



MIZAN

Journal of Islamic Law

P-ISSN: 2598-974X. E-ISSN: 2598-6252

Vol. 5 No. 2 (2021), pp. 207-222

DOI: <https://doi.org/10.32507/mizan.v5i2.1034>

<https://www.jurnalfai-uikabogor.org/index.php/mizan/index>



Nilai Keadilan Dalam Pembangunan Ekonomi Di Tengah Maraknya Perdagangan E-Commerce*

Mufidah,¹ Michell Eko Hardian,² Adhy Nugraha³

Program Doktor Ilmu Hukum. Universitas Sebelas Maret Surakarta

 <https://doi.org/10.32507/mizan.v5i2.1034>

Abstract:

The era of globalization changes the digital-based social order, especially in the pattern of fulfilling daily needs that is more dynamic and practical. These changes occur in the practice of buying and selling conventionally into digital or what is called e-commerce. E-commerce is becoming more real with government support through economic policies in Indonesia, of course this is a breath of fresh air in economic growth, but like two different sides of a coin, e-commerce also creates inequality in society, such as the digital divide among the people, then also in society. local MSME business actors, including constraints in capital, technological knowledge, and limited internet access. With the concept of not needing a shop, of course, unemployment will also increase. Local competition is also an impact that must be considered considering that capital owners have the opportunity to brand products to make them look attractive and classy, which results in intimidation of micro or retail entrepreneurs. The government as a regulator has a strategic role in preventive and repressive measures to make policies based on the value of justice.

Keywords: Justice; Economic Development; E-Commerce

Abstrak:

Era globalisasi merubah tatanan sosial berbasis digital, terutama dalam pola pemenuhan kebutuhan sehari-hari yang lebih dinamis dan praktis.. Perubahan tersebut terjadi pada praktek jual beli konvensional menjadi digital atau yang disebut dengan *e-commerce*. *E-commerce* semakin nyata dengan dukungan pemerintah melalui kebijakan ekonomi di Indonesia, tentu ini merupakan angin segar dalam pertumbuhan ekonomi, namun seperti dua sisi mata uang yang berbeda *e-commerce* juga menciptakan ketimpangan dalam masyarakat seperti kesenjangan digital di kalangan masyarakat, kemudian juga pada pelaku bisnis UMKM lokal, meliputi kendala dalam permodalan, pengetahuan teknologi, serta jangkauan akses internet yang terbatas. Dengan konsep tidak memerlukan toko maka tentu pengangguran juga bertambah. Kompetisi lokal juga menjadi dampak yang harus diperhatikan mengigit pemilik modal memiliki peluang dalam melakukan *branding* produk agar terkesan menarik dan berkelas, yang berakibat pada intimidasi pengusaha mikro atau retail. Pemerintah sebagai regulator memiliki peranan strategis dalam langkah preventif maupun represif untuk membuat kebijakan yang berdasarkan atas nilai keadilan.

Kata Kunci: Keadilan; Pembangunan Ekonomi; E-Commerce

*Manuscript received date: January 12, 2021, revised: May 17, 2021, approved for publication: August 23, 2021.

¹ **Mufidah** adalah mahasiswa Program Doktor Ilmu Hukum. Universitas Sebelas Maret Surakarta. Email: mufidah.amin@student.uns.ac.id.

² **Michell Eko Hardian** adalah mahasiswa Program Doktor Ilmu Hukum. Universitas Sebelas Maret Surakarta.

³ **Adhy Nugraha** adalah mahasiswa Program Doktor Ilmu Hukum. Universitas Sebelas Maret Surakarta. Email: adhynugraha.semar@student.uns.ac.id

A. PENDAHULUAN

Era globalisasi⁴ sebagai tanda *postmodern* tidak dapat dipisahkan dengan dunia digital. Pengaruh digitalisasi sendiri sesungguhnya diawali oleh keterbukaan masyarakat terhadap pengaruh budaya asing yang masuk, akibatnya terjadi perubahan kultur dalam kehidupan masyarakat dengan mobilitas yang tinggi. Hal tersebutlah yang kemudian berpengaruh pada pola kehidupan masyarakat untuk menjadi dinamis.⁵ Kemajuan teknologi pun telah membawa perubahan yang sangat besar, pergeseran paradigma juga telah menciptakan dunia baru yang disebut dengan dunia maya. Melalui teknologi masyarakat dapat terkoneksi satu sama lain dengan cepat, dunia seolah tanpa batas lagi, demikian juga dengan komunikasi yang semakin terpadu (*global communication network*) oleh sebabnya dapat dikatakan bahwa teknologi dan komunikasi telah membentuk konvergensi yang mampu mengintegrasikan semua media informasi.

Perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi membuat perubahan besar di abad ini. Manusia dituntut untuk segera beradaptasi dengan teknologi digital yang merubah kebiasaan masyarakat dan memaksa manusia untuk bergerak cepat, efisien dan efektif. Begitu pula dengan pemenuhan kebutuhan manusia juga harus dicukupi dengan waktu, tenaga dan biaya yang efisien. Kemampuan manusia untuk beradaptasilah yang membuatnya akan terus dapat bertahan dalam peradaban. Didalam hal perubahan teknologi informasi yang semakin maju dan berlangsung sangat cepat, maka hanya masyarakat yang mampu mengikuti perkembangan teknologi Informasi sajalah yang akan dapat bertahan atau paling tidak beradaptasi dengan perubahan situasi yang terjadi dan harus dihadapi oleh suatu masyarakat.

Globalisasi sendiri dapat diartikan sebagai suatu proses penyatuan manusia dengan perkembangan teknologi yang menyebabkan hubungan antar individu ataupun masyarakat dan bahkan suatu negara menjadi semakin luas dan tanpa ada batas diantaranya. Pada proses ini maka segala hambatan-hambatan atau penyekat hubungan antar individu yang pada masa dahulu menjadi suatu penghalang maka di era sekarang hambatan tersebut menjadi tidak memiliki arti yang akan menghambat perkembangan laju peradaban manusia.

⁴ Globalisasi merupakan sesuatu proses alamiah yang timbul serta merta akibat kompleksitas dan heterogenitas hubungan antar manusia sebagai makhluk sosial, akibat penemuan alat-alat teknologi modern. Walaupun istilah Globalisasi telah menjadi suatu kosakata yang klasik, tetapi suka atau tidak suka, masyarakat di seluruh pelosok dunia sekarang ini telah hidup dalam suatu habitat yang global. (Adi Sulistyono, Reformasi Hukum Ekonomi Indonesia, Lembaga Pendidikan (LPP) UNS dan UPT Penerbitan dan Percetakan UNS (UNS Press), Surakarta, 2008, hlm. 1. Globalisasi diartikan sebagai proses menghasilkan dunia tunggal. (lihat Piotr Sztompka, Sosiologi Perubahan Sosial, Prenada, Jakarta, 2012, hlm.101. Menurut Victor Farkl akibat negatif dari arus globalisasi adalah terjadinya frustrasi eksistensial (*existential frustration*) dengan ciri-cirinya yaitu hasrat yang berlebihan untuk berkuasa (*the will of power*), bersenang-senang mencari kenikmatan (*the will to pleasure*) yang biasanya tercermin dalam perilaku berlebihan untuk mengumpulkan uang (*the will to money*), untuk bekerja (*the will to work*) dan kenikmatan seksual (*the will to sex*). Lihat: Abdul Manan, Aspek-Aspek Pengubah Hukum, Kencana, Jakarta, 2009, hlm.60

⁵Mikhail Teguh Pribadi, *Ciri-ciri Masyarakat Urban*, terdapat dalam <https://www.kompasiana.com/mikezz/5e1be70e097f36336010db62/ciri-ciri-masyarakat-urban>

Dalam era globalisasi perubahan tatanan sosial yang berbasis digital sangat diminati oleh masyarakat terutama dalam pola pemenuhan kebutuhan sehari-hari yang lebih dinamis dan praktis, kebutuhan tersebut berbanding lurus dengan kebutuhan lain juga yang mempertimbangkan waktu, tenaga, biaya, serta efisiensi. Hal ini kemudian mempengaruhi dunia bisnis dan perdagangan di seluruh dunia. Praktek jual beli melalui digital ini disebut dengan *e-commerce* yang merupakan model bisnis moderen yang bersifat *non-face* (tidak menghadirkan pelaku bisnis secara fisik) dan *non sign* (tidak memakai tanda tangan asli) kita kenal juga dengan transaksi online berbasis aplikasi, media social seperti Facebook, Instagram, Whatsapp, Telegram, Messenger, Twiter, Situs internet dan lain sebagainya. Pengaruh globalisasi ekonomi menjadi kesempatan pasar untuk lebih luas menjangkau berbagai wilayah, juga menjadi suatu kesempatan bagi para pengusaha serta masyarakat secara umum dengan memanfaatkan media teknologi informasi sebagai sarana perdagangan. Dari sini kemudian transformasi perdagangan menjadi trend fenomena baru yang disebut dengan *e-commerce*, dengan pola siapa saja bisa memiliki peran pengusaha tanpa harus memiliki modal besar, atau juga memiliki toko secara fisik.

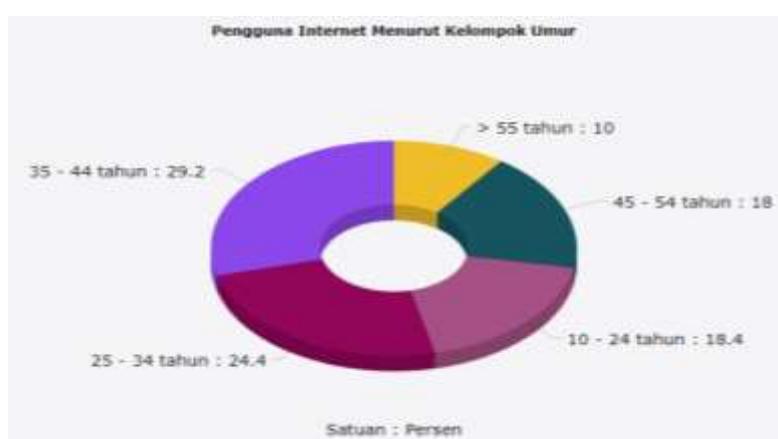
Perdagangan dengan sistem *online* atau transaksi elektronik (*e-commerce*) dewasa ini semakin marak terjadi di seluruh belahan dunia, bahkan sebagian besar kebutuhan manusia akan barang dan jasa kini sudah diperdagangkan dengan *e-commerce* mulai dari keperluan sehari-hari, kosmetik, rumah tangga hingga otomotif, jasa dan lain sebagainya semua bisa kita dapatkan dalam belanja online. Dikarenakan konsumen tidak melihat barang secara langsung, konsumen tidak bisa mencoba, konsumen tidak bertemu langsung atau bertatap muka dengan penjual dan bahkan tidak mengetahui keberadaan/domisili pelaku usaha tersebut. Maka transaksi *e-commerce* memunculkan persepsi resiko yang bisa berbeda-beda bagi konsumen dan sangat potensial menimbulkan kerugian bagi konsumen.

Teknologi informasi saat ini telah menjadi *new economy* yaitu struktur ekonomi baru yang memiliki tiga karakter utama sebagai pembeda dengan ekonomi tradisional, sebagaimana yang dikatakan oleh Prijambodo⁶, bahwa struktur ekonomi baru sebagai dampak perkembangan teknologi diperoleh dari pengetahuan dan ide baru dalam perekonomian yang mendorong tumbuhnya daya cipta, kemudian kreasi dan inisiatif, serta diwujudkan dalam kegiatan yang inovatif dan produktif sedangkan struktur ekonomi tradisional merupakan pola perdagangan konvensional yang lebih bersifat monoton, disinilah kemudian pola konvensional mulai ditinggalkan.

Semakin pesatnya kemajuan teknologi Informasi ini juga telah mendorong sektor ekonomi untuk mampu menyesuaikan diri tumbuh dan berkembang secara berirngan bahkan saling mendukung, karena ekonomi memerlukan teknologi informasi untuk menggerakkan, memasarkan dan mentransaksikannya, namun yang menjadi pertanyaan kita adalah bagaimana bisnis *e-commerce* ini juga mengedepankan nilai-nilai keadilan yang proporsional.

⁶ Rr. Getha Fety Dianary, *Pengaruh e-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*, dalam Jurnal Bina Ekonomi, Vol: 22 No.1, 2018. hlm. 48

Penetrasi penjualan *smartphone* yang tinggi menjadi bukti bahwa akses internet kini telah berkembang secara masif di Indonesia, artinya minat masyarakat terhadap dunia maya secara signifikan terus bertumbuh. Hasil survey APJII (Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia). Pada tahun 2018 persentase pengguna internet dari tahun 2017 mengalami peningkatan sekitar 8%, dengan dominasi pengguna dari wilayah urban sebanyak 72,41% dengan Provinsi pengguna terbanyak adalah di Jawa 58.08%, adapun rentan usia 19-34 Tahun menjadi kontributor utama dengan presentase 49,52%⁷. McKensey&Company pada bulan Agustus 2018 melaporkan, bahwa pasar *ecommerce* Indonesia diproyeksikan akan tumbuh hingga delapan kali lipat dalam kurun waktu 5 tahun dari 2017 hingga 2022, dari 8 miliar USD pembelanjaan pada 2017 menjadi 55 miliar USD hingga 65 miliar USD pada tahun 2022, tentu ini merupakan pertumbuhan ekonomi yang baik bagi Indonesia, bahkan potensi tersebut saat ini terus menunjukkan pertumbuhannya.⁸



Grafik pengguna internet berdasarkan usia

Seiring dengan pertumbuhan pengguna internet di Indonesia, tentu ini akan berdampak pada pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia. Dalam penelitian "*The Oportunity of Indonesia*"⁹ menyatakan bahwa pertumbuhan *e-commerce* Indonesia pada 2015 terdapat 92 juta pengguna, kemudian pada 2020 mendatang diprediksi pengguna internet akan meningkat menjadi 215 juta pengguna. Kemudian analisa berikutnya pada tahun 2015 terdapat 18 juta orang aktivitas yang dilakukan adalah pembelian daring, kemudian prediksi juga dilakukan dalam aktivitas pembelian daring pada tahun 2025 akan berada dalam angka 119 juta orang, artinya dalam peningkatan angka tersebut akan mengangkat nilai pasar *e-commerce* Indonesia yang juga diprediksi akan menjadi pemain utama dalam lalu lintas *e-commerce* di Asia Tenggara.

⁷ Protret Jaman Now Pengguna dan Prilaku Internet Indonesia, dalam Buletin APJII, Edisi 23 April, 2018. hlm. 1

⁸ Gagan Gandara, *Kajian Etika Bisnis Pada Industri E-Commerce Di Indonesia*, dalam Makalah Hukum dan Etika Bisnis, Sekolah Pasca Sarjana Institut Pertanian Bogor, 2018. hlm. 2

⁹ Ahmad Zaenudin, *Profil Konsumen Belanja Online*, terdapat dalam <https://tirto.id/profil-konsumen-belanja-online-di-indonesia-cuEG>



Grafik hasil survey pertumbuhan pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018

E-commerce di Indonesia saat ini menjadi salah satu program yang dicanangkan oleh pemerintah, selain keuntungan karena dapat mengurangi *barriers to entry* dan mereduksi biaya produksi, keberadaan *e-commerce* secara nyata juga telah menunjukkan perkembangan yang progresif. Penggunaan komputer dan internet dalam bisnis, membuat masyarakat semakin mudah menemukan peluang untuk berinovasi karena kemudahan memperoleh informasi. Kemudahan tersebut yang kemudian membuat *entrepreneur* tumbuh lebih cepat sebagai sebuah sumber pertumbuhan ekonomi di era modern.¹⁰ Bahkan pada akhir tahun 2016 lalu pemerintah juga memberikan dukungan nyata dengan meresmikan kebijakan ekonomi XIV berupa peta jalan *e-commerce* oleh Kemenko Bidang Perekonomian.

Peresmian kebijakan ekonomi oleh pemerintah adalah titik awal dalam terus mensupport perkembangan, dinamika juga polemik dalam menata hukum ekonomi dalam praktek *e-commerce* di Indonesia. Pemerintah memiliki kewajiban dalam menyediakan infrastruktur, kebijakan terhadap pasar yang mampu menerima dan beradaptasi dengan sistem transaksi elektronik juga regulasi yang melindungi berbagai pihak. Meskipun transaksi *online* di Indonesia diidentifikasi sejak tahun 1996 namun nyatanya regulasinya baru dibuat pada tahun 2008 melalui UU No. 11 tahun 2008 tentang Informasi Transaksi Elektronik, meskipun kemudian belakangan ini UU tersebut mendapat banyak perhatian dari rakyat. Respon tersebut berkaitan dengan beberapa kekhawatiran masyarakat yang meliputi keamanan data, mengingat

¹⁰ Rr. Getha Fety Dianary, *Pengaruh e-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*, dalam Jurnal Bina Ekonomi, Vol: 22 No.1, 2018. hlm. 46

Indonesia menempati posisi ke-7 sebagai negara dengan aktivitas kejahatan siber tertinggi di dunia pada tahun 2014¹¹.

Lahirnya e-commerce di Indonesia merupakan angin segar dalam pertumbuhan ekonomi, namun seperti dua sisi mata uang yang berbeda *e-commerce* juga menciptakan ketimpangan ekonomi dalam masyarakat yang memerlukan perhatian dari pemerintah. Sebuah Penelitian *Institute For Development of Economics and Finance* (Indef) Media Wahyudi Askar menyatakan bahwa lahirnya *e-commerce* telah menambah ketimpangan yang terjadi di Indonesia, tentu hal ini menjadi fakta yang sangat ironis¹².

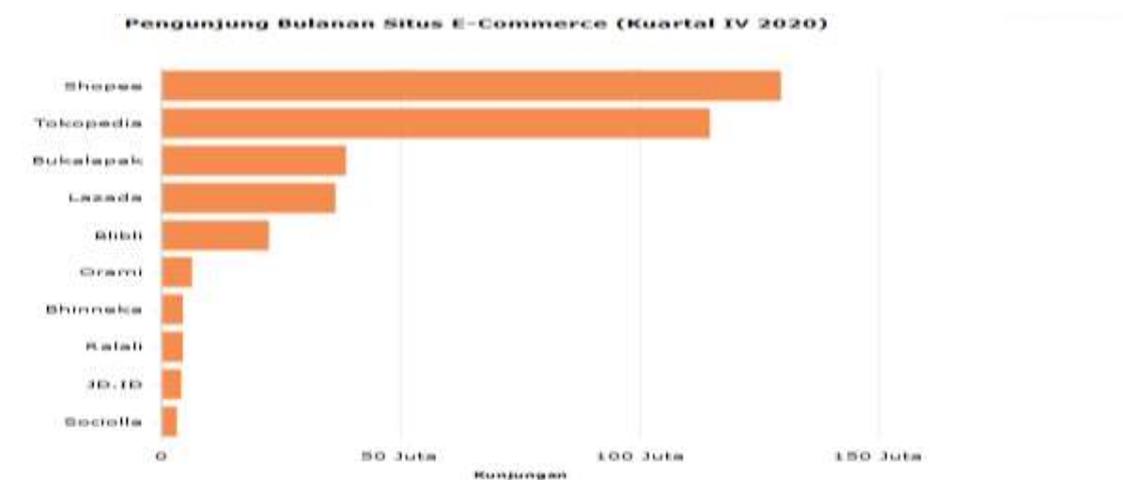
Ketimpangan tersebut berkaitan dengan adanya kesenjangan digital yang terjadi di kalangan masyarakat, sebagaimana survey yang dilakukan oleh BPS pada tahun 2020 yang menyatakan bahwa pelaku *e-commerce* di Indonesia masih di dominasi kelas orang kaya, yaitu sebanyak 63,39% sedangkan pelaku *e-commerce* di kalangan menengah berada dalam prosentase 34,62% dan di kalangan ke bawah 18,92%¹³. Kesenjangan digital ini akan berpengaruh terhadap pelaku bisnis dalam lingkup UMKM lokal (Usaha Mikro Kecil Menengah), yang memiliki kendala dalam hal permodalan, pengetahuan teknologi, serta jangkauan akses internet yang terbatas. Kemudian ketimpangan lain sebagai dampak masuknya *e-commerce* di Indonesia adalah terkait kompetisi pasar nasional dan internasional dalam produk makanan, minuman, fashion, furniture dan sebagainya yang tidak dapat dihindari akibat trend, genasi, juga tingkat kepercayaan masyarakat, sehingga produk-produk dalam negeri akan mengalami penurunan daya beli karena kurangnya kepercayaan dan minat konsumen terhadap produk dalam negeri, dan sebaliknya *e-commerce* membuka peluang besar bagi produk luar yang masuk, tentu hal ini sangat merugikan pelaku bisnis dalam negeri dan akan menjadi ketimpangan dalam jangka panjang jika tidak diantisipasi.

Berdasarkan hasil survey terkait minat pengunjung dalam situs *e-commerce*, menyatakan bahwa minat masyarakat terhadap pembelian produk sangat tinggi. Dalam tabel tersebut berurutan pada minat utama hingga ketiga yakni pada situs Shopee, Tokopedia dan Bukalapak yang merupakan situs penyedia barang-barang dengan kompetisi terbuka antara produk dalam negeri maupun internasional, padahal kita ketahui bahwa dalam sektor tersebut merupakan kelompok rentan yang tidak memiliki jaminan sosial.

¹¹ Ibid, hlm. 46

¹²Rizky Alike, *Indef: e-Commerce Ciptakan Ketimpangan Ekonomi di Indonesia*, terdapat dalam <https://katadata.co.id/pingitaria/digital/6046143152b22/indef-e-commerce-ciptakan-ketimpangan-ekonomi-indonesia>

¹³Badan Pusat Statistik, *Statistik e-Commerce 2021*, terdapat dalam <https://www.bps.go.id/publication/2020/12/24/2548417ddc6dab8247553124/statistik-e-commerce-2020.html>



Ketimpangan juga akan semakin nyata manakala transaksi jual-beli konvensional beralih ke digital tanpa penyediaan layanan, mengingat bisnis *e-commerce* ini tidak memerlukan untuk mendirikan fisik toko secara konvensional tentu hal ini akan berdampak pada realita bisnis yang tidak memerlukan banyak sumber daya manusia sebagaimana pada umumnya.¹⁴ Dengan naiknya angka pengangguran, maka secara otomatis akan semakin meningkatkan ketimpangan antara masyarakat kelas menengah atas dan kelas menengah bawah. Ditambah kompetisi lokal berkaitan dengan pemilik modal sebagai pengendali pasar yang dapat memiliki banyak kemudahan dalam melakukan *branding* produk agar terkesan menarik dan berkelas.

Beberapa fenomena tersebut merupakan permasalahan yang menjadi polemik dalam perkembangan ekonomi yang diakibatkan oleh praktek bisnis *e-commerce*, yang melahirkan ketimpangan dalam kehidupan sosial masyarakat Indonesia, sedangkan kita mengetahui bahwa ketimpangan ekonomi merupakan salah satu permasalahan negara yang belum berhasil diselesaikan oleh pemerintah oleh sebabnya keberadaan *e-commerce* yang tidak diatur dalam suatu kebijakan akan melahirkan ketidakadilan dalam masyarakat sebagaimana yang diamanahkan oleh Pancasila sila ke 5 “Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia” dan tentu hal tersebut bertentangan dengan konstitusi yang telah mengamanatkan “Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan” Pasal 33 Ayat (1), juga bunyi pasal berikutnya “Perekonomian nasional diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional” Pasal 33 Ayat (4), sedangkan pada prakteknya perekonomian Indonesia seolah tidak berubah hingga 76 tahun kemerdekaan yakni bersifat liberal-kapitalistik-pasar bebas, sekaligus dualistik.

Pada prinsipnya pemerintah sebagai regulator memiliki peranan yang sangat penting baik dalam langkah preventif maupun represif untuk membuat kebijakan dengan pertimbangan beban sosial, peralihan kerja, kompetisi pasar, pengangguran

¹⁴ Dinda Audriene, Chairul Tanjung Ingatkan Dua Dampak Negatif *e-Commerce*, terdapat dalam <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20170404132917-92-204829/chairul-tanjung-ingatkan-dua-dampak-negatif-e-commerce>

sebagai dasar nilai keadilan yang dicapai sebagai konsekuensi logis ideologi bangsa, oleh sebabnya perlu dilakukan penggalian untuk menemukan nilai keadilan ekonomi dalam kebijakan pemerintah dalam kajian penelitian ini.

Untuk membahas penelitian ini, Penulis membatasi permasalahan pada lingkup nilai keadilan pada pembangunan ekonomi di tengah maraknya perdagangan *e-commerce*. Adapun rumusan masalah diuraikan dalam pertanyaan sebagai berikut: (1) Bagaimana konsepsi nilai keadilan dalam pertumbuhan Ekonomi berdasarkan Pancasila? (2) Bagaimana konstruksi hukum ideal untuk mengakomodasi nilai-nilai keadilan ditengah maraknya perdagangan dengan *e-commerce*?

Tujuan umum yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui secara mendalam mengenai nilai keadilan dalam pertumbuhan ekonomi di tengah maraknya perdagangan *e-commerce*. Sedangkan tujuan khususnya Penulis untuk menjawab permasalahan yang telah dikemukakan dalam perumusan permasalahan tersebut, diuraikan sebagai berikut, (1) Mengidentifikasi konsepsi nilai keadilan Ekonomi berdasarkan Pancasila, (2) Menemukan konstruksi hukum ideal untuk mengakomodasi nilai-nilai keadilan ditengah maraknya perdagangan dengan *e-commerce*.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian doktrinal dalam jenis metode *yuridis normatif*, dengan obyek kajian doktrin-doktrin hukum yang berkaitan dengan nilai keadilan dalam suatu negara lebih khusus meliputi nilai keadilan dalam ideologi juga jaminannya di dalam konstitusi. Menggunakan tehnik *library research*, penelitian ini menggunakan data yang bersumber dari penelusuran literatur, *text book*, surat kabar, majalah hukum, peraturan perundang-undangan, yurisprudensi, dan sebagainya yang ada relevansinya dengan judul. Penelitian ini bersifat eksploratif-teoritis karena dalam penelitian ini Penulis berusaha untuk menggali kosep dasar tentang hubungan antara nilai keadilan dan jaminan kesejahteraan dalam suau negara. Tidak hanya sekedar menyimpulkan dan menyusun data, Penulis juga menginterpretasi dari data-data yang berhubungan dengan teori-teori juga perundang-undangan yang berkaitan dengan judul penelitian tersebut.

C. HASIL TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Untuk sampai pada pembahasan yang berkaitan dengan nilai keadilan dalam pembangunan ekonomi di tengah maraknya perdagangan *e-Commerce*, kiranya pembahasan pada tulisan ini dibagi atas sub-sub pembahasan sebagai berikut:

1. Perkembangan E-Commerce Di Indonesia

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia dapat dikatakan sangat pesat, pertumbuhan tersebut dipengaruhi oleh globalisasi yang mengakibatkan kehidupan bertransformasi dari kehidupan yang bersifat fisik menjad berbasis teknologi. Dunia digital seolah menggantikan dunia nyata tanpa fisik yang dinilai jauh memiliki

kelebihan dalam proses yang bersifat serba cepat, mudah, dan praktis. Definisi *e-commerce* sendiri menurut David Baum adalah sebagai berikut:

“E-Commerce is a dynamic set of technologies, applications, and bussines process that link enterprises, consumers, and communities through electronics transactions and the electronic exchange of goods, services, and informations.

Yang kemudian diterjemahkan oleh Onno. W. Purbo: “*E-Commerce* merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik”.¹⁵

Lahirnya *e-commerce* di Indonesia diidentifikasi dari hadirnya IndoNet sebagai *Internet Service Provider* (ISP) di Indonesia, sebagai provider internet IndoNet banyak memanfaatkan teknologi dalam segala bidang. Tidak terkecuali pada bisnis *online*. Pada tahun 1996, selanjutnya muncul Dyviacom Intrabumi atau D-Net yang dianggap sebagai perintis jual beli *online*. Kehadiran media transaksi ini tentu saja menjadi kabar yang baik tidak hanya pemilik bisnis melainkan konsumen. Dengan menggunakan internet, proses transaksi akan jauh lebih mudah. Hanya saja pada masa itu penggunaan internet hanya sebatas pada sajian produk saja yang berfungsi sebagai katalog, sedangkan pembayaran, dilakukan dengan cara bertemu atau disebut dengan *cash on delivery* (COD).¹⁶ Untuk sejarah *e-commerce* di Indonesia tidak teridentifikasi dengan baik pelopor *e-commerce* pertama kali, namun sejarah memberi kesaksian bahwa pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia menunjukkan progress yang signifikan dan menjadi salah satu program kerja pemerintah dalam membangun pertumbuhan ekonomi dalam berbagai sektor kreativitas. Bahkan dalam program kerja tersebut pemerintah telah menargetkan Indonesia sebagai pusat ekonomi digital di Asia Tenggara pada tahun 2020, salah satu upaya yang telah dilakukan oleh pemerintah adalah dengan mengeluarkan kebijakan ke 14 tentang *roadmap e-commerce*, hal tersebut di dasarkan pada analisis bahwa Indonesia sebagai populasi dan produk domestik bruto (PDB) terbesar di Asia Tenggara oleh sebabnya Indonesia menjadi pasar potensial bagi sektor ekonomi digital.¹⁷

¹⁵ Gagan Gandara, *Kajian Etika Bisnis Pada Industri E-Commerce Di Indonesia*, dalam Makalah Hukum dan Etika Bisnis, Sekolah Pasca Sarjana Institut Pertanian Bogor, 2018. hlm. 4

¹⁶ Xendit, *Inilah Sejarah E-Commerce di Indonesia*, terdapat dalam <https://www.xendit.co/id/blog/inilah-sejarah-perkembangan-e-commerce-di-indonesia/>

¹⁷ Widyanita, *Potensi Ekonomi Digital Indonesia* terdapat dalam <https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/5e9a56bc25aa1/potensi-ekonomi-digital-indonesia>



Dalam rekap data pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 88,1 juta dengan aktivitas transaksi dalam *e-commerce* diperkirakan mencapai US\$ 20 miliar pada 2016 angka tersebut merupakan akumulasi dari aktivitas transaksi juga pasar ekonomi digital di Indonesia yang meliputi sektor finansial, *internet of things* (IoT), dan penyedia jasa daring. Peningkatan pemanfaatan aplikasi digital tersebut akan terus mendorong dan mendukung kemajuan perekonomian. Dan tentu untuk mencapai target tersebut pemerintah memiliki kewajiban untuk menyiapkan berbagai peraturan pelaksana untuk mendukung kebijakan tersebut, hal utama yang sangat penting juga berkaitan dengan pendanaan, perpajakan, perlindungan konsumen, pendidikan dan sumber daya manusia, sistem logistik, infrastruktur komunikasi, keamanan siber, hingga pembentukan manajemen pelaksanaannya. Namun demikian pertumbuhan tersebut tidak dirasakan merata bagi seluruh wilayah yang ada di Indonesia, aktivitas *e-commerce* masih terpusat di Jawa saja, hal tersebut juga dipengaruhi oleh pemerataan jangkauan internet sebagaimana data yang dirilis oleh APJII tahun 2019 yang mengatakan bahwa dominasi pengguna internet di wilayah Indonesia terpusat pada Jawa dengan prosentase 65% yang kemudian diikuti oleh pulau Sumatera 15,7%, sedangkan untuk wilayah lain diluar dua wilayah tersebut berada pada angka rata-rata yaitu 5,8%.¹⁸

Disamping sisi positif dari pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia, kekurangan dalam pertumbuhan *e-commerce* tersebut ada pada buruknya infrastruktur logistik, khususnya di luar wilayah Jawa dan Bali yang membuat *e-commerce* sulit untuk memperluas pasar dan menjangkau wilayah terpencil di Indonesia, oleh karena itu penjualan online selama ini masih terpusat di seputar wilayah Jakarta. Namun demikian Indonesia merupakan pasar terbesar *e-commerce* di Asia Tenggara, menurut data *Euromonitor* (2014), penjualan online Indonesia mencapai US\$ 1,1 miliar atau lebih tinggi dibanding Thailand dan Singapura, artinya pasar *e-commerce* Indonesia berpeluang untuk tumbuh semakin besar, bahkan menurut *Euromonitor* memperkirakan rata-rata pertumbuhan tahunan (CAGR) penjualan online Indonesia

¹⁸ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), Hasil Survey Jangkauan Internet di Indonesia, teradap dalam <https://apjii.or.id/survei>

selama 2014-2017 sebesar 38%, secara perlahan dengan disertai kebijakan juga aturan yang tepat sebagaimana komitmen pemerintah untuk menjadikan Indonesia sebagai *e-commerce* terbesar di Asia Tenggara, maka Indonesia akan memperoleh target tersebut. Dengan demikian pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia akan menjadi alternatif perkembangan ekonomi yang baik bagi Indonesia.

2. Kebijakan Pemerintah Terhadap E-Commerce dan Dampak Hukumnya

Berbicara moral dalam dunia usaha yang bersifat kompleks sama halnya mengkaji hukum. Kompleksitas tersebut meliputi banyak hal dalam interaksi bisnis, misalnya saja berkaitan dengan perlindungan antar subyek yang melakukan transaksi yaitu penjual dan pembeli, kemudian juga berkaitan dengan legalitas pelaksanaannya, tentu al yang sangat penting juga berkaitan dengan substansi hukum dan bagaimana cara penegakkannya. Dalam etis teori yang mengatakan bahwa hal-hal yang diatur dalam hukum bukan hanya sebagai payung hukum namn juga substansi yang mengakomodir keperluan satu sama lain dan saling melengkapi merupakan hal pokok dalam menakar keadilan hukum. Oleh sebabnya dalam pembahasan kajian kebijakan pemerintah beserta dampaknya memiliki peran dalam memproporsionalkan nilai keadilan dalam hukum yang diberlakukan.

Pemerintah sebagai regulator telah menyiapkan kebijakan yang berkaitan dengan praktek *e-commerce* di Indonesia, diantaranya adalah UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE). Secara umum, materi Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UUITE) dibagi menjadi dua bagian besar, yaitu pengaturan mengenai informasi dan transaksi elektronik dan pengaturan mengenai perbuatan yang dilarang. Pengaturan mengenai informasi dan transaksi elektronik mengacu pada beberapa instrumen internasional, seperti *UNCITRAL Model Law on eCommerce* dan *UNCITRAL Model Law on eSignature*. Bagian ini dimaksudkan untuk mengakomodir kebutuhan para pelaku bisnis di internet dan masyarakat umumnya guna mendapatkan kepastian hukum dalam melakukan transaksi elektronik. Beberapa materi yang diatur, antara lain: 1. pengakuan informasi/dokumen elektronik sebagai alat bukti hukum yang sah (Pasal 5 & Pasal 6 UU ITE); 2. tanda tangan elektronik (Pasal 11 & Pasal 12 UU ITE); 3. penyelenggaraan sertifikasi elektronik (certification authority, Pasal 13 & Pasal 14 UU ITE); dan 4. penyelenggaraan sistem elektronik (Pasal 15 & Pasal 16 UU ITE).

Beberapa materi perbuatan yang dilarang (*cybercrimes*) yang diatur dalam UU ITE, antara lain: 1. konten ilegal, yang terdiri dari, antara lain: kesusilaan, perjudian, penghinaan/pencemaran nama baik, pengancaman dan pemerasan (Pasal 27, Pasal 28, dan Pasal 29 UU ITE); 2. akses ilegal (Pasal 30); 3. intersepsi ilegal (Pasal 31); 4. gangguan terhadap data (data interference, Pasal 32 UU ITE); 5. gangguan terhadap sistem (system interference, Pasal 33 UU ITE); 6. penyalahgunaan alat dan perangkat (misuse of device, Pasal 34 UU ITE)¹⁹

¹⁹ Undang-undang No. 11 Tahun2008, terdapt dalam <https://referensi.elsam.or.id/2015/02/uu-nomor-11-tahun-2008-tentang-informasi-dan-transaksi-elektronik/>

Dalam lingkup transaksi elektronik kebijakan pemerintah tertuang dalam Undang-Undang No.11 Tahun 2008 tentang Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU-ITE), yang didalamnya antara lain mengatur upaya melindungi masyarakat dalam melakukan transaksi elektronik. Kemudian aturan lain terdapat dalam Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 yang mengatur secara khusus mengenai perdagangan elektronik, dimana dalam UU tersebut para Pelaku Usaha perdagangan elektronik dinyatakan wajib melakukan pendaftaran dan memenuhi ketentuan teknis yang telah ditentukan oleh UU tersebut, hal yang sangat penting adalah UU tersebut juga mengatakan mengenai kewajiban para pelaku usaha untuk memiliki dan mendeklarasikan etika bisnis (*business conduct* atau *code of practices*), hal ini akan memberikan dampak positif dalam kompetisi pasar dalam lingkup nasional tentu juga dalam komitmen transaksi jual beli.²⁰

3. Analisis Nilai Keadilan Ekonomi Dalam Pembangunan Ekonomi di Tengah Perkembangan E-Commerce di Indonesia

Berkaitan dengan asas tujuan atau cita-cita negara Indonesia secara jelas dalam alinea keempat Pembukaan UUD 1945 dinyatakan bahwa salah satu tujuan fundamental dibentuknya negara Indonesia adalah negara Indonesia yang bertujuan untuk menciptakan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Hazairin menyatakan bahwa keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia yang kemudian dikonsepsikan sebagai sila kelima dari dasar negara Indonesia bila dilihat dari segi fungsinya dapat dikatakan sebagai sila yang berkedudukan sebagai tujuan yaitu sila kelima bukanlah dasar negara, tetapi adalah tujuan paling utama, tujuan pokoknya, yaitu mewujudkan suatu keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Pernyataan seperti itu sejalan dengan pendapat Notonagoro (1968,136) yang menyatakan "Tempatnya di dalam Pancasila sebagai sila yang terakhir itu ialah karena menjadi tujuan dari empat sila yang mendahuluinya, menjadi tujuan bangsa kita bernegara."²¹

Plato mengemukakan adanya empat kebajikan utama yang harus dilakukan dalam kehidupan bernegara, yaitu: pengendalian diri (*discipline*), keberanian/ketabahan (*courage*), kearifan (*wisdom*), dan keadilan (*justice*). Dan menurut penilaiannya bahwa dari keempat kebajikan tersebut keadilan merupakan kebajikan yang tertinggi dalam menata kehidupan bernegara yang baik "*the supreme virtue of the good state*. Lebih lanjut ia menandakan bahwa tugas negara adalah mempertahankan keharmonisan sosial, mengusahakan segala kebajikan, dan kebaikan. Dan negara yang ideal adalah negara yang dipenuhi oleh kebajikan dan kebaikan yaitu negara yang bersendikan keadilan. Keseluruhan kebijaksanaan dan peraturan hukum yang tidak hanya terbatas pada Hukum Administrasi Negara saja, tetapi juga mengatur hal-hal yang termasuk substansi Hukum Pidana, Hukum Perdata, Hukum

²⁰ Gagan Gandara, *Kajian Etika Bisnis Pada Industri E-Commerce Di Indonesia*, dalam Makalah Hukum dan Etika Bisnis, Sekolah Pasca Sarjana Institut Pertanian Bogor, 2018. hal. 13

²¹ Hendrikus Tri Wibawanto Gedeona, Mempertanyakan Nilai Keadilan Sosial Dalam Pembangunan Ekonomi Ditengah Kekuatan Modal, dalam Jurnal Administrasi Publik, Vol: 3 No. 2 Tahun 2004. hlm. 173

Dagang, Hukum Perdata Internasional, bahkan juga Hukum Acara Perdata dan Pidana, dicakup dengan nama *Droit de l'Economique* atau Hukum Ekonomi dalam arti luas.

Peranan hukum dalam pembangunan ekonomi suatu bangsa merupakan sesuatu yang tidak dapat diabaikan keberadaannya. Sehingga sangat jelas, jika kondisi hukum suatu bangsa itu efektif, maka pembangunan ekonomi pun akan mudah untuk dilaksanakan. Namun, sebaliknya jika hukum tidak mampu berperan secara efektif, maka dapat dipastikan akan berdampak buruk terhadap pembangunan ekonomi. Kondisi ini tentu berlaku pula bagi Indonesia sebagai sebuah negara yang sedang giat-giatnya melakukan pembangunan ekonomi. Apalagi, tatkala Indonesia menyatakan diri dalam konstitusinya sebagai negara hukum (*rechtstaat*). Dari sini tersirat pula bahwa Indonesia menghendaki dua hal; Pertama, hukum diharapkan dapat berfungsi; dan Kedua, dengan hukum dapat berfungsi, maka pembangunan ekonomi pun akan mudah untuk direalisasikan

Dalam mempelajari hukum ekonomi perlu mempertimbangkan penggunaan asas yang baik. Setidaknya asas-asas tersebut terdiri dari Asas keimanan dan ketaqwaan terhadap Tuhan, Asas manfaat, Asas demokrasi Pancasila, Asas adil dan merata, Asas keseimbangan, keserasian, dan keselarasan dlm perikehidupan, Asas hukum, Asas kemandirian, Asas keuangan, Asas ilmu pengetahuan, Asas kebersamaan, kekeluargaan, keseimbangan, dan kesinambungan dalam kemakmuran rakyat, Asas pembangunan ekonomi yang berwawasan lingkungan dan berkelanjutan, Asas kemandirian yang berwawasan kenegaraan. Namun demikian asas-asas tersebut tidak semua asas tersebut digunakan, dan tentu yang paling utama mendasari perilaku ekonomi di Indonesia adalah keimanan dan ketaqwaan terhadap Tuhan yang Maha Esa.

Menyangkut pemikiran hukum mengenai cara-cara pembagian hasil pembangunan ekonomi nasional secara adil dan merata dalam martabat kemanusiaan (HAM) manusia Indonesia membaginya sebagai berikut; hukum Ekonomi merupakan penjabaran hukum ekonomi pembangunan dan hukum ekonomi sosial yang memiliki dua aspek,

- a. aspek pengaturan usaha-usaha pembangunan ekonomi, dalam arti peningkatan kehidupan ekonomi secara keseluruhan
- b. aspek pengaturan usaha-usaha dalam pembagian hasil pembangunan ekonomi secara merata di antara seluruh lapisan masyarakat, sehingga setiap warga negara Indonesia dapat menikmati hasil pembangunan ekonomi sesuai dengan sumbangannya kepada usaha pembangunan ekonomi tersebut.²²

Gambaran lain termarginalkannya nilai keadilan dalam pembangunan ekonomi yang menitikberatkan pada pertumbuhan ekonomi di Indonesia dapat dilihat pula dari besarnya angka statistik yang menunjukkan aktivitas konversi dari lahan pertanian ke non-pertanian (industri). Yang menurut Sulistiyani (2004) pada bulan

²² Irawan Harahap, Hukum Ekonomi, terdapat dalam Makalah mata kuliah Hukum Ekonomi, hlm. 9

Agustus 1995, misalnya dari 124 kawasan industri: 72,40% tanah pertanian yang dikonversi dalam proses dipergunakan, 9% dalam konstruksi, dan 6,8% selesai beroperasi. Dan lebih mencengangkan lagi, menurut catatan Simarmata (2002) sudah terdapat 1.497 buah sengketa pertanahan dan telah mengorbankan 232.177 KK yang berlangsung di atas tanah seluas 1.052.514,37 hektar.

Dengan demikian, dalam pembangunan ekonomi yang berpusat pada pertumbuhan ekonomi telah meminggirkan nilai keadilan bagi masyarakat miskin dan tak berdaya. Bahkan yang lebih menyakitkan adalah pemerintah dan birokrasinya telah memberikan peluang yang luar biasa kepada kaum pemilik modal (elite-pengusaha) untuk menguasai aset-aset ekonomi bangsa. Akibatnya pembangunan ekonomi yang seharusnya menempatkan kaum miskin dan tak berdaya menjadi prioritas, malah justru memperlakukan pemilik modal sebagai primadona.

Indonesia sebagai Negara hukum (*Rechtsstaat/the rule of law*), sebagaimana yang telah ditegaskan dalam Pasal 1 ayat (3) UUD 1945 (Amandemen ke 4) bahwa Indonesia adalah Negara Hukum. Sebagaimana diketahui bahwa ide dasar negara hukum Indonesia tidaklah terlepas dari ide dasar tentang *kepastian hukum* atau Negara Hukum yang dianut oleh Belanda yang meletakkan dasar perlindungan hukum bagi rakyat pada asas legalitas, yaitu semua harus bersifat positif, hal tersebut berarti hukum harus dibentuk secara sadar. Dalam suatu *rechtsstat* yang modern, fungsi peraturan perundangundangan bukanlah hanya memberikan bentuk kepada nilai-nilai dan normanorma yang berlaku dan hidup dalam masyarakat, dan Undang-Undang bukanlah hanya sekedar produk fungsi negara di bidang pengaturan. Selanjutnya, peraturan perundang-undangan adalah salah satu metoda dan instrumen ampuh yang tersedia untuk mengatur dan mengarahkan kehidupan masyarakat menuju cita-cita yang diharapkan. Dalam praktik memang demikian yang dilakukan oleh pembentuk Undang-Undang, karena saat ini kekuasaan pembentuk Undang-Undang adalah terutama memberikan arah dan menunjukkan jalan bagi terwujudnya cita-cita kehidupan bangsa melalui hukum yang dibentuknya.

D. KESIMPULAN

Berkaitan dengan hal tersebut di atas, dalam upaya melakukan perkembangan dalam pembangunan nasional terutama yang berkaitan dengan pembangunan ekonomi, secara umum dapat dijelaskan bahwa keterkaitan antara regulasi /pengaturan sistem dan pelaksanaan kegiatan perekonomian di Indonesia sebagai upaya untuk menjaga stabilitas sistem perekonomian di Indonesia akan berkorelasi pula dengan Hukum Ekonomi secara keseluruhan. Karena, Hukum Ekonomi Pembangunan Indonesia menyangkut pemikiran hukum dan kaidah-kaidah hukum dalam sistem ekonomi Indonesia yang terarah (*Verwaltungswirtschaft*), sedangkan Hukum Ekonomi Sosial Indonesia menyangkut pemikiran hukum dan kaidah-kaidah hukum yang memikirkan bagaimana dapat meningkatkan kesejahteraan Warga Negara Indonesia sebagai perseorangan, dan tetap memelihara harkat dan martabat kemanusiaan manusia Indonesia, serta tetap menjunjung tinggi hak-hak hidup yang sama dari pihak yang lemah dalam sistem ekonomi yang terarah tersebut.

Dengan demikian, konsep dasar pemikiran Hukum Ekonomi Pembangunan Indonesia adalah Ekonomi Indonesia dalam arti pembangunan dan peningkatan ketahanan ekonomi nasional secara makro, sedangkan dasar pemikiran Hukum Ekonomi Sosial adalah kehidupan Ekonomi Indonesia yang berperikemanusiaan dan pemerataan pendapatan, dimana setiap Warga Negara Indonesia berhak atas kehidupan dan pekerjaan yang layak.

REFERENSI:

Buku

Gandara Gagan, *Kajian Etika Bisnis Pada Industri E-Commerce Di Indonesia*, dalam Makalah Hukum dan Etika Bisnis, Sekolah Pasca Sarjana Institut Pertanian Bogor, 2018

Gatot Suparmono, *Hukum Uang Di Indonesia*, Bekasi, Gramata Publishing, 2014

Getha Fety Dianary, *Pengaruh e-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*, dalam Jurnal Bina Ekonomi, Vol: 22 No.1, 2018.

Harahap Irawan, *Hukum Ekonomi*, terdapat dalam Makalah mata kuliah Hukum Ekonomi,

Manan Abdul, *Aspek-Aspek Pengubah Hukum*, Kencana, Jakarta, 2009.

Piotr Sztompka, *Sosiologi Perubahan Sosial*, Prenada, Jakarta, 2012.

Protret Jaman Now Pengguna dan Prilaku Internet Indonesia, dalam Buletin APJII, Edisi 23 April, 2018.

Soekanto Soerjono, dan Sri Mamudji, "Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)", Raja Grafindo, Jakarta, 2006.

Sulistiyono Adi, *Reformasi Hukum Ekonomi Indonesia*, Lembaga Pendidikan (LPP) UNS dan UPT Penerbitan dan Percetakan UNS (UNS Press), Surakarta, 2008..

Tri Hendrikus Wibawanto Gedeona, *Mempertanyakan Nilai Keadilan Sosial Dalam Pembangunan Ekonomi Ditengah Kekuatan Modal*, dalam Jurnal Administrasi Publik, Vol: 3 No. 2 Tahun 2004

Website

Ahmad Zaenudin, *Profil Konsumen Belanja Online*, terdapat dalam <https://tirto.id/profil-konsumen-belanja-online-di-indonesia-cuEG>

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), *Hasil Survey Jangkauan Internet di Indonesia*, terdapat dalam <https://apjii.or.id/survei>

Badan Pusat Statistik, *Statistik e-Commerce 2021*, terdapat dalam <https://www.bps.go.id/publication/2020/12/24/2548417ddc6dab8247553124/statistik-e-commerce-2020.html>

Dinda Audriene, *Chairul Tanjung Ingatkan Dua Dampak Negatif e-Commerce*, terdapat dalam <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20170404132917-92-204829/chairul-tanjung-ingatkan-dua-dampak-negatif-e-commerce>

Mikhail Teguh Pribadi, *Ciri-ciri Masyarakat Urban*, terdapat dalam <https://www.kompasiana.com/mikezz/5e1be70e097f36336010db62/ciri-ciri-masyarakat-urban>

Rizky Alike, *Indef: e-Commerce Ciptakan Ketimpangan Ekonomi di Indonesia*, terdapat dalam <https://katadata.co.id/pingitaria/digital/6046143152b22/indef-e-commerce-ciptakan-ketimpangan-ekonomi-indonesia>

Widyanita, *Potensi Ekonomi Digital Indonesia* terdapat dalam <https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/5e9a56bc25aa1/potensi-ekonomi-digital-indonesia>

Xendit, *Inilah Sejarah E-Commerce di Indonesia*, terdapat dalam <https://www.xendit.co/id/blog/inilah-sejarah-perkembangan-e-commerce-di-indonesia>