

ABSTRAK

Internet adalah jaringan komputer internasional yang terdiri dari sistem komunikasi dan transfer informasi melalui *cyber space*. *E-commerce* adalah suatu pertukaran barang antara penjual dan pembeli dari berbagai komoditi dalam skala yang luas dengan transportasi dari suatu wilayah ke wilayah lain di mana dalam aktivitas bisnis tersebut secara fisik dalam transaksi jual beli telah digantikan oleh sebuah mesin elektronik (*internet*).

Alasan-alasan *e-commerce* diterapkan di *EU*: pasar yang tersedia di Eropa dengan prosentase perdagangannya, *Information Technology* (IT) yang menghasilkan wahana *internet*, *e-commerce* yang mengglobal sarana proses perdagangan yang cepat dan efisien, *single market* di EU dan mata uang *Euro*, lapangan kerja yang tercipta.

Kunci perubahan kebijakan *EU* mengenai *e-commerce*: perubahan dan perkembangan yang dialami dalam bidang *information technology* (IT) mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan dalam kehidupan manusia. Negara-negara yang maju menggunakan IT sebagai dasar acuan dalam kehidupan perekonomiannya. Globalisasi berarti pasar dunia terbuka, semua negara menjadi saling tergantung, semua individu memiliki kesempatan yang sama.

Strategi perencanaan *EU* dan hambatan-hambatan yang muncul: biaya yang harus dikeluarkan untuk mengakses *internet* melalui telepon sudah seharusnya mengalami penurunan. Sehingga para produsen dan konsumen merasa lebih ekonomis dalam biaya *surfing* dan proses transaksi, mengatasi *consumer trust*, yakni dengan membuat proses secara *online* dengan lebih nyaman dan aman. Ini dikarenakan semua interaksi dilakukan secara maya. Cara-cara yang dilakukan adalah dengan membuat berbagai kebijakan yang menguntungkan dan aman bagi *user* seperti melalui kampanye dan pembuatan keputusan untuk meminimalkan *hacker crime* yang semakin banyak. Kendala-kendala lainnya: masalah bahasa, berkembangnya *hacker*, *e-mail* sampah, dan sumber daya manusia.

Perumusan masalah adalah menggunakan dekripsi strategis penerapan *e-commerce* dalam sistem perdagangan Uni Eropa. Disini akan digunakan dua dari tiga level tingkat analisis Kenneth Waltz yaitu level negara bangsa dan level lingkungan atau sistem internasional. Kerangka dasar teori menggunakan teori integrasi. Teori Ernest B. Haas sebagai pelopor pemikiran neo fungsionalisme yang mendefinisikan pengertian integrasi internasional, teori Karl W. Deutsch yang mencoba memahami integrasi dengan menerapkan pendekatan komunikasi, dan teori David Mitrany yang berpendapat bahwa diantara masyarakat yang non prural sekalipun tidaklah dapat mengintegrasikan semua fungsi-fungsi umum secara bersamaan.

Hipotesis strategi penerapan *e-commerce* dalam sistem perdagangan EU; menempatkan *e-commerce* dalam sebuah kerangka kerja Parlemen Eropa sebagai sebuah kesempatan dan tantangan bagi masyarakat Eropa, membuat jaminan akses untuk menuju pasar global, menciptakan sebuah aturan kerangka kerja yang baik, dan mempromosikan lingkungan kerja yang baik.

Kata Kunci: *e-commerce*, sistem perdagangan, *European Union*