



PERDAGANGAN ELEKTRONIK



MODUL - Sesi 14

Legal, Ethical, and Social Impacts of EC

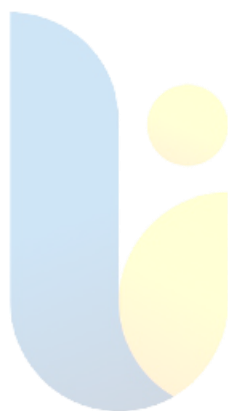
M Hanif Jusuf ST MKOM

2022



DAFTAR ISI

<i>DAFTAR ISI</i>	2
<i>DAFTAR GAMBAR</i>	3
<i>DAFTAR TABEL</i>	4
<i>PERTEMUAN 14 Legal, Ethical, and Social Impacts of EC</i>	5
<i>DAFTAR PUSTAKA</i>	<u>23</u>

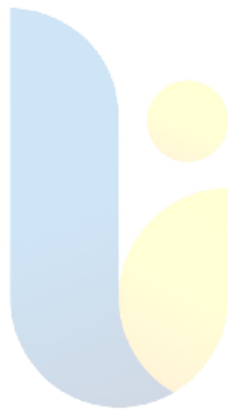


UNIVERSITAS
INABA



DAFTAR GAMBAR

No table of figures entries found.

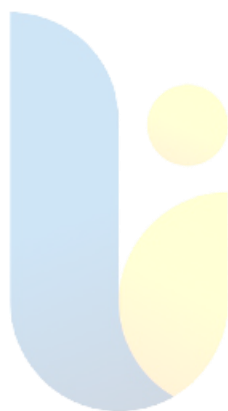


UNIVERSITAS
INABA



DAFTAR TABEL

No table of figures entries found.



UNIVERSITAS
INABA



PERTEMUAN ke 14

Regulasi, etika, dan lingkungan sosial dari perdagangan elektronik

Kemampuan yang diharapkan (Sub-Capaian Pembelajaran Mata Kuliah / Sub-CPMK):

- Mahasiswa mengetahui regulasi, etika, dan lingkungan sosial yang berkaitan dengan perdagangan elektronik

Bahan Kajian :

Regulasi, etika, dan lingkungan sosial dari perdagangan elektronik:

- Prinsip etika dalam perdagangan elektronik
- Etika bisnis
- Properti intelektual dalam perdagangan elektronik
- Hak privasi, proteksi, dan kebebasan berpendapat bagi pengguna/pelanggan
- Pajak perdagangan elektronik
- Perlindungan pelanggan dan penjual dari kejahatan online
- Kebijakan publik terkait perdagangan elektronik.

Regulasi, etika, dan lingkungan sosial dari perdagangan elektronik

HUKUM VS ETIKA

Hukum adalah tindakan yang diambil pemerintah dan dikembangkan melalui peraturan-peraturan sah yang tegas untuk mengatur tingkah laku penduduknya sesuai dengan peraturan-peraturan yang ada. Etika adalah suatu bagian pemikiran yang menyatakan apa yang benar dan salah. Etika didukung oleh persetujuan dari suatu lingkungan masyarakat atas tindakan yang benar atau salah. Suatu tindakan yang melanggar etika, belum tentu melanggar hukum dan sebaliknya.

ETIKA DALAM E-COMMERCE

1. Penggunaan internet kantor diluar tugas

- e-mail digunakan untuk mengganggu karyawan lain
- Perjudian ilegal di internet
- E-mail digunakan untuk bisnis pribadi
- Menghabiskan waktu dengan memakai internet diluar tugas kantor,dll.

2. Kode Etik

Membatasi penggunaan internet non-pekerjaan kantor dengan mengeluarkan kebijakan penggunaan internet Kode etik harus menunjukkan peraturan formal dan sikap atau kelakuan yang diharapkan dari karyawan, harus menjelaskan siapa yang boleh/tidak mengakses informasi di internet, penggunaan e-mail, dan surfing non-pekerjaan kantor selama jam kerja.

PRIVACY

Privasi adalah hak untuk ditinggalkan sendiri dan hak untuk bebas dari campur tangan orang lain. Privasi agak sulit ditentukan karena:

- Hak atas privasi tidak absolut, karena harus diseimbangkan dengan kebutuhan hidup bermasyarakat
- Hak publik untuk mengetahui adalah superior (lebih penting) dari pada hak individu atas privasi Privasi meliputi :

1. Pengumpulan informasi personal
2. Perlindungan privasi

PENGUMPULAN INFORMASI PERSONAL

Informasi mengenai personal seseorang biasanya dibutuhkan dalam pemerintahan Internet telah menciptakan dimensi baru dalam mengakses dan menggunakan data personal. Masalahnya adalah informasi personal yang dikumpulkan bisa saja merugikan si pemilik informasi.

PENGUMPULAN INFORMASI PERSONAL

Cara-cara pengumpulan informasi di internet:

- ☐ Membaca posting dari individu
- ☐ Melihat nama dan identitas individu di internet
- ☐ Membaca e-mail individual
- ☐ Melacak jalur komunikasi wireless
- ☐ Meminta individu mengisi registrasi sebuah situs
- ☐ Merekam tindakan individu pada saat mengakses internet dengan menggunakan cookies.

Cookies adalah bagian kecil dari data yang dikirim dan diterima antara sebuah situs dengan browser pada user sebagai navigasi situs tersebut. Pada awalnya cookies digunakan untuk membantu personalisasi dan CRM

PERLINDUNGAN PRIVASI

Notice/peringatan Pilihan atau persetujuan Kemampuan Akses/partisipasi pada perubahan data pribadi Jaminan keamanan/integritas Enforcement/redress (data dapat ditarik kembali)

INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS



Kekayaan Intelektual : kreasi dari pikiran: penemuan, pekerjaan artistik, simbol, nama, gambar, desain yang digunakan dalam perdagangan Hak atas kekayaan intelektual adalah pemberian perlindungan kepada siapapun yang memiliki kekayaan intelektual Dalam e-commerce ada 4 tipe kekayaan intelektual, yaitu Copyright, trademark, nama domain, dan patent Tanpa hak atas kekayaan intelektual, dunia industri naik film, musik, software, penerbitan, obat, dan bioteknologi akan jatuh.

INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS

1. Copyright adalah pemberian hak-hak khusus dari pemerintah kepada pemilik kekayaan intelektual untuk:

☐ Memproduksi ulang sebuah pekerjaan, seluruh atau sebagian

☐ Mendistribusikan, menunjukkan, atau memasangnya kepada publik dalam bentuk apapun termasuk internet Pelanggaran copyright bisa terjadi dalam bentuk mendownload musik, video, games, software dan produk-produk digital lainnya secara ilegal

INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS

2. Trademark

Adalah simbol yang digunakan oleh bisnis untuk mengidentifikasi produk dan jasa mereka. Trademark harus diregister agar dapat dilindungi oleh hukum. Dan bila telah diregister akan berlangsung selamanya, selama biaya registrasi terus dibayar. Pemilik trademark mempunyai hak khusus untuk:

- Menggunakan trademark yang ter-register pada produk/jasa
- Mengambil tindakan legal untuk mencegah siapapun dari penggunaan trademark tanpa izin

INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS

☐ Domain Names (Nama Domain) Merupakan variasi dari Trademark, dimana semua nama domain harus didaftarkan dan kepemilikan serta penggunaannya dijaga. ☐ Karena rumitnya pengaturan Nama Domain maka dibuat lembaga-lembaga tertentu untuk mengaturnya, seperti yang pernah ada: Network Solution, Inc., The Council of Registrars (CORE), Global Internet Project

☐ Untuk mencegah konflik dalam hukum, maka dibuat jalan arbitrase (mediasi) dengan menunjuk beberapa organisasi untuk menengahi perdebatan domain. Diantaranya: Disputes.org Consortium, The National Arbitration Forum, dan WIPO

☐ Domain Names (Nama Domain)

☐ Semua keputusan yg dihasilkan organisasi Arbitrase tersebut akan dihormati oleh organisasi² pengatur nama domain.

☐ Cybersquatting : kegiatan meregister nama-nama domain dengan tujuan untuk menjualnya kembali dengan harga tinggi



Para cybersquatter biasanya mendaftarkan nama-nama yang belum ada di internet, tetapi sudah memiliki trademark (misal: Christian Dior, Nike, Deutsche Bank, Microsoft) Maka dibutuhkan mediasi arbitrase untuk mengatasi para cybersquatter tersebut.

INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS

3. Patents Adalah dokumen yang menjamin pemegang hak exclusive dari sebuah penemuan/pengembangan untuk beberapa tahun (17 thn utk US, 20 thn di UK) Hal-hal yang dapat dipatenkan adalah berupa temuan fisik teknologi ataupun metode-metode atau proses-proses dalam pembuatan peralatan secara fisik Cth: Network Sales Systems (no.paten 5715314), Internet Server Access Control and Advertising(5724424), dll

Pengertian Etika

Menurut Chris MacDonald (2010), etika mengacu pada filosofi penting dan terstruktur yang mempelajari perilaku orang. Etika tidak hanya tentang mengekspresikan bagaimana orang-orang berperilaku dan menciptakan nilai mereka sendiri, meskipun itu dapat dianggap sebagai poin penting, tetapi juga memeriksa dan menganalisis sejumlah keyakinan dan kebiasaan berprinsip yang menetapkan fondasi untuk menilai norma-norma tertentu.

Etika terstruktur, seperti dikatakan oleh MacDonald, karena itu bukan pendapat individu tetapi sistem mempersatukan beragam pendapat menjadi paket aturan umum yang etis. Pendeknya, “Untuk tujuan praktis, etika berarti memberikan alasan pembenaran untuk pilihan & perilaku kita ketika itu mempengaruhi orang lain, dan alasan pembenaran untuk pujian atau kritik kita terhadap perilaku orang lain”

Kegiatan hidup manusia, adalah persoalan tentang nilai. Manusia berbuat, karena ada sesuatu yang diinginkan. Nilai diartikan sebagai kualitas atau sesuatu kenyataan yang mempunyai keunggulan, kegunaan dan diinginkan. Pemahaman tentang nilai yang semula sifatnya abstrak, berubah menjadi kenyataan dalam perbuatan. Perbuatan yang mencerminkan nilai itu secara tidak langsung terungkap melalui norma. Dengan demikian nilai diaktualisasikan di dalam perbuatan melalui norma.

Norma hidup masyarakat merupakan penampung norma keluarga, pada hakikatnya merupakan perwujudan nilai oleh individu di dalam hubungan antar (interaksi) menuju terwujudnya kepentingan dan keteraturan. Kedua aspek formal tersebut dapat terwujud di dalam solidaritas dan subsidiaritas. Di dalam kehidupan bersama perwujudan nilai ke dalam norma masyarakat mengantarkan masyarakat ke arah yang lebih baik dalam arti memberikan kesempatan kepada individu untuk lebih mengaktualisasikan nilai-nilai (Parmono, 1995).

Etika Deontologi

Kata deontologi berasal dari kata Yunani untuk tugas (deon) dan ilmu (atau studi) dari (logo). Dalam filsafat moral kontemporer, deontologi adalah salah satu dari jenis teori normatif mengenai pilihan mana yang secara moral diperlukan, dilarang, atau diizinkan. Dengan kata lain, deontologi berada dalam domain teori-teori moral yang memandu dan menilai pilihan kita tentang apa yang seharusnya kita

lakukan (teori deontik), berbeda dengan yang membimbing dan menilai orang macam apa kita dan seharusnya (aretaic [kebajikan] teori) (Asdi 1995).

Etika Bisnis

Moral dilandasi oleh etika sehingga orang yang memiliki moral pasti dilandasi oleh etika. Demikian pula perusahaan yang memiliki etika bisnis pasti manajer dan segenap karyawan memiliki moral yang baik. Etika adalah suatu cabang dari filosofi yang berkaitan dengan kebaikan (rightness) atau moralitas (kesusilaan) dari kelakuan manusia. Kata etik juga berhubungan dengan objek kelakuan manusia di wilayah wilayah tertentu, seperti etika kedokteran, etika bisnis, etika professional (advokat, akuntan) dan lain-lain. Disini ditekankan pada etika sebagai objek perilaku manusia dalam bidang bisnis. Dalam pengertian ini etika diartikan sebagai aturan-aturan yang tidak dapat dilanggar dari perilaku yang diterima oleh masyarakat sebagai baik (good) atau buruk (bad).

Keputusan yang diambil oleh seseorang merefleksikan banyak faktor termasuk moral, nilai-nilai individu dan masyarakat. Secara sederhana etika bisnis dapat diartikan sebagai satu aturan main yang tidak mengikat karena bukan hukum. Tetapi harus diingat dalam praktek bisnis sehari-hari etika bisnis dapat menjadi batasan bagi aktivitas bisnis yang dijalankan. Etika bisnis sangat penting mengingat dunia usaha tidak lepas dari elemen-elemen lainnya. Keberadaan usaha pada hakikatnya adalah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis tidak hanya mempunyai hubungan dengan orang-orang maupun badan hukum sebagai pemasok, pembeli, penyalur, pemakai, dan lain-lain (Dalimunthe, 2004).

Dalam bisnis e-commerce, supply chain management menjadi faktor yang sangat vital dalam operasional perusahaan. Sehingga Praktik Bisnis Etis dalam Pembelian dan Manajemen Persediaan sangatlah penting. “Organisasi terbaik dan tersukses mengakui bahwa mereka hanya akan berhasil dalam jangka panjang jika mereka memuaskan aspirasi para pemangku kepentingan mereka; termasuk pelanggan, pemasok, karyawan, komunitas lokal, investor, pemerintah, kepentingan umum, dan kelompok lingkungan”. (Ethical Business Practices in Purchasing and Supply Management, 1999).

The Chartered Institute of Purchasing & Supply (CIPS) memiliki Kode Etik Pribadi yang mana para anggotanya harus mematuhi. Kode ini menetapkan prinsip-prinsip:

- integritas
- profesionalisme
- standar tinggi
- penggunaan sumber daya yang optimal dan
- kepatuhan terhadap kewajiban hukum dan lainnya

dan menawarkan panduan terkait dengan:

- pernyataan kepentingan
- kerahasiaan dan akurasi informasi
- persaingan yang adil
- hadiah bisnis dan keramahan dan



- mencari saran

Menurut Grewal & Shivani (2012), etika bisnis berkaitan dengan prinsip-prinsip yang memandu kinerja organisasi dalam cara melakukan bisnis. Khususnya, etika menetapkan aturan standar bagi orang-orang untuk mengikuti dan menahan ketertarikan diri mereka yang mempengaruhi orang lain. Sementara etika bisnis mempertimbangkan cara perusahaan mengambil tanggung jawab untuk mengejar keuntungan yang mempengaruhi orang-orang yang terlibat di antara pemegang saham, pemangku kepentingan dan seluruh masyarakat.

Pengambilan keputusan harian di bisnis harus memastikan manfaat dan kepuasan, serta moralitas. Ini berarti bahwa, misalnya, untuk pemegang saham, tugas etis institusi adalah untuk mendatangkan keuntungan bisnis tanpa melanggar hukum atau mengambil bagian dalam penipuan pekerjaan untuk pemangku kepentingan.

Tanggung jawab etis perusahaan adalah untuk mengelola semua kepentingan dan manfaat yang adil dari pihak yang berkepentingan dan untuk masyarakat, perusahaan harus mengambil semua anggota masyarakat di mana perusahaan ada menjadi pertimbangan.

Etika adalah komitmen untuk melakukan apa yang benar dan menghindari apa yang tidak benar. Etika bisnis adalah kode etik perilaku perusahaan berdasarkan nilai-nilai

moral dan norma yang dijadikan tuntunan dalam membuat keputusan bisnis.

Secara singkat, etika bisnis dapat dikatakan merupakan tata cara berbisnis secara sehat.

Intinya adalah menjalankan bisnis tanpa adanya tindakan yang merugikan hak dan kepentingan pihak lain yang terkait dengan bisnis (Nurseto, 2018).

Selanjutnya Nurseto (2018) menyatakan bahwa, kinerja bisnis sesungguhnya tidak hanya diukur dari perolehan keuntungan semata, tetapi perlu juga mengedepankan komitmen moral, pelayanan, mutu, dan tanggung jawab sosial. Mengedepankan tindakan beretika dalam berbisnis dapat dikatakan merupakan strategi bisnis jangka panjang yang terbaik. Secara umum, prinsip-prinsip yang harus dipegang teguh dalam menjalankan bisnis beretika adalah:

- a. Kejujuran
- b. Tanggung jawab
- c. Transparansi
- d. Profesional
- e. Kepercayaan
- f. Keadilan

Hal-hal seperti ini diperlukan untuk mempertahankan kepercayaan konsumen dan pihak lain yang terkait. Hal ini karena dalam bisnis, reputasi perusahaan menjadi hal yang sangat penting untuk diciptakan dan dibina sehingga mampu menghasilkan profit



yang berkelanjutan.

Nilai dan Kearifan Lokal

Proses bisnis adalah proses penciptaan nilai (value creation), yaitu proses penciptaan apapun yang bermanfaat bagi kemanusiaan. Real value creation dalam bisnis hanya akan terjadi jika dilakukan dengan cara-cara yang bermoral. Cara yang tidak bermoral hanya menghasilkan value destruction, tidak pantas disebut partisipasi dalam pembangunan, melainkan pemunduran dan perusakan masyarakat. Tantangan pendidikan manajemen dan bisnis, antara lain adalah globalisasi, perkembangan teknologi, bisnis berbasis kompetensi, perspektif bisnis sebagai sistem, revolusi kualitas, perubahan dan perubahan.

Kearifan lokal yang hidup dan berkembang dalam masyarakat suku bangsa Indonesia, merupakan modal sosial bangsa yang dapat digunakan dalam menghadapi derasnya arus budaya global, agar bangsa Indonesia dapat mengurangi pengaruh negatifnya terhadap kehidupan bermasyarakat dan berbangsa. Kearifan lokal suku bangsa Indonesia, pada umumnya berisi nilai-nilai religious, kemanusiaan, kebersamaan, toleransi, saling percaya, solidaritas dan kepedulian sosial dapat membangun elemen-elemen modal sosial, antara lain seperti kepercayaan (mutual trust); jejaring/hubungan social; dan norma. (Pratikto 2015).

Permasalahan Etika dalam e-Commerce

Lingkungan jejaring digital telah menghasilkan industri e-commerce. Ecommerce berkembang sangat cepat seperti yang dilakukan semua teknologi informasi. Dalam e-commerce, untuk beberapa bagian, masalah etika dan dilema berbeda dibandingkan dengan bisnis mortir dan batu bata. Isu-isu utama dalam etika ecommerce adalah tetap, seperti: Akses; Hak milik intelektual; Privasi dan informed consent; Perlindungan anak-anak; Keamanan informasi; Kepercayaan. Analisis teoritis memungkinkan menyimpulkan bahwa etika e-commerce mirip dengan etika bisnis dan aturan etika tradisional dan pengambilan keputusan etis dapat berhasil diterapkan dalam menyelesaikan masalah etika dan dilema dalam lingkungan digital.

Analisis kasus situs e-shopping diskon di Lithuania mengungkapkan bahwa situasi ketidakadilan dapat terjadi bahkan dengan merek dan nama-nama terkenal. Situasi ini menghadirkan ancaman yang mungkin terhadap kepercayaan perusahaan daripada ketidakadilan (produk palsu) yang dijual di situs e-shopping mereka. Bahkan tindakan hukum diambil untuk mengelola situasi kecurangan; analisis kasus mengungkapkan bahwa hampir semua tindakan tambahan tidak diambil untuk membangun kembali keadilan moral. Tindakan nyata yang diambil hanya membangun departemen yang menjaga kualitas di perusahaan dan memberikan perhatian lebih pada masalah hukum.

Masalah moral dunia usaha bersifat kompleks dan akan sulit untuk menyelesaikannya hanya dengan satu ketentuan atau posisi, namun prinsip etika dasar tetap ada. Semua etis teori saling terkait satu sama lain dan saling melengkapi; oleh karena itu tidak adil untuk menugaskan analisis perilaku atau situasi tertentu pada satu teori etis tertentu. Teori etika klasik dapat digunakan dalam kombinasi untuk mendapatkan jawaban yang secara etis benar untuk setiap skenario, yang terjadi di lingkungan jejaring internet. Solusi efektif banyak bergantung pada manajer di perusahaan karena pada umumnya mereka adalah pengambil keputusan yang paling penting (Greblikaite & Pervazaitė 2014)



Bisnis E-Commerce menurut perspektif Islam Transaksi as-salam merupakan bentuk transaksi dengan sistem pembayaran secara tunai/disegerakan tetapi penyerahan barang ditangguhkan. Sedangkan transaksi al-istisna' merupakan bentuk transaksi dengan sistem pembayaran secara disegerakan atau secara ditangguhkan sesuai kesepakatan dan penyerahan barang ditangguhkan.

Transaksi as-salam disebut juga as-salaf seperti halnya model transaksi jual beli lainnya, telah ada bahkan sebelum kedatangan Nabi Muhammad Saw. Hal ini merupakan suatu bentuk keringanan dalam bermuamalah dan memberikan kemudahan kepada manusia dalam berinteraksi dengan sesama, khususnya pada masalah pertukaran harta, seperti halnya jual beli dengan hutang. Transaksi as-salam dibolehkan berdasarkan al-Qur'an dan as-Sunnah. Ibn 'Abbâs berkata: "Saya bersaksi bahwa salaf yang dijamin untuk waktu tertentu, telah dihalalkan oleh Allah dalam Kitab-Nya dan diijinkan-Nya". Kemudian dia membaca firman Allah: "Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya". Ketika Rasulullah SAW tiba di Madinah, orang-orang sudah biasa melakukan pembayaran lebih dahulu (salaf) buat buah-buahan untuk jangka waktu setahun atau dua tahun.

Kemudian beliau bersabda: "Barangsiapa yang melakukan salaf, hendaklah melakukannya dengan takaran yang jelas dan timbangan yang jelas pula, sampai batas waktu tertentu."

Pelaksanaan transaksi bisnis e-commerce, secara sekilas hampir serupa dengan transaksi as-salam dalam hal pembayaran dan penyerahan komoditi yang dijadikan sebagai obyek transaksi. Oleh karena itu, untuk menganalisis dengan jelas apakah transaksi dalam e-commerce melalui internet tersebut dapat disejajarkan dengan prinsip-prinsip transaksi yang ada dalam transaksi as-salam maka masing-masing dapat dicermati melalui pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi, proses pernyataan kesepakatan transaksi dan melalui obyek transaksi.

Transaksi yang dilakukan dalam e-commerce melalui internet pada dasarnya tidak memiliki perbedaan dengan transaksi as-salam kecuali pada komoditi yang dijadikan sebagai obyek transaksi. Dan juga transaksi e-commerce dapat dibolehkan menurut Islam berdasarkan prinsip-prinsip yang ada dalam perdagangan menurut Islam, khususnya dianalogikan dengan prinsip transaksi as-salam, kecuali pada komoditi yang tidak dibenarkan untuk diperdagangkan secara Islam. Dalam transaksi e-commerce, komoditi yang dijadikan sebagai obyek transaksi dapat berupa apa saja, baik itu komoditi yang legal diperjualbelikan menurut Islam ataupun komoditi yang illegal, seperti minuman keras. Berbeda halnya dalam transaksi as-salam yang memberlakukan ketentuan bahwa komoditi yang boleh dijadikan sebagai obyek transaksi harus komoditi yang dibenarkan oleh Islam untuk diperdagangkan.

Oleh karena itu, untuk komoditi yang illegal diperdagangkan menurut Islam tidak sesuai dengan ketentuan yang ada dalam transaksi as-salam. Selanjutnya, komoditi tersebut dalam transaksi e-commerce dapat berupa komoditi digital dan nondigital.

Untuk komoditi digital yang diperdagangkan dalam transaksi e-commerce tidak termasuk dalam ketentuan yang ada dalam transaksi as-salam karena dalam transaksi as-salam, komoditi harus ditangguhkan penyerahannya sampai batas waktu tertentu. Sedangkan dalam transaksi e-commerce, untuk komoditi digital diserahkan langsung melalui internet kepada konsumen. Hal ini tidak sama dengan transaksi as-salam tapi sama seperti transaksi jual beli biasa.



Peraturan Perundangan yang berlaku Dalam aspek hukum saat ini Indonesia telah memiliki perangkat hukum yang mengatur transaksi elektronik yaitu Undang-Undang No.11 Tahun 2008 tentang Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU-ITE), yang didalamnya antara lain mengatur upaya melindungi masyarakat dari transaksi elektronik. Selain itu juga Indonesia telah memiliki Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 yang mengatur secara khusus mengenai perdagangan elektronik. Menurut UU Nomor 7 Tahun 2014, Pelaku Usaha dalam perdagangan elektronik dinyatakan wajib melakukan pendaftaran dan memenuhi ketentuan teknis dari instansi yang terkait. Setiap pelaku usaha harus memiliki dan mendeklarasikan etika bisnis (business conduct atau code of practices). Pelaku usaha dilarang mewajibkan konsumen untuk membayar produk yang dikirim tanpa adanya kesepakatan terlebih dahulu (inertia selling). Informasi atau dokumen elektronik dapat digunakan sebagai suatu alat bukti. Informasi atau dokumen elektronik memiliki nilai kekuatan hukum yang sama dengan akta otentik. Perihal kontrak elektronik, kontrak perdagangan elektronik sah ketika terdapat kesepakatan para pihak. Kontrak Perdagangan elektronik paling sedikit harus memuat identitas para pihak, spesifikasi barang dan atau jasa yang disepakati, legalitas barang dan atau jasa, nilai transaksi perdagangan, persyaratan dan jangka waktu pembayaran, prosedur operasional pengiriman barang dan atau jasa, dan prosedur pengembalian barang dan atau jika terjadi ketidaksesuaian. Dalam hal terjadi sengketa terkait dengan transaksi dagang melalui sistem elektronik, orang atau badan usaha yang mengalami sengketa dapat menyelesaikan sengketa tersebut melalui pengadilan atau melalui mekanisme penyelesaian sengketa lainnya. (Ikhwani Nul Yusuf, 2018).

Selanjutnya menurut UU Nomor 7 Tahun 2014, Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar (1). Setiap Pelaku Usaha dilarang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data dan/atau informasi (2). Penggunaan sistem elektronik wajib memenuhi ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (3). Data dan/atau informasi paling sedikit memuat: identitas dan legalitas Pelaku Usaha sebagai produsen atau Pelaku Usaha Distribusi (a); persyaratan teknis Barang yang ditawarkan (b); persyaratan teknis atau kualifikasi Jasa yang ditawarkan (c); harga dan cara pembayaran Barang dan/atau Jasa (d); dan cara penyerahan Barang (e). Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar, dikenai sanksi administratif berupa pencabutan izin. Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 65 ayat (2) (Penggunaan sistem elektronik wajib memenuhi ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik) dipidana dengan pidana penjara paling lama 12 (dua belas) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp12.000.000.000,00 (dua belas miliar rupiah). Untuk melaksanakan amanat Undang-Undang No.11 Tahun 2008 tentang Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU-ITE), pemerintah melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika telah mengeluarkan Peraturan Pemerintah dan Surat Edaran sebagai berikut:

1. Peraturan Pemerintah (PP) Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik. PP ini mengatur mengenai:

1. Penyelenggaraan Sistem Elektronik;
2. Penyelenggara Agen Elektronik;



3. Penyelenggaraan Transaksi Elektronik;
4. Tanda Tangan Elektronik;
5. Penyelenggaraan Sertifikasi Elektronik;
6. Lembaga Sertifikasi Keandalan; dan
7. Pengelolaan Nama Domain.

Terkait dengan permasalahan etika, telah diatur dalam PP ini mengenai keharusan penyelenggara sistem elektronik diantaranya untuk mengadakan perjanjian tingkat layanan baku (service level agreement) dengan pelanggan, perjanjian kerahasiaan dan pemanfaatan data pelanggan maupun data transaksi, serta Penyelenggara Sistem Elektronik untuk pelayanan publik wajib menerapkan tata kelola yang baik dan akuntabel. Tata kelola paling sedikit harus memenuhi persyaratan: Tersedianya prosedur atau petunjuk dalam Penyelenggaraan Sistem Elektronik yang didokumentasikan dan/atau diumumkan dengan bahasa, informasi, atau simbol yang dimengerti oleh pihak yang terkait dengan Penyelenggaraan Sistem Elektronik tersebut (1); adanya mekanisme yang berkelanjutan untuk menjaga kebaruan dan kejelasan prosedur pedoman pelaksanaan

(2); adanya kelembagaan dan kelengkapan personel pendukung bagi pengoperasian Sistem Elektronik sebagaimana mestinya

(3); adanya penerapan manajemen kinerja pada Sistem Elektronik yang diselenggarakannya untuk memastikan Sistem Elektronik beroperasi sebagaimana mestinya

(4); dan adanya rencana menjaga keberlangsungan Penyelenggaraan Sistem Elektronik yang dikelolanya (5).

2. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 36

Tahun 2014 Tentang Tata Cara Pendaftaran Penyelenggara Sistem Elektronik.

Peraturan Menteri ini mencakup kewajiban pendaftaran dan tata caranya kepada Penyelenggara Sistem Elektronik yang meliputi:

1. Portal, situs atau aplikasi online melalui internet yang dipergunakan untuk fasilitasi penawaran dan/atau perdagangan barang dan/atau jasa;
2. Sistem Elektronik yang didalamnya terdapat fasilitas pembayaran dan/atau transaksi keuangan lainnya secara online melalui jaringan komunikasi data atau internet;
3. Sistem Elektronik yang dipergunakan untuk pemrosesan informasi elektronik yang mengandung atau membutuhkan deposit dana atau yang dipersamakan dengan dana;
4. Sistem Elektronik yang digunakan untuk pemrosesan, pengolahan, atau penyimpanan data yang terkait fasilitas yang berhubungan dengan data pelanggan untuk kegiatan operasional melayani masyarakat yang terkait dengan aktifitas transaksi keuangan dan perdagangan;
5. Sistem Elektronik yang dipergunakan untuk pengiriman materi digital berbayar melalui jaringan data baik dengan cara download melalui portal/situs, pengiriman lewat e-mail, atau melalui aplikasi lain ke



perangkat pengguna. Penyelenggara Sistem Elektronik harus menggunakan Nama Domain Tingkat Tinggi Indonesia bagi Sistem Elektronik yang berbentuk situs.

3. PEMBAHASAN

Penyelenggaraan bisnis e-commerce di Indonesia, dari segi aspek hukum dan kelengkapan perundang-undangan saat ini telah memiliki perangkat hukum yang cukup lengkap, dari mulai Undang-Undang, Peraturan Pemerintah sampai dengan Peraturan Menteri. Kondisi ini sangat penting sebagai pijakan kepastian hukum dalam menjalankan bisnis perdagangan elektronik atau e-commerce. Adapun aturan-aturan tersebut antara lain adalah: Undang-Undang No.11 Tahun 2008 tentang Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU-ITE), yang didalamnya antara lain mengatur upaya melindungi masyarakat dari transaksi elektronik (1). Selain itu juga Indonesia telah memiliki Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 yang mengatur secara khusus mengenai perdagangan elektronik (2). Menurut UU Nomor 7 Tahun 2014, Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar (1). Setiap Pelaku Usaha dilarang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data dan/atau informasi (2). Penggunaan sistem elektronik wajib memenuhi ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (3). Data dan/atau informasi paling sedikit memuat: identitas dan legalitas Pelaku Usaha sebagai produsen atau Pelaku Usaha Distribusi (a); persyaratan teknis Barang yang ditawarkan (b); persyaratan teknis atau kualifikasi Jasa yang ditawarkan (c); harga dan cara pembayaran Barang dan/atau Jasa (d); dan cara penyerahan Barang (e). Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar, dikenai sanksi administratif berupa pencabutan izin. Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data dan/atau informasi yang ditetapkan (Penggunaan sistem



elektronik wajib memenuhi ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik) dipidana dengan pidana penjara paling lama 12 (dua belas) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp12.000.000.000,00 (dua belas miliar rupiah).

Peraturan peundangan-undangan di atas telah menunjukkan bahwa pemerintah sudah sangat serius membuat perangkat peraturan dalam rangka menciptakan lingkungan yang sehat dengan kepastian hukum dan melindungi industri e-commerce di Indonesia baik pelaku usaha maupun pelanggan, dalam rangka menumbuhkan industri berbasis e-commerce untuk kesejahteraan rakyat.

Tidak cukup dengan peundagn-undangan yang ada, dalam rangka melaksanakan amanat Undang-Undang No.11 Tahun 2008 tentang Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU-ITE), pemerintah melalui Kementrian Komunikasi dan Informatika telah mengeluarkan Peraturan Pemerintah (PP) Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik. PP ini mengatur mengenai: Penyelenggaraan Sistem Elektronik; Penyelenggara Agen Elektronik; Penyelenggaraan Transaksi Elektronik; Tanda Tangan Elektronik; Penyelenggaraan Sertifikasi Elektronik; Lembaga Sertifikasi Keandalan; dan Pengelolaan Nama Domain.

Terkait dengan permasalahan etika bisnis, telah diatur dalam PP ini mengenai keharusan penyelenggara sistem elektronik diantaranya untuk mengadakan perjanjian tingkat layanan baku (service level agreement) dengan pelanggan, perjanjian kerahasiaan dan pemanfaatan data pelanggan maupun data transaksi, serta Penyelenggara Sistem Elektronik untuk pelayanan publik wajib menerapkan tata kelola yang baik dan akuntabel.

Tata kelola paling sedikit harus memenuhi persyaratan: Tersedianya prosedur atau petunjuk dalam Penyelenggaraan Sistem Elektronik yang didokumentasikan dan/atau diumumkan dengan bahasa, informasi, atau simbol yang dimengerti oleh pihak yang terkait dengan Penyelenggaraan Sistem Elektronik tersebut (1); adanya



mekanisme yang berkelanjutan untuk menjaga kebaruan dan kejelasan prosedur pedoman pelaksanaan (2); adanya kelembagaan dan kelengkapan personel pendukung bagi pengoperasian Sistem Elektronik sebagaimana mestinya (3); adanya penerapan manajemen kinerja pada Sistem Elektronik yang diselenggarakannya untuk memastikan Sistem Elektronik beroperasi sebagaimana mestinya (4); dan adanya rencana menjaga keberlangsungan Penyelenggaraan Sistem Elektronik yang dikelolanya (5).

Guna mengikuti perkembangan bisnis e-commerce yang semakin berkembang, Kementerian Komunikasi dan Informatika mengeluarkan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2014 Tentang Tata Cara Pendaftaran Penyelenggara Sistem Elektronik. Peraturan Menteri ini mencakup kewajiban pendaftaran dan tata caranya kepada Penyelenggara Sistem Elektronik yang meliputi: Portal, situs atau aplikasi online melalui internet yang dipergunakan untuk fasilitasi penawaran dan/atau perdagangan barang dan/atau jasa (1); Sistem Elektronik yang didalamnya terdapat fasilitas pembayaran dan/atau transaksi keuangan lainnya secara online melalui jaringan komunikasi data atau internet (2); Sistem Elektronik yang dipergunakan untuk pemrosesan informasi elektronik yang mengandung atau membutuhkan deposit dana atau yang dipersamakan dengan dana (3); Sistem Elektronik yang digunakan untuk pemrosesan, pengolahan, atau penyimpanan data yang terkait fasilitas yang berhubungan dengan data pelanggan untuk kegiatan operasional melayani masyarakat yang terkait dengan aktifitas transaksi keuangan dan perdagangan (4); Sistem Elektronik yang dipergunakan untuk pengiriman materi digital berbayar melalui jaringan data baik dengan cara download melalui portal/situs, pengiriman lewat e-mail, atau melalui aplikasi lain ke perangkat pengguna (5). Penyelenggara Sistem Elektronik harus menggunakan Nama Domain Tingkat Tinggi Indonesia bagi Sistem Elektronik yang berbentuk situs (6).

Kementerian Perdagangan dan Kementerian Komunikasi dan Informatika merupakan unit teknis pemerintah yang secara langsung mengatur, mengontrol, mengawasi dan mendorong berkembangnya industri e-commerce di Indonesia.



Secara Syariah Islam, bisnis e-commerce sesuai dengan syariah dengan konsep bisnis as-salam. Transaksi as-salam dibolehkan berdasarkan al-Qur'an dan as-Sunnah. Ibn 'Abbâs berkata: "Saya bersaksi bahwa salaf yang dijamin untuk waktu tertentu, telah dihalalkan oleh Allah dalam Kitab-Nya dan diijinkan-Nya". Kemudian dia membaca firman Allah: "Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya". Ketika Rasulullah SAW tiba di Madinah, orang-orang sudah biasa melakukan pembayaran lebih dahulu (salaf) buat buah-buahan untuk jangka waktu setahun atau dua tahun. Kemudian beliau bersabda: "Barangsiapa yang melakukan salaf, hendaklah melakukannya dengan takaran yang jelas dan timbangan yang jelas pula, sampai batas waktu tertentu."

Pelaksanaan transaksi bisnis e-commerce, secara sekilas hampir serupa dengan transaksi as-salam dalam hal pembayaran dan penyerahan komoditi yang dijadikan sebagai obyek transaksi. Oleh karena itu, untuk menganalisis dengan jelas apakah transaksi dalam e-commerce melalui internet tersebut dapat disejajarkan dengan prinsip-prinsip transaksi yang ada dalam transaksi as-salam maka masing-masing dapat dicermati melalui pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi, proses pernyataan kesepakatan transaksi dan melalui obyek transaksi.

Transaksi yang dilakukan dalam e-commerce melalui internet pada dasarnya tidak memiliki perbedaan dengan transaksi as-salam kecuali pada komoditi yang dijadikan sebagai obyek transaksi. Dan juga transaksi e-commerce dapat dibolehkan menurut Islam berdasarkan prinsip-prinsip yang ada dalam perdagangan menurut Islam, khususnya dianalogikan dengan prinsip transaksi as-salam, kecuali pada komoditi yang tidak dibenarkan untuk diperdagangkan secara Islam. Menurut Etika Deontology, kewajiban untuk melakukan proses dan produk yang diperdagangkan menjadi hal yang penting dan harus diperhatikan, yaitu kehalalan bisnis yang digeluti maupun objek yang diperdagangkan harus sesuai dengan ajaran moral dalam syariah Islam. Begitu juga dari sisi Etika Teleology, bisnis e-commerce harus memiliki tujuan yang baik untuk perdagangan itu sendiri, memberikan penghidupan yang layak bagi



para pelakunya serta memberikan kemaslahatan bagi umat, yang pada akhirnya meningkatkan taraf hidup umat dan rakyat Indonesia secara keseluruhan.

Menurut Grewal & Shivani (2012), etika bisnis berkaitan dengan prinsip-prinsip yang memandu kinerja organisasi dalam cara melakukan bisnis. Khususnya, etika menetapkan aturan standar bagi orang-orang untuk mengikuti dan menahan ketertarikan diri mereka yang mempengaruhi orang lain. Sementara etika bisnis mempertimbangkan cara perusahaan mengambil tanggung jawab untuk mengejar keuntungan yang mempengaruhi orang-orang yang terlibat di antara pemegang saham, pemangku kepentingan dan seluruh masyarakat.

Pengambilan keputusan harian di bisnis harus memastikan manfaat dan kepuasan, serta moralitas. Ini berarti bahwa, misalnya, untuk pemegang saham, tugas etis institusi adalah untuk mendatangkan keuntungan bisnis tanpa melanggar hukum atau mengambil bagian dalam penipuan pekerjaan untuk pemangku kepentingan. Tanggung jawab etis perusahaan adalah untuk mengelola semua kepentingan dan manfaat yang adil dari pihak yang berkepentingan dan untuk masyarakat, perusahaan harus mengambil semua anggota masyarakat di mana perusahaan ada menjadi pertimbangan. Dan bisnis e-commerce saat ini mendukung dan memastikan manfaat produk dan kepuasan pelanggan tanpa meninggalkan aspek moralitas.

Permasalahan yang terjadi pada bisnis e-commerce biasanya menyangkut pelanggaran terhadap etika kejujuran dan tanggungjawab baik yang dilakukan oleh perusahaan maupun oleh pelanggan. Dalam beberapa kasus yang ada ketidaksesuaian akan spesifikasi produk yang ditayangkan di website dan aplikasi tidak sesuai dengan harapan produk yang diterima oleh pelanggan, baik dari sisi kualitas maupun ukuran dan warna (fitur). Sedangkan etika kejujuran yang dilanggar pelanggan, antara lain adalah pelanggan tidak mengakui transaksi yang dilakukan bahkan dalam beberapa kasus melakukan pengembalian produk yang sudah rusak atau dipakai, seolah-olah ada kerusakan pada proses pengiriman. Kondisi ini tentunya, memerlukan peningkatan standar operasional prosedur (SOP) dari mulai pengemasan produk, pengiriman barang sampai tanda terima barang oleh pelanggan. Pengembangan SOP memang harus terus



ditingkatkan untuk memastikan transaksi lepas dari tindakan-tindakan tidak jujur.

Nurseto (2018) menyatakan bahwa, kinerja bisnis sesungguhnya tidak hanya diukur dari perolehan keuntungan semata, tetapi perlu juga mengedepankan komitmen moral, pelayanan, mutu, dan tanggung jawab sosial. Mengedepankan tindakan beretika dalam berbisnis dapat dikatakan merupakan strategi bisnis jangka panjang yang terbaik. Secara umum, prinsip-prinsip yang harus dipegang teguh dalam menjalankan bisnis beretika adalah: kejujuran, tanggung jawab, transparansi, professional, kepercayaan, keadilan. Hal-hal seperti ini diperlukan untuk mempertahankan kepercayaan konsumen dan pihak lain yang terkait. Hal ini karena dalam bisnis, reputasi perusahaan menjadi hal yang sangat penting untuk diciptakan dan dibina sehingga mampu menghasilkan profit yang berkelanjutan. Bisnis e-commerce di Indonesia saat ini dipastikan tengah dan sudah serta terus meningkatkan pelayanan sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis di atas.

Isu-isu utama dalam etika e-commerce adalah tetap, seperti: Akses; Hak milik intelektual; Privasi dan informed consent; Perlindungan anak-anak; Keamanan informasi; Kepercayaan. Analisis teoritis memungkinkan menyimpulkan bahwa etika e-commerce mirip dengan etika bisnis dan aturan etika tradisional dan pengambilan keputusan etis dapat berhasil diterapkan dalam menyelesaikan masalah etika dan dilema dalam lingkungan digital.

Analisis kasus situs e-shopping diskon di Lithuania mengungkapkan bahwa situasi ketidakadilan dapat terjadi bahkan dengan merek dan nama-nama terkenal. Hal ini terjadi juga di bisnis e-commerce di Indonesia, dengan adanya produk KW (palsu) yang diperjualbelikan di beberapa e-commerce terutama di C2C e-commerce bisnis. Situasi ini menghadirkan ancaman terhadap kepercayaan perusahaan daripada ketidakadilan (produk palsu) yang dijual di situs e-commerce mereka. Analisis kasus mengungkapkan bahwa hampir semua tindakan tambahan tidak diambil untuk membangun kembali keadilan moral. Tindakan nyata yang diambil hanya membangun departemen yang menjaga kualitas di perusahaan dan memberikan perhatian lebih pada masalah hukum. Sehingga isu pemalsuan produk masih menjadi masalah utama.



Masalah moral dunia usaha bersifat kompleks dan akan sulit untuk menyelesaikannya hanya dengan satu ketentuan atau posisi, namun prinsip etika dasar tetap ada. Semua etis teori saling terkait satu sama lain dan saling melengkapi; oleh karena itu tidak adil untuk menugaskan analisis perilaku atau situasi tertentu pada satu teori etis tertentu. Teori etika klasik dapat digunakan dalam kombinasi untuk mendapatkan jawaban yang secara etis benar untuk setiap skenario, yang terjadi di lingkungan jejaring internet. Solusi efektif banyak bergantung pada manajer di perusahaan karena pada umumnya mereka adalah pengambil keputusan yang paling penting (Greblikaite & Pervazaite 2014).

Pemerintah Indonesia kembali saat ini membahas pengaturan perdagangan ecommerce. Ada tiga permasalahan utama antara lain adalah; pertama, mengenai pengumpulan data e-commerce. Kedua, tentang pemberdayaan pelaku usaha lokal, dan yang ketiga yakni definisi barang dan jasa digital.

Pemerintah tengah menggodok Rencana Peraturan Pemerintah (RPP) Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (TPMSE). RPP TPMSE mengacu pada UU Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan dan mempertimbangkan UU Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. RPP ini juga merupakan amanat dari Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2017 tentang Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (Roadmap e-commerce) tahun 2017-2019. RPP ini diharapkan dapat memberikan kesempatan berusaha bagi semua pihak, memberikan kepastian dan perlindungan hukum yang lebih baik. Pemerintah pun ingin ada pengutamaan dan perlindungan terhadap kepentingan nasional dan UMKM.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Pemerintah Republik Indonesia sangat mendukung untuk pengembangan usaha E-Commerce di Indonesia. Dengan mengeluarkan seperangkat peraturan Perundang-Undangan, Peraturan Pemerintah dan Peraturan Menteri, yang melibatkan Kementerian Perdagangan, Kementerian Informasi dan Informatika serta lembaga negara lainnya



yang terkait.

E-commerce meningkatkan kesejahteraan dan akan menopang pertumbuhan industri digital dan pertumbuhan ekonomi nasional. Perbaikan secara berkelanjutan untuk peraturan, aturan main dan code of conduct di level negara dan perusahaan terus dikembangkan untuk memberikan kepastian hukum yang lebih baik dan mendukung perkembangan UMKM di Indonesia.

Permasalahan-permasalahan etika yang ditemukan di lapangan umumnya berhubungan dengan etika kejujuran, tanggungjawab dan kesadaran moral sehubungan dengan adanya produk palsu yang diperdagangkan. Sehingga pengembangan Standard Operation Procedure (SOP) dalam proses transaksi e-commerce menjadi sangat penting.

Kajian etika sharia Islam dan kearifan lokal menunjukan bisnis e-commerce sesuai dengan etika tersebut di atas. Sehingga semua pihak mendukung untuk tumbuh kembangnya bisnis e-commerce untuk kesejahteraan umat dan rakyat Indonesia.

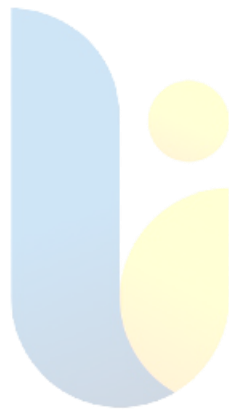
4.2 Saran

Pembentukan Code of conduct dari asosiasi e-commerce nasional yang harus disepakati bersama untuk menjaga struktur industry tetap sehat, keberpihakan terhadap e-commerce lokal dan pengusaha UMKM menjadi hal yang harus dijadikan prioritas oleh semua stakeholder industri e-commerce tanah air. Di samping itu pengaturan, pembatasan dan law enforcement untuk perusahaan dari luar Indonesia harus juga diperhatikan sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku, dalam rangka untuk menjaga pertumbuhan pelaku bisnis lokal. Pendirian pusat-pusat pengembangan produk berbasis kearifan lokal dan indigenous komoditas, serta pendirian pusat-pusat pendidikan dan sosialisasi peraturan dan code of conduct bisnis e-commerce untuk perusahaan pemula menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya saing pelaku bisnis lokal.



DAFTAR PUSTAKA

[1] McLeod, Pearson, Sistem Informasi Manajemen, Salemba, Jakarta, 2008. pp. 59 [2] Chasman, Shelly, Discovering Computers, Salemba, Jakarta. pp. 83 [3] Wong, Jony, Internet Marketer for Beginner. PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, 2010. pp. 33 [4] Ceri S., Designing Data-Intensive Web Applications, Kaufman M., <http://www.webml.org/webml>, 2002 [5] Milano, Politecnico in. The Web Modeling Language. <http://webml.org>, 2013 [6] Nugroho, Adi, ST, MMSI. E-Commerce Memahami Perdagangan Modern di Dunia Maya. 2006



UNIVERSITAS
INABA

