

Perbandingan Hukum E-Commerce Indonesia Dengan Amerika Serikat

Krisdian Rizki Havana Ndraha¹ Masni Purba² Jordy William Hutagalung³ Edgar Butar-Butar⁴ Martono Anggusti⁵

Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas HKBP Nommensen, Kota Medan,
Provinsi Sumatera Utara, Indonesia^{1,2,3,4,5}

Email: rizkindraha2002@gmail.com¹ masnipurba06@gmail.com²
jordywilliamhutagalung@gmail.com³ edgarthomas1929@gmail.com⁴
martono.pang@gmail.com⁵

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbandingan hukum e-commerce antara Indonesia, yang menggunakan sistem civil law, dan Amerika Serikat, yang menggunakan sistem common law. Perbedaan pendekatan hukum ini mempengaruhi perlindungan konsumen di kedua negara, khususnya dalam menghadapi tantangan transaksi digital. Di Indonesia, kerangka hukum e-commerce didasarkan pada Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), Undang-Undang Perlindungan Konsumen, serta Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHP). Peraturan ini mencakup hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha dalam transaksi digital, tetapi implementasinya masih menghadapi kendala, seperti kesadaran hukum konsumen yang rendah dan lemahnya pengawasan hukum. Sebaliknya, Amerika Serikat mengatur perlindungan konsumen dalam e-commerce melalui Federal Trade Commission Act (FTC Act) dan Consumer Product Safety Act (CPSA). FTC diberikan otoritas untuk menindak pelanggaran hukum oleh pelaku usaha, termasuk penipuan dan kelalaian yang merugikan konsumen. CPSA juga memperkuat perlindungan konsumen dengan mengatur standar keamanan produk serta memberikan kewenangan kepada Consumer Product Safety Commission (CPSC) untuk melarang peredaran produk yang berisiko. Perbandingan ini menunjukkan bahwa regulasi di Amerika Serikat lebih terpadu dan tegas dalam menindak pelanggaran dan menjaga keamanan konsumen. Di sisi lain, Indonesia perlu meningkatkan efektivitas perlindungan hukum e-commerce, terutama dalam pengawasan dan kesadaran konsumen, serta memperbaiki mekanisme pengaduan. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan kerangka hukum e-commerce di Indonesia agar lebih komprehensif dan mampu menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi.

Kata Kunci: E-Commerce, Sistem Hukum, Perlindungan Konsumen Indonesia & Amerika Serikat

Abstract

This research aims to analyze the comparison of e-commerce law between Indonesia, which uses a civil law system, and the United States, which uses a common law system. This difference in legal approach affects consumer protection in both countries, especially in facing the challenges of digital transactions. In Indonesia, the legal framework for e-commerce is based on the Electronic Information and Transaction Law (ITE Law), the Consumer Protection Law, and the Civil Code (KUHP). These regulations cover the rights and obligations of consumers and businesses in digital transactions, but their implementation still faces obstacles, such as low consumer legal awareness and weak legal supervision. In contrast, the United States regulates consumer protection in e-commerce through the Federal Trade Commission Act (FTC Act) and the Consumer Product Safety Act (CPSA). The FTC is authorized to take action against violations of the law by businesses, including fraud and negligence that harm consumers. The CPSA also strengthens consumer protection by regulating product safety standards and authorizing the Consumer Product Safety Commission (CPSC) to ban the distribution of risky products. This comparison shows that regulations in the United States are more integrated and strict in taking action against violations and maintaining consumer safety. On the other hand, Indonesia needs to improve the effectiveness of e-commerce legal protection, especially in consumer monitoring and awareness, as well as improving complaint mechanisms. This research recommends improving the e-commerce legal framework in Indonesia to be more comprehensive and able to adapt to technological advances.

Keywords: E-Commerce, Legal System, Consumer Protection Indonesia & United States



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Negara Indonesia merupakan salah satu negara yang menganut sistem hukum “civil law”, civil law merupakan sistem hukum yang memiliki karakteristik yang mengikat yang didasarkan kepada peraturan-peraturan perundang-undangan yang telah disusun secara sistematis dalam suatu kodifikasi hukum. Negara-negara yang menganut sistem hukum “civil law” menjadikan konstitusi sebagai landasan tertinggi dalam peraturan perundang-undangan. Pada sistem ini juga, hakim tidak dapat secara bebas untuk menciptakan suatu hukum yang secara mengikat dan bebas, melainkan hakim memiliki peran untuk menafsirkan dan menetapkan suatu peraturan-peraturan yang sesuai dengan batas kewenangan hakim. Dalam sistem hukum *civil law* yang berlaku di Indonesia juga mengenal hukum adat sebagai hukum yang tidak tertulis namun berlaku dan diakui keberadaannya di tengah-tengah masyarakat. dalam hal ini juga sistem hukum yang berlaku di Indonesia mengenal istilah mix sistem dikarenakan adanya dua pembagian hukum yakni hukum privat dan hukum publik. Dengan adanya pembagian hukum tersebut tentunya bertujuan untuk semakin memberikan rasa kepastian hukum kepada masyarakat yang terikat didalam nya.¹

Jika dibandingkan dengan negara lain tentunya negara Indonesia yang menganut sistem hukum “civil law” tentunya memiliki perbedaan dengan negara Amerika serikat sebagai suatu negara yang merupakan salah satu negara yang menganut sistem hukum “common law”. Sistem hukum common law yang berlaku di negara Amerika serikat lebih mengedepankan penggunaan yurisprudensi sebagai dasar utama dan Undang-Undang Dasar dalam menjalankan sistem hukum di negara Amerika Serikat. Negara Amerika juga memiliki dua jenis pembagian hukum yang berlaku, yakni hukum federal (*feral law*) dan hukum negara bagian (*state law*). Dua sistem hukum ini berlaku secara bersama-sama dalam menciptakan rasa keadilan dan kepatian hukum bagi masyarakat Amerika serikat.² Amerika serikat juga memiliki 50 sistem hukum negara bagian yang berlaku, hukum lokal yang berlaku di Washington D.C, dan hukum federal. Namun Hukum federal memiliki tingkatan kedudukan yang lebih tinggi daripada sistem hukum negara bagian. Hal ini dikarenakan sistem hukum negara bagian (*state law*) hanya berlaku di wilayah negara-negara bagian saja, sedangkan sistem hukum *federal* memiliki sistem hukum yang lebih kuat, dimana sistem hukum yang berlaku di negara-negara bagian lainnya tidak boleh bertentangan dengan sistem hukum federal Federal Law ini tentunya harus di taati oleh sistem-sistem hukum lainnya yang ada di negara bagian, dimana jika ada sistem hukum di negara bagian yang tidak sesuai atau bertentangan dengan sistem huku federal law, maka yang lebih diutamakan untuk berlaku adalah sistem hukum federal law dan sistem hukum lainnya secara otomatis akan batal ataupun tidak diakui keberlakuannya.

Dalam sistem hukum di Amerika Serikat juga terdapat beberapa sistem hukum yang menjadi dasar untuk melindungi para pelaku usaha dan juga konsumen dari berbagai bentuk pelanggaran hukum. Salah satunya yakni adanya undang-undang keamanan produk yang disebut ddenga istilah “*Costumer Safety Act (CSPSA)*”. CSPSA didefenisikan sebagai suatu undang-undang yang memiliki kewenangan untuk melindungi konsumen dari resiko cedera atau kematian yang tidak wajar atau besar bagi konsumen yang diakibatkan oleh kurangnya standart keselamatan suatu produk yang berlaku dan tersebar di dalam masyarakat. Costumer Safety Act (CSPSA) ini juga mempunyai suatu wewenang untuk menetapkan suatu standar terhadap suatu produk dan berhak untuk meberlakukan suatu larangan kepada suatu produk untuk

¹ Supomo, R. (2008). *Sistem Peradilan Indonesia: Teori dan Praktik*. Jakarta: Pradnya Paramita.

² Abbas, M. F. (2019). *Sistem Hukum Indonesia dan Sistem Hukum Internasional*. Jakarta: Kencana.

beredar jika produk tersebut berbahaya kepada konsumen. Tentunya hal ini bertujuan untuk memberikan perlindungan kepada masyarakat agar merasa aman dan nyaman untuk mengonsumsi suatu produk dan mengurangi suatu resiko baik cedera hingga kematian akibat suatu produk berbahaya kepada masyarakat yang menjadi konsumen produk tersebut. *Costumer Safety Act (CSPSA)* juga merupakan Undang-Undang yang secara resmi di berlakukan pada tanggal 27 Oktober 1972 melalui kongres Amerika Serikat yang ke 72.³

Dengan Adanya Undang-Udang ini juga menjadi sebuah dasar terhadap suatu otoritas untuk bertanggungjawab dalam menerapkan suatu kewajiban terhadap setiap perusahaan untuk mengikuti aturan standart suatu produk, dan mencegah peredaran suatu produk yang tidak sesuai dengan standar serta melakukan penarikan terhadap produk tersebut agar tidak memberikan efek berbahaya kepada konsumen. Dalam dunia perdagangan online atau lebih dikenal dengan *e commerce*, Negara Indonesia juga memili suatu aturan ataupun perlindungan hukum untuk melindungi segala kegiatan transaksi dunia maya, hal ini dikarenakan segala kegaiaian baik dalam kegiatan mempromosikan suatu produk, penjualan hingga pembayaran dilakukan secara elektronik. Kegiatan ini tentunya sangat efisien, mudah, dan cepat namun tidak dengan keamanannya. Kegiatan *e-commerce* sangat rentan dengan suatu tindakan pelanggaran hukum yang dapat merugikan suatu pihak sehingga diperlukan suatu undang-undang ataupun peraturan yang dapat memberikan jaminan perlindungan hukum bagi para pihak yang terikat didalam transaksi tersebut.

Dalam Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 yang telah diubah dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang informasi dan transaksi elektronik (UU ITE) merupakan suatu aturan yang digunakan untuk pengawasan terhadap penggunaan internet. Tentu saja jika dihubungkan dengan *e-commerce*, maka Undang-undang ini juga dapat di jadikan sebagai acuan untuk perlindungan hukum terhadap para pelaku-pelaku usaha dan juga konsumen elektronik. Secara umum perdagangan *e-commerce* tentunya memanfaatkan internet sebagai media untuk membuat sebuah toko online ataupun untuk melakukan pembelian secara online.⁴ Industri *e-commerce* di Indonesia memiliki perkembangan yang sangat pesat, dikarenakan penggunaannya yang sangat mudah dan cepat. Industri *e-commerce* ini digunakan oleh seluruh lapisan di dalam masyarakat, sehingga dalam perkembangan yang sangat pesat ini sangat diperlukan pengawasan dan perlindungan terhadap segala aktivitas didalamnya.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana Perlindungan Hukum e-commerce Indonesia dan Amerika Serikat ?
2. Bagaimana Perbandingan Hukum -commerce Indonesia dan Amerika Serikat ?

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian pada penulisan ini ialah penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif adalah penelitian yang dilakukan dengan cara mengkaji peraturan perundang-undangan yang berlaku untuk diterapkan terhadap suatu permasalahan hukum tertentu, data yang diperoleh dan diolah adalah berupa jenis data primer, data sekunder dan data tersier. Bahan hukum primer terdiri dari peraturan perundang-undangan, catatan-catatan resmi, atau risalah dalam pembuatan peraturan perundang-undangan. Kedua Bahan hukum sekunder, buku-buku teks yang membicarakan suatu atau beberapa permasalahan hukum, termasuk skripsi, tesis, dan jurnal. Ketiga, Bahan hukum tersier, yaitu bahan hukum yang merupakan kamus hukum, kamus besar bahasa Indonesia. Pengumpulan data.

³ Adams, M. P. (2016). "The Role of the Consumer Product Safety Act in Protecting Public Health: A Legal and Policy Analysis." *Journal of Consumer Protection Law*, 24(3), 123-145.

⁴ Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 yang telah diubah dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang informasi dan transaksi elektronik (UU ITE)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Perbandingan regulasi hukum e-commerce antara Indonesia dan Amerika Serikat Hukum E-commerce Di Indonesia

Dalam problematika yang terjadi, dalam hal terjadinya kerugian terhadap konsumen, tentunya ada peraturan yang mengatur terkait hal tersebut, dimana regulasi tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yakni pada Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 menjadi awal mula e-commerce baru dikenal dari segi hukumnya (Hariyanto, 2009) Sebelum Undang-undang ITE disahkan, secara umum, e-commerce telah diatur ke dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, dan peraturan lain yang diatur ke dalam Perlindungan Konsumen pada Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dan juga perkembangannya dengan adanya ITE (Informasi dan Transaksi Elektronik pada Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016. KUHD (Kitab Undang-Undang Hukum Dagang dan KUHPer (Kitab Undang-Undang Hukum Perdata) Pada umumnya, metode analogi dapat digunakan terhadap hubungan hukum perjanjian konvensional dengan e-commerce seperti yang tertulis pada buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Sebuah kesepakatan sebenarnya termasuk dalam segala sesuatu yang bersifat persetujuan dengan tuntutan keadilan, jadi bukan hanya ditentukan mengikat secara tegas (Pasal 1339 KUHPer). Menurut kebiasaan, syarat-syarat yang selalu diperjanjikan meskipun tidak secara tegas dicantumkan, harus tetap dianggap telah masuk ke dalam suatu perjanjian (Pasal 1347 KUHPer). Dengan uraian di atas, dapat kita simpulkan bahwasannya hubungan hukum perdata-lah yang menjadi hubungan hukum dalam e-commerce. Pada saat terjadinya suatu persetujuan atau kesepakatan, maka daripadanya suatu perjanjian dinyatakan lahir terhadap kedua belah pihak atau lebih yang bersepakat.

Saat terjadi pertemuan antara dua belah pihak atau lebih, jika terjadinya kesepakatan maka suatu perjanjian akan lahir. Umumnya, perjanjian bersifat bebas dan terhadap bentuk apapun tidak terikat. Namun, jika adanya syarat sah perjanjian yang diatur dalam suatu peraturan, terdapat formalitas-formalitas tertentu, seperti adanya kekecualian disamping kata sepakat, maka perjanjian ini disebut dengan perjanjian formil dan batalnya perjanjian akan menjadi konsekuensi hukum jika tidak dipenuhinya formalitas-formalitas tersebut. Transaksi jual beli pada dasarnya termasuk perjanjian riil pada buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer) yang berarti bahwasannya jika telah diserahkan barang yang menjadi pokok perjanjian, barulah perjanjian tersebut terjadi. Kedudukan hukum perdata juga terdapat e-commerce sebagai hukum positif yang ada di Indonesia, tentunya pada buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Hal ini menjadikan berlakunya juga Pasal 1320 KUHPer⁵ terhadap e-commerce mengenai 4 syarat sahnya suatu perjanjian, antara lain:

- Adanya suatu sebab yang diperbolehkan;
- Merupakan suatu pokok persoalan tertentu;
- Kecakapan para pihak dalam membuat perjanjian;
- Terdapat kesepakatan yang mengikatkan para pihak.

Pada dasarnya, E-commerce bisa dikategorikan sebagai jual beli yang termasuk dalam buku III Kitab Undang-undang Hukum Perdata sehingga terdapat prestasi atau kewajiban yang timbul dalam suatu transaksi e-commerce. Pelaku usaha e-commerce dikatakan wanprestasi jika:

1. Menyanggupi sesuatu namun tidak dilaksanakan. Keadaan ini dapat dilihat jika merchant atau penjual tidak menyerahkan suatu barang/jasa yang seharusnya diwajibkan

⁵ Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

sebagaimana diperjanjikan, seperti menyembunyikan cacad yang bahkan berdampak terhadap fungsi barang.

2. Melakukan sesuatu yang diperjanjikan, tetapi tidak sesuai dengan sebagaimana mestinya. Keadaan ini dapat dilihat ketika adanya pelaku usaha yang tidak sesuai dalam pemberian suatu barang/jasa kepada konsumen seperti yang disepakati pada saat transaksi.
3. Terlambat dalam melaksanakan hal yang diperjanjikan. Keadaan ini terlihat jika barang yang diperjanjikan terlambat datang.
4. Melakukan sesuatu yang dilarang. Keadaan ini contohnya ialah tindakan pelaku usaha melakukan penyebaran data diri pembeli.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen⁶ Selain pada KUHPer, hukum e-commerce di Indonesia juga mengatur perlindungan konsumen yang ada pada Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Dalam konteksnya, hak dan kewajiban konsumen telah diatur pada Undang-Undang Nomor Tahun 1999 ini sebagai perlindungan hukum. Pada Pasal 4 dan 5 UU Perlindungan Konsumen ini diatur tentang hak dan kewajiban konsumen. Lalu, pada Pasal 6 dan 7 UU Perlindungan Konsumen ini diatur mengenai hak dan kewajiban pelaku usaha. Sebagaimana di atas, kedudukan atau proporsi pelaku usaha dan konsumen pada suatu transaksi telah diatur di dalamnya. Berkaitan dengan konsumen, aspek perlindungan hukum yang berlaku terhadapnya pada suatu transaksi e-commerce adalah suatu tanggung jawab dan aspek yang dilarang bagi pedagang e-commerce.⁷

Hal ini mengacu pada Pasal 8-17 UU Perlindungan Konsumen. Berlakunya aspek ini terhadap e-commerce, jika barang yang diperjanjikan terbukti melanggar ketentuan tersebut. Larangan ini juga menyangkut mengenai iklan yang mengelabui dan/atau menyesatkan konsumen, kondisi barang dan/atau jasa yang dicantumkan tidak sebagaimana mestinya dengan tujuan menarik konsumen. Konsumen yang menjumpai objek yang pemberiannya berbeda dengan kesepakatan pada suatu transaksi e-commerce, maka pelaku usaha dalam hal ini juga terdapat aspek tanggung jawab. Hal ini tertulis pada Pasal 19-28 UU Perlindungan Konsumen. Berlakunya aspek ini apabila konsumen mengalami kerugian yang disebabkan oleh pelaku usaha, dalam hal ini ialah pencemaran dan/atau kerusakan terhadap apa yang telah diperjanjikan oleh keduanya. Pelaku usaha importir barang serta usaha periklanan juga belaku terhadap aspek tanggung jawab, jadi tidak hanya perihal produsen saja. UU ITE atau Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Selain pada KUHPer dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, mengenai pengaturan ecommerce di Indonesia juga tertuang dalam Undang-Undang Informasi dan Elektronik, yaitu Nomor 19 Tahun 2016 yang memiliki dua poin penting, antara lain: Pertama, Adanya kepastian hukum terhadap transaksi elektronik karena adanya pengakuan terkait dokumen dan transaksi elektronik dalam persidangan dan keabsahan perikatan.

Kedua, terdapat sanksi pidana terhadap beberapa tindakan yang daripadanya diklasifikasikan sebagai penyalahgunaan dalam Teknologi dan Informasi. Hal yang ada pada KUHP (Kitab Undang-Undang Hukum Acara Pidana) beserta beberapa pengaturan terkait, sebenarnya sudah terdapat perluasan alat bukti. Misalnya pada Undang-undang Tindak Pidana Pencucian Uang, Undang-undang Terorisme, Undang-undang Pemberantasan Korupsi, Undang-undang Dokumen Perusahaan. Bedanya, di dalam UU ITE, terdapat pengakuan mengenai seluruh dokumen elektronik beserta hard filenya dapat digunakan di persidangan.

⁶ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

⁷ Setiawan, H. (2020). *Hukum E-Commerce dan Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Jakarta: Kencana.

Namun, pada Putusan Mahkamah Konstitusi (MK) No 20/PUU-XIV/2016⁸ terkait Pasal 5 ayat (1) dan (2) UU ITE ini menjadi perhatian bahwasannya adanya inkonstitusional terhadap frasa “informasi elektronik dan dokumen elektronik”. Selain itu, pada Putusan Mahkamah Konstitusi ini dapat disimpulkan bahwasannya sepanjang tidak dimaknai secara khusus sebagai alat bukti persidangan sebagaimana Pasal 31 ayat (3) UU ITE maka frasa tersebut tidak memiliki kekuatan hukum mengikat (Heryogi dkk., 2017). Putusan MK di atas memiliki pertimbangan hukum yang menegaskan bahwasanya dalam rangka penegakkan hukum, setiap intersepsi harus dilakukan secara sah. Wajib dipenuhinya syarat formil dan materiil terkait dengan keabsahan suatu informasi dan dokumen elektronik. Mengenai syarat formil dari informasi dan dokumen elektronik, tertuang pada Pada Undang-undang ITE Pasal 5 ayat (4). Pasal ini menegaskan bahwasannya dokumen elektronik tidak harus berbentuk tertulis.

Di samping itu, dokumen elektronik sebagai alat bukti yang didapatkan dengan jalan yang tidak sah, maka tidak memiliki nilai pembuktian di pengadilan dan akan dikesampingkan oleh hakim. Pada UU ITE Pasal 6, Pasal 15, Pasal 16 UU ITE memiliki unsur syarat materiil dari suatu dokumen dan/atau informasi elektronik. Syarat materiil tersebut dibuktikan dengan digital forensik sebagai jaminan keotentikan dan kelayakan sebagai alat bukti persidangan terhadap suatu dokumen dan/atau informasi elektronik. Kewajiban Untuk Mendaftarkan E-commerce di Indonesia Dalam penerapan asas *lex specialis derogate legi generalis* di Indonesia, mengenai perdagangan pada UU 7/2014 itu dijadikan sebagai dasar pengaturan dalam aktivitas transaksi e-commerce. Dalam kaitannya bagi pedagang e-commerce di Indonesia, undang-undang tersebut menjadi landasan hukum utama. Namun, hanya terdapat 2 pasal yang mengatur terkait dengan e-commerce, karena lebih lanjutnya ketentuan mengenai e-commerce ini diatur dalam pembahasan mengenai uang elektronik pada Peraturan Bank Indonesia No.11/12/PBI/2009⁹, dan peraturan mengenai penyelenggaraan sitem dan transaksi pada Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012¹⁰, serta peraturan-peraturan lainnya. Perizinan adalah suatu hal yang wajib dalam kegiatan usaha perdagangan e-commerce yang mengacu pada Pasal 24 ayat (1) Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014¹¹. Sebagaimana pada peraturan mengenai Penerbitan Surat izin Usaha Perdagangan pada Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 36/MDAG/PER/9/2007.

Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) bagi pelaku usaha e-commerce merupakan bentuk dari perizinan yang dimaksud dari pasal tersebut. Peraturan menteri ini bermaksud mewajibkan setiap perusahaan dagang untuk mempunyai SIUP tetapi terdapat sebuah pengecualian yakni:

- Pedagang kaki lima atau pedagang pinggir jalan, pedagang asongan, dan pedagang keliling
- Perusahaan kecil perorangan yang dikelola atau dijalankan sendiri oleh pemiliknya atau kerabat terdekat/anggota keluarganya, yang tidak berbentuk Persekutuan atau Badan Hukum
- Kantor Perwakilan Perusahaan atau Kantor Cabang Perusahaan Pada kewajiban perizinan tersebut, ketidakpastian hukum timbul karena adanya pengecualian.

Terhadap usaha e-commerce yang tidak berbadan hukum dan dikelola secara perorangan dapat bermain-main dengan tidak melakukan pendaftaran karena hal tersebut. Jika pelaku usaha yang tidak terdaftar sangat banyak, maka akan mempersulit pemerintah dalam melakukan kontrol. Dengan hadirnya peraturan mengenai penyelenggaraan sistem elektronik

⁸ Putusan Mahkamah Konstitusi (MK) No 20/PUU-XIV/2016

⁹ Peraturan Bank Indonesia No.11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik

¹⁰ Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik

¹¹ Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Perdagangan

pada Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2019 ini, pelaku usaha e-commerce akan mendapatkan sanksi berupa pemutusan akses, penghentian sementara, denda administrasi, dan dihapuskan dari daftar jika pedagang e-commerce tersebut belum memperbarui informasinya atau bahkan sama sekali tidak mendaftarkan e-commercenya. Peraturan tersebut juga sejalan dengan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 yang mewajibkan pendaftaran bagi pelaku usaha yang melakukan kegiatan usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Ditegaskan juga pada Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2020¹² bahwasannya pendaftaran wajib dilakukan bagi setiap PSE Lingkup Privat. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2020. Peraturan-peraturan tersebut diberlakukan dengan tujuan membuat kepastian hukum bagi konsumen maupun pelaku usaha e-commerce. Surat Izin Usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (SIUPMSE) merupakan wujud dari pelaku usaha e-commerce yang telah terdaftar. Pada PP E-commerce Pasal 5, yang termasuk pelaku usaha baik itu dalam maupun luar negeri, terbagi menjadi 3, yaitu:

- Pertama pedagang, yakni seseorang yang berkegiatan PSE baik yang secara langsung dikelola secara privat maupun menggunakan sarana elektronik seperti PPMSE. Pengecualian pedagang terdapat pada penjual yang menjual produknya secara tidak komersial dan temporal.
- Kedua Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE), yakni merupakan sarana bagi pelaku usaha dalam kegiatan PMSE, jenisnya seperti marketplace, daily deals, retail online, platform pembandingan harga, iklan baris online.
- Ketiga Penyelenggara Sarana Perantara (intermediary services), yakni penyedia sarana komunikasi elektronik, lingkungannya ialah penampungan sementara (caching), penyedia ruang penyimpanan informasi secara tetap (hosting), dan juga sistem penelusuran informasi (search engine). Pada hukum positif di Indonesia, untuk melakukan pendaftaran e-commerce, dapat dilakukan melalui satu pintu, yaitu Online Single Submission Risk Based Approach (OSS RBA).

Penyelenggaraan perizinan ini sebagai implementasi dari Undang-Undang Cipta Kerja yakni pada Nomor 11 Tahun 2020 dan Peraturan Pemerintah mengenai Penyelenggaraan Perizinan Usaha Berbasis Resiko yakni pada Nomor 5 Tahun 2021. Pendaftaran e-commerce kini dapat melalui laman OSS. Pelaku usaha wajib memiliki identitas/legalitas usaha, yakni Nomor Induk Berusaha (NIB) dan kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI). NIB dan KBLI yang telah terbit, dapat dilanjutkan oleh pelaku usaha melalui skema Perizinan Berusaha Untuk Menunjang Kegiatan Berusaha (PB-UMKU) dalam mendapatkan Tanda Daftar Penyelenggaraan Sistem Elektronik (TD-PSE).¹³ Kewajiban pendaftaran ini memiliki urgensi dari upaya pemerintah dalam melakukan pengawasan, pendataan, dan controlling terhadap penyelenggaraan sistem elektronik. Pada tataran implementasinya, KOMINFO (Kementerian Komunikasi dan Informatika) memiliki data yakni sebesar 26,7 juta unit pelaku usaha e-commerce indonesia, tetapi hanya 2698 usaha e-commerce yang didaftarkan oleh pelaku usaha tersebut. E-commerce informal juga termasuk pada data tersebut dengan jumlah lebih dari setengah (65,14 persen). Terdapat beberapa alasan yang mendasari dari data yang tidak sebanding tersebut.

Alasan pertama yang menyebabkan karena data yang tidak sebanding tersebut yaitu Penyelenggaraan sistem elektronik pada PP 80/2019 yang cenderung masih sangat luas dan

¹² Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2020 Tentang Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat

¹³ J Wulandari, M. E. (2023). *Peran Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) dalam Pendaftaran E-Commerce di Indonesia*. Jurnal Teknologi dan Hukum Bisnis, 10(1), 51-67.

umum, hal ini mempersulit pendaftaran pelaku usaha e-commerce informal karena tidak adanya penjabaran mengenai klasifikasi dan jenis jenis e-commerce seperti hal yang dibutuhkan untuk mendaftarkan e-commerce nya. Alasan kedua yang menyebabkan data yang tidak sebanding tersebut yaitu sulitnya pelaku usaha e-commerce informal yang berdagang sebagai pedagang kecil dan tidak tetap, reseller, serta dropshipper. Hal tersebut karena kurangnya support dari regulasi persyaratan pendaftaran yang terlalu rumit seperti nama dan sektor sistem elektronik, sistem nama domain, deskripsi singkat fungsi sistem elektronik, deskripsi model bisnis, domain yang digunakan haruslah tingkat tinggi sebagaimana tertulis pada Pasal 3 Peraturan Menteri Komunikasi dan Informasi Nomor 5 Tahun 2020. Selain itu, bagi pelaku usaha reseller dan dropshipper, belum ada peraturan sebagai ketentuan pendaftaran sistem elektronik tersebut secara spesifik.

Alasan ketiga yaitu penarikan pajak yang tidak adil. Pada Umumnya, mekanisme perpajakan pada e-commerce di Indonesia diatur di dalam ketentuan yang ada pada peraturan tertulis dalam undang-undang berdasar kepada Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Pasal 8 mengenai Perniagaan Melalui Sistem Elektronik. Ketidakpastian hukum timbul dari undangundang tersebut karena antara golongan UKM atau golongan bukan UKM tidak dibedakan terkait dengan penerimaan penghasilan. Pada peraturan pajak atas penghasilan yakni Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018, para pelaku usaha yang berpenghasilan bruto di bawah Rp4.800.000.000 (empat miliar delapan ratus juta rupiah) pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) akan tetap terkena pajak penghasilan. Namun, pelaku usaha UMKM yang terbebas dari pajak ada beberapa jenis, antara lain pelaku usaha UMKM yang menggunakan sarana dan/atau prasarana yang seharusnya tidak digunakan untuk berdagang karena merupakan kepentingan umum, dan juga pelaku usaha UMKM baik menetap maupun tidak menetap, yang melakukan usahanya dengan sarana atau prasarana bongkar pasang. Beberapa pelaku usaha akan tidak nyaman dan merasa dirugikan karena system perpajakan yang tidak adil ini.¹⁴

Alasan keempat yaitu kewajiban memiliki izin usaha dan kewajiban pendaftaran pelaku usaha e-commerce Informal pada tatanan implementasinya memiliki daya sosialisasi yang lemah. Akibatnya ialah para pelaku usaha e-commerce informal tidak mengetahui mengenai kewajiban untuk mendaftarkan e-commercenya. Selain itu, tidak dilakukannya sosialisasi terkait dengan maksud dan tujuan dari adanya pengesahan peraturan mengenai e-commerce yakni pada Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019. Banyak sekali pedagang e-commerce informal yang tidak mengetahui peraturan tersebut sehingga pedagang e-commerce informal tersebut akan muncul kekhawatiran dan dampak dibenaknya, dan dalam kegiatan perdagangannya secara subjektif akan merasa dipersulit.

Hukum E-commerce di Amerika Serikat

Di Amerika Serikat, Komisi khusus telah dibentuk untuk menangani perlindungan hukum bagi konsumen dalam berbagai macam kegiatan di internet. Komisi tersebut adalah Federal Trade Commission (FTC) yang menjalankan fungsi sesuai dengan yang digariskan dalam The Federal Trade Commission Act⁶⁹ untuk melindungi konsumen terhadap berbagai bentuk penipuan, kecurangan, dan praktik-praktik tidak sehat lainnya. FTC diberikan kewenangan yang luas untuk dapat mengajukan gugatan atas kepentingan konsumen. Perlindungan hukum oleh negara kepada konsumen yang memiliki posisi tawar yang lemah terasa sangat urgen. Dalam transaksi perdagangan di internet di mana lalu lintas hubungan pelaku usaha dan konsumen semakin dekat dan terbuka, campur tangan negara, kerjasama antar negara dan

¹⁴ Sari, N. P., & Purnama, D. A. (2023). *Ketidakadilan dalam Mekanisme Perpajakan pada E-Commerce di Indonesia: Tinjauan Terhadap Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 dan PP No. 23 Tahun 2018*. Jurnal Ekonomi dan Hukum Bisnis, 21(3), 156-172.

kerjasama internasional sangat dibutuhkan, yaitu guna mengatur pola hubungan pelaku usaha, konsumen dan sistem perlindungan hukum bagi konsumen.

Perbandingan Hukum -commerce Indonesia dan Amerika Serikat

Perlindungan hukum terhadap hak-hak konsumen dalam transaksi e-commerce tidak dapat diberikan oleh satu aspek hukum saja, melainkan oleh satu sistem perangkat hukum yang mampu memberikan perlindungan yang simultan dan komprehensif. Dengan demikian teknologi yang diciptakan oleh manusia tidak selalu menghasilkan hal-hal yang positif tetapi dapat juga menghasilkan berbagai dampak negatif. Disinilah salah satu arti penting perlunya peraturan di bidang teknologi informasi, untuk dapat memberikan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce. Perlindungan Konsumen adalah istilah yang merujuk pada perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam upaya mereka memenuhi kebutuhan, sekaligus melindungi diri dari potensi kerugian. Di Indonesia, konsep ini masih terbilang baru dalam bidang hukum, sementara di negara-negara maju, pembahasan mengenai perlindungan konsumen mulai muncul seiring dengan perkembangan industri dan teknologi.¹⁵

Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 1 angka 1, "Perlindungan Konsumen adalah semua usaha yang menjamin kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen." istilah hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen sering kali disamakan. Beberapa pihak berpendapat bahwa keduanya merujuk pada hal yang sama. Namun, ada juga yang membedakannya, dengan menyatakan bahwa substansi dan fokus lingkupnya memiliki perbedaan yang signifikan satu sama lain. Menurut Pasal 1 butir 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen didefinisikan sebagai setiap individu yang menggunakan barang dan/atau jasa yang tersedia di masyarakat, baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lainnya, dan bukan untuk tujuan perdagangan. Kepuasan atau ketidakpuasan serta ketidaknyamanan konsumen merupakan respon terhadap evaluasi yang muncul dari perbandingan antara harapan yang ada sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah digunakan. Sementara Undang-Undang Perlindungan Konsumen masih merupakan harapan dan perjuangan gerakan konsumen, penting untuk terus menyebarluaskan isu perlindungan konsumen kepada masyarakat luas, terutama kepada kalangan terpelajar, mahasiswa, sarjana, cendekiawan, serta aktivis secara global.

Dimana tujuan penyelenggaraan, pengembangan, dan perlindungan konsumen adalah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen, serta secara tidak langsung mendorong pelaku usaha agar melaksanakan kegiatan usahanya dengan penuh tanggung jawab. Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengartikan konsumen dalam tiga kategori, yaitu:

1. Konsumen dalam arti umum: Merupakan pemakai, pengguna, dan/atau pihak yang memanfaatkan barang dan/atau jasa untuk tujuan tertentu.
2. Konsumen antara: Merujuk pada pemakai, pengguna, dan/atau pihak yang memanfaatkan barang dan/atau jasa untuk diproduksi menjadi barang atau jasa lain, atau untuk diperdagangkan dengan tujuan komersial. Konsumen ini sama dengan pelaku usaha.
3. Konsumen akhir: Adalah pemakai, pengguna, dan/atau pihak yang memanfaatkan barang dan/atau jasa untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, atau rumah tangga, tanpa niatan untuk memperdagangkan Kembali.¹⁶

¹⁵ Sutrisno, A. (2020). *Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi E-Commerce: Tinjauan Sistem Hukum di Indonesia*. Jakarta: Penerbit Hukum Mandiri.

¹⁶ Wibowo, I., & Sari, D. L. (2022). *Perlindungan Konsumen di Era E-Commerce: Perspektif Hukum dan Teknologi di Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Definisi dalam Pasal 1 Angka (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen mencakup beberapa unsur sebagai berikut:

1. Setiap orang: Subjek yang dimaksud sebagai konsumen mencakup setiap individu yang berstatus sebagai pemakai barang dan/atau jasa. Istilah "orang" dapat menimbulkan keraguan, apakah hanya merujuk pada individu (*natuurlijke persoon*) atau juga termasuk badan hukum (*rechtspersoon*). Oleh karena itu, pengertian konsumen tidak hanya terbatas pada individu, tetapi juga mencakup badan hukum.
2. Pemakai: Menurut penjelasan Pasal 1 Angka (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, istilah pemakai menekankan bahwa konsumen adalah konsumen akhir (*ultimate consumer*). Istilah ini menunjukkan bahwa penggunaan barang dan/atau jasa tidak selalu berasal dari transaksi jual beli. Dengan kata lain, konsumen harus memberikan imbalan dengan membayar untuk memperoleh barang dan/atau jasa.
3. Barang dan/atau jasa: Istilah ini dapat digantikan dengan kata "produk." Saat ini, produk mencakup baik barang maupun jasa.
4. Yang tersedia dalam masyarakat: Barang dan/atau jasa yang dimaksud adalah yang telah ditawarkan kepada masyarakat dan sudah tersedia di pasaran (Sofie, 2003: 24).

Terkait e-commerce dan pembelian daring, banyak konsumen yang tidak memiliki pengetahuan lengkap tentang aspek hukum dalam bertransaksi dan membeli secara daring, mereka hanya mencari produk, lalu mengklik Setuju dan membayar tanpa membaca ketentuan kontrak. Di sinilah kerugian menimpa mereka. Di Amerika Serikat, terdapat berbagai sistem yang dirancang untuk melindungi konsumen dari penyalahgunaan, termasuk undang-undang yang mengatur tanggung jawab produk dalam kasus gugatan hukum. Undang-undang ini menjadi landasan bagi penggugat untuk menuntut produsen atau pemilik toko. Jika produk yang dijual terbukti memiliki cacat desain, cacat produksi, atau jika mereka gagal memberikan peringatan yang diperlukan. Selain itu, konsumen memiliki hak untuk mengajukan gugatan atas kerusakan yang diakibatkan oleh produk tersebut. Salah satu undang-undang penting adalah Undang-Undang Keamanan Produk Konsumen (CPSA), yang bekerja sama dengan Badan Pengawas Obat dan Makanan (FDA) untuk mengawasi produk konsumen. CPSA berkaitan dengan perlindungan dan keamanan makanan, obat-obatan, serta kosmetik, dengan memastikan bahwa semua produk memenuhi standar keselamatan yang ditetapkan. CPSC (Komisi Keamanan Produk Konsumen) dan FDA bertanggung jawab dalam penegakan undang-undang dan peraturan ini.

CPSA yang diundangkan pada tahun 1972 memberikan wewenang kepada CPSC untuk menetapkan standar dan melarang produk tertentu. Tujuan utama undang-undang ini adalah untuk melindungi konsumen dengan memastikan bahwa industri memproduksi barang yang aman dan untuk mengurangi risiko cedera atau kematian akibat produk yang diterima konsumen melalui pengembangan standar dan pelarangan produk yang tidak memenuhi ketentuan. Jika tidak ada standar yang memadai, penelitian terhadap potensi risiko produk akan dilakukan untuk menjaga keselamatan masyarakat. Di Amerika Serikat, otoritas yang bertanggung jawab berdasarkan undang-undang ini mengharuskan perusahaan untuk menarik dan mencegah produk jika ditemukan berbahaya, dengan mengikuti sistem ini, yang memberi mereka kekuatan untuk mencegah perusahaan memperdagangkan produk yang membahayakan konsumen. Di negara Amerika Serikat lembaga yang berkewenangan menangani permasalahan terkait perlindungan konsumen disebut Federal Trade Commission (FTC) Dimana bertujuan melindungi konsumen dan mempromosikan persaingan usaha. FTC yang juga memiliki layanan pengaduan.

Dalam hal perlindungan konsumen, FTC berfungsi untuk melindungi konsumen dengan mencegah penipuan dan diskriminasi di pasar. FTC melakukan investigasi dan menuntut

perusahaan serta individu yang melanggar hukum. Selain itu, FTC juga mengembangkan peraturan untuk memastikan pasar yang dinamis dan memberikan edukasi kepada konsumen serta perusahaan mengenai hak dan tanggung jawab mereka. Fungsi selanjutnya dari FTC adalah mempromosikan persaingan, yang mencakup persaingan harga, pilihan, dan layanan. Hal ini menguntungkan konsumen dengan menjaga harga tetap rendah sekaligus memastikan kualitas barang dan jasa yang tinggi. Berdasarkan Undang-Undang Antimonopoli, FTC berperan dalam mewujudkan pasar terbuka dan pasar bebas. Berikut adalah beberapa hal yang dapat dipelajari dari kebijakan perlindungan konsumen di Amerika Serikat, serta langkah-langkah yang dapat diambil untuk memperkuat perlindungan konsumen di Indonesia:

1. **Regulasi yang Kuat dan Terintegrasi.** Dimana AS memiliki berbagai undang-undang perlindungan konsumen, seperti Federal Trade Commission (FTC) Act dan Consumer Product Safety Act (CPSA), yang memberikan kerangka hukum yang jelas untuk memperkuat Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang ada dengan menambah ketentuan yang relevan dengan kondisi saat ini, serta memastikan bahwa regulasi tersebut diintegrasikan dengan kebijakan lain.¹⁷
2. **Edukasi dan Kesadaran Konsumen.** Dimana undang-undang yang dimiliki oleh AS yakni, FTC aktif dalam kampanye edukasi untuk meningkatkan kesadaran konsumen tentang hak dan tanggung jawab mereka sehingga dapat mengembangkan program edukasi yang menyasar berbagai lapisan masyarakat, terutama di kalangan anak muda dan pelajar, untuk meningkatkan pengetahuan tentang perlindungan konsumen.
3. **Penegakan Hukum yang Efektif.** FTC memiliki wewenang untuk menyelidiki dan menuntut pelanggaran yang dilakukan oleh perusahaan. Dengan ini dapat memperkuat peran Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dengan memberikan wewenang dan sumber daya yang cukup untuk melakukan investigasi dan penuntutan terhadap pelanggaran hukum.
4. **Promosi Persaingan Sehat.** Kebijakan di AS mendukung persaingan yang sehat, yang berdampak positif pada harga dan kualitas barang/jasa. Yang dapat digunakan untuk mengembangkan regulasi antimonopoli yang lebih kuat dan memastikan bahwa pasar terbuka untuk semua pelaku usaha. (Sherman Antitrust Act).
5. **Mekanisme Pengaduan yang Mudah.** Konsumen di AS dapat dengan mudah mengajukan keluhan dan mendapatkan bantuan melalui saluran yang disediakan oleh FCT sehingga membuat sistem pengaduan yang lebih mudah diakses dan responsif, termasuk penggunaan platform digital untuk mengajukan keluhan.
6. **Transparansi dan Akuntabilitas.** AS mewajibkan perusahaan untuk memberikan informasi yang jelas mengenai produk dan layanan untuk mendorong perusahaan untuk mematuhi standar transparansi dalam informasi produk dan layanan yang ditawarkan. (Truth in Lending Act).
7. **Penerapan Teknologi dalam Perlindungan Konsumen.** Memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan pelayanan dan perlindungan konsumen. Mengembangkan aplikasi dan platform online untuk edukasi konsumen serta sistem pengaduan.

Aspek	Indonesia	Amerika Serikat
Regulasi Utama	UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen	Federal Trade Commission Act
Penegakan Hukum	Masih lemah, kesadaran konsumen rendah	Lebih kuat dalam hal penegakan hukum
Fokus Kebijakan	Perlindungan terhadap penipuan dan informasi public	Perlindungan privasi dan informasi konsumen

¹⁷ Wibowo, I., & Sari, D. L. (2023). Perlindungan Konsumen di Amerika Serikat: Studi Kasus Federal Trade Commission (FTC) dan Consumer Product Safety Act (CPSA). *Jurnal Perlindungan Konsumen Internasional*, 20(2), 101-115.

Sistem	Terpusat dengan tantangan implementasi	Desentralisasi bervariasi antar negara tujuan
--------	--	---

KESIMPULAN

Indonesia sebagai negara yang tergolong sebagai negara berkembang, Masyarakat khususnya pelaku usaha di Indonesia belum menguasai sistem berusaha yang taat dan resmi, seperti kewajiban dalam pendaftaran, kurang mempunyai regulasi dalam memberi kepastian hukum kepada pedagang kecil. Ini menjadi tantangan dalam memajukan e-commerce maka itu perlu upaya pemerintah untuk menangani hal tersebut dengan meningkatkan sosialisasi, regulasi yang lebih luas dan jelas, dan investasi di bidang teknologi digital. Amerika Serikat dikenal dengan FTC (Federal Trade Commission) adalah komisi yang bertanggung jawab dalam melindungi konsumen dalam e-commerce akan penipuan dan praktik yang tidak etis. Amerika berpandangan bahwa perlindungan konsumen dalam lingkup internet itu penting karena konsumen menduduki posisi tawar yang lemah. Amerika Serikat dan Indonesia memiliki hukum e-commerce yang sama melindungi konsumen, memberi kepastian dan keadilan dalam lingkup transaksi online. Kepastian hukum yang jelas, perlindungan konsumen yang kokoh, dan kewajiban perzinan usaha adalah hal penting guna untuk menegakan hukum yang ideal.

Saran

Seyogyanya Indonesia perlu meningkatkan sistem hukum e-commerce apalagi dalam perlindungan konsumen yang harus menjadi fokus dalam transaksi dan perdagangan di lingkup internet. Indonesia baiknya bisa belajar kepada negara Amerika Serikat dalam hal sistem penegakan hukum perlindungan konsumen di internet dalam hal keefektifan penegakan hukum, regulasi yang kuat dan terintegrasi, edukasi dan memajukan kesadaran konsumen, promosi persaingan sehat, mekanisme pengaduan yang mudah, transparansi dan akuntabilitas, penerapan teknologi dalam melindungi konsumen. Amerika Serikat sendiri menerapkan sistem yang seperti ini dapat memajukan e-commerce dan sejalan dengan majunya perekonomiannya. Tentunya Besar peluang hukum e-commerce dan juga perekonomian di Indonesia bisa maju jika dapat memodifikasi lebih baik sistem hukum e-commerce AS dan menerapkannya. Tentunya tidak mudah perlu banyak tahapan lagi agar bisa mengadopsi sistem ini bisa diterapkan tanpa bertentangan dengan nilai-nilai dasar Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, M. F. (2019). *Sistem Hukum Indonesia dan Sistem Hukum Internasional*. Jakarta: Kencana.
- Adams, M. P. (2016). "The Role of the Consumer Product Safety Act in Protecting Public Health: A Legal and Policy Analysis." *Journal of Consumer Protection Law*, 24(3), 123-145.
- Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
- Peraturan Bank Indonesia No.11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik
- Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2020 Tentang Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat
- Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik
- Sari, N. P., & Purnama, D. A. (2023). *Ketidakadilan dalam Mekanisme Perpajakan pada E-Commerce di Indonesia: Tinjauan Terhadap Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 dan PP No. 23 Tahun 2018*. *Jurnal Ekonomi dan Hukum Bisnis*, 21(3), 156-172.
- Supomo, R. (2008). *Sistem Peradilan Indonesia: Teori dan Praktik*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Sutrisno, A. (2020). *Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi E-Commerce: Tinjauan Sistem Hukum di Indonesia*. Jakarta: Penerbit Hukum Mandiri.

Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 yang telah diubah dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang informasi dan transaksi elektronik (UU ITE)

Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Perdagangan

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Wibowo, I., & Sari, D. L. (2022). *Perlindungan Konsumen di Era E-Commerce: Perspektif Hukum dan Teknologi di Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.