

ASPEK HUKUM DALAM PERKEMBANGAN BISNIS DIGITAL DI ERA EKONOMI KREATIF

Muhammad Afief¹, Chintya Maharani², Sri Handayani³

afif54677@gmail.com¹, chintyamaharani52@gmail.com², handayanisri779@yahoo.co.id³

Universitas Sriwijaya

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesiapan aspek hukum Indonesia dalam menghadapi perkembangan bisnis digital serta menilai peran literasi hukum digital dalam menciptakan ekosistem bisnis yang aman. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan data sekunder dari BPS, Kominfo, dan Kemenparekraf. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bisnis digital di Indonesia tumbuh pesat dengan 212 juta pengguna internet dan kontribusi ekonomi kreatif sebesar Rp1.300 triliun terhadap PDB tahun 2023. Namun, rendahnya literasi hukum digital, terutama di kalangan UMKM, membuat implementasi regulasi seperti UU ITE dan UU PDP belum optimal. Peningkatan literasi hukum digital diperlukan agar inovasi teknologi dapat berjalan seiring dengan perlindungan hukum yang kuat.

Kata Kunci: Bisnis Digital, Ekonomi Kreatif, Hukum Digital, Literasi Hukum, Perlindungan Data.

ABSTRACT

This study aims to analyze Indonesia's legal readiness in addressing digital business growth and to assess the role of digital legal literacy in building a secure business ecosystem. The research uses a descriptive quantitative method with secondary data from BPS, Kominfo, and Kemenparekraf. Findings show that digital business in Indonesia is growing rapidly, with 212 million internet users and a creative economy contribution of Rp1,300 trillion to GDP in 2023. Yet, low digital legal literacy—especially among MSMEs—has limited the effective implementation of regulations such as the ITE Law and the Personal Data Protection Law. Strengthening legal literacy is essential to ensure that innovation and legal protection grow hand in hand.

Keywords: Digital Business, Creative Economy, Digital Law, Legal Literacy, Data Protection.

PENDAHULUAN

Selama 20 tahun terakhir, teknologi telah mengalami perubahan besar. Cara manusia berinteraksi, berbelanja, dan menjalankan bisnis kini sangat dipengaruhi oleh perkembangan digital. Dunia digital bukan lagi sekadar tren, melainkan sudah menjadi kebutuhan utama agar dapat mengikuti arus perkembangan zaman. Berbagai inovasi berbasis teknologi seperti belanja online (*e-commerce*), *financial technology* (fintech), iklan digital, serta platform konten kreatif telah melahirkan apa yang dikenal sebagai ekonomi kreatif digital. Sektor ini menggabungkan unsur kreativitas, teknologi, dan nilai ekonomi, menjadikannya salah satu motor utama pertumbuhan ekonomi masa kini.

Indonesia merupakan salah satu negara dengan populasi digital terbesar di dunia. Berdasarkan laporan *We Are Social* tahun 2024, terdapat lebih dari 212 juta pengguna internet aktif di Indonesia, atau sekitar 76 persen dari total populasi. Artinya, hampir seluruh masyarakat kini telah terkoneksi dengan internet. Kondisi ini menjadi faktor penting yang mendorong pertumbuhan pesat bisnis digital di berbagai sektor. Data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023 menunjukkan bahwa lebih dari 3,8 juta pelaku usaha kecil telah memasarkan produknya secara daring — peningkatan yang signifikan dibandingkan lima tahun sebelumnya.

Transformasi menuju digital ini memberikan dampak positif besar bagi perekonomian. Usaha mikro dan kecil kini dapat menjual produk mereka ke seluruh wilayah

Indonesia, bahkan ke pasar internasional, hanya dengan menggunakan satu platform digital. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mencatat bahwa pada tahun 2023, sektor ekonomi kreatif berkontribusi sekitar Rp1.300 triliun terhadap perekonomian nasional. Angka ini menunjukkan betapa pentingnya peran sektor tersebut dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Namun, di balik pesatnya pertumbuhan bisnis digital, muncul pula berbagai persoalan hukum yang perlu diperhatikan. Kasus-kasus seperti penipuan daring, penyalahgunaan data pribadi, pelanggaran hak cipta, serta sengketa kontrak elektronik semakin sering terjadi. Transaksi digital bersifat lintas batas, berlangsung sangat cepat, dan melibatkan berbagai pihak dari negara yang berbeda. Oleh karena itu, dibutuhkan regulasi hukum yang lebih kuat dan mampu memberikan perlindungan bagi semua pihak yang terlibat.

Pemerintah Indonesia sebenarnya telah memiliki beberapa peraturan untuk mengatur kegiatan digital, di antaranya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP). Peraturan-peraturan ini menjadi dasar hukum bagi penyelenggaraan transaksi elektronik di Indonesia. Namun dalam praktiknya, berbagai pelanggaran masih terjadi. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) mencatat terdapat 77 kasus kebocoran data pribadi antara tahun 2019 hingga 2022. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesadaran dan kepatuhan terhadap hukum digital masih rendah di kalangan masyarakat maupun pelaku usaha.

Tantangan lain muncul dari rendahnya pemahaman hukum di kalangan pelaku usaha kecil. Banyak dari mereka yang belum memahami sepenuhnya aturan terkait transaksi online, perlindungan konsumen, serta tata kelola data pribadi. Kurangnya literasi hukum ini dapat menimbulkan risiko yang lebih besar dan berpotensi menghambat pertumbuhan ekosistem bisnis digital yang sehat.

Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian lebih mendalam untuk menilai sejauh mana regulasi hukum di Indonesia mampu mengikuti perkembangan pesat bisnis digital di era ekonomi kreatif. Penelitian ini berupaya menilai efektivitas regulasi yang ada, tingkat kepatuhan pelaku usaha terhadap hukum digital, serta hambatan dan peluang dalam penerapannya.

Secara umum, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mendeskripsikan perkembangan bisnis digital dan ekonomi kreatif di Indonesia.
2. Menganalisis efektivitas hukum yang berkaitan dengan transaksi digital, perlindungan konsumen, dan data pribadi.
3. Mengidentifikasi tantangan serta memberikan rekomendasi dalam penguatan kebijakan hukum untuk mendukung pertumbuhan ekonomi digital yang berkelanjutan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam membangun kerangka hukum yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi, serta menjadi acuan bagi pembuat kebijakan, akademisi, dan pelaku usaha dalam menciptakan ekosistem ekonomi kreatif yang maju dan berdaya saing.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Ekonomi Digital dan Ekonomi Kreatif

Dalam dua dekade terakhir, teknologi digital telah mengubah cara manusia beraktivitas, termasuk dalam dunia ekonomi. Ekonomi digital sendiri menggambarkan semua aktivitas ekonomi yang bergantung pada teknologi informasi dan komunikasi — mulai dari produksi, distribusi, hingga konsumsi barang dan jasa (Bukht & Heeks, 2018).

Sementara itu, ekonomi kreatif lebih menekankan pada pemanfaatan ide, imajinasional,

dan kreativitas manusia untuk menciptakan nilai ekonomi. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2023) menyebutkan bahwa sektor seperti desain, film, kuliner, dan aplikasi digital kini menjadi tulang punggung pertumbuhan ekonomi kreatif Indonesia.

Data dari Badan Pusat Statistik (2023) menunjukkan bahwa kontribusi ekonomi kreatif terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) telah mencapai sekitar Rp1.300 triliun. Angka ini menunjukkan bagaimana kreativitas, ketika dipadukan dengan teknologi, dapat menjadi kekuatan besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional.

2. Perkembangan Bisnis Digital di Indonesia

Indonesia merupakan salah satu negara dengan pengguna internet terbesar di dunia. Berdasarkan laporan We Are Social (2024), terdapat lebih dari 212 juta pengguna internet atau sekitar 76% dari populasi Indonesia. Kondisi ini menciptakan peluang besar bagi pelaku usaha untuk mengembangkan bisnis berbasis digital.

Menurut penelitian Rahmawati dan Pratama (2022), adopsi teknologi digital membantu pelaku UMKM meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat merek mereka di ranah online. Namun, masih banyak pelaku usaha kecil yang belum memahami sepenuhnya bagaimana teknologi digital dan aspek hukumnya berjalan beriringan. Akibatnya, tidak sedikit dari mereka yang menghadapi kendala hukum atau operasional saat mengembangkan bisnis daring.

Selain itu, strategi digital juga memegang peranan penting dalam dunia bisnis, terutama yang berkaitan dengan aktivitas pemasaran dan distribusi. Di era digital saat ini, kegiatan bisnis telah diatur melalui berbagai peraturan perundang-undangan, termasuk yang mengatur perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE). Berdasarkan Pasal 1 ayat (2) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019, PMSE didefinisikan sebagai kegiatan usaha yang proses transaksinya dilakukan melalui perangkat dan prosedur elektronik. Sementara itu, Pasal 1 angka 10 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) menjelaskan bahwa transaksi elektronik merupakan tindakan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, atau media elektronik lainnya.

Perkembangan bisnis digital yang pesat juga melahirkan banyak pelaku ekonomi baru, terutama di sektor startup. Berdasarkan data dari Digital Creative Industry Society (2020), terdapat 992 startup yang beroperasi di Indonesia dan berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi digital nasional. Startup ini mendorong munculnya berbagai inovasi baru, terutama di bidang e-commerce, yang menjadi bentuk paling nyata dari transformasi bisnis digital.

E-commerce sendiri mengacu pada aktivitas jual beli yang dilakukan melalui platform elektronik atau internet. Berdasarkan survei Badan Pusat Statistik (2021), jumlah pelaku usaha e-commerce di Indonesia mencapai 2.868.178 unit, dan angka ini diperkirakan akan terus meningkat seiring kemajuan teknologi. Sementara itu, data dari Statista Market Insights (2023) menunjukkan bahwa jumlah konsumen e-commerce di Indonesia telah mencapai 196,47 juta orang. Pertumbuhan ini menegaskan bahwa ekonomi digital bukan lagi sekadar tren, melainkan pondasi utama bagi aktivitas ekonomi di masa depan.

3. Aspek Hukum dalam Bisnis Digital

Transformasi digital tidak hanya membawa peluang, tetapi juga tantangan baru, terutama dalam bidang hukum. Isu seperti pencurian data, penipuan online, dan pelanggaran hak cipta semakin sering terjadi. Indonesia sebenarnya telah memiliki beberapa regulasi penting, seperti Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP).

Namun, penelitian oleh Wibowo (2023) menemukan bahwa penegakan hukum terhadap pelanggaran digital masih lemah. Banyak kasus kebocoran data dan pelanggaran privasi yang belum terselesaikan secara tuntas. Sementara itu, studi oleh Sari dan Nugraha (2021) menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum memahami kewajiban hukum dalam transaksi digital, seperti perlindungan konsumen dan kontrak elektronik.

4. Pentingnya Literasi Hukum Digital

Literasi hukum digital menjadi kunci penting dalam menciptakan lingkungan bisnis yang sehat dan aman. Yusuf (2022) menegaskan bahwa pelaku usaha perlu memahami regulasi digital agar bisa melindungi haknya, sekaligus menjalankan kewajibannya secara benar. Dengan literasi hukum yang baik, pelaku usaha tidak hanya mampu menghindari pelanggaran, tetapi juga dapat membangun kepercayaan konsumen.

Selain pelaku usaha, peran pemerintah dan lembaga pendidikan juga penting dalam meningkatkan kesadaran hukum digital. Program pelatihan, seminar, dan edukasi publik dapat membantu masyarakat memahami risiko serta tanggung jawab hukum di dunia digital. Dengan meningkatnya literasi hukum, diharapkan tercipta ekosistem bisnis digital yang aman, adil, dan berkelanjutan di Indonesia.

METODOLOGI

Metode Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:8), metode deskriptif kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menjelaskan suatu fenomena dengan cara mengolah data numerik yang diperoleh dari berbagai sumber agar menghasilkan kesimpulan yang objektif. Pendekatan ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana aspek hukum diterapkan dalam perkembangan bisnis digital di Indonesia, serta bagaimana tingkat pemahaman pelaku usaha terhadap regulasi yang berlaku.

Metode kuantitatif deskriptif berfokus pada pengumpulan dan analisis data sekunder yang bersifat angka dan dapat diukur. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berasal dari sumber resmi seperti Badan Pusat Statistik (BPS), Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), serta berbagai jurnal ilmiah yang relevan dengan topik hukum dan bisnis digital.

Langkah-langkah dalam metode penelitian kuantitatif deskriptif ini meliputi:

1. Menetapkan fokus penelitian, yaitu pada penerapan aspek hukum dalam bisnis digital di era ekonomi kreatif.
2. Menentukan sumber data, yang meliputi dokumen, laporan, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan.
3. Melakukan pengumpulan data, melalui teknik dokumentasi dan studi literatur.
4. Menganalisis data, menggunakan pendekatan statistik deskriptif untuk mengetahui tren, persentase, dan hubungan antar variabel.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi, yaitu dengan membaca, mencatat, dan menelaah berbagai dokumen dan laporan yang berkaitan dengan hukum bisnis digital. Menurut Nazir (2014:49), studi dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memanfaatkan sumber tertulis seperti laporan, arsip, dan publikasi resmi yang mendukung penelitian.

Analisis data dilakukan menggunakan model yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (1992:16) yang meliputi tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Tahap reduksi data dilakukan dengan menyaring informasi yang relevan sesuai fokus penelitian. Selanjutnya, penyajian data dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, dan uraian deskriptif agar hasilnya mudah dipahami. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan, yaitu menyusun hasil analisis secara sistematis untuk menjawab rumusan

masalah dan tujuan penelitian.

Teknik penyajian hasil analisis data dalam penelitian ini berupa tabel dan grafik deskriptif yang menunjukkan perkembangan bisnis digital di Indonesia, tingkat literasi hukum digital, serta jumlah kasus pelanggaran hukum yang berkaitan dengan aktivitas digital. Data-data tersebut diolah untuk memberikan gambaran faktual mengenai sejauh mana regulasi hukum di Indonesia mampu mengimbangi perkembangan ekonomi kreatif digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan bisnis digital di Indonesia mengalami lonjakan yang luar biasa dalam satu dekade terakhir. Perubahan ini tidak hanya terlihat dari cara masyarakat berinteraksi, tetapi juga dari cara mereka menjalankan kegiatan ekonomi. Dunia yang dulu serba konvensional kini bergeser menjadi digital, di mana hampir semua aktivitas mulai dari belanja, promosi, hingga transaksi dilakukan secara daring. Berdasarkan laporan We Are Social (2024), pengguna internet di Indonesia mencapai lebih dari 212 juta orang, atau sekitar 76% dari populasi nasional. Angka tersebut menunjukkan betapa masifnya digitalisasi yang kini telah menyentuh hampir seluruh lapisan masyarakat.

Tabel 1. Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia (2019–2024)

Tahun	Jumlah Pengguna Internet (juta)	Persentase Populasi
2019	171,2	63
2020	196,7	70
2021	202,6	72
2022	210,0	74
2023	211,4	75
2024	212,9	76

Sumber: We Are Social, 2024

Digitalisasi juga membawa dampak besar bagi dunia usaha, khususnya sektor UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (2023), jumlah UMKM yang telah memasarkan produknya secara daring mencapai lebih dari 3,8 juta, meningkat tajam dari 1,7 juta pada lima tahun sebelumnya.

Tabel 2. Perkembangan UMKM berbasis Digital di Indonesia (2018-2023)

Tahun	Jumlah UMKM Digital	Pertumbuhan (0%)
2018	1.700.000	-
2019	2.100.000	23,5
2020	2.600.000	23,8
2021	3.000.000	15,4
2022	3.400.000	13,3
2023	3.800.000	11,7

Sumber: BPS, 2023

Kenaikan ini tidak hanya menandakan adaptasi pelaku usaha terhadap perkembangan teknologi, tetapi juga menunjukkan bagaimana digitalisasi membuka peluang baru dalam memperluas pasar dan menciptakan lapangan kerja. Tidak hanya itu, sektor ekonomi kreatif berbasis teknologi seperti e-commerce, fintech, dan konten digital juga tumbuh signifikan. Berdasarkan laporan Kemenparekraf (2023), kontribusi ekonomi kreatif terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional mencapai Rp1.300 triliun, menegaskan peran strategis ekonomi digital dalam pertumbuhan ekonomi nasional.

Tabel 3. Kontribusi Ekonomi Kreatif terhadap PDB Nasional (2019–2023)

Tahun	Nilai (Triliun Rupiah)	Kontribusi terhadap PDB (1%)
2019	1.100	6,7%
2020	1.150	6,8%
2021	1.200	7%
2022	1.250	7,1%
2023	1.300	7,2%

Sumber: Kemenparekraf, 2023

Namun, pesatnya perkembangan tersebut juga diiringi dengan munculnya berbagai tantangan hukum. Dunia digital yang bersifat lintas batas membuat pengawasan dan penegakan hukum menjadi lebih kompleks. Berdasarkan data dari Kominfo (2022), terdapat lebih dari 15.000 laporan kasus penipuan daring serta 77 kasus pelanggaran data pribadi yang ditangani dalam kurun waktu 2019–2022.

Tabel 4. Kasus Hukum Digital di Indonesia (2019–2022)

Jenis Pelanggaran	Jumlah Kasus	Keterangan
Penipuan daring	15.273	Transaksi e-commerce dan media sosial
Pelanggaran data pribadi	77	Kebocoran data pengguna platform digital
Penyalahgunaan konten digital	432	Pelanggaran hak cipta dan konten digital

Sumber: Kominfo, 2022

Masalah hukum digital ini sering kali muncul karena rendahnya kesadaran dan literasi hukum masyarakat, termasuk di kalangan pelaku UMKM. Banyak yang belum memahami pentingnya mencantumkan syarat dan ketentuan transaksi, kebijakan privasi, hingga perlindungan data pengguna. Selain itu, kasus pelanggaran hak kekayaan intelektual (HKI) juga meningkat. Menurut Kementerian Hukum dan HAM (2023), terjadi kenaikan hingga 35% kasus pelanggaran hak cipta digital dalam dua tahun terakhir, menunjukkan masih lemahnya perlindungan hukum bagi karya kreatif di ruang digital.

Masalah lain muncul dari sisi penegakan hukum. Rahayu (2023) mengungkapkan bahwa lemahnya penegakan hukum di bidang digital disebabkan oleh minimnya sumber daya manusia yang memahami cyber law dan teknologi forensik digital. Hal ini menyebabkan banyak kasus kejahatan siber berjalan lambat atau tidak tuntas karena keterbatasan teknis dan koordinasi antar lembaga penegak hukum.

Meski begitu, pemerintah telah menunjukkan komitmen nyata untuk memperbaiki ekosistem hukum digital. Beberapa langkah yang diambil antara lain program Digital Talent Scholarship, pelatihan keamanan siber bagi pelaku usaha, serta kerja sama dengan platform besar seperti Tokopedia dan Shopee dalam menciptakan Cybersecurity Framework. Langkah-langkah ini penting untuk meningkatkan kepercayaan publik terhadap aktivitas ekonomi digital.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perkembangan ekonomi digital di Indonesia beberapa tahun terakhir mengalami lonjakan yang sangat pesat. Berdasarkan laporan dari We Are Social (2024), jumlah pengguna internet di Indonesia sudah mencapai lebih dari 212 juta orang atau sekitar 76% dari total penduduk. Angka ini menggambarkan betapa besar ketergantungan masyarakat terhadap teknologi digital, baik untuk kebutuhan sosial maupun ekonomi. Aktivitas jual beli, promosi, hingga pelayanan konsumen kini banyak dilakukan melalui platform daring, yang kemudian melahirkan berbagai model bisnis baru di sektor digital dan ekonomi kreatif.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2023) serta Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2023), kontribusi sektor ekonomi kreatif terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional mencapai sekitar Rp1.300 triliun. Artinya, kreativitas masyarakat yang berpadu dengan pemanfaatan teknologi mampu menjadi motor penting dalam pertumbuhan

ekonomi Indonesia. Namun di balik kemajuan tersebut, muncul tantangan baru terutama dalam hal kesadaran hukum digital di kalangan pelaku usaha, khususnya UMKM yang baru beradaptasi dengan sistem perdagangan elektronik.

Hasil pengumpulan data sekunder memperlihatkan bahwa banyak pelaku usaha digital masih kurang memahami aspek hukum yang mengatur kegiatan bisnis mereka. Penelitian Rahmawati dan Pratama (2022) menyebutkan bahwa literasi hukum digital di kalangan pelaku UMKM masih tergolong rendah. Banyak yang belum memahami bagaimana aturan terkait transaksi elektronik, perlindungan konsumen, dan pengelolaan data pribadi diterapkan dalam bisnis online. Kondisi ini seringkali menimbulkan berbagai permasalahan seperti pencurian data, pelanggaran hak cipta, hingga sengketa kontrak digital.

Walaupun Indonesia telah memiliki sejumlah regulasi penting seperti UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan UU Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP), implementasinya di lapangan masih belum maksimal. Wibowo (2023) mengungkapkan bahwa lemahnya penegakan hukum digital menyebabkan banyak kasus pelanggaran yang tidak terselesaikan dengan baik. Hal ini menandakan bahwa peningkatan literasi hukum digital bukan lagi sekadar kebutuhan tambahan, tetapi sudah menjadi keharusan agar pelaku usaha dapat beroperasi dengan aman dan sesuai dengan aturan.

Selain dari sisi hukum, strategi digital juga memegang peranan penting dalam pengembangan bisnis di era ekonomi kreatif. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), setiap kegiatan usaha yang dilakukan secara elektronik mencakup seluruh proses transaksi mulai dari penawaran hingga pembayaran yang dilakukan melalui sistem digital. Pemahaman terhadap aturan ini penting agar pelaku usaha tidak hanya fokus pada inovasi dan pemasaran, tetapi juga pada kepatuhan hukum yang menyertainya. Yusuf (2022) menambahkan bahwa literasi hukum digital membantu pelaku usaha membangun kepercayaan konsumen dan melindungi hak mereka di ranah digital.

Salah satu bentuk nyata perkembangan bisnis digital di Indonesia adalah meningkatnya jumlah startup dan e-commerce. Berdasarkan data Digital Creative Industry Society (2020), terdapat sekitar 992 startup yang aktif beroperasi di Indonesia. Startup ini banyak bergerak di sektor teknologi, keuangan, pendidikan, dan gaya hidup, serta berkontribusi dalam menciptakan lapangan kerja baru. Di sisi lain, sektor e-commerce juga menunjukkan perkembangan yang luar biasa. Menurut Badan Pusat Statistik (2021), terdapat sekitar 2,86 juta unit usaha e-commerce di Indonesia, dan jumlah konsumennya mencapai 196 juta orang berdasarkan data Statista (2023).

Sayangnya, kemajuan tersebut belum diiringi dengan peningkatan kesadaran hukum yang memadai. Banyak pelaku bisnis digital yang belum memahami aturan terkait perlindungan data, kontrak elektronik, dan tanggung jawab hukum lainnya. Akibatnya, tidak sedikit startup yang menghadapi masalah hukum seperti pelanggaran hak cipta atau kebocoran data pengguna. Kondisi ini menunjukkan bahwa kesadaran hukum digital perlu ditanamkan sejak dulu, tidak hanya untuk pelaku usaha besar, tetapi juga untuk UMKM yang menjadi tulang punggung ekonomi kreatif.

Dari hasil pengamatan peneliti, tingkat pemahaman hukum digital di kalangan mahasiswa ekonomi dan pelaku usaha muda sebenarnya cukup baik, tetapi masih bersifat teoritis. Mereka tahu tentang UU ITE atau UU PDP, namun belum memahami cara penerapannya dalam kegiatan bisnis sehari-hari. Oleh karena itu, kolaborasi antara pemerintah, perguruan tinggi, dan sektor swasta menjadi penting untuk memperkuat edukasi hukum digital. Program pelatihan, sosialisasi, dan seminar dapat membantu meningkatkan kesadaran hukum serta mendorong munculnya ekosistem bisnis digital yang aman, adil, dan

berkelanjutan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan pengembangan bisnis digital di Indonesia tidak hanya ditentukan oleh inovasi atau kemampuan teknologi, tetapi juga oleh tingkat literasi hukum para pelaku usahanya. Tanpa pemahaman hukum yang baik, bisnis digital berisiko menghadapi masalah serius seperti sengketa kontrak, pelanggaran data, bahkan kehilangan kepercayaan konsumen. Karena itu, literasi hukum digital harus menjadi bagian dari strategi utama pembangunan ekonomi kreatif agar tercipta ekosistem bisnis yang sehat, aman, dan berdaya saing di tingkat global.

KESIMPULAN

Perkembangan bisnis digital di era ekonomi kreatif telah membawa perubahan besar terhadap sistem ekonomi di Indonesia. Digitalisasi membuka peluang luas bagi masyarakat untuk berinovasi dan memperluas pasar tanpa batas geografis. Sektor ini terbukti memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional, dengan nilai ekonomi kreatif yang mencapai lebih dari Rp1.300 triliun pada tahun 2023. Namun, di balik kemajuan tersebut, muncul berbagai permasalahan hukum yang belum sepenuhnya diantisipasi oleh sistem regulasi nasional. Permasalahan seperti penipuan daring, pelanggaran data pribadi, pelanggaran hak cipta, serta lemahnya kesadaran hukum masyarakat menunjukkan bahwa hukum di Indonesia masih perlu beradaptasi lebih cepat dengan perkembangan teknologi.

Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa Indonesia telah memiliki landasan hukum yang cukup kuat melalui penerapan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi. Namun, efektivitas penerapan undang-undang tersebut masih menghadapi sejumlah kendala, seperti rendahnya literasi hukum digital di kalangan pelaku UMKM, keterbatasan sumber daya manusia di bidang penegakan hukum siber, dan belum optimalnya koordinasi antar lembaga pemerintah dalam menangani kejahatan digital. Hal ini menyebabkan masih banyaknya kasus pelanggaran hukum di ruang digital yang belum tertangani dengan baik.

Selain itu, tantangan lain yang perlu diperhatikan adalah kesenjangan pemahaman antara pelaku usaha besar dan kecil dalam menerapkan prinsip hukum digital. Banyak UMKM yang belum memahami pentingnya perlindungan data pelanggan, penyusunan kontrak elektronik yang sah, serta kewajiban hukum dalam transaksi daring. Kurangnya pemahaman ini dapat menghambat pertumbuhan ekonomi digital yang sehat dan berkelanjutan. Oleh karena itu, perlu adanya strategi komprehensif untuk meningkatkan literasi hukum dan teknologi di kalangan pelaku usaha, baik melalui pendidikan formal, pelatihan, maupun sosialisasi yang dilakukan secara masif oleh pemerintah dan lembaga terkait.

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut. Pertama, pemerintah perlu memperkuat implementasi hukum digital dengan memperjelas peraturan turunan dari UU ITE dan UU PDP, agar pelaksanaannya di lapangan lebih efektif dan relevan dengan perkembangan teknologi terbaru. Kedua, peningkatan kapasitas sumber daya manusia di bidang hukum siber harus menjadi prioritas, terutama bagi aparat penegak hukum agar dapat memahami seluk-beluk kejahatan digital secara komprehensif. Ketiga, literasi hukum digital bagi pelaku usaha, khususnya UMKM, harus diperluas melalui program pembinaan, seminar, maupun pendampingan agar mereka memahami kewajiban dan hak-hak hukum dalam transaksi elektronik. Keempat, perlu adanya kolaborasi yang erat antara pemerintah, pelaku industri digital, akademisi, dan masyarakat dalam membangun

sistem hukum yang adaptif, transparan, dan berpihak pada keadilan.

Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan ekosistem bisnis digital di Indonesia dapat berkembang secara berkelanjutan dengan dukungan regulasi yang kuat dan adil. Penerapan hukum yang efektif akan menciptakan rasa aman bagi konsumen, kepercayaan terhadap platform digital, dan pada akhirnya memperkuat posisi Indonesia sebagai negara dengan potensi ekonomi kreatif digital terbesar di kawasan Asia Tenggara.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik. (2021). Statistik e-commerce 2021. Jakarta: BPS.

Badan Pusat Statistik. (2023). Statistik ekonomi kreatif dan UMKM digital 2023. Jakarta: BPS.

Bukht, R., & Heeks, R. (2018). Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy. Manchester: Centre for Development Informatics, University of Manchester.

Digital Creative Industry Society. (2020). Laporan industri startup digital Indonesia 2020. Jakarta: DCIS.

Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia. (2023). Laporan tahunan pelanggaran hak kekayaan intelektual di Indonesia. Jakarta: Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual.

Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2022). Laporan tahunan penanganan kasus pelanggaran data pribadi dan kejahatan siber 2019–2022. Jakarta: Kominfo.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2023). Laporan kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB nasional tahun 2023. Jakarta: Kemenparekraf.

Nazir, M. (2014). Metode penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE).

Rahayu, S. (2023). Kendala penegakan hukum di era digital: Tantangan dan solusi. *Jurnal Hukum dan Teknologi*, 5(1), 44–56.

Rahmawati, D., & Pratama, A. (2022). Pemanfaatan teknologi digital dalam peningkatan kinerja UMKM di era transformasi ekonomi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(2), 115–128.

Sari, M., & Nugraha, D. (2021). Tanggung jawab hukum pelaku UMKM dalam transaksi digital di Indonesia. *Jurnal Ilmu Hukum Aktual*, 7(3), 201–213.

Statista Market Insights. (2023). E-commerce users in Indonesia 2023. Hamburg: Statista GmbH.

Sugiyono. (2017). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP).

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

We Are Social. (2024). Digital 2024: Indonesia. London: We Are Social & Meltwater.

Wibowo, A. (2023). Efektivitas penegakan hukum terhadap pelanggaran data pribadi di Indonesia. *Jurnal Cyber Law Indonesia*, 4(2), 78–90.

Yusuf, H. (2022). Literasi hukum digital bagi pelaku usaha mikro dan kecil di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Regulasi Digital*, 6(1), 33–45.