

## TRANSFORMASI HUKUM E-COMMERCE DI INDONESIA: ANALISIS DAN SOLUSI PERMASALAHAN

Bonaraja Purba<sup>1</sup>, Hasyim<sup>2</sup>, Hana Ema Nuela Sinaga<sup>3</sup>, Hosiana Febby Yolanda Putri Br  
Hutasoit<sup>4</sup>, Teguh Adriansyah<sup>5</sup>, Yuni Sari Simangunsong<sup>6</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi, Jurusan Ilmu ekonomi, Universitas Negeri Medan, Medan

e-mail: [simangunsongyunisari@gmail.com](mailto:simangunsongyunisari@gmail.com)

### ABSTRACT

*E-commerce has experienced significant growth in recent years and has become an important part of the Indonesian economy. However, with this growth came a number of legal issues that needed to be addressed. E-commerce has several legal issues that affect transaction legality, data authenticity, digital signatures, information security and privacy. This study aims to overcome e-commerce problems through a legal basis to guarantee benefits and legal certainty. This study uses a descriptive approach to analyze the legal situation of e-commerce in Indonesia. Data was collected using literature surveys, document analysis, and questionnaires if necessary. Descriptive analysis was carried out to identify legal problems that exist in e-commerce in Indonesia and the results are used as a basis for proposing solutions. Therefore, this research provides an in-depth understanding of the legal transformation of e-commerce in Indonesia and offers solutions to overcome existing problems. This study concludes that solving this problem requires creating a favorable legal basis, ensuring legal certainty, and developing a safe and efficient technical support program.*

**Keywords :** Business Regulations, E-Commerce Problems, Legal Solutions

### ABSTRAK

E-commerce mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir dan telah menjadi bagian penting dari perekonomian Indonesia. Namun, dengan pertumbuhan ini muncul sejumlah masalah hukum yang perlu ditangani. E-commerce memiliki beberapa permasalahan hukum yang mempengaruhi legalitas transaksi, keaslian data, tanda tangan digital, keamanan informasi dan privasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengatasi masalah e-commerce melalui landasan hukum untuk menjamin keuntungan dan kepastian hukum. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif untuk menganalisis situasi hukum e-commerce di Indonesia. Data dikumpulkan dengan menggunakan survei literatur, analisis dokumen, dan kuesioner jika diperlukan. Analisis deskriptif dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan hukum yang ada pada e-commerce di Indonesia dan hasilnya digunakan sebagai dasar usulan solusi. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan pemahaman mendalam tentang transformasi hukum e-commerce di Indonesia dan menawarkan solusi untuk mengatasi permasalahan yang ada. Penelitian ini menyimpulkan bahwa dalam memecahkan masalah ini memerlukan penciptaan dasar hukum yang menguntungkan, memastikan kepastian hukum, dan mengembangkan program dukungan teknis yang aman dan efisien.

**Kata kunci:** Regulasi Bisnis, Permasalahan E-Commerce, Solusi Hukum

## 1. Pendahuluan

Peningkatan pertumbuhan industri e-commerce dalam beberapa tahun terakhir. E-commerce telah menjadi bagian penting dari perekonomian Indonesia. E-commerce Indonesia saat ini sangat kuat. “Kementerian Komunikasi dan Informatika (kominfo) mengungkapkan bahwa ada beberapa masalah dengan e-commerce koneksi internet lambat, ancaman keamanan dunia maya, perlindungan Konsumen, logistik Indonesia yang mahal, kurangnya bakat digital dan Pajak untuk startup. Jika masalah ini dapat diselesaikan dengan baik Mudah-mudahan, Selain itu, mereka mengatakan perlu membentuk bersama Pelaku ekosistem dan pelaku ekonomi digital harus bekerja sama. Menurut hasil rapat Electronic Commerce Association Indonesia, ya Masalah yang harus diatasi dalam mengembangkan e-commerce local lanjutan, yaitu:

- 1) Mencari solusi atas tantangan infrastruktur internet transportasi dan proses yang tidak stabil dan tidak dapat diandalkan;
- 2) kepercayaan konsumen yang lemah dan keamanan transaksi online;
- 3) Dukungan legislatif negara untuk startup e-commerce, terutama usaha kecil dan menengah,
- 4) Implementasi Rencana Perlindungan Perdagangan Elektronik.

Dunia bisnis berkembang seiring dengan kebanyakan perkembangan-perkembangan peradaban manusia. Semakin baru itu menunjukkan model atau sistem peradaban modern transaksi yang semakin modern sangat inovatif dan kreatif juga merupakan bentuk dan model hubungan dagang yang mengikuti perkembangan teknologi tinggi (progress). Dari sana, dunia bisnis bersentuhan dengan teknologi tinggi di bidang komunikasi dan komunikasi dua model utama yaitu data bisnis standar. Kecanggihan teknologi modern saat ini

yang terkait dengan nilai dan aturan tersebut serta terbukanya jaringan informasi global bisnis tradisional yang umumnya dipadukan dengan bisnis yang serba transparan klasik atau tradisional.

Setiap model bisnis memiliki caranya sendiri dalam mengandalkan teknologi yang memungkinkan kesalahan, konsekuensi hukum dan solusi yang memerlukan konversi informasi yang cepat berbeda juga seluruh dunia melalui dunia maya. Kegiatan orang-orang dengan teknologi internet seperti itu (perilaku manusia), komunikasi interpersonal {interaksi antara orang-orang} dan hubungan telah mengalami perubahan besar penting Interaksi pada gilirannya berubah dan memasuki hubungan interpersonal yang disebutkan di atas dalam bidang perdagangan atau hubungan bisnis. Transaksi {bisnis}, yang keberadaannya baik lokal maupun internasional, dari Meluasnya penggunaan Internet di Dunia kehidupan manusia. Dalam e-commerce, ada penjual untuk itu {ada} tidak perlu bertemu langsung (tatap muka muka) dengan pembeli {pembeli, konsumen} di acara bisnis. Transaksi tersedia dilakukan melalui korespondensi saja dan lainnya. pembayaran {pembayaran} juga dapat dilakukan secara online. Pesan data (data message) berisi penerimaan (perjanjian dan kontrak). Terlepas dari keuntungan yang ditawarkan sebenarnya melalui e-commerce tersebut dalam transaksi e-commerce yang ada masalah hukum sangat menentukan. Beberapa contoh objeknya Pertanyaan hukum menyangkut legalitas transaksi melalui layanan online atau elektronik dari perspektif hukum hukum perdata sebagai pedagang di e-commerce. Masalah hukum yang lain misalnya jaminan keaslian, kerahasiaan informasi dan dokumen, tanggung jawab dan masalah manajemen pajak, perlindungan konsumen

konsumen), referensi hukum ketika adalah pelanggaran kontrak ilegal), yurisdiksi, penegakan hukum hukum dan sebagainya.

## 2. Metode

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode deskriptif adalah teknik statistik untuk menganalisis data dengan menggambarkan atau menjelaskan informasi yang dikumpulkan. Metode ini tidak dimaksudkan untuk menarik kesimpulan umum atau generalisasi.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif untuk menganalisis situasi hukum perdagangan elektronik di Indonesia. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk menyajikan dan menghadirkan situasi hukum perdagangan elektronik tanpa

generalisasi. Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini mengumpulkan informasi dari berbagai sumber seperti literatur hukum, peraturan perundang-undangan, studi kasus dan sumber informasi lain yang relevan.

Analisis ini berfungsi sebagai dasar untuk proposal solusi yang tepat untuk memecahkan masalah ini. Metode penelitian deskriptif memungkinkan pemahaman yang mendalam tentang perubahan hukum dalam e-commerce di Indonesia dan juga membantu menjawab tantangan yang ada.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### Gambaran Umum E-commerce

Perubahan teknologi informasi dan komunikasi dengan munculnya e-commerce telah menyebabkan perubahan lingkungan bisnis global, termasuk di Indonesia. Tujuan utama platform belanja online adalah untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan menawarkan layanan yang lebih cepat, mudah, dan nyaman. Berkat koneksi internet, individu dan perusahaan memiliki peluang yang lebih baik untuk memilih produk dengan kualitas dan kuantitas yang berbeda sesuai dengan preferensi mereka. Melalui konsep e-commerce, kegiatan bisnis tradisional yang melibatkan pertemuan tatap muka antara penjual dan pembeli ditransformasikan menjadi bisnis jarak jauh melalui Internet, atau dikenal dengan

cross-marketing.phone. Selain itu, cara konsumen membeli produk berubah. Biasanya, formalitas dan prosedur yang terkait dengan transaksi tradisional direduksi menjadi transaksi elektronik yang dilakukan melalui e-commerce. Pada saat

yang sama, konsumen memiliki akses ke berbagai produk dan layanan yang mungkin tidak tersedia secara lokal. Mereka dapat membandingkan harga, kualitas, dan ulasan penjual yang berbeda sebelum membuat keputusan pembelian. Meskipun e-commerce menawarkan banyak keuntungan, ada juga tantangannya. Keamanan belanja online, perlindungan konsumen dan perlindungan data pribadi merupakan isu penting yang perlu mendapat perhatian khusus. Pemerintah Indonesia dan badan pengatur telah mengambil langkah-langkah untuk mengatur e-commerce dan memastikan pengoperasian e-commerce yang lancar dan aman.

Secara keseluruhan, e-commerce telah membawa perubahan yang signifikan bagi dunia bisnis di Indonesia dan di seluruh dunia. Pelaku usaha dan konsumen dapat menggunakan teknologi informasi dan komunikasi secara lebih efektif sehingga membawa manfaat yang sangat

besar bagi perekonomian dan masyarakat secara keseluruhan. E-commerce menawarkan berbagai peluang dalam pemasaran produk dari sudut pandang produsen. Dengan e-commerce, saluran distribusi dapat dipersingkat, menghasilkan penghematan waktu dan biaya yang signifikan. Selain itu, e-commerce memungkinkan produsen mengumpulkan data pelanggan secara elektronik untuk lebih memahami preferensi dan perilaku konsumen. Namun, e-commerce memiliki beberapa tantangan untuk diatasi. Salah satunya adalah kurangnya komunikasi langsung antara penjual dan pembeli, seperti dalam transaksi biasa. Ini meningkatkan risiko penipuan dan kesalahan. Karena tidak ada pertemuan tatap muka, pembeli harus mengandalkan informasi yang dikirimkan secara elektronik dan mempercayai penjual. Di sisi lain, produsen juga harus menjaga kepercayaan konsumen dengan memberikan informasi yang akurat dan jelas mengenai produk dan layanannya. Secara umum, e-commerce mengacu pada semua jenis aktivitas yang membeli, menjual, dan memasarkan produk, layanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik. Dalam e-commerce, transaksi dilakukan melalui platform online seperti website atau aplikasi yang memfasilitasi komunikasi antara penjual dan pembeli. Munculnya e-commerce telah mengubah operasi bisnis, membuka peluang baru dan memperluas jangkauan pasar bagi produsen dan penjual.

Faktor-faktor yang mendorong pesatnya perkembangan e-commerce di masyarakat, misal

1. Aksesibilitas e-commerce ke lebih banyak pelanggan menghemat waktu karena konsumen dapat menggunakannya terus menerus ;
2. Toko online mendorong penjual untuk kreatif dan berbagi informasi secara cepat dan akurat;

3. E-commerce dapat menghasilkan tingkat efisiensi yang tinggi dengan harga yang terjangkau dan informatif;

Beberapa keuntungan yang dapat Anda nikmati antara lain:

1. Pengurangan biaya komunikasi. Belanja online dapat mengurangi biaya komunikasi antara penjual dan pembeli.
2. Acara tidak dibatasi waktu dan tempat. E-commerce memungkinkan Anda bertransaksi kapan saja, di mana saja tanpa dibatasi oleh waktu atau letak geografis
3. Lebih banyak pilihan. Toko online menawarkan akses yang lebih luas ke berbagai produk dan layanan. Pengguna dapat memilih dari berbagai penjual dan merek, membandingkan harga, kualitas, dan ulasan sebelum membuat keputusan pembelian.

Selain kelebihan, e-commerce juga memiliki beberapa kekurangan yang dapat menimbulkan kerugian, antara lain:

1. Keamanan dan keandalan sistem. Secara teknis, keamanan dan keandalan sistem e-commerce menjadi perhatian. Risiko kebocoran data pribadi, serangan dunia maya, dan penipuan online dapat sangat membebani pengguna.
2. Kurangnya infrastruktur telekomunikasi. E-commerce membutuhkan infrastruktur komunikasi yang lengkap dan andal agar berfungsi dengan baik. Namun, ada daerah atau negara dengan keterbatasan infrastruktur yang dapat menghambat pertumbuhan e-commerce.
3. Peraturan perundang-undangan belum siap. Aturan regulasi E-commerce, seperti hubungan kontraktual, bukti elektronik, yurisdiksi, perlindungan data pribadi dan privasi, masih kurang di banyak negara.

## **Masalah Hukum E-commerce Hukum Kontrak**

Berdasarkan Pasal 130 KUHPerdara, Perjanjian jual beli berlaku apabila perjanjian tersebut sah menurut undang-undang. Perjanjian jual beli di e-commerce akan sah jika melewati regulasi syarat sah suatu kontrak elektronik.

Kewajiban kontrak e-commerce untuk memenuhi syarat sahnya kontrak menurut pasal 1320 KUHPerdara, ditegaskan kembali Pasal 47 ayat (2) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Maka dari itu kontrak e-commerce sudah mempunyai batasan regulasi yang diatur oleh peraturan perundang-undangan sehingga memberikan kekuatan yang mengikat dan konsekuensi hukum seperti kontrak tradisional. Menurut peraturan perundang-undangan, kontrak e-commerce harus memenuhi persyaratan validitas kontrak elektronik.

Terdapat syarat syahnya perjanjian (Pasal 1320 KUHPerdara), yaitu:

1. Persetujuan dari Pihak yang terlibat  
Terdapat kontrak antara para pihak dan harus ada kehendak yang mengikat.
2. Adanya Negosiasi  
Kewenangan untuk dapat melakukan tindakan hukum yang dilakukan oleh orang dewasa atau mereka yang berumur 21 tahun dan telah kawin
3. Adanya hal lain yang spesifik  
Hal khusus berarti bahwa yang diperjanjikan dalam akad haruslah suatu hal atau benda yang cukup jelas atau pasti, sehingga sekurang-kurangnya ditentukan jenisnya.

Dalam transaksi tersebut, kontrak elektronik memberikan dasar hukum yang mengikat bagi para pihak. Perjanjian ini diakui sebagai perjanjian yang sah dan mengikat berdasarkan ketentuan Pasal 1320 KUHPerdara. Namun, unsur kompetensi

menjadi masalah umum dalam e-commerce, dimana para pihak jarang bertemu secara langsung. Pemangku kepentingan seringkali kurang memiliki pengetahuan yang memadai tentang keterampilan dan kemampuan pengusaha yang terlibat, termasuk aspek seperti usia dan kematangan. Berikan perhatian khusus pada hal ini saat melakukan aktivitas e-commerce.

Kontrak elektronik dalam e-commerce memiliki karakteristik yang berbeda dengan kontrak tradisional. Kontrak elektronik ini dijalankan dengan menggunakan perangkat elektronik seperti telepon seluler, mesin faks, telepon, obrolan, Internet, dan situs web. Para pihak dapat mengadakan perjanjian dengan berbagai cara, termasuk melalui email, mengakses situs web, mengajukan penawaran melalui program komputer lelang online, menggunakan agen elektronik atau pertukaran data elektronik (EDI).

Sama seperti kontrak pada Lazimnya, dalam kontrak elektronik, para yang bersangkutan dalam kontrak terikat oleh asas hukum “pacta sunt servanda”. Dengan kata lain, perjanjian kontrak harus dihormati oleh semua pihak yang terlibat. Kontrak elektronik berperan penting dalam melindungi hak dan kewajiban para pihak e-commerce dan dapat memberikan kepastian hukum dalam lingkungan bisnis yang semakin terhubung secara elektronik.

## **Permasalahan Validitas**

Dalam konteks e-commerce, transaksi elektronik melibatkan penggunaan teknologi komputer dan infrastruktur jaringan komputer untuk melakukan aktivitas komersial. Ini mencakup berbagai bentuk transaksi, mulai dari jual beli produk secara online hingga pembayaran dan pengiriman melalui sarana elektronik. Melalui transaksi elektronik, pelaku usaha dapat memanfaatkan



kemajuan teknologi untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan memudahkan akses konsumen. .

Kontrak yang dihasilkan berkaitan erat dengan *data message* dan tanda tangan digital yang diterapkan pada transaksi e-commerce. Data message merupakan dasar utama dalam pembentukan suatu kontrak elektronik, baik kontrak maupun persyaratan kontrak. Oleh karena itu keaslian data message sangat vital dan penting dalam e-commerce.

Permasalahan terkait data message dalam konteks e-commerce sangat erat kaitannya dengan validitas kontrak, keamanan, dan kerahasiaan dokumen. Untuk mengatasi masalah tersebut, telah muncul beberapa solusi yang dirancang untuk memberikan otentikasi terhadap data message, di antaranya adalah kriptografi (cryptography) dan tanda tangan digital. Alat-alat ini diharapkan dapat memberikan keamanan dan validitas yang setara, bahkan lebih, dibandingkan dengan dokumen kertas dalam transaksi e-commerce..

Undang-Undang juga secara tegas mengakui bahwa tanda tangan elektronik, meskipun hanya berupa kode, namun memiliki posisi yang sama dengan tanda tangan manual pada umumnya dengan kekuatan hukum dan akibat hukum.

UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce, yang dikeluarkan oleh United Nations Commission on International Trade Law (UNCITRAL), adalah sebuah model hukum yang memberikan pedoman dan referensi untuk peraturan hukum yang mengatur e-commerce di seluruh dunia. Model Undang-undang ini dimaksudkan untuk memberikan kerangka kerja hukum yang seragam dan dapat diterapkan dalam perdagangan elektronik internasional.

Salah satu pasal penting dalam UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce adalah Artikel 5, yang mengatur

tentang kekuatan hukum informasi dalam bentuk data message. Pesan elektronik atau data message memiliki kekuatan hukum yang sama seperti dokumen tertulis. Namun, untuk menjamin keaslian data message, pasal tersebut juga menyatakan bahwa keaslian dapat dibuktikan dengan menggunakan teknik dan instrumen yang sesuai. UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce memberikan perlindungan hukum bagi transaksi e-commerce yang melibatkan pihak dari negara yang berbeda. Model undang-undang ini dimaksudkan untuk mengatasi berbagai perbedaan hukum nasional dalam hal perdagangan elektronik internasional

### Permasalahan Yurisdiksi

Yurisdiksi dalam konteks perdagangan elektronik atau e-commerce mengacu pada masalah hukum yang berkaitan dengan kekuasaan pengadilan untuk mengadili transaksi dan kegiatan yang terjadi di dalamnya. Masalah yurisdiksi dalam e-commerce seringkali kompleks karena melibatkan pihak-pihak dari berbagai negara dengan hukum yang berlaku berbeda.

Dalam konteks yurisdiksi e-commerce, sejumlah masalah sering muncul. Yang pertama adalah apakah pengadilan suatu negara memiliki yurisdiksi untuk mengadili perselisihan antara pihak yang terkait dengan e-commerce. Pertanyaan ini biasanya menyangkut adanya hubungan atau hubungan yang memadai antara para pihak dengan yurisdiksi pengadilan yang bersangkutan. Selain itu, pengadilan juga harus memiliki yurisdiksi untuk mengadili masalah hukum terkait e-commerce. Misalnya, apakah pengadilan memiliki yurisdiksi atas kekayaan intelektual, privasi, atau masalah perlindungan konsumen dalam konteks e-commerce? Namun, ketika transaksi e-commerce melibatkan pihak-pihak dari negara yang

berbeda, konflik muncul antara yurisdiksi pengadilan yang berbeda. Para pihak mungkin memiliki pandangan yang berbeda tentang hukum yang berlaku dan tempat yang disukai untuk penyelesaian sengketa.

Penegakan keputusan pengadilan di berbagai bidang e-commerce menjadi sulit. Jika pengadilan suatu negara mengadili sengketa e-niaga, masalah penegakan dapat muncul jika pihak yang kalah berada di luar yurisdiksi pengadilan yang bersangkutan.

Untuk menyelesaikan masalah yurisdiksi dalam e-commerce, para pihak dapat setuju untuk menggunakan arbitrase sebagai mekanisme penyelesaian sengketa dalam perjanjian mereka. Arbiter dapat menghindari pembatasan yurisdiksi lintas batas dengan berpartisipasi dalam lembaga arbitrase netral yang diatur dalam perjanjian. Selain itu, negara dapat bekerja sama dan menandatangani perjanjian bilateral atau multilateral untuk menyelesaikan masalah yurisdiksi dalam e-commerce. Upaya ini dapat mencakup harmonisasi undang-undang, mengakui keputusan pengadilan asing, atau bekerja sama dalam penegakan hukum.

### **Regulasi E Commerce di Indonesia**

Di Indonesia, e-commerce diatur oleh beberapa peraturan dan undang-undang. Salah satunya adalah Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Oleh karena itu, perwakilan penjualan yang menjual produk secara elektronik harus memberikan informasi yang akurat dan komprehensif tentang ketentuan kontrak, produsen, dan pemasok produk yang diproduksi dan didistribusikan. Pada tahun 2014, pemerintah juga mengeluarkan UU No. Juli 2014 tentang perdagangan, peraturan baru tentang e-commerce. Undang-undang ini mewajibkan pedagang yang melakukan pertukaran barang dan/atau jasa melalui sistem elektronik untuk memberikan data dan informasi yang

akurat dan lengkap. Selain undang-undang tersebut, ada Peraturan Pemerintah (PP) No 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PSTE) yang menerapkan UU ITE. PP PSTE mengatur bahwa sistem elektronik, transaksi elektronik, agen elektronik, operator sistem elektronik, pengawas dan regulator industri terkait, perangkat lunak, sertifikat memenuhi persyaratan sistem elektronik dan lembaga penegak hukum.

Ketentuan ini berlaku untuk transaksi yang dilakukan melalui platform e-commerce yang dirancang khusus untuk kegiatan komersial. Namun, jika blog digunakan sebagai media perdagangan dalam transaksi ritel online, peraturan e-commerce juga berlaku untuk memastikan pengelolaan bisnis yang baik dan perlindungan hukum. . Penting untuk mematuhi undang-undang dan peraturan ini untuk menjaga kepatuhan dalam mengoperasikan ruang e-commerce di Indonesia.

Regulasi e-commerce mengacu pada aturan dan kebijakan yang diadopsi oleh pemerintah dan badan pengatur untuk mengatur transaksi dan aktivitas e-commerce. Tujuan utama peraturan ini adalah untuk melindungi konsumen, mendorong persaingan yang sehat, dan memastikan keamanan dan integritas transaksi online.

Peraturan e-commerce seringkali memberikan hak dan perlindungan konsumen dalam transaksi online, seperti memberikan informasi yang jelas tentang produk atau layanan, hak untuk mengembalikan barang yang cacat, atau bebas dari kesalahan, dengan demikian, melindungi data pribadi dan menjalankan privasi. kebijakan. Selain itu, peraturan ini juga menekankan perlindungan keamanan data dan privasi dalam transaksi online, termasuk persyaratan untuk melindungi informasi pribadi konsumen, kebijakan

penggunaan cookie, enkripsi data, data, dan melaporkan pelanggaran keamanan data.

Aspek lain yang tercakup dalam regulasi e-commerce termasuk pembayaran elektronik, termasuk kebijakan dan standar keamanan untuk pembayaran online, anti-penipuan, dan regulasi platform pembayaran. Peraturan tersebut juga dimaksudkan untuk melindungi konsumen dan bisnis dari ancaman kejahatan dunia maya seperti pencurian identitas, penipuan online, serangan dunia maya, dan distribusi malware. Untuk itu, perlu dibentuk undang-undang dan kebijakan yang fokus pada pencegahan dan penindakan kejahatan pesaing juga menjadi perhatian dalam regulasi ini.

Perlu dicatat bahwa peraturan e-commerce dapat berbeda di setiap negara dan yurisdiksi. Beberapa negara memiliki undang-undang khusus yang mengatur e-commerce

**Solusi Permasalahan Hukum dalam E-commerce**

Menghadapi kompleksitas permasalahan hukum dalam e-commerce di Indonesia, diperlukan analisis yang menyeluruh. Di bawah ini adalah beberapa opsi solusi yang dapat dipertimbangkan untuk mengatasi permasalahan tersebut:

1. Perlindungan Data Konsumen

Penggunaan data dalam industri e-commerce memberikan keuntungan yang signifikan bagi pelaku bisnis dengan pangsa pasar yang luas. Dengan data yang dimiliki, perusahaan dapat meningkatkan pengembangan sistem dan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada konsumen. Pentingnya privasi dalam kehidupan manusia memungkinkan setiap individu untuk menjaga identitasnya dalam lingkup kehidupan sosial. Ketidakadanya regulasi yang mengikat untuk melindungi privasi dapat meningkatkan kekhawatiran konsumen terhadap penyerahan data pribadi kepada perusahaan e-commerce. Di Indonesia, ketiadaan regulasi yang spesifik mengenai perlindungan data pribadi

dunia maya, serta kerjasama antar negara dalam penegakan hukum.

Namun, dalam konteks e-commerce, sulit untuk bertransaksi lintas batas negara. Ini membutuhkan harmonisasi peraturan untuk memfasilitasi e-commerce internasional, menyelesaikan perselisihan, dan melindungi konsumen di yurisdiksi yang berbeda. Regulasi e-commerce juga mencakup upaya untuk menjaga persaingan bisnis dan mencegah monopoli dengan menegakkan undang-undang antimonopoli untuk melindungi persaingan yang sehat. Selain itu, pengawasan terhadap praktik bisnis yang merugikan konsumen atau niaga, sementara yang lain mungkin memberlakukan undang-undang yang lebih umum untuk mengatasi masalah dalam konteks e-niaga.

merupakan tantangan utama dalam melindungi data konsumen e-commerce. Saat ini, perlindungan data pribadi konsumen e-commerce diatur dalam beberapa undang-undang dan peraturan. Agar perlindungan data pribadi dapat ditingkatkan, penting untuk memiliki peraturan yang mengatur perlindungan data pribadi dalam bentuk undang-undang. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan efektivitas perlindungan data pribadi. Di Indonesia, pengesahan RUU Perlindungan Data Pribadi dapat dianggap sebagai solusi untuk melindungi konsumen e-commerce dari kebocoran data pribadi. Pendaftaran penggunaan e-commerce memerlukan pengisian data pribadi, yang sering kita temui di internet. Kesesuaian isi RUU Perlindungan Data Pribadi dengan prinsip perlindungan konsumen memberikan nilai tambah, dan penting untuk segera disahkan agar menjadi solusi bagi konsumen yang merasa dirugikan. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan kompensasi atau ganti rugi, yang juga dijelaskan dalam isi RUU Perlindungan Data Pribadi. Perlindungan



privasi yang memadai terhadap data pribadi akan membangun kepercayaan masyarakat dalam memberikan data pribadi dan informasi, demi kepentingan yang lebih besar tanpa penyalahgunaan atau pelanggaran hak-hak pribadi konsumen.

## 2. Penyelesaian Sengketa Daring

Perkembangan e-commerce dalam pasar telah membawa masalah baru yang perlu diatasi. Perselisihan sering kali muncul baik dalam pembelian fisik atau offline maupun dalam pembelian online. Di Inggris, undang-undang perlindungan konsumen elektronik telah ditetapkan untuk memberikan kerangka kerja yang melindungi konsumen dalam transaksi elektronik.

Menurut undang-undang tersebut, perusahaan yang menjual produk melalui halaman web mereka harus memberikan informasi yang akurat tentang jumlah, kualitas, kena pajak, dan fakta berguna lainnya mengenai produk yang dijual. Jika perusahaan tidak memberikan informasi yang benar, ini dapat mengakibatkan masalah hukum dan pelanggan berhak mengajukan pengaduan ke lembaga perlindungan konsumen.

Jika seorang konsumen menerima produk yang di bawah standar atau berbeda dengan kriteria yang telah ditentukan, mereka memiliki hak untuk mengajukan gugatan terhadap perusahaan. Hal ini memberikan perlindungan kepada konsumen dan mendorong perusahaan untuk bertanggung jawab dalam menjual produk secara online.

Dalam kesimpulan, dapat disimpulkan bahwa ODR (Online Dispute Resolution) adalah metode penyelesaian sengketa secara online yang menggunakan teknologi informasi untuk membantu pihak-pihak dalam sengketa mencapai kesepakatan. ODR merupakan pengembangan dari ADR (Alternative Dispute Resolution) dan diakui sebagai strategi yang lebih efektif, murah,

dan cepat dalam penyelesaian sengketa daripada melalui pengadilan tradisional.

ODR memanfaatkan teknologi kecerdasan buatan (artificial intelligence) untuk memfasilitasi proses negosiasi antara pihak-pihak yang bersengketa. Prosedur ODR umumnya mengikuti pendekatan masalah-ke-solusi yang sederhana, di mana pihak yang mengajukan keluhan diminta untuk mengidentifikasi jenis masalah yang mereka hadapi dan memilih solusi yang diinginkan dari opsi yang disediakan. ODR juga memberikan kesempatan bagi pihak yang bersengketa untuk menyampaikan fakta atau informasi yang relevan untuk mendukung kasus mereka.

ODR awalnya dikembangkan untuk menyelesaikan sengketa yang terjadi secara online antara individu yang mungkin tidak pernah bertemu secara langsung. Platform perdagangan elektronik seperti eBay menyadari pentingnya menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa yang cepat dan adil bagi penggunaannya. Inovasi online memiliki potensi untuk mengubah manajemen konflik dalam berbagai aspek kehidupan di masyarakat yang semakin terhubung.

Dalam era teknologi modern, penggunaan ODR menjadi semakin relevan. Tujuan utamanya adalah untuk menyederhanakan proses penyelesaian sengketa, membuatnya lebih ramah pengguna, dan menghemat waktu dan uang. Dengan adanya ODR, diharapkan terjadi peningkatan efisiensi dalam penyelesaian sengketa dan penggunaan teknologi kecerdasan buatan yang canggih dalam profesi hukum. Secara keseluruhan, ODR merupakan pendekatan yang efektif dan dapat diakses untuk menyelesaikan sengketa secara online. Dengan menggunakan teknologi dan prinsip ADR, ODR mempromosikan penyelesaian yang cepat, biaya yang lebih rendah, dan pendekatan yang ramah pengguna dalam manajemen konflik.

## 5. Simpulan dan Saran

E-commerce terus berkembang dan penerapannya membawa banyak manfaat (benefit) bagi pelaku bisnis dan konsumen, mulai dari penghematan waktu, tenaga dan biaya dengan memperpendek rantai pengiriman. Namun, e-commerce juga membawa tantangan baru, terutama dalam masalah hukum. Terutama ketika menyangkut yurisdiksi atau pilihan hukum. Setelah validitas penerbitan kontrak e-commerce memenuhi persyaratan hukum perdata, hukum yang berlaku dan hubungan masyarakat menjadi masalah hukum utama. Dalam hal ini, tidak ada alasan untuk menyatakan pemutusan kontrak e-commerce.

E-commerce di Indonesia diatur oleh serangkaian undang-undang dan peraturan. Tujuan utama dari regulasi e-commerce adalah melindungi konsumen, mendorong persaingan yang sehat, dan memastikan keamanan serta integritas transaksi online. Regulasi ini mencakup penyediaan informasi yang jelas, hak konsumen, perlindungan data pribadi, dan kebijakan privasi. Selain itu, regulasi juga mengatur aspek pembayaran elektronik dan melindungi dari ancaman kejahatan online seperti penipuan dan pencurian identitas. Penting bagi para pelaku usaha e-commerce untuk mematuhi undang-undang dan peraturan ini guna menjaga kepatuhan dalam beroperasi di Indonesia.

Adapun masalah lainnya adalah keaslian data, tanda tangan digital, keamanan dan privasi. pesan informasi. Adapun solusi yang dapat disarankan untuk masalah di atas yakni:

1. Dalam masalah Program dukungan teknis, perangkat lunak atau perangkat lain dapat dibuat suatu sistem regulasi transaksi elektronik yang aman, efisien, dan efektif akan membantu mewujudkannya kepercayaan bisnis dan konsumen;

2. Dalam kasus masalah hukum, dasar hukum yang menguntungkan harus dibuat jaminan kepastian hukum melalui hubungan sengketa yang jelas maupun berkolaborasi dengan pemerintah.

## Daftar Pustaka

- M. Alhudori (2017). Pengaruh IPM, PDRB Dan Jumlah Pengangguran Terhadap Penduduk Miskin Di Provinsi Jambi. *Jurnal Media Ekonomi dan Bisnis*..
- Werdhyasari, N. N. (2013). Perlindungan Konsumen dalam Kontrak Baku E-commerce Lintas Negara di Indonesia (Doctoral dissertation, UAJY).
- Cahyadi, A. D. (2019). Yurisdiksi Transaksi Elektronik Internasional Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik. *Jurnal Wawasan Yuridika*, 3(1), 23-40.
- Meinarni, N. P. S., SH, L. M., Iswara, I. B. A. I., Kom, S., Kom, M., Wijaya, I. N. S. W & SE, M. (2020). *UMKM Goes Online Regulasi E-Commerce*. Deepublish.
- Anjani, M. R., & Santoso, B. (2018). Urgensi Rekonstruksi Hukum E-Commerce Di Indonesia. *Law Reform*, 14(1), 89-103.
- Sudarmanto, H. L. (2020). Pendekatan Hukum dalam Mengatasi Masalah E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Surya Kencana Satu*, 11(1), 37.
- Sanusi, M. A. (2001). Transaksi Bisnis dalam Electronic Commerce (E-Commerce): Studi tentang Permasalahan Hukum dan Solusinya. *Jurnal Hukum*, No. 16, Vol. 8, Maret 2001, halaman 10-29.
- Kurnia, I., & Martinelli, I. (2021). Permasalahan dalam Transaksi E-Commerce. *Bakti Masyarakat Indonesia*, 4(2), 343-350.

Rahmatullah, Tansah. 2017. Analisis Permasalahan Hukum E-Commerce dan Pengaturannya di Indonesia. Jurnal Hukum Media Justitia Nusantara: 7(2)

Sanusi, M. Arsyad. 2001. Transaksi Bisnis dalam Electronic Commerce (E-Commerce): Studi tentang Permasalahan Hukum dan Solusinya. Jurnal Hukum: 16(8)

Syamsiah Desi. 2021. Kajian Terkait Keabsahan Perjanjian E-commerce Bila Ditinjau Dari Pasal 1320 KUHPERdata Tentang Syarat Sah

Perjanjian. Jurnal Inovasi Penelitian. 2 (1)

Heuvel, S. (2022). E-commerce disputes: Online arbitration versus litigation. International Journal of Law and Management, 64(3), 1-15

Leigh, A., & Fowlie, J. (2014). Consumer rights in electronic commerce: Implementation of the consumer rights directive in the United Kingdom. Computer Law & Security Review, 30(2), 163-175

Ayunda, Rahmi. (2022). Personal Data Protection to E-Commerce Consumer: What Are the Legal Challenges and Certainties?. Law Reform, 18(2), 144-163.