**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang**

Hubungan internasional sejalan dengan kemajuan teknologi informatika yang demikian pesat memungkinkan hubungan antar bangsa tidak lagi sulit seperti dulu. Perkembangan teknologi akhir-akhir ini merupakan persatuan antara teknologi komputer dan teknologi komunikasi yang mentransfer informasi secara waktu nyata dalam jumlah yang besar. Penerapan teknologi informasi dan komunikasi *Information and Communication Technology* (ICT) dalam berbagai aspek kehidupan manusia dikenal dengan nama era digital.[[1]](#footnote-2)

Perkembangan teknologi informasi saat ini,telah menciptakan jenis-jenis dan peluang-peluang bisnis yang baru di mana transaksi-transaksi bisnis makin banyak dilakukan secara elektronik. Sehubungan dengan perkembangan teknologi informasi tersebut memungkinkan setiap orang dengan mudah melakukan jual-beli. Perkembangan internet memang cepat dan memberi pengaruh signifikan dalam segala aspek kehidupan. Internet membantu untuk dapat berinteraksi,berkomunikasi,bahkan melakukan perdagangan dengan banyak orang dari segala penjuru dunia dengan murah,cepat dan mudah. Beberapa tahun terakhir ini dengan begitu merebaknya media internet menyebabkan banyaknya perusahaan yang mulai mencoba menawarkan berbagai macam produknya melalui *Commerce* dan salah satu manfaat dari keberadaannya adalah sebagai media promosi suatu produk.

*E-commerce*terus mengalami pertumbuhan yang cepat dalam dunia perdagangan. Hal ini cukup signifikan antara lain tampak dari kualitas transaksi melalui sarana ini. Teknologi *e-Commerce* memungkinkan transaksi komersial melintasi batas-batas budaya dan negara dengan kenyamanan yang lebih tinggi dan biaya yang yang lebih efektif dari pada suatu sistem perdagangan yang tradisional. Namun tidak dipungkiri,transaksi perdagangan secara tradisional juga masih diminati karena sudah menjadi kebiasaan yang ada sejak dulu. Alasan lainnya transaksi perdagangan secara tradisional masih diminati adalah masalah ketidakpercayaan yang masih diragukan keamanannya dalam transaksi melalui *e-Commerce*. Bukan hanya karena masalah ketidakpercayaan saja,perdagangan tradisional digemari karena kurangnya pengetahuan tentang internet dan apa itu *e-Commerce* sebenarnya.[[2]](#footnote-3)

*E-commerce* mulai muncul pada tahun 1994, dimana pada saat itu pertama kalinya banner elektronik digunakan untuk tujuan periklanan di website. Kemudian maksud istilah "*e-Commerce*" mengalami perubahan seiring berjalannya waktu, kemudian *e-Commerce* diartikan sebagai pemanfaatan transaksi komersil, seperti memesan pembelian atau *invoice* elektronik.Kemudian kini istilah tersebut diartikan lebih spesifik dan makna lebih sempit lagi menjadi "perdagangan web", yakni jual beli barang atau jasa melalui (*World Wide Web*) WWW dengan *server*.[[3]](#footnote-4)

Pada era global ini, perdagangan dunia mengalami perubahan pesat. Perdagangan global saat ini tidak hanya dapat dilakukan secara langsung, namun pembeli dan penjual yang dibatasi oleh jarak yang jauh atau bahkan lintas batas negara, maka mulai memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi yang ada ke dalam pelaksanaan bisnis. Salah satu pilar globalisasi adalah penggunaan komunikasi yang merupakan pilar utama hubungan internasional dengan menggunakan kemajuan teknologi informasi.[[4]](#footnote-5) Perkembangan perdagangan yang dipengaruhi dengan teknologi disebut dengan *electronic commerce* (selanjutnya disebut dengan “*e-Commerce*”).

Perdagangan internasional merupakan salah satu aspek yang dewasa ini aktivitasnya melibatkan hampir seluruh negara di dunia. Hal ini sejalan pula dengan hukum perdagangan internasional yang berkembang dengan cepat seiring dengan perkembangan perdagangan internasional itu sendiri. Hubungan dagang yang sifatnya melintasi batas negara telah cukup banyak jenisnya,seperti barter,jual beli,hingga transaksi dagang yang sifatnya kompleks.[[5]](#footnote-6)

Objek dari perdagangan internasional ialah barang dan jasa yang diperjual belikan oleh para pihak. Pergerakan barang-barang secara lintas batas negara disebut dengan perdagangan internasional di bidang barang, sedangkan pergerakan jasa-jasa lintas batas negara disebut dengan perdagangan jasa.[[6]](#footnote-7)

Kemajuan Teknologi Informasi (TI) perlu dimanfaatkan para pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk mengembangkan bisnisnya melalui *e-Commerce*, peluangnya terbuka lebar dan secara teknis mudah dijalankan, Pemanfaatan teknologi informasi untuk perdagangan dan jasa atau yang dikenal dengan *e-Commerce* bisa dilakukan baik untuk (*business to business*) B2B misalnya antara pabrik dengan pemasok bahan baku atau antara distributor dengan *dealer*; maupun untuk (*business to consumer*) B2C seperti perusahaan transportasi dengan calon penumpang, antara rumah sakit dengan pasien dan antara pedagang dengan pembeli. Selain itu ada jenis pemanfaatan untuk *e-Marketplace*, pasar yang terbentuk dan secara maya mempertemukan penjual dan penjual.

Dengan memanfaatkan *e-Commerce* dalam operasional bisnisnya, UKM akan mendapatkan akses pasar yang lebih luas dan berpeluang menggaet pelanggan baru. Di sisi lain, pelanggan akan lebih mudah mendapatkan informasi yang diperlukan secara *on-line*. Berbagai penghematan dan efisiensi akan dicapai seperti dalam hal biaya transportasi, komunikasi telepon atau fax, pengiriman, dokumen, cetakan, waktu dan tenaga kerja.[[7]](#footnote-8)

Perdagangan internasional dewasa ini telah banyak mengalami perkembangan ditandai dengan banyaknya forum-forum internasional sebagai wadah kerjasama perdagangan internasional, sebagai contoh ialah (*World Trade Organization*) WTO yang saat ini beranggotakan 168 anggota di seluruh dunia. Selain berlaku sebagai wasit, (*World Trade Organization*) WTO juga bertugas mengawasi isu-isu yang mempengaruhi perdagangan internasional. Isu-isu itu antara lain jual beli antar negara yang terkait konservasi lingkungan; perselisihan dagang; proteksionisme baru (berhubungan dengan perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual); perdagangan,pertumbuhan, serta integrasi global, *ASEAN Free Trade Area* (AFTA) yang merupakan wujud kesepakatan dari negara-negara anggota ASEAN untuk membentuk suatu kawasan bebas perdagangan di kawasan regional ASEAN,[[8]](#footnote-9) dan Asia Pasific Economic Cooperation (APEC).

Dengan terus meningkatnya pertumbuhan ekonomi Indonesia dan tingginya tingkat kepercayaan pelaku usaha kecil menengah (UKM), maka akan semakin banyak UKM yang berniat memperluas unit usahanya ke luar negeri. Negara tujuan ekspansi adalah Cina dan Asia Tenggara, Indonesia mengaku menjadikan Cina sebagai tujuan utama ekspansi, lalu Asia Tenggara dan sisanya adalah Amerika, India, Eropa Barat, Australia dan Timur Tengah. Kebijakan yang dapat mendorong pelatihan dan pengembangan *skill* pemilik UKM serta turut menciptakan lingkungan yang memungkinkan terjadinya pengembangan teknologi yang pada akhirnya akan mengubah proses bisnis dari industri-industri utama. Selain itu, pemerintah juga harus dapat memastikan bahwa kualitas dari barang dan jasa yang dihasilkan memenuhi standar internasional. Hal itu akan mendorong inovasi dan pengembangan produk untuk pasar domestik dan ekspor. Peningkatan pada kualitas dan mutu manajemen UKM akan meningkatkan daya saing di dalam negeri atau internasional.[[9]](#footnote-10)

Hingga saat ini pengetahuan tentang semua peluang dan kendala adanya era digital masih terbatas, sementara era digital yang juga sering disebut Era Ekonomi Baru, telah menjadi kenyataan yang tidak dapat dibendung. Oleh sebab itu dibutuhkan sebuah penelitian yang bersifat eksploratif guna mendapatkan pemahaman yang lebih lengkap mengenai berbagai peluang dan kendala yang diciptakan oleh revolusi *internet* sehingga dapat meningkatkan daya saing UKM Indonesia.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti, mengkaji, dan mempelajari masalah tersebut sebagai bahan penelitian dengan judul :

**“PERKEMBANGAN E-COMMERCE DALAM PERDAGANGAN INTERNASIONAL STUDI KASUS PENINGKATAN DAYA SAING UKM INDONESIA”.**

1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah penulis paparkan sebelumnya, maka penulis mengidentifikasi masalah yang akan diteliti yaitu:

1. Bagaimana perkembangan *e-Commerce* dalam perdagangan internasional?
2. Bagaimana peningkatan daya saing UKM Indonesia?
3. Bagaimana tantangan dan peluang terhadap perkembangan *e-Commerce* dalam perdagangan internasional yang dapat berpengaruh pada peningkatan daya saing UKM Indonesia?
4. **Pembatasan Masalah**

Mempertimbangkan kompleks dan luasnya masalah yang akan diteliti, maka penulis membatasi pembahasan penelitian ini dengan lebih menitikberatkan pada masalah perkembangan dan peningkatan dari e-Commerce dalam perdagangan internasional untuk meningkatkan daya saing UKM Indonesia.

1. **Perumusan Masalah**

Guna memudahkan dalam menganalisa permasalahan yang akan diteliti berdasarkan identifikasi masalah dan pembatasan masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana perkembangan *e-Commerce* dalam perdagangan internasional untuk meningkatkan daya saing UKM Indonesia”.

1. **Tujuan dan Kegunaan Penelitian**
2. **Tujuan Penelitian**

Penelitian ilmiah adalah operasionalisasi dari berpikir ilmiah yang dituangkan ke dalam bentuk tulisan atau benda dengan menggunakan metode ilmiah yang harus menjadi ciri dan integritas dirinya sehingga dapat dibedakan dengan kelompok lain. Sedangkan tujuan peneliti ini adalah:

1. Untuk mengetahui *e-Commerce* dalam perdagangan internasional.

2. Untuk mengetahui peningkatan daya saing UKM Indonesia

3. Untuk mengetahui dan mengkaji keefektivan dari perkembangan *e-Commerce* dalam perdagangan internasional dalam peningkatan daya saing UKM Indonesia.

1. **Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Secara teoritis, penulis mengharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi penelitian lebih lanjut dibidang kajian Hubungan Internasional dan bagi pengembangan di bidang teknologi informasi dan di bidang perdagangan internasional yang berkaitan dengan ilmu Hubungan Internasional.

b. Secara praktik, memberi informasi tentang *e-Commerce* dalam perdagangan internasional yang bisa bermanfaat bagi yang tertarik akan masalah yang disebutkan.

c. Untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh Ujian Sidang Sarjana strata Satu (S1) pada Jurusan Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung.

1. **Kerangka Teoritis dan Hipotesis**
2. **Kerangka Teoritis**

Sebelum penulis mengemukakan pemikirannya, terlebih dahulu dikemukakan pendekatan yang berfungsi untuk menjelaskan dan memahami fenomena yang berhubungan dengan penelitian yang penulis lakukan. Adapun pendekatan yang penulis gunakan adalah perdagangan internasional dan perkembangan *e-Commerce* dalam perdagangan internasional peningkatan daya saing UKM Indonesia.

Sebagai pedoman untuk mempermudah penulis dalam melaksanakan penelitian, maka penulis menggunakan suatu kerangka teori-teori para pakar yang sesuai dengan permasalahan diatas. Adapun teori-teori yang dimunculkan adalah teori yang berkaitan dengan permasalahan Hubungan Internasional sampai dengan permasalahan peningkatan daya saing UKM Indonesia, dan penerapan *e-Commerce* dalam perdagangan internasional yang di munculkan sesuai dengan obyek penelitian yang diambil yaitu tentang:

**“Perkembangan e-Commerce dalam perdagangan internasional studi kasus: Peningkatan daya saing UKM Indonesia.”**

Untuk menganalisa setiap permasalahan dan fenomena yang berlangsung dalam Hubungan Internasional, perlu diketahui definisi dari hubungan internasional itu sendiri. Hubungan Internasional menurut Mas’oed dalam bukunya *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi*(LP3ES. Jakarta) suatu kerangka analitis menyatakan istilah hubungan internasional sebagai berikut:

“Awal memahami aktivitas dan fenomena yang terjadi dalam Hubungan Internasional yang memiliki tujuan dasar mempelajari prilaku internasional, yaitu prilaku actor-aktor internasional baik actor Negara maupunaktor non Negara.Dalam interaksi internasional yang meliputi perilaku perang, konflik, kerjasama, pembentukan aliansi serta koalisi maupun interaksi yang terjadi dalam suatu wadah organisai wadah organisasi internasional.”[[10]](#footnote-11)

Relevan dengan pernyataan di atas KJ. Holsti mengemukakan tentang istilah Hubungan Internasional sebagai berikut:

“Istilah hubungan internasional mengacu kepada semua bentuk interaksi antar anggota masyarakat yang berlainan, baik yang di sponsori oleh pemerintah maupun tidak, hubungan internasional akan meliputi analisa kebijakan luar negeri atau proses-proses antar bangsa menyangkut segala hubungan itu”.[[11]](#footnote-12)

 “Hubungan internasional mengacu pada semua bentuk interaksi antara anggota masyarakat yang berlainan, baik disponsori pemerintah maupun tidak. Meliputi pengkajian terhadap politik luar negeri dan politik internasional, dengan lebih memperhatikan segala segi hubungan diantara berbagai negara di dunia yang mencakup studi-studi perusahaan dagang internasional (MNC), palang merah internasional, turisme, perdagangan internasional, transportasi, komunikasi, dan perkembangan nilai-nilai dan etika internasional.”[[12]](#footnote-13)

Perspektif utama yang akan digunakan ialah prespektif Neoliberalis, Neoliberalisme adalah sistem perekonomian yang memberikan kebebasan secara penuh kepada setiap orang untuk melaksanakan kegiatan perekonomian seperti memproduksi barang, menjual barang, menyalurkan barang dan lain sebagainya. Dalam sistem ini pemerintah hanya menjalankan fungsi deregulasi bagi mekanisme pasar dan hanya untuk memastikan kelancaran dan keberlangsungan kegiatan perekonomian yang berjalan.

Kata Neo dalam neoliberalisme sebenarnya merujuk kepada bangkitnya kembali bentuk aliran ekonomi liberalisme lama yang cikal bakalnya dipicu oleh karya Adam Smith yang menumental, *The Wealth of Nations*, di tahun 1976. Filsuf moral asal Inggris itu, yang juga bapak mazhab ekonomi klasik atau yang lebih populer disebut dengan perumus kapitalisme modern, mempropagandakan pentingnya penghapusan intervensi negara atau pemerintah dalam mekanisme ekonomi, Sebagai gantinya Smith, menganjurkan agar pemerintah membiarkan mekanisme pasar bekerja dengan logikanya sendiri, melakukan deregulasi, serta menghilangkan segala bentuk hambatan (tarif dan non tarif) dan restriksi. Kompetisi dan kekuatan individu yang bekerja dalam mekanisme pasar akan menciptakan keteraturan ekonomi. Smith menggunakan teorinya tentang “tangan-tangan tersembunyi” (*invisible hand*) yang menurutnya bakal mengatur dan mengorganisir seluruh relasi dan kehidupan ekonomi dan juga mendorong setiap individu untuk mencari sebanyak-banyaknya keuntungan ekonomi.

Menurut (Kamus Besar Bahasa Indonesia) KBBI pengertian dari Penerapan adalah:

pengertian perkembangan adalah “perubahan yang sistematis, progresif dan berkesinambungan dalam diri individu sejak lahir hingga akhir hayatnya atau dapat diartikan pula sebagai perubahan – perubahan yang dialami individu menuju tingkat kedewasaan atau kematangannya”[[13]](#footnote-14)

Menurut Catherine L. Mann (2000) dalam buku strategi periklanan pada *e-Commerce* perusahaan top dunia hal. 14, bahwa *e-Commerce* adalah:

*“Elektronic commerce* (*e-Commerce*) adalah hasil dari kemajuan teknologi di bidang informasi dan komunikasi, yang merupakan cara baru dalam melakukan perdagangan internasional dengan pemanfaatan teknologi komputer yang telah memiliki standar universal dan memiliki beragam kelebihan. Para pelaku bisnis dapat dengan mudah memperkenalkan produk dan jasa kepada konsumennya, pemasoknya, dan mitra usahanya tanpa bermasalah dengan biaya, waktu, jarak, dan batas-batas negara. Pertumbuhan internet yang semakin besar akan membuat potensial *e-Commerce* semakin menjanjikan dan dapat mengubah bisnis internasional dan *costumer life* menjadi *internet based electronic transactions.”[[14]](#footnote-15)*

“*E-Commerce* bukan sebuah jasa atau sebuah barang, tetapi merupakan perpaduan antara jasa dan barang. *e-Commerce* dan kegiatan yang terkait melalui internet dapat menjadi penggerak untuk memperbaiki ekonomi domestik melalui liberalisasi jasa domestik dan mempercepat integrasi dengan kegiatan produksi global. Karena *e-Commerce* akan mengintegrasikan perdagangan domestik dengan perdagangan dunia, berbagai bentuk pembicaraan atau negosiasi tidak hanya akan terbatas dalam aspek perdagangan dunia, tetapi bagaimana kebijakan domestik tentang pengawasan di sebuah negara, khususnya dalam bidang telekomunikasi, jasa keuangan, dan pengiriman serta distribusi.”[[15]](#footnote-16)

Untuk memasuki perdagangan internasional yang semakin ketat oleh persaingan-persaingan negara maju, maka negara-negara berkembang harus selalu dapat mengikuti perkembangan dalam perdagangan internasional. Oleh karena itu, negara-negara berkembang harus menjadikan teknologi informasi menjadi landasan berpijak setiap langkah dan tindakan peningkatan kemajuan ekonomi Negara tersebut. salah satu aplikasi teknologi informasi yang tengah popular saat ini adalah internet.

“Salah satu proyeksi dunia bisnis dan perdagangan berbasis internet dalam memasuki perdagangan internasional yaitu dengan menggunakan *Electronic Commerce* (Perniagaan Elektronik) atau yang sering disebut dengan *e-Commerce*.”[[16]](#footnote-17)

Pada era globalisasi dan pasar bebas saat ini, negara- negara maju atau negara dunia satu merupakan faktor yang sangat dominan dalam bisnis internasional. Hal ini dikarenakan penguasaan di bidang teknologi,modal dan sumber daya manusia yang sangat potensial, sedangkan di negara-negara berkembang cenderung tegantung terhadap negara-negara maju sehingga dapat dikatakan negara-negara berkembang hanya dijadikan pasar (*market*) produk-produk mereka.

Negara-negara berkembang saat ini berusaha untuk keluar dari ketergantungan tersebut, mengembangkan potensi diri dengan cara meningkatkan penguasaan teknologi dan pengetahuan, serta mengembangkan bisnis dari lokal menjadi bisnis tingkat global. Perkembangan bisnis dengan dukungan teknologi informasi tidak hanya diperlukan oleh kalangan industri atau perusahaan skala besar saja, tetapi perusahaan berskala kecil atau menengah juga memerlukan hal yang sama, jika tidak ingin usahanya mengalami kemunduran karena paradigma usaha sudah mengalami pergeseran dengan pesat, hal seperti ini kaitannya yaitu:

Menurut Hamdani Gunawan dan Richard A. Hutagaol, Teknologi Informasi dalam Penciptaan Masyarakat Indonesia yang Transparan, 2000:1:

“Dengan bisnis yang bersifat semakin internasional, para pemimpin bisnis yang paling efektif adalah mereka yang tahu bagaimana bekerja di lingkungan bisnis yang kompleks dan global ini.”[[17]](#footnote-18)

Perubahan terhadap tatanan hubungan internasional menggambarkan kenyataan bahwa dengan makin terintegrasinya dunia secara ekonomi, maka pelaku-pelaku ekonomi menjadi semakin banyak jumlahnya, semakin kecil ukurannya dan semakin penting karena tidak lama lagi ekonomi global akan tumbuh bersamaan dengan makin menciutnya ukuran perusahaan-perusahaan. Semakin besar ekonomi dunia semakin kuat pula perusahaan kecil.

Seiring dengan kemajuan teknologi informasi maka ruang lingkup hubungan internasional saat ini semakin kompleks, tidak hanya dilakukan oleh pemerintah (*state*) tetapi dapat dilakukan oleh pihak swasta maupun individu, hal tersebut akan menghantarkan manusia pada sebuah era informasi global yaitu:

“Suatu era dimana didalamnya batas-batas dunia telah disirnakan oleh jaringan telekomunikasi dan internet, dalam suatu era dimana informasi, pengetahuan dan transaksi apapun dapat melintas batas antar benua dalam waktu kurang dari sedetik.”[[18]](#footnote-19)

Fenomena yang sangat ramai dibicarakan dalam hubungan internasional pada saat ini adalah perdagangan internasional, dimana banyak ditemukan perdagangan barang maupun jasa yang melintasi batas-batas negara yang dilakukan pemerintah maupun swasta melalui bermacam-macam media, termasuk internet.

Menurut Moezamil Zamhari dalam buku Ekonomi dan Akuntansi: Membina Kompetensi Ekonomi – hal. 100, Perdagangan internasional adalah:

“Pertukaran barang-barang atau jasa antara satu bangsa (dan penduduknya) dengan bangsa lain. Perdagangan internasional biasanya menyangkut transaksi antara dua pihak yang independen.”[[19]](#footnote-20)

Hubungan kerjasama ekonomi yang dilakukan oleh berbagai negara merupakan bagian dari pelaksanaan ekonomi internasional. Salah satu kegiatan dalam ekonomi internasional adalah perdagangan internasional.

Menurut Amir M.S dalam buku Membuka Cakrawala Ekonomi – hal. 87 adalah:

“Perdagangan internasional adalah perdagangan barang-barang atau jasa di suatu negara ke negara lain diluar batas-batas negara.”[[20]](#footnote-21)

Perdagangan dalam beberapa skala memungkinkan terjadinya saling tukar menukar barang dan jasa, pengarahan sumber daya juga meliputi pertukaran dan perluasan penggunaan teknologi atas dasar keinginan sukarela dari masing-masing pihak, tujuannya adalah untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi untuk meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan bangsa. Perdagangan internasional memiliki banyak kelebihan karena jangkauan pasar dan wilayah perdagangan akan semakin luas sehingga akan meningkatkan pendapatan pelaku perdagangan.

Menurut Ricardo, dalam buku Ekonomi Politik –hal. 172. Perdagangan internasional adalah:

“Perdagangan internasional merupakan simulasi bagi perekonomian internasional melalui perluasan pasar bagi produsen domestik dan bertambahnya pembagian kerja serta diperkenalkannya teknologi baru”.[[21]](#footnote-22)

“Perdagangan electronik atau yang disebut juga *e-Commerce,*adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis. Pandangan populer dari *e-Commerce* adalah penggunaan *internet* dan komputer dengan *browser Web* untuk membeli dan menjual produk.”[[22]](#footnote-23)

Perdagangan internasional dapat dilakukan oleh penduduk suatu negara dengan negara lain. Pengertian penduduk disini dapat berupa perorangan, perusahaan, ataupun lembaga negara, sehingga dapat disimpulkan bahwa perdagangan internasional memungkinkan terjadinya:

1. Tukar-menukar barang dan jasa.
2. Pergerakan sumber daya melalui batas-batas negara.
3. Pertukaran dan perluasan penggunaan teknologi sehingga dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi negara-negara yang terlibat didalamnya.

Interaksi diantara negara dan bangsa dalam hubungan internasional meliputi berbagai bidang kehidupan manusia, tidak terkecuali di bidang ekonomi politik yang juga berkaitan dengan fenomena yang dijabarkan di atas.

Menurut Mochtar Mas’Oed, Ekonomi Politik Internasional yang dimaksud dengan Ekonomi Politik Internasional adalah:

“Studi tentang saling keterkaitan dan interaksi antara fenomena-fenomena politik dengan fenomena ekonomi, antar negara dengan pasar, antara lingkungan domestik dengan lingkungan internasional dan antara pemerintah dengan masyarakat.”[[23]](#footnote-24)

Di era yang serba digital ini sangat mudah untuk mengakses hanya dengan sentuhan tangan saja, memudahkannya melakukan transaksi dan melakukan kegiatan jual-beli secara *online* salah satu faktor yang sangat mendukung keberadaannya Usaha Kecil Menengah (UKM).

Dalam buku Pemikiran dan strategi memberdayakan sektor ekonomi UMKM di Indonesia yaitu:

“Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008: UMKM memiliki kriteria**”[[24]](#footnote-25)** sebagai berikut :

1. Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik`orang perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria yakni :

Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha

Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 3000.000.000 (tiga ratus juta rupiah).

1. Usaha Kecil, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria yakni :

Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

1. Usaha Menengah, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria :

Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta`rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

“Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 orang sampai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 orang sampai dengan 99 orang.”[[25]](#footnote-26)

Lalu turut juga pemerintah mengeluarkan definisi tentang Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) atau biasa disebut dengan Usaha Kecil Menengah (UKM) yaitu:

“Menurut Kementrian KeuanganBerdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 316/KMK 016/1994 tanggal 27 Juni 1994 bahwa Usaha Kecil sebagai perorangan/badan usaha yang telah melakukan kegiatan /usaha yang mempunyai penjualan/omset per tahun setinggi-tingginya Rp. 600.000.000 atau asset (aktiva ) setinggi-tingginya Rp.600.000.000 (diluar tanah dan bangunan yang ditempati ). Contohnya Firma, CV, PT, dan Koperasi yakni dalam bentuk badan usaha. Sedangkan contoh dalam bentuk perorangan antara lain pengrajin industri rumah tangga, peternak, nelayan, pedagang barang dan jasa dan yang lainnya.”[[26]](#footnote-27)

Bahwa daya saing UKM bersumber pada level inovasi, kewirausahaan, modal manusia, sumber dana, potensi pasar, dan strategi bisnis. UKM juga membutuhkan bantuan pemerintah untuk mengembangkan jaringan pemasaran dan akses terhadap lembaga keuangan. Dalam kasus di Indonesia, menemukan bahwa daya saing UKM dapat ditingkatkan melalui sumber daya manusia, modal kerja, serta keahlian manajemen dan teknologi.[[27]](#footnote-28) Lebih jauh lagi, kinerja UKM Indonesia semakin bertambah penting saat negara ini melakukan integrasi dengan ekonomi ASEAN lainnya pada tahun 2015 dan seterusnya. Paradigma ekonomi regional baru ini akan menimbulkan pergeseran bagi UKM Indonesia. Kemungkinan besar mereka akan berkompetisi lebih ketat di pasar domestik, tetapi juga memperoleh kesempatan tambahan di dalam perdagangan internasional.[[28]](#footnote-29)

Menurut Gouzali, dalam buku Sistem Telekomunikasi di Indonesia. Untuk memudahkan dalam menjalankan transaksi diperlukannya:

“Internet merupakan sebuah koneksi global dari ribuan jaringan yang dikelola secara bebas. Internet menjadi populer karena merupakan jalan yang tepat untuk memperoleh informasi terkini dengan berbagai variasinya secara cepat”.[[29]](#footnote-30)

Dalam perdagangan internasional, negara-negara di belahan dunia memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi (ICT), salah satuya internet dalam menunjang perdagangan melalui *e-Commerce*. pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi ini sangat berpengaruh terhadap efektivitas bisnis internasional.

Seiring dengan kondisi tersebut jumlah penduduk dunia terus bertambah sedangkan sumber-sumber alam atau faktor-faktor produksi cenderung terbatas. Setiap negara memiliki kelebihan dan keterbatasannya sehingga mendorong suatu negara untuk melakukan hubungan internasional seperti aktivitas bisnis yang ada pada suatu negara untuk melakukan ekspansi ke luar negeri, diantaranya dapat berupa bisnis internasional.

Menurut T. May Rudy, Bisnis Internasional: Teori, Aplikasi, & Operasionalisasi, Bisnis internasional yaitu:

 “Menyangkut segala macam transaksi bisnis di antara dua negara atau lebih, dengan mencakup baik kegiatan antar pemerintah maupun perusahaan swasta.”[[30]](#footnote-31)

Selain itu pengertian bisnis internasional menurut Rusdin, Bisnis Internasional dalam Pendekatan Praktek yaitu:

“Transaksi bisnis diantara dua negara atau lebih, yang melibatkan pihak-pihak individu, perusahaan, kelompok perusahaan, dan agen-agen internasional.”[[31]](#footnote-32)

Saat ini telah terjadi perubahan yang begitu cepat dalam dunia ekonomi. Tidak ada negara yang hanya memprioritaskan pada ekonomi nasionalnya sendiri tanpa dipengaruhi oleh perdagangan dan investasi keluar negeri. Bisnis domestik yang selama ini dilakukan oleh perusahaan-perusahaan nasional mulai ditinggalkan untuk beranjak ke bisnis yang berskala multinasional maupun bisnis berbasis teknologi *cyber* atau yang lebih dikenal dengan sebutan *e-Commerce*.

Peningkatan daya saing semakin terlihat maka dari itu menumbuhkan sebuah strategi pemberdayaan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi,serta perluasan area pemasaran. Hal ini perlu dilakukan untuk menambah nilai jual UMKM itu sendiri, utamanya agar dapat bersaing dengan produk-produk asing yang kian membanjiri sentra industri dan manufaktur di Indonesia, mengingat UMKM adalah sektor ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia.[[32]](#footnote-33)

Salah satu negara yang terikat dengan perdagangan internasional di dalam *e-Commerce* di Indonesia sudah diatur dalam UU perdagangan, total nilai pasar *e-Commerce* Indonesia pertengahan tahun 2013-Januari 2014 di prediksi oleh Vela Asia dan Google akan mencapai USD 8 miliar dan di prediksi akan terus meningkat hingga mencapai angka USD 24 miliar. Visa memperkirakan online shopping di Indonesia akan tumbuh 40% tahun ini dan 53% tahun depan, dari 23% tahun lalu. Mengingat pertumbuhan *e-Commerce* yang pesat tersebut, aturan terkait *e-Commerce* telah banyak diatur dalam Undang-undang (UU) Nomor 7 tahun 2014 tentang perdagangan.

Menurut Direktorat Perpajakan tentang:

“Pengaturan *e-Commerce* merupakan amanah UU Nomor 7 tahun 2014 tentang perdagangan.”[[33]](#footnote-34)

*e-Commerce* adalah perdagangan yang menggunakan mekanisme elektronik yang berada dalam jaringan internet. Oleh sebab itu, jika membahas aspek hukum tentang *e-Commerce.* Indonesia memiliki hukum yang terkait mengenai *e-Commerce,* yaitu Undang-undang No.11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik.

Transaksi melalui *e-Commerce* ini memiliki beberapa ciri sebagai berikut:

1. Transaksi secara *e-Commerce* memungkinkan para pihak memasuki pasar global secara cepat tanpa diiringi oleh batas-batas negara.
2. Transaksi secara *e-Commerce* memungkinkan para pihak berhubungan tanpa mengenal satu sama lainnya.
3. Transaksi melalui *e-Commerce* sangat bergantung pada sarana (teknologi) yang kendalanya kurang dijamin.[[34]](#footnote-35)

Perkembangan perdagangan yang dipengaruhi dengan teknologi disebut dengan *electronic commerce* (selanjutnya disebut dengan “*e-commerce*”).

Merujuk kepada pengertian menurut Mamta Bhusry mengenai *e-commerce*, yaitu:

“*Electronic commerce is an emerging concept that describes the process of buying and selling or exchanging of products, services and information via. Telecommunication and computer networks including the internet.”[[35]](#footnote-36)*

Melalui pengertian tersebut, dapat diartikan bahwa *e-commerce* merupakan suatu konsep baru yang menggambarkan mengenai proses jual beli atau pertukaran produk,jasa dan informasi melalui jaringan telekomunikasi dan komputer termasuk internet.

 Tetapi sejalan dengan aliran informasi digital yang tidak mengenal batas negara, kejahatan di dunia maya tidak lai bersifat lokal. Semakin rumit dan canggihnya kejahatan internet maka diperlukan adanya suatu penegakan hukum guna memberikan perlindungan, keamanan dan ketertiban bagi negara dan masyarakat dari kejahatan *cyber.*

Menurut T.B Rahman Nitibaskara, Ketika Kejahatan Berdaulat: Sebuah Pendekatan Kriminologi, Hukum, dan Sosiologi *Cybercrime* yaitu:

“Suatu kejahatan yang terjadi melalui jaringan antar komputer yang terikat dalam suatu sistem yang membentuk dunia maya (*cyberspace*) atau alam virtual (semu).”[[36]](#footnote-37)

Sehingga perlu adanya suatu hukum yang khusus di bidang teknologi informasi agar *cybercrime* dapat diselesaikan secara optimal.

Dengan adanya *cybercommunication system* (jaringan internet), rambu-rambu/hukum tradisional di masing-masing negara tidak lagi efektif. Sehingga diperlukan perangkat hukum yang khusus agar tata-tertib dalam *cyberspace* tetap terpelihara. Maka perangkat yang diperlukan adalah *International Cyberlaw* yaitu: **“**Undang-undang hukum pidana yang mengatur jaringan internet global atau antar bangsa**.”[[37]](#footnote-38)**

Berdasarkan pemaparan dari kerangka pemikiran yang telah

diuraikan, maka penulis akan memberikan asumsi sebagai berikut:

1. *e-Commerce* dalam perdagangan internasional adalah proyeksi dunia bisnis dan perdagangan berbasis internet dalam memasuki perdagangan internasional yaitu dengan menggunakan *Electronic Commerce* (Perniagaan Elektronik).
2. Adanya peningkatan yang secara signifikan dari kemunculannya *e-Commerce* dalam bentuk pemberdayaan UMKMdalam perdagangan internasional untuk meningkatkan daya saing UKM Indonesia.
3. Pesatnya kemajuan ekonomi dan perkembangan teknologi memberi peluang bagi sejumlah orang untuk melakukan kejahatan di bidang ekonomi, pencucian uang dan *cybercrime.* Jenis-jenis kejahatan ini sudah melewati batas-batas negara dan melahirkan tantangan bagi para penegak hukum. Para pelaku kejahatan elektronik itu memanfaatkan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, yang membuat perbedaan budaya dan perbatasan fisik makin tak kentara. Untuk memperkecil ketidakpastian itu, perlu pengaturan hukuman yang cocok dan berlaku secara universal (*International Cyberlaw*).
4. **Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan kerangka pemikiran dan permasalahan diatas, maka penulis mencoba membuat dan merumuskan hipotesis. Hipotesis dapat diartikan sebagai dugaan awal atau jawaban sementara terhadap permasalahan. Berdasarka hal tersebut maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

**Jika Perkembangan *e-Commerce* dalam perdagangan internasional menciptakan lingkungan bisnis menjadi lebih efektif, dan kompetitif maka UKM Indonesia mempunyai peluang untuk bersaing di pasar internasional.**

1. **Operasional Variabel dan Indikator**

**Tabel Operasional Variabel**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Variabel (Teoritik)** | **Indikator (Empirik)** | **Verifikasi (Analisis)** |
| **Variabel Bebas:** Jika Perkembangan e-Commerce dalam perdagangan internasional menciptakan lingkungan bisnis menjadi lebih efektif, dan kompetitif. | 1. Adanya *e-Commerce* dalam perdagangan internasional
 | 1. Penggunaan *e-Commerce* dalam kegiatan perdagangan (https://orasibisnis.files.wordpress.com/2012/05/dewi-imarwati\_pemanfaatan-e-commerce-dalam-dunia-bisnis.pdf)
 |
| 1. Adanya kemajuan ekonomi (UKM) dan perkembangan teknologi memberi peluang
 | 1. Kemajuan di bidang ekonomi dan teknologi berkembang pesat (http://www.kompasiana.com/holmen\_hsb/pengaruh-media-komunikasi-pada-bidang-ekonomi\_551189d4a33311534eba7ed2)
 |
| **Variabel Terikat:**Maka UKM Indonesia mempunyai peluang untuk bersaing di pasar internasional. | 1. Munculnya masalah bidang ekonomi, pencucian uang dan *cybercrime*.
 | 1. Adanya kerugian-kerugian yang diakibatkan pencucian uang (http://www.interpol.go.id/id/kejahatan-transnasional/pencucian-uang/97-kerugian-negara-akibat-pencucian-uang)
 |

1. **Metode dan Teknik Pengumpulan Data**
2. **Tingkat Analisis**

Tingkat analisis yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada permasalahan yang dikaji. Unit analisa atau yang dikenal dengan variabel dependen dalam penelitian adalah permasalahan dan kejahatan pencucian uang, sedangkan unit eksplanasi atau variabel independen adalah *e*-*Commerce* dalam perdagangan internasional. Sebab unit analisa lebih tinggi daripada unit eksplanasi maka tingkat analisis yang digunakan adalah analisa induksionis.

1. **Metode Penelitian**

Dengan metode penelitian dapat memandu dan memudahkan peneliti dalam melakukan kajian terhadap masalah yang bertujuan mencari jawaban dan cara-cara pemecahan berdasarkan data-data pembahasan ini adalah:

1. **Metode Deskriptif Analisis**

Metode deskriptif analisis merupakan metode yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasikan masalah atau memeriksa kondisi dan praktek yang berlaku, membuat perbandingan dan evaluasi, memutuskan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.

Studi deskriptif analisis berusaha dan mengimplementasikan apa yang ada, pendapat yang sedang timbul, proses yang sedang berlangsung, akibat atau efek yang terjadi atau kecenderungan yang sedang berkembang. Studi deskriptif terutama yang berkenaan dengan masa kini, meskipun tidak jarang juga memperhitungkan peristiwa masa lampau dan pengaruhnya terhadap kondisi masa kini.

1. **Metode Historis Analisis**

Yaitu metode yang bertujuan untuk melakukan pengamatan terhadap kejadian, terutama yang pernah dialami dimasa lampau. Hal ini berguna dalam memahami situasi sekarang dan untuk meramalkan perkembangan masa yang akan datang.

1. **Teknik Pengumpulan Data**

Guna memperoleh data yang relatif lengkap serta dapat dipercaya dalam penulisan ini maka penulis menggunakan metode penelitian deskriptif analitis dan historis analitis. Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah *Library Research,* yaitu data-data yang bersumber atau diambil dari jurnal, buku, dan media *online.*

1. **Lokasi dan Lamanya Penelitian**
2. **Lokasi Penelitian**

Guna memperoleh data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, penulis merencanakan akan melaksanakan penelitian di beberapa tempat yaitu sebagai berikut:

1. Perpustakaan FISIP UNPAS Jl. Lengkong Besar no. 68, Bandung. Jawa Barat 40261
2. Perpustakaan UNPAR Jl. Ciumbuleuit no. 94, Bandung, Jawa Barat 40141
3. Perpustakaan UNPAD Jl. Raya Bandung Sumedang Km. 21, Hegarmanah, Jatinangor, Kabupaten Sumedan, Jawa Barat 45363
4. Perpustakaan UNIKOM Jl. Dipatiukur no. 112-116, Coblong, Lebakgede, Bandung, Jawa Barat 40132
5. Perpustakaan UNJANI Jl. Terusan Jend. Sudirman, Cimahi, Jawa Barat 40285.
6. **Lama penelitian**

Penelitian ini Insya Allah dilaksanakan pada Desember 2016-Maret 2017 (3 bulan).

1. **Sistematika Penulisan**
2. Pada **BAB I** berisikan pendahuluan yang menguraikan Latar belakang Penelitian, Identifikasi Masalah, Pembatasan dan Perumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Kerangka Teoritis dan Hipotesis, Operasiona Variabel dan Indikator, Metode dan Teknik Pengumpulan Data, Tingkat Analisis, Sumber Data, Waktu dan Lokasi Penelitian, Jadwal dan Kegiatan Penelitian serta Sistematika Penulisan.
3. Pada **BAB II** ini akan membahas uraian dan informasi mengenai tema yang dijadikan variabel bebas, yaitu konsep yang menjelaskan dan meramalkan masalah tersebut. Bab ini terdiri dari uraian ataupun informasi mengenai Perkembangan *e-Commerce* dalam perdagangan internasional dimana penulis mencoba memaparkan tentang peningkatan daya saing UKM Indonesia, beserta manfaat dan kegunaan dari teknologi yang sangat berkesinambungan dengan lingkup bisnis.
4. Pada **BAB III** ini berisi uraian atau informasi mengenai masalah yang menjadi variabel terikat yaitu konsep yang hendak dijelaskan kejadiannya dan terjadi akibat variabel lain. Pada penyusunan skripsi ini yang menjadi variabel terikatnya mengenai peningkatan daya saing UKM Indonesia.
5. Dalam **BAB IV** ini berisi pembahasan, menguraikan serta menjawab Hipotesis dan Indikator-indikator penelitian yang dideskripsikan dalam data.
6. Dalam **BAB V**  ini akan memaparkan beberapa kesimpulan atau hasil yang telah didapatkan.
1. Zatni Arbi dan Abang Syamsurizal, BAB.I Pendahuluan dalam ASEAN Menyambut Era Digital: Peluang dan Kendala, editor: Zatni Arbi, P2P-LIPI, Jakarta, 2002:1 [↑](#footnote-ref-2)
2. ww.pajak.go.id/content/article/menelusur-pajak-atas-transaksi-e-commerce [↑](#footnote-ref-3)
3. http://www.ehpedia.com/2015/09/apa-itu-ecommerce.html [↑](#footnote-ref-4)
4. Shinta Dewi, 2009, Cyber Law Perlindungan Privasi atas Informasi Pribadi Dalam ECommerce

menurut Hukum Internasional, Cetakan ke-I, Widya Padjajaran, Bandung, h.2. [↑](#footnote-ref-5)
5. Huala Adolf, 2011, *Hukum Perdagangan Internasional*, cet. IV, Rajawali Pers Jakarta, (selanjutnya disebut Huala Adolf I), h. 1. [↑](#footnote-ref-6)
6. Meria Utama, 2012, *Hukum Ekonomi Internasional*, PT. Fikahati Aneska, Jakarta, h. 1. [↑](#footnote-ref-7)
7. http://www.psp3.web.id/2015/10/peran-e-commerce-untuk-meningkatkan.html [↑](#footnote-ref-8)
8. Pusat Kebijakan Pendapatan Negara-Badan Kebijakan Fiskal, “ ASEAN Free Trade Area”, URL: http://www.tarif.depkeu.go.id/Others/?hi=AFTA.htm. diakses tanggal 12 November 2014 [↑](#footnote-ref-9)
9. http://www.bi.go.id/id/publikasi/wp/Documents/WP%20BI%20No.9-2015%20Pemetaan%20dan%20Strategi%20Peningkatan%20Daya%20saing%20UKM.pdf [↑](#footnote-ref-10)
10. Mas’oed dalam bukunya Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi(LP3ES. Jakarta) suatu kerangka analitis menyatakan istilah hubungan internasional hlm 12. [↑](#footnote-ref-11)
11. Ibid, hlm 13. [↑](#footnote-ref-12)
12. K.J Holsty, Politik Internasional: Suatu Kerangka Analisis (terjemahan Wawan Juanda), 1987:29 [↑](#footnote-ref-13)
13. http://kbbi.web.id/ [↑](#footnote-ref-14)
14. Catherine L. Mann. strategi periklanan pada e-commerce perusahaan top dunia – hal. 14 (2000) [↑](#footnote-ref-15)
15. Ibid . hal. 15 [↑](#footnote-ref-16)
16. http://kelasonline.net/implementasi-e-commerce-dalam-menunjang-strategi-bisnis-perusahaan/ [↑](#footnote-ref-17)
17. Hamdani Gunawan dan Richard A. Hutagaol, Teknologi Informasi dalam Penciptaan Masyarakat Indonesia yang Transparan, 2000:1 [↑](#footnote-ref-18)
18. Dimitri Mahayana, 1999:7 [↑](#footnote-ref-19)
19. Moezamil Zamhari, Ekonomi dan Akuntansi: Membina Kompetensi Ekonomi – hal. 100 [↑](#footnote-ref-20)
20. Amir M.S., Membuka Cakrawala Ekonomi – hal. 87 [↑](#footnote-ref-21)
21. Ricardo, Ekonomi Politik – hal. 172 [↑](#footnote-ref-22)
22. http://elib.unikom.ac.id/download.php?id=167940 [↑](#footnote-ref-23)
23. Mochtar Mas’Oed, Ekonomi Politik Internasional, 1996:124 [↑](#footnote-ref-24)
24. Pemikiran dan strategi memberdayakan sektor ekonomi UMKM di Indonesia hal. 50 [↑](#footnote-ref-25)
25. Ibid. hal. 52 [↑](#footnote-ref-26)
26. Ibid. hal. 55 [↑](#footnote-ref-27)
27. http://www.bi.go.id/id/publikasi/wp/Documents/WP%20BI%20No.9-2015%20Pemetaan%20dan%20Strategi%20Peningkatan%20Daya%20saing%20UKM.pdf [↑](#footnote-ref-28)
28. https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/id/Documents/finance/id-fas-sme-powering-indonesia-success-report-bahasa-noexp.pdf [↑](#footnote-ref-29)
29. Gouzali, Sistem Telekomunikasi di Indonesia, 1991:2 [↑](#footnote-ref-30)
30. T. May Rudy, Bisnis Internasional: Teori, Aplikasi, & Operasionalisasi, 2002:1 [↑](#footnote-ref-31)
31. Rusdin, Bisnis Internasional dalam Pendekatan Praktek,2002:2 [↑](#footnote-ref-32)
32. www.kemenkeu.go.id/.../Strategi%20Pemberdayaan%... [↑](#footnote-ref-33)
33. http://www.pajak.go.id/content/e-commerce-di-indonesia-sudah-diatur-dalam-uu-perdagangan [↑](#footnote-ref-34)
34. Huala Adolf, Op. Cit.,hal. 162 [↑](#footnote-ref-35)
35. Mamta Bhusry, tanpa tahun, E-Commerce, Firewall Media, tanpa tempat terbit, h.3 [↑](#footnote-ref-36)
36. T.B Rahman Nitibaskara, Ketika Kejahatan Berdaulat: Sebuah Pendekatan Kriminologi, Hukum, dan Sosiologi, 2001:45 [↑](#footnote-ref-37)
37. Abdul Muis, Konsep Kebebasan komunikasi Telah Beubah, Kompas, 21 Januari 1998 [↑](#footnote-ref-38)