkait bisnis internet. Hal ini memberikan jaminan dan pemahaman implikasi industri melalui sistem elektronik (PMSE) dan memberikan keamanan dan jaminan bagi pedagang, koordinator PMSE dan klien. Setiap pelaku usaha harus memberikan informasi yang lengkap dan benar serta informasi tambahan. Pelaku usaha dilarang menukarkan produk dengan bingkai elektronik yang tidak sesuai dengan informasi dan data tambahan. Informasi dan data PMSE harus mencakup kepribadian dan legalitas pelaku komersial, persyaratan untuk produk yang ditawarkan, kemungkinan biaya dan pembayaran produk, dan cara pengiriman produk. Peraturan hukum mengenai bisnis berbasis web harus sesuai dengan pedoman yang berlaku di Indonesia. Badan publik juga menggabungkan semua fase Sistem Perdagangan Nasional ke dalam peta jalan kohesif yang disebut Peta Jalan *e-commerce*.

---

<sup>28</sup> Dominikus Rato, *Filsafat Hukum: Mencari, Menemukan, Dan Memahami Hukum* (Surabaya: LaksBang Yustisia, 2010).

<sup>29</sup> Christine S T Kansil, *Kamus Istilah Hukum* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009).

Hal tersebut termasuk pendidikan, SDM, jaringan korespondensi, pengumpulan pajak dan asuransi pembeli.

#### **D. Simpulan dan Saran**

Perdagangan elektronik dengan cepat menumbuhkan kebutuhan akan undang-undang e-commerce baru. Alasannya adalah bahwa banyak yurisdiksi memiliki undang-undang perdagangan yang berbeda. UU Perdagangan No 7 Tahun 2014 menjadi salah satu yang cepat diberlakukan karena hal tersebut. Aturan Perdagangan Elektronik membantu konsumen, pedagang, dan penyedia memahami transaksi elektronik. Mereka juga memproteksi transaksi elektronik dengan mendorong pengembangan sistem e-commerce nasional. Selain itu, peraturan ini membantu mempercepat perkembangan perdagangan elektronik dengan membuat peta perdagangan elektronik nasional untuk tujuan pendidikan, perlindungan konsumen, keuangan, perpajakan, dan sumber daya manusia. Selain itu, aturan tersebut mencakup logistik, infrastruktur telekomunikasi, transportasi, dan keamanan jaringan. Selain itu, rencana ini mencakup area implementasi e-niaga lainnya seperti logistik dan keamanan jaringan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Dedi, Mulyana. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006.
- Fuadi, Munir. *Hukum Kontrak: Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis*, 2001.
- Indonesia, Peraturan. *Peraturan Pemerintah RI Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik*. Jakarta, 20120.
- . *Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan*. Jakarta, 2014.
- Kadir, Abdul, and Terra Ch Triwahyuni. *Pengenalan Teknologi Informasi*. Jakarta: Andi, 2003.
- Kansil, Christine S T. *Kamus Istilah Hukum*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- Mansur, Dikdik Arif. *Cyber Law Aspek Hukum Teknologi Informasi*. Bandung: Refika Aditama, 2019.
- Mardiyanto, M Sukrisno. *Orasi Ilmiah Peranan Informatika Dalam Pengembangan E-Commerce*, 2015.
- Nandy, “Pengertian E-Commerce: Jenis, Contoh, Dan Manfaat,” Gramedia Blog, n.d., <https://www.gramedia.com/literasi/e-commerce>. “Pengertian E-Commerce: Jenis, Contoh, Dan Manfaat.” *Gramedia Blog*. <https://www.gramedia.com/literasi/e-commerce>.
- Nasution, Dewi Sartika, Muhammad Muhajir Aminy, and Lalu Ahmad Ramadani. *Ekonomi Digital*. Sanabil, 2019.

- Purbo, Onno W. *Mengenal E-Commerce*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2000.
- Rasjidi, Lili, and Ira Thania Rasjidi. "Filsafat Ilmu, Metode Penelitian, Dan Karya Tulis Ilmiah Hukum : Monograf, Program Studi Magister Ilmu Hukum Pascasarjana Universitas Islam..." Universitas Islam..., 2012.
- Rato, Dominikus. *Filsafat Hukum: Mencari, Menemukan, Dan Memahami Hukum*. Surabaya: LaksBang Yustisia, 2010.
- Rofiq, Ainur. *Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce*. Malang: Universitas Brawijaya, 2007.
- Sanusi, Arsyad. "Efektivitas UU ITE Dalam Pengaturan Perdagangan Elektronik (E-Commerce)." *Jurnal Hukum Bisnis* 29, no. 1 (2010): 5.
- Singh, Vivek Rajbahadur. "An Overview of Mobile Commerce in India." *International Journal of Management Research and Reviews* 4, no. 3 (2014): 67.
- Susanto, Joko. "Kajian Teoritik Tentang Pengaruh Globalisasi Terhadap Proses Demokratisasi." In *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 59–72, 2018.
- Suyanto, Muhmmad. *Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Andi, 2003.
- Ustadiyanto, Riyeke. *Framework E-Commerce*. Yogyakarta: Andi, 2001.
- Utomo, Setiawan Budi, and Abu Hanifah. *Fiqih Aktual: Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer*, 2003.
- "Electronic Commerce Definitions."
- Menteri Komunikasi Dan Informatika RI, "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, n.d.
- "Pebisnis E-Commerce Di Indonesia Wajib Faham 5 Aspek-Hukum Berikut Ini." <https://www.maxmanroe.com/pebisnis-e-commerce-di-indonesia-wajib-faham-5-aspek-hukum-berikut-ini.html>.
- Peraturan Pemerintah RI, "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, n.d.