

Research Article

## Analisis Implementasi Regulasi E-Commerce di Indonesia

Pitriani<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Fakultas Syariah IAIN Kerinci, Jambi, Indonesia

Corresponding Author, Email: [pitriani20101978@gmail.com](mailto:pitriani20101978@gmail.com)

### Abstract

E-commerce telah menjadi bagian integral dari ekonomi global, termasuk di Indonesia, di mana pertumbuhannya sangat pesat. Namun, implementasi regulasi e-commerce di Indonesia menghadapi berbagai tantangan dan hambatan yang mempengaruhi efektivitas dan keberhasilannya. Artikel ini mengeksplorasi tantangan utama dalam penerapan regulasi e-commerce di Indonesia, seperti ketidakpastian hukum, perbedaan antara regulasi nasional dan praktik di lapangan. Melalui analisis kualitatif dan studi kasus, artikel ini bertujuan untuk mengidentifikasi hambatan-hambatan utama dan memberikan rekomendasi untuk perbaikan regulasi agar dapat mendukung perkembangan e-commerce yang berkelanjutan. Temuan dari studi ini diharapkan dapat memberikan panduan bagi pembuat kebijakan dan pelaku industri dalam mengatasi masalah yang ada. Artikel ini mengkaji aspek hukum dalam perlindungan konsumen pada transaksi e-commerce di Indonesia. Fokus utama implementasi regulasi tantangan dan hambatannya. Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan analitis-deskriptif, didukung oleh studi kasus pada beberapa platform e-commerce. Artikel ini menyimpulkan bahwa meskipun regulasi sudah ada, masih terdapat kesenjangan dalam penerapan yang memerlukan intervensi kebijakan pemerintah lebih lanjut

**Keywords:** Implementasi, Regulasi, E-commerce, Indonesia.



This is an open access article under the CC BY License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>).

## INTRODUCTION

Perkembangan teknologi digital telah merevolusi cara konsumen bertransaksi, khususnya melalui platform e-commerce. Di Indonesia, e-commerce mengalami pertumbuhan pesat yang didukung oleh peningkatan akses internet dan perubahan perilaku konsumen. Namun, perkembangan ini juga menimbulkan berbagai tantangan dalam hal perlindungan konsumen, terutama terkait dengan keamanan data, penipuan, dan ketidakpastian hukum. Hukum bisnis di Indonesia mencakup berbagai aspek yang mengatur hubungan antar pelaku usaha, termasuk aspek perlindungan konsumen dalam transaksi perdagangan elektronik. Teori perlindungan konsumen berfokus pada hak-hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang akurat, keamanan dalam bertransaksi, dan mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif. Dalam konteks e-commerce, teori ini perlu diterapkan dengan memperhatikan karakteristik khusus dari transaksi elektronik yang berbeda dari transaksi konvensional.

Proses pembelian, penawaran untuk dijual, atau mentransfer barang, jasa, dan informasi melalui jaringan komputer dikenal sebagai perdagangan elektronik (e-commerce). E-commerce adalah bagian dari e-bisnis, yang memiliki definisi lebih luas yang mencakup mitra bisnis, dukungan pelanggan, dan lowongan pekerjaan selain aktivitas komersial. Basis data atau basis data (database), email atau surat elektronik (e-mail), teknologi nonkomputer berupa sistem pengiriman yang berbeda-beda, dan metode pembayaran pada e-commerce merupakan persyaratan tambahan bagi e-commerce selain jaringan teknologi. (Kedah 2023) E-commerce dianggap sebagai penjualan dan pembelian barang dan jasa melalui internet dengan imbalan uang dan transfer data untuk menyelesaikan transaksi. E-commerce berada di garis depan dalam mentransformasikan strategi pemasaran, berdasarkan teknologi baru, dan memfasilitasi informasi produk dan meningkatkan pengambilan keputusan. (Rosário and Raimundo 2021)

Potensi pengembangan model perdagangan e-commerce sangat besar di Indonesia dan sebagai pasar yang menjanjikan. (Lukito 2017) Indonesia secara geografis terdiri dari berbagai pulau dan memiliki jumlah penduduk yang cukup besar, perdagangan digital dapat menjadi sarana yang mempermudah partisipasi masyarakat umum dalam melakukan transaksi dan perdagangan secara merata. (Sudrajat 2020) E-commerce memiliki beberapa keunggulan dibandingkan saluran belanja tradisional, seperti 1) semuanya ada di satu tempat, 2) menghemat waktu dan uang, 3) kesederhanaan dan kenyamanan, 4) beragam pilihan dan fasilitas untuk dibandingkan. (Mustafa et al. 2022)

Perdagangan elektronik, sebagai platform transaksi perdagangan yang mengandalkan teknologi, secara alami menghadapi tantangan hukum yang kompleks. (Prasetio et al. 2021). Tidak hanya mengatur aspek keamanan transaksi, hukum juga berperan penting dalam memberikan jaminan perlindungan kepada semua pihak yang terlibat dalam transaksi e-commerce, dengan penekanan khusus pada kepentingan konsumen. (Atikah 2019) Keamanan siber adalah masalah global yang perlu diselesaikan. Pada akhirnya, kurangnya sistem keamanan yang andal menciptakan pengalaman yang berisiko bagi pelanggan saat berbelanja online. Dalam beberapa tahun terakhir, dunia telah menyaksikan sejumlah organisasi terkemuka dan bisnis internasional menjadi sasaran para penipu yang mencuri data konsumen dari bank data mereka. (Novita Sari., Achmad Hizazi. 2021) Pasar elektronik telah berkembang pesat dan dianggap sebagai bentuk ritel yang efektif dalam beberapa tahun terakhir.



This is an open access article under the CC BY License  
(<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>).

Meskipun ada pertumbuhan seperti itu, kurangnya transaksi fisik antara berbagai pihak, serta kekhawatiran pengguna mengenai privasi dan keamanan transaksi di platform perdagangan elektronik (e-commerce) telah membahayakan kepercayaan pengguna.(Soleimani 2022) Artikel ini menawarkan wawasan baru tentang bagaimana regulasi dapat diperbaiki untuk lebih sesuai dengan realitas pasar e-commerce. Selain itu, artikel ini menyediakan rekomendasi yang dapat digunakan untuk meningkatkan efektivitas regulasi e-commerce di Indonesia, memberikan kontribusi yang signifikan bagi pembuat kebijakan dan pelaku industri.

## **METHOD**

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan analitis-deskriptif. Pendekatan yuridis normatif digunakan untuk menelaah aturan-aturan hukum yang berlaku mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce, sedangkan pendekatan analitis-deskriptif digunakan untuk menganalisis data sekunder yang diperoleh dari studi pustaka dan dokumentasi. Data yang digunakan meliputi peraturan perundang-undangan, jurnal ilmiah, serta studi kasus terkait implementasi hukum bisnis dalam e-commerce di Indonesia.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Regulasi terkait perlindungan konsumen dalam e-commerce di Indonesia antara lain diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), yang telah diperbarui dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016. Meskipun regulasi ini memberikan dasar hukum bagi perlindungan konsumen, namun terdapat kelemahan dalam pengaturannya, terutama terkait dengan mekanisme penegakan hukum dan perlindungan data pribadi. Salah satu tantangan terbesar dalam implementasi regulasi adalah ketidakpastian hukum dan kurangnya kesadaran konsumen terhadap hak-hak mereka. Banyak konsumen yang tidak mengetahui prosedur pengaduan atau ragu untuk menggunakan mekanisme hukum yang tersedia. Selain itu, platform e-commerce seringkali tidak menyediakan informasi yang jelas mengenai kebijakan pengembalian barang atau penanganan keluhan, yang dapat merugikan konsumen.

Studi kasus pada beberapa platform e-commerce besar di Indonesia menunjukkan adanya disparitas dalam penerapan regulasi perlindungan konsumen. Misalnya, pada salah satu platform, ditemukan bahwa banyak konsumen mengalami kesulitan dalam proses pengembalian dana akibat barang yang tidak sesuai dengan deskripsi, dan keluhan mereka sering kali tidak ditanggapi dengan cepat oleh pihak penjual maupun platform. Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan pengawasan dan penerapan sanksi yang lebih tegas.

Kajian hukum mengenai perlindungan konsumen menjadi aspek yang sangat signifikan, terutama dalam konteks transaksi e-commerce, di mana peran konsumen menjadi krusial dalam mencapai kesuksesan transaksional.(Barkatullah 2019) Dalam konteks transaksi e-commerce, peran konsumen menjadi elemen yang sangat esensial untuk mencapai kesuksesan, berdasarkan kenyataan yang terlihat dalam praktik transaksi tersebut. (Khadafi 2016) Muncul pertanyaan seputar sejauh mana hak-hak konsumen yang memiliki peran signifikan di transaksi e-commerce telah mendapatkan perlindungan yang memadai. Mengamati peran konsumen dalam



This is an open access article under the CC BY License  
(<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>).

konteks ini, penting untuk memastikan bahwa keberadaan mereka dilindungi dengan baik. E-commerce sangat penting bagi negara maju dan berkembang dalam memperkuat perekonomian dan mendukung pembangunan. Namun kenyataannya, setelah satu dekade pembangunan, adopsi e-commerce di berbagai negara masih belum merata karena perbedaan lingkungan hukum dan kebijakan untuk e-commerce. (Zhu 2009)

Bidang bisnis elektronik akan mengalami peningkatan, pentingnya industri perdagangan elektronik di tahun-tahun mendatang. Revolusi perdagangan elektronik telah memberikan dampak yang sangat menguntungkan pada industri transaksi dengan membuka pasar baru dengan cepat dan menjembatani batasan-batasan. Hal ini mempunyai dampak yang signifikan terhadap sistem pasar konvensional global dan memungkinkan peningkatan taraf hidup masyarakat. E-commerce menguntungkan pembeli dan penjual sekaligus memberikan tantangan terhadap keberlanjutan Perusahaan tradisional. (Dr. Arti Sharma, Dr. Satish Kumar Mishra, and Mr Vinay Kant Srivastav 2023) Tidak ada keraguan bahwa globalisasi dan infrastruktur informasi global telah mengubah dunia. Bersama-sama, mereka telah mengubah keinginan lama untuk mewujudkan dunia tanpa batas menjadi kenyataan. Namun banyak negara yang mengalami kesulitan dalam menjalankan aktivitas e-bisnisnya. Mereka kekurangan peraturan dan infrastruktur untuk mempromosikan aktivitas dan sumber daya berbasis Internet. (Alali et al. 2016) Di dunia yang saling terhubung saat ini, lingkungan hukum yang relevan jauh melebihi kekhawatiran dan kendala yang ada di negara asal kita dan telah benar-benar dapat dijangkau di seluruh dunia. (Trautman 2017)

Meskipun Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen telah merinci perlindungan hak-hak konsumen, terdapat kelemahan dalam cakupannya, khususnya dalam konteks transaksi elektronik. Proses transaksi elektronik, yang berbeda dengan transaksi jual beli konvensional yang melibatkan tatap muka langsung antara pembeli dan penjual, menimbulkan risiko pelanggaran hak konsumen yang lebih besar dalam transaksi e-commerce.

Dalam transaksi e-commerce, konsumen tidak dapat bertemu langsung dengan pelaku usaha, melainkan menggunakan media internet sebagai sarana untuk bertransaksi. Perbedaan ini menyebabkan konsumen lebih rentan terhadap pelanggaran hak-haknya. Dalam transaksi konvensional, konsumen dapat mengidentifikasi, melihat, dan menyentuh barang atau produk yang akan dibeli. Mereka dapat langsung memperoleh informasi dari barang tersebut dan memiliki kemampuan untuk mengeluh, mengadu, atau mendapatkan kompensasi langsung dari pelaku usaha dengan mengunjungi tempat usaha secara langsung. Sebaliknya, dalam transaksi e-commerce, konsumen tidak memiliki akses langsung seperti dalam transaksi konvensional. Mereka tidak dapat melihat atau menyentuh barang secara fisik sebelum pembelian, sehingga risiko menerima produk yang tidak sesuai dengan yang dijanjikan menjadi lebih tinggi. Meskipun demikian, Undang-Undang Perlindungan Konsumen belum sepenuhnya mengakomodasi dinamika dan risiko khusus yang terkait dengan transaksi elektronik. Oleh karena itu, perlu adanya penyesuaian dan peningkatan perlindungan hak konsumen dalam konteks e-commerce.

Pernyataan umum mengenai perdagangan elektronik menyatakan bahwa aspek yuridis di ruang siber tidak dapat disederhanakan dengan menggunakan parameter dan kriteria hukum konvensional semata. Hal ini disebabkan apabila pendekatan semacam itu digunakan, maka akan muncul berbagai kesulitan serta potensi



This is an open access article under the CC BY License  
(<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>).

pelanggaran hukum yang dapat menghindari penegakan hukum. Kegiatan yang berlangsung di ruang siber merupakan aktivitas virtual, meskipun bukti yang ada bersifat elektronik, dampaknya tetap sangat nyata. Oleh karena itu, subjek pelaku kegiatan di ruang siber harus diidentifikasi sebagai individu yang terlibat dalam tindakan hukum yang memiliki dampak nyata. Isu penting lainnya dalam pola penyelenggaraan e-commerce adalah infrastruktur kelembagaan yang diciptakan untuk pengawasan pasar yang efisien, yang bertujuan untuk memastikan bahwa produk mematuhi persyaratan yang berlaku, sehingga memberikan perlindungan tingkat tinggi terhadap kepentingan publik, sebagai respons terhadap kebutuhan untuk melindungi kepentingan umum, kesehatan dan keselamatan, perlindungan konsumen dan pergerakan bebas produk. (Tofan and Bostan 2022)

Dengan adanya resiko yang besar kepada konsumen pada transaksi *e-commerce*, maka diharapkan dengan adanya Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, bisa memberi perlindungan terhadap konsumen pada transaksi *e-commerce* sehingga konsumen yang melakukan transaksi *e-commerce* mendapatkan jaminan perlindungan hukum. Mazli (2021) Transaksi *e-commerce*, sebagai bentuk transaksi yang rentan terhadap pelanggaran hak-hak konsumen, dipengaruhi oleh beberapa faktor yang menjadikannya riskan. Salah satu alasan utamanya adalah ketidak adanya jaminan keselamatan dan keamanan dalam penggunaan barang dan/atau jasa. Hal ini disebabkan oleh ketidakmampuan konsumen untuk secara langsung mengidentifikasi, melihat, atau menyentuh barang yang akan dipesan melalui internet, seperti yang biasanya terjadi dalam transaksi konvensional di mana pembeli dan penjual bertemu langsung. Selain itu, kekurangan informasi yang jelas tentang produk (barang dan jasa) yang ditawarkan menjadi kendala utama. Informasi yang tersedia pada transaksi *e-commerce* sering kali dibuat sepihak oleh penjual atau pelaku usaha, menyebabkan ketidakpastian bagi konsumen yang harus mendapatkan informasi yang cukup saat bertransaksi. Keadaan ini membatasi hak konsumen untuk mengeluh, mengadu, atau memperoleh kompensasi, karena transaksi *e-commerce* dilakukan tanpa tatap muka. Selanjutnya, pada transaksi *e-commerce*, konsumen umumnya melakukan pembayaran sebelum pesannya diproses oleh penjual atau pelaku usaha. Situasi ini memberikan risiko tinggi, dengan peluang keterlambatan pengiriman barang yang dipesan, ketidaksesuaian isi atau kualitas dengan pesanan, atau bahkan tidak sampainya pesanan ke konsumen. Oleh karena itu, perlindungan hak-hak konsumen dalam konteks *e-commerce* memerlukan perhatian khusus untuk mengatasi risiko-risiko tersebut.

Kasus dalam transaksi online (*e-commerce*), seperti cacat produk, informasi yang tidak akurat dari iklan online, keterlambatan pengiriman barang, sering terjadi pada konsumen. Pengaduan konsumen terkait *e-commerce* atau sektor *e-commerce* mendominasi statistik pengaduan konsumen. Sebanyak 3.692 pengaduan konsumen ditangani pada semester pertama 2022, menurut Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tata Niaga (Ditjen PKTN) Kementerian Perdagangan. 3.181 pengaduan, atau 86,1 persen, berasal dari *e-commerce*. (Indonesia, 2022). Tulus Abadi, Ketua Pengurus Harian Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), menjelaskan bahwa keluhan seputar *e-commerce* menjadi salah satu masalah yang mendapat perhatian dalam lima tahun terakhir. Menurut Tulus, penanganan permasalahan ini menjadi tanggung jawab bersama, termasuk penyelenggara platform belanja online. Dalam laporan yang dirilis oleh YLKI, terdapat empat isu utama terkait *e-commerce* pada tahun 2022. Isu tersebut mencakup ketidaksesuaian barang yang diterima (20%),



permintaan pengembalian uang (32%), pembatalan transaksi oleh pihak penjual secara sepihak (8%), dan barang tidak sampai ke konsumen (7%). Sementara itu, Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) mencatat bahwa mereka telah menerima 1.136 aduan dari masyarakat terkait *e-commerce* dalam rentang waktu dari tahun 2017 hingga Februari 2023. Hanya dalam dua bulan pertama tahun 2023, Ketua BPKN, Rizal Edy Halim, mengungkapkan bahwa mereka telah menerima 20 kasus keluhan yang berkaitan dengan pengalaman berbelanja di *e-commerce*. Pada tahun 2022, jumlah kasus yang diterima mencapai 190 kasus.

Hasil analisis menunjukkan bahwa meskipun Indonesia memiliki regulasi yang memadai dalam hal perlindungan konsumen, implementasinya masih menghadapi berbagai kendala. Regulasi yang ada perlu diperkuat dengan kebijakan tambahan yang lebih spesifik untuk *e-commerce*, serta edukasi yang lebih intensif kepada konsumen mengenai hak-hak mereka. Di sisi lain, platform *e-commerce* juga perlu diperkuat tanggung jawabnya dalam melindungi konsumen, misalnya melalui penerapan standar keamanan yang lebih ketat dan prosedur pengaduan yang transparan.

Untuk meningkatkan perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce*, berikut adalah beberapa rekomendasi, Pembentukan peraturan khusus yang mengatur perlindungan konsumen dalam *e-commerce*, termasuk pengaturan tentang pengembalian barang dan perlindungan data pribadi. Kampanye literasi hukum bagi konsumen untuk meningkatkan kesadaran akan hak-hak mereka dalam transaksi digital. Penerapan sanksi yang lebih tegas bagi platform *e-commerce* yang tidak mematuhi regulasi, serta pengawasan yang lebih ketat terhadap praktik bisnis yang merugikan konsumen.

## KESIMPULAN

Perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce*, masih menghadapi banyak tantangan dalam implementasinya. Regulasi yang ada perlu diperkuat dan disesuaikan dengan dinamika perkembangan teknologi dan model bisnis yang ada saat ini. Dengan adanya penegakan hukum yang lebih baik, serta peningkatan kesadaran konsumen, diharapkan perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* dapat ditingkatkan. Untuk meningkatkan perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce*, berikut adalah beberapa rekomendasi, Pembentukan peraturan khusus yang mengatur perlindungan konsumen dalam *e-commerce*, termasuk pengaturan tentang pengembalian barang dan perlindungan data pribadi. Kampanye literasi hukum bagi konsumen untuk meningkatkan kesadaran akan hak-hak mereka dalam transaksi digital. Penerapan sanksi yang lebih tegas bagi platform *e-commerce* yang tidak mematuhi regulasi, serta pengawasan yang lebih ketat terhadap praktik bisnis yang merugikan konsumen.

## BIBLIOGRAFI

- Alali, Haitham, Raed Wishah, Shireen Alali, Ahmad Al-Sukkar, and Alhareth Abu-Hussien. 2016. "E-Marketplace Legal and Regulatory Framework in Jordan: A General View." *Journal of Theoretical and Applied Information Technology* 85(2):221–27.
- Atikah, Ika. 2019. "Pengaturan Hukum Transaksi Jual Beli Online (E-Commerce) Di Era Teknologi." *Muamalatuna* 10(2):1–27.
- Barkatullah, Abdul Halim. 2019. *Hukum Transaksi Elektronik Di Indonesia: Sebagai Pedoman Dalam Menghadapi Era Digital Bisnis e-Commerce Di Indonesia*.



This is an open access article under the CC BY License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>).

Nusamedia.

- Dr. Arti Sharma, Dr. Satish Kumar Mishra, and Mr Vinay Kant Srivastav. 2023. "The Evolution And Impact Of E-Commerce." *Journal of Namibian Studies : History Politics Culture* 33:1838–46. doi: 10.59670/jns.v33i.3260.
- Kedah, Zulkarnain. 2023. "Use of E-Commerce in The World of Business." *Startuppreneur Business Digital (SABDA Journal)* 2(1):51–60. doi: 10.33050/sabda.v2i1.273.
- Khadafi, Muhammad. 2016. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce (Studi Kasus e-Commerce Melalui Sosial Media Instagram)."
- Lukito, Imam. 2017. "Tantangan Hukum Dan Peran Pemerintah Dalam Pembangunan E-Commerce." *Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum* 11(3):349–67.
- Mazli, Abdurrahman. 2021. "Urgensi Pembaharuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Indonesia Di Era E-Commerce." *Lex Renaissance* 6(2):298–312.
- Mustafa, Sohaib, Tengyue Hao, Yu Qiao, Sayed Kifayat Shah, and Ruodan Sun. 2022. "How a Successful Implementation and Sustainable Growth of E-Commerce Can Be Achieved in Developing Countries; a Pathway Towards Green Economy." *Frontiers in Environmental Science* 10(August):1–17. doi: 10.3389/fenvs.2022.940659.
- Novita Sari., Achmad Hizazi., Wiralestari. 2021. "Effect of Good Corporate Governance and Leverage on Profitability-Mediated Tax Avoidance (Study on Mining Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange 2016 – 2019)." *International Journal of Academic Research in Accounting Finance and Management Sciences* 11(2):202–21. doi: 10.6007/IJARAFMS.
- Prasetio, Adhi, Muhammad Ashoer, Jeperson Hutahaeen, Janner Simarmata, Ridha Sefina Samosir, Hafiz Nugraha, Jamaludin Jamaludin, Harmayani Harmayani, Surya Hendra Putra, and Irdawati Irdawati. 2021. *Konsep Dasar E-Commerce*. Yayasan Kita Menulis.
- Rosário, Albérico, and Ricardo Raimundo. 2021. "Consumer Marketing Strategy and E-Commerce in the Last Decade: A Literature Review." *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research* 16(7):3003–24.
- Soleimani, Marzieh. 2022. "Buyers' Trust and Mistrust in e-Commerce Platforms: A Synthesizing Literature Review." *Information Systems and E-Business Management* 20(1):57–78. doi: 10.1007/s10257-021-00545-0.
- Sudrajat, Ajat. 2020. "Pajak E-Commerce, Pemecahan Dan Solusinya." *Jurnal Pajak Vokasi (JUPASI)* 2(1):22–36.
- Tofan, Mihaela, and Ionel Bostan. 2022. "Some Implications of the Development of E-Commerce on EU Tax Regulations." *Laws* 11(1):1–26. doi: 10.3390/laws11010013.
- Trautman, Lawrence J. 2017. "How Google Perceives Customer Privacy, Cyber, E-Commerce, Political and Regulatory Compliance Risks." *SSRN Electronic Journal* 10(1). doi: 10.2139/ssrn.3067298.
- Zhu, Ling. 2009. "Legal and Policy Environments: An Institutional Perspective of Global e-Commerce Adoption." *Proceedings of the 42nd Annual Hawaii International Conference on System Sciences, HICSS* 1–10. doi: 10.1109/HICSS.2009.290.

