

Legitimasi Cryptocurrency (Mata Uang Digital) Sebagai Aset Korporasi

Muhammad S. Ramadhan, Theta Murty, Adrian Nugraha, Muh. Zainul Arifin
Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya
msyahriramadhan@fh.unsri.ac.id

Submit: 13-09-2021; Review: 17-11-2021; Terbit: 27-12-2021

Abstract

The business owners begin to think that these assets cryptocurrency this better than the economic and law, to be determined as the company assets. The aim research is to analyze the problem of the legitimacy of the use of digital currency limited liability company as company assets. At the moment, currency digital is still recognized as asset commodities in the aspect of juridical. Cryptocurrency will not be recognized by the government as currency should as the rupiah. The obstacles can be classified into 3 (three) aspects, namely philosophical, sociological and juridical aspects. The solution is takes the specific rules that digital currency becomes a tool of payment as rupiah. The legitimacy that assets crypto can be classified as company assets seen in trade minister regulation no 99 years 2018 and regulations bappebti number 5 years 2019 . The challenge and a solution in implementing culture are to make an asset in crypto as real asset companies should be increased, t begins with fix related digitalization infrastructures like the internet, gadget and the others.

Keywords: Legitimation, Cryptocurrency, Corporate assets.

Abstrak

Ketika pemilik perusahaan fokus kepada kegiatan usaha berbasis e-commerce, mereka berpikiran bahwa aset *Cryptocurrency* baik untuk ditentukan sebagai aset perusahaan. Tujuan penelitian ialah menganalisis legitimasi pemanfaatan mata uang digital (*Cryptocurrency*) Perseroan Terbatas sebagai aset Perusahaan. Saat ini mata uang digital masih diakui sebagai aset komoditas dalam aspek yuridis. *Cryptocurrency* belum dapat diakui oleh pemerintah sebagai mata uang karena dilarang oleh peraturan perundang – undangan. Solusinya ialah tindakan pemerintah tidak hanya berhenti menjadikan *Cryptocurrency* sebagai aset komoditas saja akan tetapi dibutuhkan aturan khusus bahwa mata uang digital dijadikan sebagai alat pembayaran sebagaimana mata uang rupiah seperti dalam wacana Bank Indonesia yaitu merancang Rupiah Digital atau *Central Bank Digital Currency* (CBDC). Legitimasi aset kripto dikategorikan sebagai aset perusahaan dapat dilihat pada Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 99 Tahun 2018 Tentang Kebijakan Umum Penyelenggaraan Perdagangan Berjangka Aset Kripto dan Peraturan BAPPEBTI Nomor 5 Tahun 2019 Tentang Ketentuan Teknis Penyelenggaraan Pasar Fisik Aset Kripto di Bursa Berjangka. Tantangan dan solusi dalam mengimplementasikan ialah Kultur untuk menjadikan

aset kripto sebagai aset penting dalam perusahaan harus ditingkatkan, hal ini dapat dimulai dengan membenahi sarana prasarana terkait digitalisasi seperti internet, gawai dan sejenisnya.

Kata Kunci: Legitimasi, Cryptocurrency, Aset Korporasi.

Pendahuluan

Peran digitalisasi dalam kehidupan masyarakat saat ini, sudah menjadi kebutuhan yang sangat mutlak untuk dimanfaatkan. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi harus diikuti, hal ini demi untuk menciptakan pola kegiatan manusia yang efektif dan efisien (Edmon Makarim 2003). Pola pikir dan perilaku masyarakat mengalami perubahan, mengingat pertukaran informasi melalui teknologi juga semakin maju dan canggih (Fausa 1995). Tidak dapat dipungkiri, pemanfaatan teknologi informasi sudah terimplementasi di setiap lini kehidupan manusia mulai dari persoalan administrasi pemerintahan hingga persoalan ekonomi. Khusus dalam aspek ekonomi, mengingat dunia sudah memasuki era revolusi industri 4.0, maka segala kegiatan bisnis juga diharuskan memanfaatkan teknologi internet melalui perangkat *smartphone* dan *laptop*. Hal inilah kemudian dikenal

dengan istilah transaksi perdagangan elektronik, atau yang biasa disebut dengan *e-commerce*.

Hal ini dapat dilihat dari laporan yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik, sepanjang tahun 2018, sebanyak 24.821.916 (dua puluh empat juta delapan ratus dua puluh satu ribu sembilan ratus enam belas) transaksi bisnis dari 13.485 (tiga belas ribu empat ratus delapan puluh lima) usaha *e-commerce* dengan nilai transaksi mencapai 17,21 triliun rupiah sehingga secara rata-rata setiap usaha *E-commerce* melakukan transaksi sebanyak 1.841 kali dan nilai tiap transaksinya rata-rata sebanyak RP.694.000,- (enam ratus sembilan puluh empat ribu rupiah) (Nia Anggraini Rozana 2019). Kegiatan transaksinya yang setiap tahunnya mengalami peningkatan ini, tentunya akan memicu para pelaku usaha untuk bertransformasi dan menjajaki kegiatan bisnis yang berbasis online. Dalam situasi pandemi Covid – 19 saat ini saja,

menurut data yang dikeluarkan Bank Indonesia, jumlah transaksi jual beli online (*e-commerce*), yang pada tahun 2019 terdapat 80 juta transaksi meningkat menjadi 140 juta transaksi sampai dengan bulan agustus 2020. Hal ini berarti pemanfaatan transaksi *e-commerce* mengalami peningkatan 2 (dua) kali lipat. (cnnindonesia 2021) Signifikansi pemanfaatan platform *e-commerce*, ini sebagai implikasi dari aturan protokol kesehatan yang ditetapkan oleh pemerintah untuk masyarakat. Salah satu ialah aturan yang ada dalam Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor Hk.01.07/Menkes/382/2020 Tentang Protokol Kesehatan Bagi Masyarakat Di Tempat Dan Fasilitas Umum Dalam Rangka Pencegahan Dan Pengendalian Corona Virus Disease 2019 (Covid-19), yang dimana dalam Kepmenkes tersebut menginstruksikan masyarakat untuk meminimalisir melakukan aktivitas di tempat umum dan dapat menciptakan kondisi kerumunan. Pola penyebaran virus covid-19 yang begitu masif tentunya dapat dilakukan jika masyarakat

mengurangi aktivitas di tengah kerumunan dengan cara melakukan metode *Work From Home* (WFH) atau bekerja dari rumah.

Masyarakat meskipun harus melaksanakan instruksi protokol kesehatan, tidak mungkin harus mengorbankan kepentingan kebutuhan hidupnya terutama kebutuhan sembako untuk menunjang kehidupan rumah tangganya sehari-hari. Untuk itu, masyarakat dapat memenuhi kebutuhan sehari-harinya dengan cukup menggunakan platform *e-commerce* yang tersedia di perangkat gawai-nya. Menurut data dari Bank Indonesia, pembelian produk makan dan minuman, mayoritas banyak dilakukan oleh masyarakat dalam memanfaatkan platform digital tersebut (cnnindonesia 2021). Saat ini, Indonesia sudah mempunyai 41 (empat puluh satu) toko online atau *e-commerce*, beberapa contoh platform *e-commerce* yang sering dikunjungi dan dimanfaatkan masyarakat seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, dan Blibli (iprice.co.id 2021). Banyaknya pemanfaatan platform ini juga

berefek kepada timbulnya metode pembayaran terbaru yaitu pemanfaatan uang digital atau biasa disebut Cryptocurrency. Uang digital mempunyai keunggulan efisiensi dibandingkan uang fisik (uang kertas maupun logam) yang biasa digunakan oleh masyarakat untuk melakukan transaksi bisnis. Pemanfaatan cryptocurrency dapat meminimalisir risiko negatif yang lumrah terjadi dalam pemanfaatan uang fisik seperti pencurian, uang palsu atau kehilangan (Pernice, Gentzen, and Elendner 2020). Pada mulanya metode pembayaran yang digunakan dalam transaksi bisnis online, menggunakan aplikasi seperti SMS (*Short Message Service*) dan *Mobile Banking* serta *Internet Banking*. Pemanfaatan aplikasi ini masih banyak digunakan konsumen ketika melakukan transaksi bisnis online tersebut. Namun, masyarakat sudah diberikan alternatif terbaru, salah satunya metode pembayaran dengan memanfaatkan mata uang digital (*cryptocurrency*). Begitu banyak komoditas yang terdapat dalam platform uang digital tersebut.

Di balik kontroversinya, *Cryptocurrency* sudah banyak diminati oleh kalangan masyarakat di dunia, tidak terkecuali di Indonesia. Sebagai contoh, untuk khusus mata uang Bitcoin, pada tahun 2010, harga untuk 1 Bitcoin hanya berjumlah RP.14.000,-(empat belas ribu) saja, namun saat ini jumlah 1 Bitcoin sudah mendekati harga di kisaran RP.500.000.000,- (lima ratus juta rupiah).(Kumparan.com 2021a). Adanya peningkatan yang sangat signifikan atas harga salah satu jenis cryptocurrency tersebut, dalam 10 (sepuluh) terakhir menandakan bahwa *Cryptocurrency* merupakan mata uang digital yang dapat dijadikan salah satu alternatif investasi selain investasi abstrak lainnya seperti saham (Wahrstätter 2021). Para pemilik usaha harus mulai memikirkan bahwa ketika perusahaannya fokus kepada kegiatan usaha yang berbasis *e-commerce*, maka perusahaan memikirkan bahwa aset *Cryptocurrency* ini baik dari aspek ekonomi maupun hukum, untuk ditentukan sebagai aset perusahaan. Dari uraian tersebut, ada 2 (dua)

masalah yang akan dianalisis yaitu bagaimana legitimasi pemanfaatan mata uang digital (*Cryptocurrency*) Perseroan Terbatas sebagai aset Perusahaan. Tantangan dan solusi dalam mengimplementasikan regulasi terkait mata uang digital (*Cryptocurrency*) Perseroan Terbatas sebagai aset Perusahaan.

Legitimasi dari pemanfaatan mata uang digital (*Cryptocurrency*) Perseroan Terbatas sebagai aset Perusahaan

Di setiap korporasi, aset atau harta kekayaan merupakan kebutuhan mutlak yang harus ada dalam perusahaan. Operasional kegiatan bisnis korporasi tidak akan pernah terwujud jika tidak didukung dengan aset perusahaan yang memadai. Aset perusahaan pada dasarnya berupa benda berwujud maupun benda yang tidak berwujud. Contoh dari aset benda berwujud dapat berupa uang, tanah, gedung, kendaraan bermotor dan sejenisnya. Benda yang tidak berwujud seperti produk hak kekayaan intelektual seperti hak cipta maupun hak paten.

Khusus untuk uang, uang ini sendiri merupakan aset fundamental di dalam korporasi, mengingat hakekat dari proses maupun hasil korporasi adalah uang. Perusahaan tidak mampu melakukan transaksi bisnis tanpa adanya uang, yang akan berdampak kepada perusahaan tidak akan mampu mendapatkan keuntungan, yang dimana keuntungan ini akan juga berkaitan dengan uang.

Setiap aset perusahaan, baik gedung, tanah, kendaraan bermotor, perlengkapan perkantoran, dan produk Hak Kekayaan Intelektual seperti hak paten, tentunya memiliki nilai dan harga. Nilai dan harga mayoritas kalangan pembisnis menafsirkan dengan jumlah uang. Dalam pendekatan analogis, kedudukan uang sebagai bagian aset perusahaan dapat dilihat dari penjelasan Undang – Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang menyatakan salah satu syarat berdirinya perusahaan ialah harus memiliki modal. Adapun modal dasar yang harus disetor suatu perusahaan sejumlah Rp 50.000.000,00 (Lima Puluh Juta

Rupiah). Secara ekslisit, RP. 50.000.000,00 (Lima Puluh Juta Rupiah) dapat dimaknai bahwa uang memang adalah aset fundamental di dalam suatu korporasi.

Pada zaman manusia belum mengenal uang sebagai alat pembayaran, proses transaksi bisnis masih mengandalkan barter atau tukar menukar barang saja, dalam memenuhi kebutuhannya. Seiring perkembangan zaman dan populasi manusia terus mengalami peningkatan, sistem barter ini mulai memiliki beberapa kendala, maka dari itu dibutuhkan suatu alat pembayaran baru, yang dimana alat pembayaran ini memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi setiap orang ketika melakukan transaksi bisnis, yaitu uang. Uang merupakan alat pembayaran utama yang wajib dimiliki oleh setiap orang maupun perusahaan. Pada dasarnya, pengaturan mengenai sistem pembayaran di Indonesia, dapat dikelompokkan menjadi 2 (dua) aspek yaitu aspek sistem pembayaran tunai dan aspek sistem pembayaran non-tunai. Sistem pembayaran tunai merupakan penggunaan media uang

kertas dan logam. Penggunaan uang kertas dan logam ini tentunya tidak dapat dikesampingkan bahkan dihilangkan dalam proses transaksi bisnis. Sangat tidak mungkin sekali jika suatu negara akan menghilangkan media pembayaran ini. Hal ini diibaratkan, jika negara merupakan tubuh manusia, sedangkan uang tunai merupakan nyawanya. Seluruh negara pasti bersepakat tetap akan menggunakan uang tunai sebagai perangkat utama dalam media pembayaran, mengingat dari sejarahnya pemanfaatan uang tunai sudah membudaya di dalam kehidupan masyarakat. Aspek kedua atau terakhir yaitu sistem pembayaran non-tunai. Menurut versi Bank Indonesia, media pembayaran non-tunai terdiri dari *electronic money*(*e-money*), bilyet giro, cek, kartu kredit (*credit card*), kartu debit (*debet card*) (Direktorat Akunting dan Sistem Pembayaran Biro Pengembangan Sistem Pembayaran Nasional 2009). Media pembayaran non-tunai mulai mengalami progresifitas dengan didukung adanya platform baru seperti *internet banking* dan *mobile*

banking. Untuk itu, pembaharuan dalam pola pembayaran non-tunai dengan didukung kemajuan digitalisasi, membuat ide untuk membuat mata uang digital (*cryptocurrency*), benar – benar terealisasi.

Cryptocurrency atau biasa disebut dengan mata uang digital merupakan salah satu jenis produk mata uang yang dapat dikatakan baru di Indonesia. Proses mata uang digital ini untuk dapat diterima di Indonesia begitu kompleks. Hal ini dikarenakan mata uang digital dimanfaatkan oleh para oknum tidak bertanggung jawab untuk melakukan tindak pidana kejahatan. Contohnya, seperti terjadi di negara India, yang dimana mata uang digital dimaksudkan untuk kegiatan tindak pidana pencucian uang. Contoh lainnya dimanfaatkan untuk proses transaksi keuangan untuk mengakomodir kegiatan terorisme (Kashyap and Chand 2018). Para oknum pelaku kejahatan tersebut sepertinya mengetahui bahwa di balik efektivitas dan efisiensi pemanfaatan mata uang digital, ternyata masih ada celah untuk

disalahgunakan. Di masa revolusi industri 4.0 saat ini, digitalisasi merupakan salah satu kebutuhan primer yang harus dimiliki oleh masyarakat saat ini. Mayoritas proses birokrasi pemerintahan bahkan kegiatan bisnis, tidak dapat terpisahkan dari aspek digitalisasi. Poin terakhir mengenai digitalisasi dalam kegiatan bisnis inilah yang biasa dikenal dengan istilah *electronic commerce (e-commerce)* atau transaksi perdagangan elektronik. Keberadaan mata uang digital ini tidak terlepas dari perkembangan sistem *e-commerce* yang dari tahun ke tahun semakin canggih, kecanggihannya dari proses *e-commerce* inilah kemudian membuat para konsumen juga semakin banyak menggunakan platform digital tersebut.

Hal ini berlaku juga dengan produk *cryptocurrency* tersebut, yang dimana mulai diminati oleh masyarakat dengan alasan simpel dan sederhana. Penggunaan mata uang dalam bentuk kriptografi ini sendiri, memang memberikan beberapa keuntungan seperti biaya transfer yang tidak terlalu besar dalam

transaksi uang tunai, dari segi kecepatan dan ketepatan juga merupakan keunggulan lainnya. Eksistensi mata uang digital ini dimulai sejak adanya bitcoin, yang dimana bitcoin ini sendiri merupakan salah satu produk mata uang digital yang sudah lama berdiri dibandingkan produk mata uang digital lainnya. Pada tahun 2010, dalam hitungan mata uang rupiah, harga untuk 1 (satu) bitcoin hanya berjumlah RP.14.000,00 (Empat Belas Ribu Rupiah), sedangkan pada per tanggal 8 Januari 2021, harga 1 bitcoin senilai Rp.561.202.234,00 (Lima Ratus Enam Puluh Satu Juta Dua Ratus Dua Ribu Dua Ratus Tiga Puluh Empat Rupiah) atau berada di kisaran setengah milyar. Lonjakan nilai nominal mata uang digital yang sangat signifikan ini sendiri terjadi sebagai akibat banyaknya perusahaan – perusahaan di dunia terutama Amerika Serikat yang membeli bitcoin tersebut (Kumparan.com 2021b).

Pada mulanya, mata uang digital bitcoin ini belum diatur jelas dalam peraturan perundang–undangan di Indonesia. Perlindungan hukum bagi

pengguna bitcoin masih belum jelas. Untuk itu, Bank Indonesia selaku pihak yang mempunyai kewenangan dalam menentukan metode alat tukar pembayaran di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI), pernah mengeluarkan pernyataannya melalui Siaran Pers Bank Indonesia NO. 16/6/Dkom, Pernyataan Bank Indonesia Terkait Bitcoin dan Virtual Currency Lainnya, 6 Februari 2014, yang berbunyi:

“Bitcoin dan virtual currency lainnya bukan merupakan mata uang atau alat pembayaran yang sah di Indonesia. Masyarakat dihimbau untuk berhati-hati terhadap Bitcoin dan virtual currency lainnya. Segala risiko terkait kepemilikan/penggunaan Bitcoin ditanggung sendiri oleh pemilik/pengguna Bitcoin dan virtual currency lainnya”

Alasan lain yang menyebabkan Bank Indonesia menerbitkan surat edaran tersebut, mengingat segala transaksi keuangan yang berada dalam wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia, harus menggunakan mata uang rupiah (Razzaq 2018). Secara rinci, dasar hukum legalitas sistem pembayaran

di Indonesia harus menggunakan mata uang rupiah, antara lain diatur:

- 1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2009 Tentang Bank Indonesia
- 2) Undang - Undang Nomor 7 Tahun 2011 Mengenai Mata Uang;
- 3) Peraturan Bank Indonesia Nomor: 11/12/PBI/2009 Tentang Uang Elektronik (Electronic Money)
- 4) Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial;
- 5) Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 Tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran;
- 6) Siaran Pers Kementerian Keuangan Republik Indonesia Nomor 3/KLI/2018.

Merujuk kepada dasar hukum di atas, kedudukan *cryptocurrency* memang masih menuai kontroversi. Mengingat mata uang sebagaimana disebutkan dalam peraturan perundang-undangan ialah mata uang rupiah. Antusiasme pebisnis global

yang memanfaatkan mata uang digital inilah yang membuat eksistensi *cryptocurrency* terus meningkat. Persaingan pebisnis yang pada mulanya hanya dilihat dari aset yang bersifat konvensional, seperti berlomba-lomba dari besar kecilnya saldo rekening yang dimiliki, mulai bertransformasi ke aset yang berbasis digital, seperti *cryptocurrency*, yang salah satunya adalah *bitcoin* (Ramadhan 2021). Proses transaksi bisnis saat ini memang mengandalkan kecepatan, mengingat kebutuhan manusia saat ini begitu variatif. Para pengusaha juga harus segera cepat meresponnya dengan cepat. Untuk itu, mulai dari proses pendirian perusahaan hingga kegiatan operasional perusahaan juga dituntut bekerja cepat dan tepat, jika ingin bersaing dalam dunia bisnis berbasis digitalisasi saat ini (Aziz 2019).

Perusahaan dalam meningkatkan kegiatan bisnisnya, pasti membutuhkan aset perusahaan yang begitu besar. Upaya untuk meningkatkan aset perusahaan yang notabene digunakan untuk mendukung operasionalisasi

perusahaan, yaitu mendatangkan investor. Salah satu upaya dalam menarik minat investor, dengan cara memberikan informasi aset perusahaan itu sendiri. Pada mulanya, besar kecilnya aset perusahaan hanya dilihat dari objek harta kekayaan yang konvensional saja, seperti saldo rekening, perlengkapan dan peralatan yang menunjang kegiatan operasional bisnis perusahaan seperti tanah, gedung, kendaraan bermotor, laptop, dan sebagainya. Era digitalisasi saat ini, aset perusahaan juga dilihat dari aset perusahaan yang ada dalam kegiatan pasar abstrak, seperti saham di pasar modal dan mata uang digital (*cryptocurrency*).

Cryptocurrency memiliki 2 (dua) fungsi yaitu fungsi pertama sebagai alat pembayaran, sama seperti mata uang lainnya. Fungsi yang lainnya sebagai suatu aset atau komoditas digital yang memanfaatkan teknologi kriptografi dan *blockchain* (Puspasari 2020). Saat ini mata uang digital masih diakui sebagai aset komoditas dalam aspek yuridis. *Cryptocurrency* belum dapat diakui oleh pemerintah sebagai

mata uang selayaknya seperti rupiah dikarenakan adanya peraturan perundang-undangan yang melarangnya tersebut. Legitimasi bahwa aset kripto dapat dikategorikan sebagai aset perusahaan dapat dilihat pada Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 99 Tahun 2018 Tentang Kebijakan Umum Penyelenggaraan Perdagangan Berjangka Aset Kripto dan Peraturan BAPPEBTI Nomor 5 Tahun 2019 Tentang Ketentuan Teknis Penyelenggaraan Pasar Fisik Aset Kripto di Bursa Berjangka. Menurut Pasal 1 angka 7 Peraturan BAPPEBTI Nomor 5 Tahun 2019 Tentang Ketentuan Teknis Penyelenggaraan Pasar Fisik Aset Kripto di Bursa Berjangka menyebutkan:

“Aset Kripto adalah Komoditi tidak berwujud yang berbentuk digital aset, menggunakan kriptografi, jaringan *peer-to-peer*, dan buku besar yang terdistribusi, untuk mengatur penciptaan unit baru, memverifikasi transaksi, dan mengamankan transaksi tanpa campur tangan pihak lain.”

Merujuk kepada pasal di atas, perusahaan jika mempunyai aset

kripto salah satunya seperti bitcoin, bitcoin tersebut diposisikan sebagai aset komoditas suatu perusahaan. Bitcoin sendiri pada dasarnya merupakan mata uang digital, yang mayoritas banyak digunakan oleh perusahaan bidang *e-commerce* di beberapa negara. Khusus, korporasi yang berada dalam wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia, bitcoin tidak dapat dikategorikan sebagai mata uang digital. Aset kripto menurut Peraturan BAPPEBTI Nomor 5 Tahun 2019 tersebut juga mengatur secara ketat terutama regulasi terkait mitigasi risiko *cryptocerrenncy* yang sering disalahgunakan untuk melakukan kegiatan tindak pidana pencucian uang, pendanaan terorisme dan proliferasi senjata pemusnah massal. Aturan ini merupakan upaya dari pemerintah dalam mencegah adanya kejahatan digitalisasi terkait pemanfaatan mata uang digital yang sampai ini masih sukar untuk diberantas.

Tantangan dan solusi dalam mengimplementasikan regulasi terkait mata uang digital

(Cryptocurrency) Perseroan Terbatas sebagai aset Perusahaan

Cryptocurrency atau mata uang digital adalah salah satu produk baru dalam sistem keuangan di dunia terutama di Indonesia saat ini. Banyak sekali tantangan yang dihadapi dalam meregulasi *cryptocurrency* sebagai salah satu mata uang yang diakui secara hukum di Indonesia. Tantangan yang dihadapi diklasifikasikan dalam 3 (tiga) aspek : aspek filosofis, sosiologis dan yuridis.

1) Aspek filosofis

Filosofis merupakan suatu cita-cita, harapan dan kesadaran untuk mencapai tujuan dalam kehidupan berbangsa dan bernegara (Bappebti 2020). Dalam kaitannya dengan pemanfaatan mata uang digital, pada dasarnya manusia memiliki kesadaran saat manusia mulai dilahirkan di dunia. Dia mempunyai kesadaran untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sendiri. Dalam memenuhi kebutuhan hidup, hal tersebut tidak dapat dilakukan dengan sendiri-sendiri. Diperlukan cita-cita kolektif dari setiap individu

dalam memenuhi kebutuhannya tersebut. Untuk itu, adanya interaksi sosial yang berujung kepada timbulnya kesepakatan dalam transaksi bisnis antar individu akhirnya terwujud. Hal ini berlaku pula dengan perusahaan yang mempunyai tujuan untuk memperoleh keuntungan, dimana obsesi untuk mendapatkan profit tersebut dapat dimulai dengan mengadakan perjanjian dengan perusahaan lainnya.

Dalam konteks hukum perjanjian, transaksi bisnis yang berbasis kepada hubungan saling menguntungkan antara pihak yang membuat perjanjian, harus ditentukan dengan tegas objek benda yang disepakati tersebut (Simatupang 2019). Adapun objek yang dimaksud berupa barang dikarenakan masih menggunakan sistem perjanjian tukar menukar atau barter, lalu bertransformasi menggunakan objek mata uang baik kertas maupun logam dalam transaksi bisnis tersebut. Pemanfaatan mata uang yang biasanya menggunakan metode klasik berpindah ke metode yang lebih kontemporer, yaitu

memanfaatkan perangkat digital seperti transfer melalui mesin *ATM (Anjungan Tunai Mandiri)*, *internet banking*, *mobile banking*, dan *semacamnya*. Unsur digitalisasi dalam metode pembayaran ini diakibatkan arus globalisasi yang menuntut setiap anggota masyarakat bertindak tanggap dalam memenuhi kebutuhannya (Agus Yudha Hernoko 2010). Dunia bisnis di Indonesia, tidak dapat hanya mengandalkan investor lokal saja dengan alasan mengedepankan nasionalisme. Hakekatnya, nasionalisme berlebihan merupakan suatu tindakan yang kurang baik dikarenakan dapat menghambat kemajuan sumber daya manusia di tengah perkembangan komunitas masyarakat internasional. Mengadakan kerjasama dengan perusahaan asing akan memberikan dampak positif bagi perkembangan pola pikir pengusaha lokal dan dapat mengetahui pola bola dalam transaksi bisnis global (Widagdo 2016).

Salah satu contoh pola transaksi bisnis global ini ialah perdagangan elektronik (*E-Commerce*). *E-Commerce* saat ini

tidak hanya digunakan oleh masyarakat dalam satu negara tetapi juga antar-negara. *E-Commerce* yang menggabungkan individu maupun kelompok di satu negara ke negara yang lain, akan bersinggungan dengan pemanfaatan nilai mata uang atau kurs dari kedua atau berbagai negara tersebut. Kurs mata uang di Indonesia, tidak mempunyai nilai yang sama dengan kurs mata uang dengan negara lain. Salah satu contoh, kurs untuk 1 (satu) dollar Smerika Serikat, jika dikonversi dalam mata uang rupiah maka berjumlah 14.000 rupiah. Perbedaan kurs antar negara ini pun sifatnya fluktuatif dikarenakan bergantung kepada tingkat inflasi, sosial politik, kelangsungan dunia bisnis suatu negara bahkan global.

Untuk itu, *cryptocurrency* atau mata uang digital diciptakan untuk melawan diferensiasi kurs mata uang dari berbagai negara tersebut (Erman Rajagukguk 2019). Khusus di Indonesia, kesadaran masyarakat untuk memanfaatkan mata uang digital masih belum maksimal. Kesadaran atau cita-cita transformasi sistem pembayaran masih belum kuat

dikarenakan mayoritas masyarakat masih mempercayai bahwa kurs mata uang rupiah adalah satu-satunya mata uang yang secara historis sudah digunakan sejak awal Indonesia merdeka sampai saat ini. Tantangan ini juga akan dihadapi setiap perusahaan di Indonesia dalam menjadikan mata uang digital termasuk dalam bagian aset atau harta kekayaan perusahaan. Terutama bagi perusahaan patungan (*joint venture company*), setiap perusahaan asing yang ingin menjalin kerja sama dengan perusahaan Indonesia, membutuhkan negosiasi yang alot mengingat faktor kepentingan maupun sumber daya kedua belah pihak yang berbeda-beda menjadi pemicu masalah dalam menjalin hubungan *partnership* tersebut (Musa 2020). Pemanfaatan sarana dan prasarana berbasis teknologi merupakan faktor penting dalam menarik pengusaha asing untuk berkolaborasi dengan pengusaha lokal di Indonesia. Jika pemanfaatan teknologi tidak dikelola dengan optimal, kemungkinan ketertarikan pengusaha asing dapat berpindah ke pengusaha negara lain.

2) Aspek sosiologis

Dalam kehidupan manusia di era digitalisasi ini, bukanlah sesuatu yang terbentuk dengan instan. Terdapat 4 (empat) fase yang membuat hal tersebut dapat terjadi yaitu fase revolusi industri 1.0, 2.0, 3.0 dan 4.0.(Erman Rajagukguk 2019). Pada masa revolusi industri 1.0, adanya penemuan mesin uap yang digunakan penunjang kendaraan seperti perahu uap dan kereta uap pada awal abad 18. Pada masa revolusi industri 2.0, listrik yang berhasil diciptakan dan menggantikan mesin uap dalam transportasi yang biasa digunakan oleh masyarakat seperti kendaraan bermotor. Di masa revolusi industri 3.0, adanya penemuan komputer dan internet semakin memudahkan kinerja manusia yang biasanya dilakukan dengan cara konvensional kemudian berubah ke arah digital. Manfaat besar dari kehadiran kedua produk ini dapat dilihat betapa efisiennya waktu yang digunakan manusia dalam mengelola pekerjaannya. Alhasil, adanya penggunaan *smartphone*/gawai

merupakan pertanda dimulainya masa revolusi industri 4.0. Perangkat gawai ini dapat diistilahkan jika informasi seluruh dunia sudah ada dalam genggam tangan manusia. Salah satunya adanya teknologi *Blokchain*, yang membuat proses transaksi keuangan terlaksana secara efektif dan efisien.(Musa 2020) .

Eksistensi perusahaan di Indonesia dapat dilihat dari kultur masyarakat Indonesia. Nilai dan harga aset suatu perusahaan di Indonesia, masih menggunakan konversi kurs mata uang rupiah. Kenyataan empiris lainnya ialah mayoritas masyarakat Indonesia masih menyukai suatu sistem pembayaran konvensional seperti pemanfaatan mata uang rupiah. Tantangan terhadap realitas sosial masyarakat Indonesia dalam merespon perkembangan digitalisasi ini dapat dilihat dari perkembangan *e-commerce*. Sistem perdagangan elektronik memang mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun (Musa 2020), apalagi dalam situasi pandemi saat ini, akan tetapi hal tersebut masih memiliki beberapa kekurangan. Kekurangan

tersebut dapat dilihat bahwa masyarakat yang banyak memanfaatkan platform *e-commerce* adalah komunitas di daerah pulau Jawa khususnya Jabodetabek, sedangkan untuk masyarakat di luar pulau Jawa, misalnya dipapua masih terbilang sedikit (Ramadhan 2021).

Faktor-faktor yang menyebabkan timbulnya penggunaan *e-commerce* di berbagai daerah di Indonesia belum merata dikarenakan masih adanya kesenjangan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dan sarana infrastruktur seperti listrik, internet, perlengkapan penunjang kegiatan *e-commerce*. Kesenjangan kualitas masyarakat perkotaan yang lebih dominan dibandingkan masyarakat pedesaan juga merupakan salah satu faktor yang menyebabkan kemampuan berteknologi di Indonesia masih jauh dibandingkan dengan negara lain. Hal ini berlaku sama dengan eksistensi mata uang digital di Indonesia masih kalah jauh dengan *e-commerce*. Kembali pada perspektif perusahaan patungan (*Joint Venture*), sudah banyak perusahaan asing terutama

perusahaan di Amerika Serikat yang memanfaatkan mata uang digital tersebut salah satunya Bitcoin, sebagai salah satu bagian dalam aset perusahaan. Pemerintah Indonesia saat ini masih dalam tahapan mengakui aset kripto (*Crypto Asset*) sebagai salah satu aset yang menjadi objek bisnis dalam bursa berjangka (Widagdo 2016), akan tetapi untuk dijadikan sebagai salah satu mata uang digital masih belum diakui.

3) Aspek yuridis

Secara peraturan perundang-undangan di Indonesia, mata uang digital belum diakui sebagai mata uang resmi di Indonesia. Mata uang yang masih diakui hingga saat ini adalah mata uang rupiah. Kesukaran *cryptocurrency* untuk menjadi mata uang digital yang sah dikarenakan adanya Undang - Undang Nomor 7 tahun 2011 Mengenai Mata Uang, Peraturan Bank Indonesia Nomor: 11/12/PBI/2009 Tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*), Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial, Peraturan Bank Indonesia

Nomor 18/40/PBI/2016 Tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran. Peraturan perundang-undangan ini tidak hanya tegas melarang, tetapi juga memberikan sanksi terhadap pihak-pihak yang menggunakannya sebagai mata uang resmi sebagaimana mata uang rupiah.

Hukum itu seyogianya tidak dapat bersifat statis seperti angka-angka atau penjumlahan angka dalam bidang matematika, yang dimana dia tidak akan berubah meskipun perkembangan sosial masyarakat dari tahun ke tahun akan terus berubah. Hukum yang notabene merupakan nilai dan norma yang lahir dalam kehidupan masyarakat, maka dinamika perkembangan hukum tersebut akan mengikuti perkembangan dari kehidupan sosial, ekonomi maupun politik masyarakat tersebut (Puspasari 2020). Pemerintah Indonesia pada dasarnya sudah merespon perkembangan digitalisasi dalam kehidupan masyarakat ini, dengan diterbitkannya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

(UU ITE). Produk legislasi ini merupakan bukti bahwa pemerintah mengakui eksistensi dunia internet mulai dari pemanfaatan media sosial hingga *e-commerce*. Termasuk juga persoalan pemanfaatan mata uang digital, pemerintah sadar bahwa kompetensi atau kemampuan masyarakat dalam mengelola transaksi bisnis online dengan memanfaatkan mata uang digital sudah cukup antusias. Meskipun pemerintah tidak meregulasi *cryptocurrency* sebagai mata uang digital, tetapi objek tersebut diklasifikasikan sebagai aset komoditas suatu perusahaan sebagaimana diatur dalam Pasal 1 angka 7 Peraturan BAPPEBTI Nomor 5 Tahun 2019 Tentang Ketentuan Teknis Penyelenggaraan Pasar Fisik Aset Kripto di Bursa Berjangka. Regulasi ini menempatkan mata uang digital sebagai aset kripto yang proses pendanaan atas aset itu sendiri masih tetap harus menggunakan mata uang rupiah.

Perkembangan dunia bisnis di dunia semakin kompetitif, apalagi adanya campur tangan media digitalisasi. Digitalisasi otomatis

akan memberikan efek semakin terbukanya informasi dan keleluasaan pengusaha untuk melaksanakan kegiatan usaha dari satu negara ke negara lainnya. Untuk itu, pemerintah harus terus melakukan reformasi konsep bisnis terhadap perusahaan yang ada saat ini. Reformasi yang dimaksud, salah satunya berkaitan dengan eksistensi aset di dalam suatu korporasi. Aset korporasi saat ini tidak hanya berorientasi kepada aset berupa fisik seperti gedung, tanah, perlengkapan perkantoran, maupun uang. Aset yang bersifat abstrak seperti mata uang digital (*cryptocurrency*) merupakan keniscayaan digitalisasi bisnis yang tidak dapat dihilangkan. Terkhusus bagi perusahaan yang melakukan kerja sama dengan perusahaan asing (*joint venture*), kemungkinan besar adanya pemanfaatan uang digital (*cryptocurrency*) sebagai media transaksi bisnis.

Perubahan perilaku masyarakat dari sistem konvensional bertransformasi ke sistem digital, harus dimanfaatkan dengan optimal. *Cryptocurrency* (mata uang digital)

sudah ditempatkan sebagai kebiasaan dalam memenuhi kebutuhan materiil masyarakat. Termasuk juga dalam aspek pengusaha di Indonesia, harus dibiasakan *cryptocurrency* sebagai salah satu aset yang harus dipenuhi. Adanya Peraturan BAPPEBTI Nomor 5 Tahun 2019 Tentang Ketentuan Teknis Penyelenggaraan Pasar Fisik Aset Kripto di Bursa Berjangka, merupakan suatu upaya hukum dari pemerintah dalam membuat perusahaan di Indonesia semakin kompetitif di persaingan dunia bisnis berbasis digital saat ini.

Tindakan pemerintah juga tidak hanya berhenti menjadikan *Cryptocurrency* (mata uang digital) sebagai aset komoditas saja. Pemerintah harus segera *Cryptocurrency* (mata uang digital) meleagakannya sebagai alat pembayaran seperti mata uang rupiah. Untuk itu, sudah sepatutnya pemerintah Indonesia memberikan peraturan perundang-undangan khusus terkait eksistensi mata uang digital saat ini. Wacana Bank Indonesia yang akan melaksanakan kebijakan Rupiah Digital atau Central Bank Digital Currency

(CBDC), merupakan langkah yang tepat demi menjaga kedaulatan mata uang rupiah di tengah derasnya gelombang pemanfaatan uang digital (*cryptocurrency*) lainnya seperti bitcoin, ethereum, dogecoin dan sejenisnya (Ramadhan 2017).

Simpulan

1) Pada saat ini mata uang digital masih diakui sebagai aset komoditas dalam aspek yuridis. *Cryptocurrency* belum dapat diakui oleh pemerintah sebagai mata uang selayaknya seperti rupiah dikarenakan adanya peraturan perundang-undangan yang melarangnya. Legitimasi bahwa aset kripto dapat dikategorikan sebagai aset perusahaan dapat dilihat pada Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 99 Tahun 2018 Tentang Kebijakan Umum Penyelenggaraan Perdagangan Berjangka Aset Kripto dan Peraturan BAPPEBTI Nomor 5 Tahun 2019 Tentang Ketentuan Teknis

Penyelenggaraan Pasar Fisik Aset Kripto di Bursa Berjangka.

2) Tantangan dan solusi dalam mengimplementasikan ialah Kultur untuk menjadikan aset kripto sebagai aset penting dalam perusahaan harus ditingkatkan, dapat dimulai dengan membenahi sarana prasarana terkait digitalisasi seperti internet, gawai dan sejenisnya. Tindakan pemerintah juga tidak hanya berhenti menjadikan *Cryptocurrency* (mata uang digital) sebagai aset komoditas saja, tetapi dibutuhkan aturan khusus bahwa mata uang digital sebagai alat pembayaran sebagaimana mata uang rupiah seperti dalam wacana Bank Indonesia yaitu merancang Rupiah Digital atau *Central Bank Digital Currency* (CBDC).

Daftar Pustaka

Aziz, Atif. 2019. "Cryptocurrency: Evolution & Legal Dimension." *International Journal of Business, Economics and Law* 18 (4): 31–33.

- Bank Indonesia. 2021. "Rupiah Digital / Central Bank Digital Currency (CBDC)." 2021. <https://bicara.bi.go.id/knowledge/article/KA-01038/en-us>.
- Bappebti. 2020. *Peraturan Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi Nomor 5 Tahun 2019 Tentang Ketentuan Teknis Penyelenggaraan Pasar Fisik Aset Kripto (Crypto Asset) Di Bursa Berjangka*.
- cnnindonesia. 2021. "Transaksi E-Commerce Naik Nyaris Dua Kali Lipat Saat Pandemi." *Cnnindonesia*, 2021. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20201021193353-92-561232/transaksi-e-commerce-naik-nyaris-dua-kali-lipat-saat-pandemi>.
- Direktorat Akunting dan Sistem Pembayaran Biro Pengembangan Sistem Pembayaran Nasional. 2009. "Instrumen Pembayaran." Jakarta: Bank Indonesia.
- Fausa, Erlangga. 1995. "Beberapa Aspek Dalam Pengembangan Teknologi Informasi." *Unisia* 15 (27): 19–26. <https://doi.org/10.20885/unisia.vol15.iss27.art2>.
- Hernoko, Agus Yudha, Hukum Perjanjian: Asas Proporsionalitas Dalam Kontrak Perjanjian, I, Jakarta : Prenada Media Group.
- iprice.co.id. 2021. "Peta E-Commerce Indonesia." 2021. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>.
- Kashyap, Sunidhi, and Kuldeep Chand. 2018. "Impact of Cryptocurrency in India." *International Journal of Law Management & Humanities* 2 (1): 1–10.
- Kumparan.com. 2021a. "Harga Bitcoin Dulu Dan Kini: Di Awal Hanya Rp 14.000, Sekarang Setengah Miliar." *Kumparan.com*, 2021. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/harga-bitcoin-dulu-dan-kini-di-awal-hanya-rp-14-000-sekarang-setengah-miliar-1uwWRUxDc1B/full>.
- . 2021b. "Harga Bitcoin Dulu Dan Kini: Di Awal Hanya Rp 14.000, Sekarang Setengah Miliar." *Kumparan.com*. 2021. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/harga-bitcoin-dulu-dan-kini-di-awal-hanya-rp-14-000-sekarang-setengah-miliar-1uwWRUxDc1B/full>.
- Makarim, Edmon, 2003. *Kompilasi Hukum Telematika*, I. Jakarta : RajaGrafindo Persada.

- Musa, Alexander Sugiharto; Muhammad Yusuf. 2020. *Blockchain & Cryptocurrency Dalam Perspektif Hukum Di Indonesia Dan Dunia*. I. Jakarta: Perkumpulan Hukum Kajian Terdesentralisasi Indonesian Legal Study For Crypto Asset And Blockchain.
- Pernice, Ingolf Gunnar Anton, Georg Gentzen, and Hermann Elendner. 2020. "Cryptocurrencies and the Velocity of Money." *Cryptoeconomic Systems*. <https://doi.org/10.21428/58320208.f212c00e>.
- Puspasari, Shabrina. 2020. "Perlindungan Hukum Bagi Investor Pada Transaksi Aset Kripto Dalam Bursa Berjangka Komoditi." *Jurist-Diction* 3 (1): 303. <https://doi.org/10.20473/jd.v3i1.17638>.
- Rajagukguk, Erman, 2019. *Hukum Investasi*. I. Depok: RajaGrafindo Persada
- Ramadhan, Muhammad Syahri. 2017. *Realita Hukum Pertanahan Indonesia : Dilematis Kepentingan Hak Privat Dan Publik*. Edited by Muhammad Syahri Ramadhan. 1sted. Palembang: Komojoyo Press.
- . 2021. "Sudah Saatnya Meregulasi Digitalisasi Bisnis." *Sriwijaya Post*, April 2021. <https://palembang.tribunnews.com/2021/04/05/sudah-saatnya-meregulasi-digitalisasi-bisnis?page=4>.
- Razzaq, Raafi Ghania. 2018. "Legalitas Mata Uang Virtual Dalam Perspektif Hukum Indonesia." *Lontar Merah* 1 (2): 108–22. <http://jom.untidar.ac.id/index.php/lontarmerah/article/view/346>.
- Rozana, Nia Anggraini, *Statistik E-Commerce 2019*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Simatupang, Taufik H. 2019. "Mendudukan Konsep Executive Review Dalam Sistem Hukum Ketatanegaraan Indonesia." *Jurnal Penelitian Hukum De Jure* 19 (2): 217. <https://doi.org/10.30641/dejure.2019.v19.217-229>.
- Wahrstätter, Anton. 2021. "Stablecoin Billionaires - A Descriptive Analysis of the Ethereum-Based Stablecoin Ecosystem." *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3737404>.
- Widagdo, Prasetyo Budi. 2016. "Perkembangan Electronic Commerce (E-Commerce) Di Indonesia." *Researchgate.Net*, no. December: 1–10.

<https://www.researchgate.net/publication/311650384>.