

Kerangka Hukum dan Tantangan Regulasi dalam Pengembangan E-Commerce di Indonesia: Analisis Kebijakan dan Implikasi Yuridis

Legal Framework and Regulatory Challenges in the Development of E-Commerce in Indonesia: Policy Analysis and Juridical Implications

Tamaulina Br. Sembiring^{1*}, Riska Yolanda², Sofia Naliza Sitepu³, Saskia Nabila Siregar⁴,
Raka Andika Putra⁵

¹²³⁴⁵Universitas Pembangunan Panca Budi, Indonesia

E-mail: ¹tamaulina@dosen.pancabudi.ac.id, ²yolandariska34@gmail.com, ³sofianaliza0919@gmail.com,
⁴saskianabilasrg25@gmail.com, ⁵akaandikaputra1108@gmail.com

*Corresponding Author

[Received: January 4, 2025] [Accepted: January 30, 2024] [Published: January 31, 2024]

How to Cite:

Sembiring, Tamaulina Br., Riska Yolanda, Sofia Naliza Sitepu, Saskia Nabila Siregar, and Raka Andika Putra. 2025. "Legal Framework and Regulatory Challenges in the Development of E-Commerce in Indonesia: Policy Analysis and Juridical Implications". *Shautuna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbandingan Mazhab* 6 (1), 18-36. <https://doi.org/10.24252/shautuna.v6i1.54107>.

Abstrak

Kemajuan teknologi di bidang transportasi, komunikasi, dan informasi telah mempercepat globalisasi serta memicu pertumbuhan pesat perdagangan elektronik (e-commerce). Namun, perkembangan ini menghadirkan tantangan signifikan dalam sistem hukum nasional, khususnya terkait penerapan hukum perusahaan dalam transaksi daring. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kerangka hukum dan tantangan regulasi dalam pengembangan e-commerce di Indonesia, dengan menyoroti kebijakan yang berlaku serta implikasi yuridisnya. Metode yang digunakan adalah pendekatan yuridis normatif dengan spesifikasi deskriptif-analitis, yang memungkinkan identifikasi dan analisis terhadap norma hukum yang tertuang dalam peraturan perundang-undangan, doktrin hukum, dan prinsip-prinsip hukum yang relevan. Data dikumpulkan dari bahan hukum primer, sekunder, dan tersier, lalu dianalisis secara kualitatif melalui interpretasi terhadap substansi hukum yang ada. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaturan e-commerce di Indonesia telah diakomodasi melalui Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), yang diperbarui melalui Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016, serta Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan dan Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Meski demikian, masih ditemukan hambatan dalam implementasinya, antara lain lemahnya mekanisme pembuktian kontrak elektronik, isu kepercayaan dan akuntabilitas, serta rendahnya pemahaman masyarakat terhadap objek transaksi digital. Penelitian ini merekomendasikan penyusunan undang-undang khusus tentang perusahaan e-commerce guna memperkuat kepastian hukum, perlindungan konsumen, dan keberlanjutan ekspansi ekonomi digital di Indonesia.

Kata Kunci: Kerangka Hukum; Tantangan Regulasi; E-Commerce; Kebijakan dan Implikasi Yuridis.

Abstract

Technological advances in the fields of transportation, communication, and information have accelerated globalization and triggered the rapid growth of electronic commerce (e-commerce). However, this development presents significant challenges in the national legal system, especially related to the application of corporate law in online transactions. This

research aims to examine the legal framework and regulatory challenges in the development of e-commerce in Indonesia, highlighting the applicable policies and their juridical implications. The method used is a normative juridical approach with descriptive-analytical specifications, which allows the identification and analysis of legal norms contained in laws and regulations, legal doctrines, and relevant legal principles. Data are collected from primary, secondary, and tertiary legal materials, and then analyzed qualitatively through interpretation of existing legal substances. The results of the study show that the regulation of e-commerce in Indonesia has been accommodated through Law Number 11 of 2008 concerning Electronic Information and Transactions (ITE), which was updated through Law Number 19 of 2016, as well as Law Number 7 of 2014 concerning Trade and Government Regulation Number 82 of 2012 concerning the Implementation of Electronic Systems and Transactions. However, obstacles are still found in its implementation, including weak electronic contract proof mechanisms, issues of trust and accountability, and low public understanding of digital transaction objects. This study recommends the drafting of a special law on e-commerce companies to strengthen legal certainty, consumer protection, and the sustainability of digital economy expansion in Indonesia.

Keywords: *Legal Framework; Regulatory Challenges; E-Commerce; Juridical Policies and Implications.*

Pendahuluan

Pesatnya perkembangan perekonomian global, didukung oleh arus globalisasi, perdagangan bebas, serta kemajuan di bidang teknologi, telekomunikasi, dan informasi, telah memperluas cakupan transaksi barang dan jasa.¹ Berbagai produk, baik yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri, kini semakin beragam dan mudah diakses. Kemajuan ini juga membawa peningkatan fasilitas telekomunikasi serta perkembangan teknologi informasi yang mampu menghubungkan berbagai media, sehingga mempermudah aktivitas manusia dalam kehidupan sehari-hari.² Dalam era komunikasi global yang semakin terintegrasi, internet menjadi salah satu faktor utama yang mempercepat konektivitas antarnegara, membuat dunia terasa lebih kecil sekaligus mengaburkan batas-batas negara serta memengaruhi kedaulatan dan struktur sosial masyarakat. Berbagai informasi kini dapat disajikan melalui komunikasi jarak jauh, sehingga individu yang ingin menjalankan bisnis tidak lagi harus bertatap muka secara langsung, melainkan cukup menggunakan perangkat komputer dan teknologi telekomunikasi.³ Kemajuan teknologi informasi juga telah menciptakan tatanan masyarakat global yang tidak lagi terbatas oleh batas wilayah,

¹ Anung Riyanti et al., "Globalisasi Dan Transfer Teknologi: Penopang Industri Manufaktur Pada Perkembangan Marketplace Di Regional Asean," *Review of International Relations* 3, no. 1 (2021): 65–78, <https://doi.org/10.24252/rir.v3i1.20562>.

² Cecep Abdul Cholik, "Perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi/ICT Dalam Berbagai Bidang," *Jurnal Fakultas Teknik UNISA Kuningan* 2, no. 2 (2021): 39–46.

³ Didik Sukanto, "Pembelajaran Jarak Jauh Dengan Media E-Learning Sebagai Solusi Pembelajaran Pada Masa Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)," *Syntax* 2, no. 11 (2020): 835–50, <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v2i11.679>.

menjadikan segala sesuatu yang sebelumnya terasa jauh menjadi lebih dekat, serta mewujudkan hal-hal yang dahulu hanya bersifat imajinatif menjadi kenyataan.

Internet dan teknologi informasi merupakan inovasi terbesar dalam beberapa dekade terakhir yang membawa perubahan signifikan dalam kehidupan manusia.⁴ Banyak aktivitas kini mengalami transformasi besar dengan memanfaatkan efisiensi, efektivitas, dan mobilitas yang ditawarkan oleh kemajuan teknologi.⁵ Dalam dunia perdagangan global saat ini, transaksi bisnis elektronik menjadi suatu keniscayaan. Electronic Commerce (E-commerce) merupakan salah satu bentuk nyata dari perkembangan teknologi informasi, di mana aktivitas bisnis tidak lagi dilakukan secara konvensional yang mengharuskan interaksi langsung antara pembeli dan penjual atau penggunaan uang tunai dalam transaksi.⁶ Sebaliknya, dalam sistem E-commerce, penjual diwakili oleh sistem digital yang melayani pelanggan secara daring melalui jaringan komputer. Dalam prosesnya, pembeli berinteraksi dengan sistem yang bertindak sebagai perantara antara mereka dan penjual.⁷ Oleh karena itu, keberhasilan E-commerce sangat bergantung pada infrastruktur sistem yang mampu menjamin keamanan dalam setiap transaksi yang dilakukan.

Pertumbuhan industri e-commerce dalam negeri terus mengalami perkembangan pesat meskipun kondisi ekonomi cenderung melambat.⁸ Di Indonesia, sebagian besar pelaku e-commerce berasal dari sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM). UKM dikenal sebagai sektor yang memiliki daya tahan tinggi terhadap krisis ekonomi. Dengan memanfaatkan platform e-commerce, potensi ekonomi Indonesia dapat terus dikembangkan, sejalan dengan visi negara untuk menjadi kekuatan ekonomi baru di tingkat global.⁹ Dengan munculnya e-commerce, lanskap perdagangan internasional telah berubah drastis akibat kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Dengan populasi terbesar di Asia Tenggara dan

⁴ Arif Rahman Muttaqin, Aji Wibawa, and Khurin Nabila, "Inovasi Digital Untuk Masyarakat Yang Lebih Cerdas 5.0: Analisis Tren Teknologi Informasi Dan Prospek Masa Depan," *Jurnal Inovasi Teknologi Dan Edukasi Teknik* 1, no. 12 (2021): 880–86, <https://doi.org/10.17977/um068v1i122021p880-886>.

⁵ Poerwanto Poerwanto and Yoedo Shambodo, "Revolusi Industri 4.0: Googelisasi Industri Pariwisata Dan Industri Kreatif," *Journal of Tourism and Creativity* 4, no. 1 (2020): 59–72.

⁶ Misbahul Ulum, "Prinsip-Prinsip Jual Beli Online Dalam Islam Dan Penerapannya Pada E-Commerce Islam Di Indonesia," *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis* 17, no. 1 (2020): 49–64, <https://doi.org/10.34001/jdeb.v17i1.1115>.

⁷ Riandi Dwi Putra, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Akun Game Online Mobile Legends: Bang Bang Melalui E-Commerce Berdasarkan Undang-Undang No 8 Tahun 1999" (Universitas Islam Riau, 2022).

⁸ Junaidin Zakaria, "Peran E-Commerce Dalam Pembangunan Ekonomi Daerah Di Indonesia," *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo* 10, no. 1 (2024): 142–58, <https://doi.org/10.35906/jep.v10i1.1927>.

⁹ Bambang Arianto, "Pengembangan UMKM Digital Di Masa Pandemi Covid-19," *ATRABIS Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)* 6, no. 2 (2020): 233–47, <https://doi.org/10.38204/atrabis.v6i2.512>.

infrastruktur internet yang berkembang pesat, Indonesia berada pada posisi yang tepat untuk memimpin pertumbuhan e-commerce. Namun, banyak kendala muncul di sepanjang jalan, dan pemerintah harus turun tangan untuk membantu masyarakat mengatasinya. Dengan mendorong literasi digital dan membangun infrastruktur digital yang adil, pemerintah memainkan peran penting dalam memfasilitasi pertemuan e-commerce. Melihat kendala tersebut, keterlibatan pemerintah dalam membangun lingkungan e-commerce yang ramah, inklusif, dan berjangka panjang menjadi sangat penting. Untuk memaksimalkan manfaat bagi dunia usaha nasional dan kesejahteraan masyarakat Indonesia dari ekspansi e-commerce, diperlukan kerja sama yang kuat antar pemangku kepentingan.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan, yang merupakan rumpun dari penelitian kualitatif. dan terfokus pada ormas islam yang ada di Kots Makassar yaitu Nahdlatul Ulama, Muhammadiyah dan Wahdah Islamiyah. lokasi ini menjadi tempat penelitian dikarenakan banyaknya fenomena tindakan radikalisme dan bahkan teror. Lokasi penelitian adalah tempat dilaksanakannya penelitian. Adapun lokasi penelitian yang dipilih adalah Kota Makassar dengan fokus pada ormas-ormas Islam yaitu, Nahdlatul Ulama, Muhammadiyah dan Wahdah Islamiyah. Permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini diarahkan untuk mengidentifikasi, mendeskripsikan dan menganalisis secara kritis lalu mengkompromikan mengenai pandangan Nahdlatul Ulama, Muhammadiyah dan Wahdah Islamiyah di Makassar. Mengenai fenomena tindakan radikalisme di kalangan masyarakat Islam. Dengan demikian sumber data diperoleh melalui studi lapangan dengan menggunakan metode normatif.

Hasil dan Pembahasan

1. Peran Pemerintah dalam Mendukung Pengembangan Bisnis E-Commerce

Dari awalnya yang sederhana sebagai platform untuk publikasi materi statis, Internet telah berkembang menjadi media yang jauh lebih dinamis dan menarik. Sebagai alat untuk berbisnis, teknologi ini memungkinkan komunikasi dua arah.¹⁰ Perubahan praktik komersial, transaksi moneter, dan distribusi produk semuanya dipengaruhi oleh hal ini. Saat ini, sebagian

¹⁰ Dennis and M. Rachman, "Manfaat Pemasaran Media Sosial Instagram Pada Pembentukan Brand Awareness Toko Online," *Jurnal Indonesia Sosial Sains* 2, no. 02 (February 21, 2020): 215–22, <https://doi.org/10.59141/jiss.v2i02.195>.

besar transaksi perdagangan mencakup ketiga tahap perjanjian proses pembelian untuk produk atau layanan, pembayaran, dan pengiriman menjadi satu transaksi yang efisien.¹¹ Ini berarti bahwa pergerakan data, uang, dan barang semuanya merupakan bagian integral dari proses tersebut.

Memperjelas posisi hukum operator korporat e-commerce dan memperkuat perlindungan konsumen telah menjadi tujuan utama pengembangan kebijakan e-commerce.¹² Penyesuaian ini sejalan dengan gagasan Kerangka Kerja untuk E-commerce, yang menyatakan bahwa pemerintah harus memiliki peran kunci dalam mengatur berbagai aspek industri e-commerce.¹³ Tujuannya di sini adalah untuk mencegah konsumen dan bisnis dari kerugian. Melindungi hak-hak pembeli daring merupakan tujuan utama dan pertama dari Undang-Undang perdagangan elektronik (berpusat pada pengguna).¹⁴ Beberapa dasar hukum mencerminkan hal ini, dan pelaku usaha yang terlibat dalam perdagangan elektronik harus mempertimbangkannya. Prinsip-prinsip tersebut meliputi:

- a. menjalankan bisnis dengan itikad baik dan menghormati dasar kepercayaan dan transparansi sistem elektronik yang baik;
- b. meminimalkan biaya ekonomi melalui pengoperasian perdagangan elektronik yang efisien;
- c. mendorong persaingan yang sehat antar pelaku usaha melalui perdagangan; dan
- d. memfasilitasi dan melindungi kepentingan konsumen serta mencegah penyalahgunaan hak-hak konsumen.

Berdasarkan kerangka kebijakan ini, kita perlu merevisi Undang-Undang negara kita dan membuat peraturan baru untuk mengimbangi pesatnya perluasan perdagangan daring. Kebijakan dan regulasi yang berkaitan dengan sumber daya informasi dan arsitektur jaringan telekomunikasi tidak dapat dipisahkan dari kebijakan e-commerce mengingat pesatnya evolusi telematika. Mengambil langkah-langkah ini akan memungkinkan pemerintah menjamin bahwa semua perdagangan daring berlangsung pada platform yang transparan dan dapat dipercaya yang melindungi kepentingan publik.

¹¹ Salamiah Salamiah and Ningrum Ambarsari, "Urgensi Kontrak Perdagangan E-Commerce Dalam Hukum Perjanjian," *Al-Adl: Jurnal Hukum* 15, no. 2 (2023): 362–79, <https://doi.org/10.31602/al-adl.v15i2.8021>.

¹² Marulak Pardede, "Aspek Hukum Kekarantinaan Kesehatan Dan Perlindungan Konsumen Dalam Penanggulangan Pandemi Covid-19," *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* 21, no. 1 (2021): 23–44, <https://doi.org/10.30641/dejure.2021.V21.023-044>.

¹³ Syamsu Alam, Widya Putri Ramadhani, and Patmaniar Patmaniar, "Transformasi Digital UMKM Di Indonesia Selama Pandemi," *Journal Social Society* 3, no. 2 (2023): 140–56, <https://doi.org/10.54065/jss.3.2.2023.344>.

¹⁴ Zahra Rahmawati, "Tanggung Jawab Hukum Tokopedia Terhadap Konsumen Atas Ketidaksiesuaian Barang Dalam Jual Beli Online" (Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021).

Seiring dengan meluasnya perdagangan daring, UU No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan telah menetapkan aturan yang mengaturnya.¹⁵ Para pedagang, pelaku PMSE, dan konsumen sama-sama diuntungkan dengan adanya kejelasan dan pemahaman yang diberikan oleh peraturan e-commerce, yang sekaligus berfungsi untuk memperjelas dan memahami apa yang dimaksud dengan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Semua pihak yang terlibat dalam transaksi komersial yang dilakukan melalui sistem elektronik wajib memberikan informasi yang akurat dan lengkap sesuai dengan UU Perdagangan.

Penggunaan sistem elektronik wajib mengikuti ketentuan yang diatur dalam UU Data dan Bisnis Elektronik, dan setiap pelaku usaha dilarang menjual barang atau jasa melalui sistem elektronik apabila tidak sesuai dengan informasi dan data yang diberikan.¹⁶ Data dan informasi yang berkaitan dengan PMSE wajib sesuai dengan UU Indonesia dan tidak boleh merugikan kepentingan Indonesia. Sejumlah instrumen internasional seperti UU Model UNCITRAL tentang Perdagangan Elektronik dan UU Model UNCITRAL tentang Tanda Tangan Elektronik tercantum dalam peraturan perundang-undangan di bidang data dan bisnis elektronik.¹⁷ Pelaku usaha di dunia maya dan masyarakat umum dapat mengetahui ketentuan hukum yang mengatur tentang penyelenggaraan usaha secara elektronik di bidang ini. Beberapa peraturan yang telah ditetapkan untuk mendukung pertumbuhan belanja online di Indonesia adalah:

- a. Undang-Undang No. 82 negara Indonesia, tanggal 2012, tentang Pengembangan dan Penggunaan Sistem dan Transaksi Digital (PSTE).
- b. Kode Peraturan Federal, Judul 7, Perdagangan (Edisi 2016).
- c. Penerbit uang elektronik yang memiliki atau bermaksud membuat anggaran mengambang yang melampaui nilai tertentu wajib memperoleh persetujuan dari Bank Indonesia, sesuai dengan Peraturan Bank Indonesia No. 11 atau 12/PBI/2009, yang berkaitan dengan badan usaha bukan bank. Surat Edaran Bank Indonesia tersebut lebih rinci lagi tentang batasan jumlah anggaran mengambang, termasuk apa yang terjadi jika jumlahnya mencapai Rp 1 miliar atau lebih.

¹⁵ Dendi Rukmantika, "Problematika Pemotongan Gaji Karyawan Untuk Pihak Ke III, Antara Tanggungjawab Pidana Korporasi Dan Individu Pejabat Perusahaan Daerah Terkait Dengan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan," *JURNAL HUKUM MEDIA JUSTITIA NUSANTARA* 9, no. 2 (2019): 1–24, <https://ojs.uninus.ac.id/index.php/MJN/article/view/1882>.

¹⁶ Silviasari Silviasari, "Penyelesaian Sengketa Konsumen Dan Pelaku Usaha Dalam Transaksi E-Commerce Melalui Sistem Cash On Delivery," *Media of Law and Sharia* 1, no. 3 (2020): 151–61, <https://doi.org/10.18196/mls.v1i3.9192>.

¹⁷ Bonaraja Purba et al., "Transformasi Hukum E-Commerce Di Indonesia: Analisis Dan Solusi Permasalahan," *Jurnal Sosial Humaniora Sigli* 6, no. 2 (2023): 373–83, <https://doi.org/10.47647/jsh.v6i2.1570>.

Persyaratan terkait:

- a. Verifikasi identitas dan legitimasi pelaku bisnis yang terlibat dalam produksi atau distribusi.
- b. Kriteria teknis untuk item yang disediakan.
- c. Layanan yang disediakan harus memenuhi standar teknis tertentu.
- d. Harga barang dan jasa serta pilihan pembayaran.
- e. Metode pengiriman barang.

Pihak berwenang, dalam perannya sebagai penengah evolusi pasar daring, merancang peraturan dan Undang-Undang untuk memfasilitasi pelaksanaan perdagangan elektronik, misalnya melalui:

- a. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Data dan Transaksi Digital (ITE) sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016, dikenal dengan nama UU ITE. Pemerintah (Departemen Komunikasi dan Informatika) dan DPR bekerja sama menyusun UU ini untuk mengawal tata cara teknisnya secara menyeluruh. Segala hal yang berkaitan dengan teknologi informasi, termasuk data dan transaksi perangkat lunak, diatur dalam UU ini. Setiap orang atau badan yang melakukan perbuatan hukum di dalam atau di luar wilayah hukum Indonesia yang mengakibatkan timbulnya hukum di Indonesia atau di tempat lain tunduk pada kewenangan hukum UU ini.
- b. Undang-Undang Negara Indonesia, Nomor 82 Tahun 2012, Tentang Dukungan Sistem dan Bisnis Digital (PSTE).
- c. UU No. 7 Tahun 2016 Tentang Perdagangan
- d. Uang Digital Khusus untuk Bisnis, Peraturan Nomor 11 atau 12 atau PBI atau 2009, yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia Tidak hanya bank yang memerlukan persetujuan dari Bank Indonesia, tetapi juga percetakan yang memiliki atau ingin menetapkan anggaran mengambang di atas jumlah tertentu. Telah mencapai Rp 1 miliar atau lebih, sebagaimana diatur lebih lanjut dalam Pesan Brosur Bank Indonesia.

2. Peran Pemerintah dalam Mengatasi Rendahnya Literasi Digital di Masyarakat dalam Mendukung Pengembangan E-Commerce di Indonesia

Untuk membantu pertumbuhan e-commerce di Indonesia, peningkatan literasi digital masyarakat sangatlah penting. Transaksi daring difasilitasi oleh individu dengan keterampilan digital yang memadai, yang memiliki akses, pemahaman, dan kemampuan lebih mudah dalam menggunakan teknologi digital. Aspek integral dari ekonomi digital Indonesia, e-commerce,

niscaya akan sangat diuntungkan dari hal ini. Oleh karena itu, pemerintah harus turun tangan secara kuat untuk memperbaiki rendahnya literasi digital masyarakat. Untuk mendorong pertumbuhan e-commerce di Indonesia, pemerintah dapat mengambil langkah-langkah berikut untuk meningkatkan tingkat literasi digital secara umum:

a. Kampanye dan Konseling Pendidikan Digital Nasional

Satu hal yang dapat dilakukan oleh pemerintah adalah memulai kampanye kesadaran publik tentang betapa pentingnya menggunakan teknologi dengan benar. Televisi, radio, dan media sosial hanyalah beberapa platform media yang dapat digunakan kampanye ini untuk menjangkau orang-orang di semua tingkat sosial ekonomi.¹⁸ Mereka yang memiliki tingkat pengetahuan yang berbeda-beda harus dapat memahami makna pesan tersebut. Yang termasuk dalam kampanye ini mungkin adalah subjek-subjek seperti:

- 1) Penggunaan internet untuk tujuan produktif.
- 2) Pentingnya transaksi elektronik yang aman.
- 3) Cara berbelanja online dengan bijak.
- 4) Menggunakan media sosial untuk bisnis.

Tujuan kampanye ini adalah untuk mengedukasi masyarakat tentang manfaat e-commerce dan cara berbisnis daring yang aman dan terjamin.

b. Pelatihan dan Sertifikasi Literasi Digital

Pemerintah dapat menyelenggarakan pelatihan digital di banyak lokasi, termasuk di daerah perkotaan dan pedesaan, untuk membantu individu meningkatkan kemampuan digital mereka.¹⁹ Sektor komersial, masyarakat lokal, dan lembaga pendidikan dapat bekerja sama untuk menyelenggarakan program ini. Instruksi ini dapat mencakup berbagai macam subjek, seperti:

- 1) Pemanfaatan gadget elektronik (handphone, laptop).
- 2) Cara membuat dan mengelola akun e-dagang.
- 3) Metode pembayaran digital (termasuk dompet elektronik dan transfer bank) sedang diperkenalkan dan digunakan.
- 4) Keamanan digital dan perlindungan data pribadi.

¹⁸ Agung Siswanto and Zainul Ahwan, "Politik Hiburan Dalam Pemilu: Perolehan Suara Komeng Pada Pemilu 2024," *Al-Tsiqoh: Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam* 9, no. 1 (2024): 48–78, <https://doi.org/10.31538/altsiq.v9i1.5434>.

¹⁹ Azri Azri and Qaulan Raniyah, "Peran Teknologi Dan Pelatihan Guru Dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan," *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora* 3, no. 4 (2024): 4859–84, <https://publisherqu.com/index.php/pediaqu/article/view/1397>.

Program sertifikasi literasi digital yang memberikan pengakuan kepada mereka yang telah menyelesaikan kursus dapat menjadi komponen tambahan dalam pelatihan ini. Masyarakat akan lebih yakin dalam melakukan transaksi digital setelah menerima sertifikasi ini, yang berfungsi sebagai bukti kompetensi.

c. Penyediaan Infrastruktur Digital yang Adil

Langkah awal untuk meningkatkan literasi digital masyarakat adalah dengan menyediakan akses infrastruktur digital yang memadai. Pemerintah Indonesia harus memprioritaskan pembangunan dan peningkatan infrastruktur internet di negara ini, terutama di daerah-daerah terpencil yang saat ini belum terjangkau.²⁰ Salah satu solusinya adalah dengan memperluas jaringan fiber optik dan memasang titik akses internet gratis di tempat-tempat umum seperti sekolah, kantor desa, dan pusat-pusat keramaian lainnya. Lebih jauh, organisasi publik dan swasta dapat bekerja sama untuk menurunkan biaya peralatan digital (termasuk ponsel dan laptop) bagi masyarakat umum. Masyarakat kurang mampu mungkin masih memiliki akses ke internet dan belanja daring jika langkah ini diambil.

d. Integrasi Literasi Digital dalam Kurikulum Pendidikan

Dari taman kanak-kanak hingga universitas, pendidikan digital perlu menjadi komponen standar dalam mata kuliah. Hal ini penting agar generasi berikutnya dapat mempelajari seluk-beluk internet dan teknologi terkait di usia muda. Beberapa sumber daya yang dapat digunakan dalam rencana pelajaran adalah:

- 1) Penggunaan internet yang aman.
- 2) Belanja daring dan transaksi elektronik: dasar-dasarnya.
- 3) Etika dan privasi di internet.
- 4) Perlindungan data di era digital dan dunia maya.

Indonesia dapat memastikan bahwa generasi penerusnya siap menghadapi masalah ekonomi digital dengan menjadikan literasi digital sebagai komponen inti sistem pendidikannya.

f. Regulasi yang Mendukung Keamanan Digital

Keamanan digital sangat penting dalam belanja daring. Pemerintah harus menetapkan aturan yang transparan untuk keamanan informasi pribadi dan transaksi daring sehingga masyarakat dapat berbisnis daring dengan percaya diri. Pemerintah harus berbuat lebih banyak untuk mengedukasi masyarakat tentang hak-hak mereka terkait data pribadi,

²⁰ Benediktus Rolando, "Pengaruh Fintech Terhadap Inklusi Keuangan: Tinjauan Sistematis," *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis* 4, no. 2 (2024): 50–63, <https://doi.org/10.51903/jjab.v4i2.808>.

meskipun Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi yang baru saja disahkan merupakan sebuah perbaikan. Pengawasan pemerintah terhadap sistem pembayaran daring yang aman juga diperlukan, seperti halnya promosi langkah-langkah keamanan yang ketat untuk pembelian daring.

g. Kemitraan dengan Sektor Swasta dan Lembaga Internasional

Masyarakat dapat dididik dan dilatih tentang e-commerce dan literasi digital melalui kemitraan publik-swasta antara pemerintah dan organisasi komersial, khususnya perusahaan IT besar. Warga negara Indonesia memiliki akses ke sejumlah besar program pelatihan yang ditawarkan oleh raksasa teknologi seperti Google, Facebook, dan Microsoft. Bekerja sama dengan organisasi global seperti UNESCO dan UNDP juga dapat membantu memajukan literasi digital di Indonesia.

h. Meningkatkan Penggunaan Platform E-Commerce Lokal

Sistem e-dagang lokal yang mudah diakses dan digunakan dapat didorong dan didukung oleh pemerintah. Sebagai bagian dari upaya ini, kami akan memberi insentif kepada bisnis lokal untuk membangun platform yang disesuaikan dengan kebutuhan khusus pasar Indonesia. Lebih jauh, pemerintah dapat mendorong penggabungan jaringan pembayaran dan logistik yang sudah ada dengan platform e-dagang regional.

3. Faktor-faktor yang menjadi tantangan hukum dalam perkembangan E-Commerce di Indonesia

Sederhananya, bisnis digital (atau "e-commerce") adalah segala jenis perdagangan yang dilakukan menggunakan sistem yang terhubung secara elektronik ke internet. Dengan menggunakan teknologi ini, berbagai transaksi dapat dilakukan secara daring, sehingga penjual dan pembeli tidak perlu bertemu secara fisik. Sejumlah proses terlibat dalam fungsi e-commerce, termasuk:

- a. Menggunakan sistem bank atau aplikasi pembayaran untuk memindahkan dana secara elektronik dari satu akun ke akun lainnya dikenal sebagai transfer dana elektronik.
- b. Bisnis dapat lebih mudah mentransfer data termasuk faktur, daftar produk, dan informasi transaksi menggunakan Pertukaran Data Elektronik (EDI), yang melibatkan pertukaran informasi bisnis secara otomatis dalam format digital standar.
- c. Dengan menggunakan sistem administrasi inventaris terkomputerisasi, pemilik bisnis dapat mengawasi ketersediaan produk, menjadwalkan pengiriman, dan menghindari

kehabisan stok berkat administrasi inventaris waktu nyata yang didukung oleh teknologi digital.

- d. Pemrosesan Data Sistem Otomatis: Sistem ini memungkinkan organisasi untuk membuat pilihan berdasarkan data dengan mengumpulkan dan menganalisis data transaksi, perilaku pelanggan, dan tren pasar melalui penggunaan teknologi otomatisasi.

Salah satu definisi alternatif dari "e-commerce" adalah segala jenis transaksi bisnis yang utamanya melibatkan pertukaran produk dan layanan melalui media elektronik. Ada sejumlah model interaksi yang termasuk dalam transaksi ini, seperti:

- a. "Business to Client" mengacu pada interaksi antara perusahaan dan orang-orang yang pada akhirnya membeli produk atau layanan mereka. Membeli barang melalui platform daring merupakan salah satu contoh platform e-commerce.
- b. Istilah "bisnis ke bisnis" (B2B) merujuk pada transaksi antara perusahaan yang membeli barang dan jasa satu sama lain dalam jumlah besar.

Lebih jauh lagi, e-commerce memfasilitasi perdagangan melalui pertukaran data terstruktur secara elektronik, yang mempercepat proses transaksi, meningkatkan transparansi, dan mempermudah efisiensi. Dengan menggunakan berbagai metode ini, e-commerce memudahkan para pelaku bisnis dan konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka secara daring.

Desruelle dan Burgelman (2001) menyatakan bahwa elemen-elemen berikut mempengaruhi proses penerapan e-commerce:²¹

- a. Globalisasi dan liberalisasi perdagangan;
- b. Persaingan yang semakin ketat;
- c. Perkembangan teknologi;
- d. Pengurangan tujuan secara fisik; dan
- e. Publisitas

Sistem e-commerce memiliki banyak kelebihan, tetapi juga memiliki beberapa kelemahan dan potensi bahaya. Banyaknya potensi kejadian yang dapat membahayakan harta benda penting dikenal sebagai ancaman. Dunia maya dan aktivitas daring tidak dapat diatasi hanya melalui metode hukum tradisional karena banyaknya tantangan yang mungkin

²¹ Sendi Muhammad Dikri, "Pengaruh Fitur Online Shop Terhadap Niat Beli Produk Fashion Industri Roughneck 1991 Di Shopee Dengan Kredibilitas Sebagai Variabel Intervening" (Universitas Islam Indonesia, 2023).

timbul.²² Dunia maya mengacu pada tindakan daring yang memiliki konsekuensi nyata, meskipun dokumen pendukungnya adalah digital atau softcopy. Dengan demikian, untuk mencapai kepastian hukum dan mewujudkan kesejahteraan, menjadi tanggung jawab negara, yaitu pemerintah, untuk melindungi penduduknya melalui penegakan hukum proteksionis yang berkaitan dengan perdagangan daring.

Secara hukum, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yakni Buku III tentang Kontrak, mengatur perjanjian jual beli sebagai salah satu bentuk perdagangan. Namun, perdagangan elektronik (e-commerce) belum diatur dalam KUHP, hanya mengatur jual beli secara konvensional.²³ Pemerintah telah mengubah UU Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang diundangkan pada tahun 2008 dengan UU Nomor 11 Tahun 2008. Secara umum, UU ITE mengatur tentang pemanfaatan berbagai bentuk komunikasi elektronik oleh masyarakat.²⁴ UU ini memperluas makna dari ketentuan perdagangan elektronik dengan tetap mengacu pada ketentuan hukum perdata konvensional KUHP. Potensi sektor perdagangan elektronik (e-commerce) di Indonesia sebenarnya telah merambah ke berbagai lini, termasuk UKM, menurut data statistik yang dirilis oleh Social Research & Monitoring (soclab.co). Siapa pun tergiur untuk mencoba peruntungan dengan angka transaksi spektakuler perusahaan jaringan internet ini. Namun, dalam dunia perdagangan elektronik saat ini, kecerobohan sudah tidak dapat ditoleransi lagi, bahkan sudah menjadi rahasia umum. seseorang harus memahami hukum agar tidak terjebak dalam perangkap UU.

Pemerintah kini tengah menangani organisasi dan regulasi industri ritel daring dengan sangat serius. Demi kepentingan semua orang, upaya kami adalah membangun ekologi yang lebih terorganisasi dan terlindungi. Tidak diragukan lagi akan ada banyak persyaratan legislatif yang lebih eksplisit dan ketat yang diberlakukan pada pengecer daring di tahun-tahun mendatang. Bisnis yang beroperasi di bidang ini akan menghadapi kendala baru sebagai akibat dari aturan ini.

²² Yoga Subekti Nugroho, "Tantangan Dan Prospek Pengembangan Arbitrase Online Sebagai Alternatif Penyelesaian Sengketa Dalam Era Digital," *IJESPG (International Journal of Engineering, Economic, Social Politic and Government)* 2, no. 1 (2024): 58–69, <https://doi.org/10.26638/ijespg.88>.

²³ I Putu Merta Suadi, Ni Putu Rai Yuliantini, and Si Ngurah Ardhya, "Tinjauan Yuridis Subyek Hukum Dalam Transaksi Jual Beli Online/e-Commerce Ditinjau Dari Kitab Undang-Undang Hukum Perdata," *Jurnal Komunitas Yustisia* 4, no. 2 (2021): 668–81, <https://doi.org/10.23887/jatayu.v4i2.38164>.

²⁴ Nur Hadiyati and Hayllen Stathany, "Analisis Undang-Undang ITE Berdasarkan Asas Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan Di Indonesia," *Mizan: Jurnal Ilmu Hukum* 10, no. 2 (2021): 146–56, <https://doi.org/10.32503/mizan.v10i2.1657>.

Menurut Leo Faraytody, Direktur Pengembangan dan perusahaan di Easybiz, ada banyak masalah yang mungkin timbul bagi pemilik perusahaan ketika mereka tidak mengetahui dan mematuhi Undang-Undang yang berkaitan dengan perdagangan daring. Oleh karena itu, pengusaha harus menyadari potensi hambatan hukum yang mungkin mereka hadapi dalam industri e-commerce dan mengambil langkah-langkah untuk mengatasinya. Beberapa pertimbangan hukum yang penting adalah sebagai berikut:

a. Badan Hukum E-Commerce di Indonesia

Pemilihan firma hukum yang tepat merupakan langkah penting bagi setiap pengecer daring. Untuk memperoleh kesimpulan ini, kita harus mempertimbangkan sejumlah elemen, termasuk:

- 1) Skala bisnis
- 2) Modal yang dimiliki
- 3) Target pasar
- 4) Strategi bisnis yang diterapkan

Pembentukan badan hukum memberikan identitas yang berbeda bagi pengecer daring di mata hukum. Hal ini sangat penting agar operasi berjalan lancar dan terhindar dari komplikasi hukum di masa mendatang. Pembentukan badan hukum merupakan pertimbangan strategis yang penting bagi semua perusahaan, sekecil apa pun. Perusahaan memiliki banyak keleluasaan dalam memutuskan jenis organisasi hukum yang paling sesuai dengan operasi mereka, termasuk:

- 1) *Commanditaire Vennootschap (CV)*: Sangat cocok untuk usaha kecil dan menengah yang sedang berkembang.
- 2) *Perseroan terbatas (PT)* menawarkan perlindungan yang lebih baik dari tindakan hukum karena merupakan struktur bisnis yang lebih kuat dan dapat diandalkan.

Meskipun *PT* merupakan salah satu badan hukum yang digunakan oleh banyak pengecer daring, namun hal tersebut tidak diwajibkan. Jenis badan hukum dapat disesuaikan untuk memenuhi persyaratan bisnis tertentu, sebagaimana dinyatakan dalam Peraturan Resmi 82 pemerintah Prancis tertanggal 2012, yang berkaitan dengan pembentukan sistem dan transaksi elektronik, Pasal 1, nomor 4. Untuk menangani masalah hukum secara efektif, perusahaan e-commerce harus berfungsi secara profesional dan mematuhi aturan relevan dengan membentuk organisasi hukum yang sesuai.

f. Tantangan Perizinan

Pelaku usaha kerap kali mengalami kendala dalam prosedur perizinan karena dianggap rumit dan menyita waktu. Akibat rumitnya birokrasi saat ini, pelaku usaha kerap kali ragu atau lamban dalam mengurus dokumen yang dibutuhkan. Salah satu kendala utama dalam kelancaran prosedur ini adalah sistem pelayanan perizinan yang belum optimal.

Berbagai dokumen hukum diperlukan untuk meluncurkan perusahaan di Indonesia, termasuk toko online:

- 1) Sertifikat yang menerangkan tempat tinggal resmi suatu perusahaan dikenal sebagai Surat Keterangan Domisili Perusahaan (SKDP).
- 2) Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) adalah nomor pokok wajib pajak yang dikaitkan dengan dunia usaha.
- 3) Izin untuk melakukan kegiatan perdagangan: Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP).
- 4) Dokumentasi resmi pendaftaran perusahaan pada otoritas terkait dalam bentuk sertifikat (TDP).

SIUP merupakan hal yang wajib dimiliki ketika memulai usaha daring. Perusahaan dan badan usaha lainnya tidak dapat melakukan kegiatan perdagangan di Indonesia secara sah jika tidak memiliki SIUP. Pasal 24 ayat 1 UU Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan menegaskan:

“Setiap perusahaan atau perseorangan yang melakukan kegiatan perdagangan wajib memiliki izin usaha perdagangan yang ditetapkan oleh Menteri.”

Perlunya penerbitan SIUP didasarkan pada dasar hukum pasal tersebut. Perusahaan dan perorangan yang menjalankan kegiatan usaha tanpa SIUP dapat menghadapi konsekuensi serius, antara lain:

- 1) Hukuman penjara: Maksimum 4 tahun.
- 2) Denda pidana: Maksimum Rp10 miliar.

Kepatuhan terhadap peraturan ini sangat penting untuk menjaga kelangsungan perusahaan dan mencegah masalah hukum di masa mendatang, meskipun prosedur perizinan terkadang dianggap rumit.

g. Aspek Legalitas

Semua hal yang mendukung legalitas dalam menjalankan bisnis termasuk dalam aspek ini, bukan hanya pendirian perusahaan dan pengurusan izin usaha. Dalam membangun fondasi yang kokoh, menjaga keberlangsungan operasional, dan bersaing secara sehat, legalitas adalah rajanya. Komponen hukum sangat penting dalam setiap operasi ekonomi,

tidak peduli seberapa mendasar atau canggihnya. Peraturan atau kaidah yang menjamin berjalannya usaha elektronik sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di suatu negara, itulah yang dimaksud dengan unsur legalitas e-commerce. Langkah awal yang penting bagi pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya secara profesional dan menaati peraturan perundang-undangan adalah prosedur legalitas.

Banyak komponen yang menyusun permasalahan hukum bisnis online, seperti:

- 1) Peraturan yang mengendalikan penggunaan interaksi dan teknologi untuk memenuhi persyaratan hukum merupakan bagian dari aset interaksi dan kerangka kerja teknologi informasi.
- 2) Peraturan yang berkaitan dengan perdagangan elektronik: Pedoman untuk sistem pembayaran daring, proses perdagangan, dan administrasi transaksi.

Lebih jauh lagi, untuk menghindari masalah regulasi yang mungkin menghambat operasi perusahaan, perlu adanya penyelarasan hukum di berbagai departemen atau otoritas terkait. Selain itu, Undang-Undang yang mengatur transaksi daring harus konsisten dengan Undang-Undang yang mengatur hak kekayaan intelektual, yang meliputi:

- 1) Sistem hak cipta melindungi karya kreatif, termasuk materi digital, desain, dan barang.
- 2) Merek dagang adalah simbol yang mewakili nama perusahaan dan produk.
- 3) Paten: Melindungi kemajuan teknis atau prosedur yang digunakan dalam perdagangan daring.

Karena siapa pun yang memiliki koneksi internet dapat menyalin, mendistribusikan, atau menggunakan karya orang lain tanpa izin mereka, pelanggaran hak kekayaan intelektual merupakan kemungkinan nyata dalam bisnis daring. Untuk menjaga aset intelektual mereka dan mencegah kerugian bagi orang lain akibat pelanggaran UU, pelaku bisnis harus memahami peraturan yang berkaitan dengan HAKI. Agar dapat menjalankan perusahaannya dengan cara yang lebih aman, transparan, dan kompetitif, pelaku e-commerce akan mendapat manfaat dari pemahaman menyeluruh tentang unsur-unsur hukum.

h. Bentuk Perlindungan Hukum

Memastikan Anda memiliki perlindungan hukum yang memadai merupakan hal penting bagi bisnis daring. Aset, reputasi, dan kesuksesan masa depan pelaku bisnis dipertaruhkan, oleh karena itu sangat penting bagi mereka untuk memiliki perlindungan hukum ini. Pelaku bisnis dapat membatasi kemungkinan hasil hukum yang negatif dan menghemat uang yang mungkin dihabiskan untuk sengketa dengan mengambil tindakan

proaktif sebelumnya. Untuk menghentikan pasar daring menjual informasi pribadi pelanggan kepada individu yang tidak berafiliasi tanpa persetujuan mereka, Kebijakan Safe Harbor pertama kali diterapkan di AS pada tahun 1998. Kebijakan ini diberlakukan untuk memberikan keamanan hukum di Indonesia dengan membatasi tanggung jawab platform atas kesalahan atau pelanggaran yang dilakukan oleh pedagang atau pengguna. Sebagai akibat dari kebijakan ini, platform tidak bertanggung jawab jika terjadi kesalahan pemilik produk.

Kebijakan pemerintah Indonesia tentang pengurangan tanggung jawab bagi administrator platform dan pedagang dalam perdagangan elektronik dituangkan dalam Surat Edaran Nomor 5 dari Departemen Interaksi dan Teknologi Informasi, tertanggal 2016 ("Kebijakan Safe Harbor"). Ada beberapa persamaan antara peraturan ini dengan Digital Millennium Copyright Act (DMCA), undang-undang AS yang telah melindungi platform e-commerce dari tuntutan hukum yang melibatkan materi atau barang yang diunggah pengguna sejak tahun 1996.

Surat edaran ini bertujuan untuk:

- 1) Keamanan Jaringan untuk Platform: Sebuah janji bahwa, setelah platform memenuhi tanggung jawabnya, ia tidak akan bertanggung jawab atas pelanggaran hukum yang dilakukan pengguna.
- 2) Menetapkan Tanggung Jawab Pengguna dan Pedagang:
 - a) Pengguna harus jujur dan komprehensif saat mencantumkan hal-hal yang mereka tawarkan.
 - b) Pedagang bertanggung jawab atas kualitas dan keamanan barang.
- 3) Operator platform harus memastikan bahwa materi terlarang dihapus atau diblokir dalam jangka waktu tertentu dan harus menawarkan opsi pelaporan bagi pengguna untuk melaporkan konten yang tidak pantas.

Penyedia platform perdagangan daring Indonesia terlindungi dari tindakan hukum jika pelanggan mereka melanggar kebijakan, selama operator platform itu sendiri mematuhi peraturan. Barang dan jasa yang ditawarkan oleh vendor merupakan tanggung jawab eksklusif dari bisnis tersebut, dan mereka harus mematuhi semua hukum, peraturan, dan kewajiban kontraktual yang relevan. Dengan adanya langkah-langkah ini, perlindungan hukum terhadap ekosistem e-commerce Indonesia menjadi lebih transparan dan kuat, yang menguntungkan semua orang.

Kesimpulan

Perkembangan e-commerce di Indonesia telah menunjukkan tren pertumbuhan yang signifikan, terutama dengan meluasnya penggunaan platform digital oleh pelaku usaha kecil dan menengah. Transformasi digital ini memungkinkan terjadinya transaksi tanpa pertemuan fisik antara penjual dan pembeli, menjadikan pasar daring sebagai komponen strategis dalam perekonomian Nasional. Namun, untuk mengoptimalkan potensi ini, perlu ada pembaruan kebijakan dan kerangka hukum nasional yang responsif terhadap dinamika teknologi informasi dan komunikasi. Integrasi antara peraturan perdagangan elektronik dengan hukum hak kekayaan intelektual (HKI) seperti hak cipta, paten, dan merek dagang menjadi krusial, mengingat keterkaitan erat antara aset digital dan perlindungan hukum dalam konteks perdagangan daring. Pemerintah juga memiliki peran sentral dalam mendukung ekosistem e-commerce melalui kebijakan fiskal, pembiayaan, perlindungan konsumen, logistik, keamanan siber, serta penguatan sumber daya manusia digital. Inisiatif seperti Peta Jalan Sistem Perdagangan Berbasis Elektronik Nasional menjadi langkah strategis untuk membangun ekosistem digital yang inklusif dan berkelanjutan.

Meskipun demikian, tantangan besar yang masih menghambat percepatan e-commerce di Indonesia adalah rendahnya literasi digital. Minimnya pemahaman masyarakat terhadap teknologi informasi berdampak langsung pada kemampuan mereka dalam mengakses, memahami, dan berpartisipasi secara aktif dalam ekonomi digital. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital melalui pelatihan, edukasi publik, dan pembangunan infrastruktur teknologi menjadi intervensi yang sangat mendesak.

Di samping itu, penguatan regulasi terkait perlindungan data pribadi dan keamanan siber menjadi elemen kunci dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap transaksi daring. Kolaborasi antara sektor pemerintah, swasta, dan masyarakat sipil sangat diperlukan untuk menciptakan lingkungan digital yang aman, adil, dan produktif. Dengan pendekatan yang holistik dan kolaboratif, e-commerce berpotensi menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi digital Indonesia di masa depan.

Daftar Pustaka

- Alam, Syamsu, Widya Putri Ramadhani, and Patmaniar Patmaniar. "Transformasi Digital UMKM Di Indonesia Selama Pandemi." *Journal Social Society* 3, no. 2 (2023): 140–56. <https://doi.org/10.54065/jss.3.2.2023.344>.
- Arianto, Bambang. "Pengembangan UMKM Digital Di Masa Pandemi Covid-19." *ATRABIS Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)* 6, no. 2 (2020): 233–47.

<https://doi.org/10.38204/atrabis.v6i2.512>.

- Azri, Azri, and Qaulan Raniyah. "Peran Teknologi Dan Pelatihan Guru Dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan." *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora* 3, no. 4 (2024): 4859–84. <https://publisherqu.com/index.php/pediaqu/article/view/1397>.
- Cholik, Cecep Abdul. "Perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi/ICT Dalam Berbagai Bidang." *Jurnal Fakultas Teknik UNISA Kuningan* 2, no. 2 (2021): 39–46.
- Dennis, and M. Rachman. "Manfaat Pemasaran Media Sosial Instagram Pada Pembentukan Brand Awareness Toko Online." *Jurnal Indonesia Sosial Sains* 2, no. 02 (February 21, 2020): 215–22. <https://doi.org/10.59141/jiss.v2i02.195>.
- Dikri, Sendi Muhammad. "Pengaruh Fitur Online Shop Terhadap Niat Beli Produk Fashion Industri Roughneck 1991 Di Shopee Dengan Kredibilitas Sebagai Variabel Intervening." Universitas Islam Indonesia, 2023.
- Hadiyati, Nur, and Hayllen Stathany. "Analisis Undang-Undang ITE Berdasarkan Asas Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan Di Indonesia." *Mizan: Jurnal Ilmu Hukum* 10, no. 2 (2021): 146–56. <https://doi.org/10.32503/mizan.v10i2.1657>.
- Muttaqin, Arif Rahman, Aji Wibawa, and Khurin Nabila. "Inovasi Digital Untuk Masyarakat Yang Lebih Cerdas 5.0: Analisis Tren Teknologi Informasi Dan Prospek Masa Depan." *Jurnal Inovasi Teknologi Dan Edukasi Teknik* 1, no. 12 (2021): 880–86. <https://doi.org/10.17977/um068v1i122021p880-886>.
- Nugroho, Yoga Subekti. "Tantangan Dan Prospek Pengembangan Arbitrase Online Sebagai Alternatif Penyelesaian Sengketa Dalam Era Digital." *IJESPG (International Journal of Engineering, Economic, Social Politic and Government)* 2, no. 1 (2024): 58–69. <https://doi.org/10.26638/ijespg.88>.
- Pardede, Marulak. "Aspek Hukum Kekarantina Kesehatan Dan Perlindungan Konsumen Dalam Penanggulangan Pandemi Covid-19." *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* 21, no. 1 (2021): 23–44. <https://doi.org/10.30641/dejure.2021.V21.023-044>.
- Poerwanto, Poerwanto, and Yoedo Shambodo. "Revolusi Industri 4.0: Googelisasi Industri Pariwisata Dan Industri Kreatif." *Journal of Tourism and Creativity* 4, no. 1 (2020): 59–72.
- Purba, Bonaraja, N Hasyim, Hosiana Febby Yolanda Putri Hutasoit, Hana Ema Nuela Sinaga, Teguh Adriansyah, and Yuni Sari Simangunsong. "Transformasi Hukum E-Commerce Di Indonesia: Analisis Dan Solusi Permasalahan." *Jurnal Sosial Humaniora Sigli* 6, no. 2 (2023): 373–83. <https://doi.org/10.47647/jsh.v6i2.1570>.
- Putra, Riandi Dwi. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Akun Game Online Mobile Legends: Bang Bang Melalui E-Commerce Berdasarkan Undang-Undang No 8 Tahun 1999." Universitas Islam Riau, 2022.
- Rahmawati, Zahra. "Tanggung Jawab Hukum Tokopedia Terhadap Konsumen Atas Ketidaksesuaian Barang Dalam Jual Beli Online." Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021.
- Riyanti, Anung, Nelin Dias Pratiwi, Nadya Yolanda Nainggolan, Nabilla Rachma Sardi, and Alexander Bayu Satrya. "Globalisasi Dan Transfer Teknologi: Penopang Industri Manufaktur Pada Perkembangan Marketplace Di Regional Asean." *Review of*

- International Relations* 3, no. 1 (2021): 65–78.
<https://doi.org/10.24252/rir.v3i1.20562>.
- Rolando, Benediktus. “Pengaruh Fintech Terhadap Inklusi Keuangan: Tinjauan Sistematis.” *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis* 4, no. 2 (2024): 50–63.
<https://doi.org/10.51903/jiab.v4i2.808>.
- Rukmantika, Dendi. “Problematika Pemotongan Gaji Karyawan Untuk Pihak Ke III, Antara Tanggungjawab Pidana Korporasi Dan Individu Pejabat Perusahaan Daerah Terkait Dengan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan.” *JURNAL HUKUM MEDIA JUSTITIA NUSANTARA* 9, no. 2 (2019): 1–24.
<https://ojs.uninus.ac.id/index.php/MJN/article/view/1882>.
- Salamiah, Salamiah, and Ningrum Ambarsari. “Urgensi Kontrak Perdagangan E-Commerce Dalam Hukum Perjanjian.” *Al-Adl: Jurnal Hukum* 15, no. 2 (2023): 362–79.
<https://doi.org/10.31602/al-adl.v15i2.8021>.
- Silviasari, Silviasari. “Penyelesaian Sengketa Konsumen Dan Pelaku Usaha Dalam Transaksi E-Commerce Melalui Sistem Cash On Delivery.” *Media of Law and Sharia* 1, no. 3 (2020): 151–61. <https://doi.org/10.18196/mls.v1i3.9192>.
- Siswanto, Agung, and Zainul Ahwan. “Politik Hiburan Dalam Pemilu: Perolehan Suara Komeng Pada Pemilu 2024.” *Al-Tsiqoh : Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam* 9, no. 1 (2024): 48–78. <https://doi.org/10.31538/altsiq.v9i1.5434>.
- Suadi, I Putu Merta, Ni Putu Rai Yuliantini, and Si Ngurah Ardhya. “Tinjauan Yuridis Subyek Hukum Dalam Transaksi Jual Beli Online/e-Commerce Ditinjau Dari Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.” *Jurnal Komunitas Yustisia* 4, no. 2 (2021): 668–81.
<https://doi.org/10.23887/jatayu.v4i2.38164>.
- Sukanto, Didik. “Pembelajaran Jarak Jauh Dengan Media E-Learning Sebagai Solusi Pembelajaran Pada Masa Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid-19).” *Syntax* 2, no. 11 (2020): 835–50. <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v2i11.679>.
- Ulum, Misbahul. “Prinsip-Prinsip Jual Beli Online Dalam Islam Dan Penerapannya Pada E-Commerce Islam Di Indonesia.” *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis* 17, no. 1 (2020): 49–64. <https://doi.org/10.34001/jdeb.v17i1.1115>.
- Zakaria, Junaidin. “Peran E-Commerce Dalam Pembangunan Ekonomi Daerah Di Indonesia.” *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo* 10, no. 1 (2024): 142–58.
<https://doi.org/10.35906/jep.v10i1.1927>.