

**TINJAUAN YURIDIS INDUSTRI *E-COMMERCE*
DALAM MENETAPKAN PASAR YANG KOMPETITIF
BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 7
TAHUN 2014 TENTANG PERDAGANGAN**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat
Mendapat Gelar Sarjana Hukum**

Oleh:

ZARKAWI DALIMUNTHE

NPM.1606200062



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2020**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini, agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6623301 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id>, <http://www.fahum.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id, fahum@umsu.ac.id

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA
UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI SARJANA
BAGI MAHASISWA PROGRAM STRATA I

Panitia Ujian Sarjana Strata-I Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Senin, tanggal 09 November 2020, Jam 12,30 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan, menimbang:

MENETAPKAN

NAMA : ZARKAWI DALIMUNTHE
NPM : 1606200062
PRODI/BAGIAN : HUKUM/BISNIS
JUDUL SKRIPSI : TINJAUAN YURIDIS INDUSTRI E-COMMERCE DALAM MENETAPKAN PASAR YANG KOMPETITIF BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 7 TAHUN 2014 TENTANG PERDAGANGAN

Dinyatakan : (B+) Lulus Yudisium dengan predikat Baik
 () Lulus Bersyarat, memperbaiki/ujian ulang
 () Tidak Lulus

Setelah lulus, dinyatakan berhak dan berwenang mendapatkan gelar Sarjana Hukum (SH) dalam Bagian Hukum Bisnis.

PANITIA UJIAN

Ketua

Sekretaris

Assoc. Prof. Dr. IDA HANIFAH, S.H., M.H.
NIDN: 0003036001

FAISAL, S.H., M.Hum
NIDN: 0122087502

ANGGOTA PENGUJI:

1. MIRSA ASTUTI, S.H., M.H
2. HARISMAN, S.H., M.H
3. ERWIN ASMADI, S.H., M.H

1.

2.

3.



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini, agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6623301 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id>, <http://www.fahum.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id, fahum@umsu.ac.id

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENDAFTARAN UJIAN SKRIPSI

Pendaftaran Skripsi Sarjana Strata I Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, bagi:

NAMA : ZARKAWI DALIMUNTHE
NPM : 1606200062
PRODI/BAGIAN : HUKUM/BISNIS
JUDUL SKRIPSI : TINJAUAN YURIDIS INDUSTRI E-COMMERCE DALAM MENETAPKAN PASAR YANG KOMPETITIF BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 7 TAHUN 2014 TENTANG PERDAGANGAN

PENDAFTARAN : Tanggal, 04 November 2020

Dengan diterimanya Skripsi ini, sesudah lulus dari Ujian Skripsi penulis berhak memakai gelar:

SARJANA HUKUM (S.H)

Diketahui
Dekan Fakultas Hukum

Assoc. Prof. Dr. IDA HANIFAH, S.H., M.H.
NIDN: 0003036001

Pembimbing

MIRSA ASTUTI, S.H., M.H.
NIDN: 0105016901



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini, agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6623301 Fax. (061) 6625474

Website : <http://www.umsuac.id>, <http://www.fahum.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id, fahum@umsu.ac.id

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

NAMA : ZARKAWI DALIMUNTHE
NPM : 1606200062
PRODI/BAGIAN : HUKUM/BISNIS
JUDUL SKRIPSI : TINJAUAN YURIDIS INDUSTRI *E-COMMERCE*
DALAM MENETAPKAN PASAR YANG
KOMPETITIF BERDASARKAN UNDANG-
UNDANG NOMOR 7 TAHUN 2014

Disetujui Untuk Disampaikan Kepada Panitia
Ujian Skripsi

Medan, 30 Oktober 2020

DOSEN PEMBIMBING

MIRSA ASTUTI, S.H.,M.H

NIDN: 0105016901



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI, PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6623301 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id
Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zarkawi Dalimunthe
NPM : 1606200062
Program : Strata – I
Fakultas : Hukum
Program Studi : Ilmu Hukum
Bagian : Hukum Bisnis
Judul : **TINJAUAN YURIDIS INDUSTRI *E-COMMERCE* DALAM MENETAPKAN PASAR YANG KOMPETITIF BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 7 TAHUN 2014 TENTANG PERDAGANGAN**

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Dan apabila ternyata di kemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau merupakan karya orang lain, maka dengan ini saya menyatakan bersedia menerima sanksi akademik dari Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Medan, November 2020

Saya yang menyatakan



ZARKAWI DALIMUNTHE



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini, agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6623301 Fax. (061) 6625474

Website : <http://www.umsu.ac.id>, <http://www.fahum.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id, fahum@umsu.ac.id

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI MAHASISWA

NAMA : ZARKAWI DALIMUNTHE
NPM : 1606200062
PRODI/BAGIAN : Ilmu Hukum/ Hukum Bisnis
JUDUL SKRIPSI : TINJAUAN YURIDIS INDUSTRI *E-COMMERCE* DALAM MENETAPKAN PASAR YANG KOMPETITIF BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 7 TAHUN 2014 TENTANG PERDAGANGAN
Pembimbing : MIRSA ASTUTI, S.H., M.H.

TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	TANDA TANGAN
07/03/2020	Ace awal proposal	h
23/03/2020	Koreksi proposal	h
07/05/2020	Selesaian proposal / perbaikan	h
16/05/2020	Perab II, III di ganti, edit tulisan	h
01/09/2020	Perab III tidak semua rumus masalah	h
15/09/2020	Kesimpulan, saran, kutipan	h
23/09/2020	Perab Perab /	h
27/09/2020	Perab Perab :	h
27/9/2020	Ace untuk di uji dan diperbaiki	h

Diketahui,
DEKAN FAKULTAS HUKUM

(Assoc. Prof./Dr. IDA HANIFAH, SH., MH)

DOSEN PEMBIMBING

(MIRSA ASTUTI, S.H., M.H)

ABSTRAK

TINJAUAN YURIDIS INDUSTRI *E-COMMERCE* DALAM MENETAPKAN PASAR YANG KOMPETITIF BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 7 TAHUN 2014 TENTANG PERDAGANGAN

ZARKAWI DALIMUNTHE

1606200062

Perkembangan teknologi informasi saat ini merambah segala sendi kehidupan manusia. Kemajuan dan perkembangan internet dan teknologi informasi, menciptakan kemudahan, kecepatan untuk berbelanja, sehingga membuat konsumen serta produsen di seluruh dunia saat ini banyak menggunakan aplikasi *e-commerce* untuk melakukan aktivitas bisnis dan perdagangan. Internet dan teknologi informasi telah memberikan kekuatan bagi setiap perusahaan dalam aktivitas bisnisnya dalam dunia perdagangan. karena hal ini, membuat penulis tertarik menelitinya, guna untuk mengetahui bagaimana pengaturan hukum tentang *e-commerce* di Indonesia, Penerapan Aplikasi *e-commerce* Agar Menghasilkan Pasar Yang Kompetitif, dan Bagaimana Akibat Hukum Tidak Terlaksananya Industri *e-commerce* Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan

Metode yang digunakan adalah penelitian hukum normatif, sifat penelitian deskriptif yang menggunakan sumber data sekunder yaitu terdiri dari bahan hukum primer, sekunder tersier serta pengumpulan data melalui studi kepustakaan yang dituangkan dalam bentuk analisis kualitatif.

Berdasarkan hasil penelitian, bahwa industri *e-commerce* oleh Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, bahwa apabila hendak menjalankan industri *e-commerce* harus memiliki izin dari pemerintah melalui produk. Namun para pengguna industri *e-commerce* wajib menyediakan data dan informasi secara lengkap dan benar, karena kegiatan *e-commerce* ini tidak sama dengan perdagangan secara tradisonal. bahwa kewajiban dari pelaku usaha yang menggunakan *e-commerce* sebagai industri untuk kegiatan perdagangan barang ataupun jasa di Indonesia wajib menyediakan data dan informasi secara lengkap dan benar. memandang perlunya pengaturan lebih dan ketat terhadap hadirnya industri *e-commerce* di Indonesia karena menggunakan sistem yang ada di internet dan menggunakan perangkat elektronik dalam kegiatannya apabila tidak sesuai dengan aturan yang berlaku maka akan mengakibatkan Barang atau jasa tidak sesuai dengan apa yang ditampilkan, dan Barang atau jasa tidak sesuai waktu sampai kepada pembeli sehingga pihak konsumen besar untuk mengalami kerugian.

Kata Kunci: Hukum bisnis, *E-commerce*, Perdagangan.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pertama-tama disampaikan rasa syukur kehadiran Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang atas segala rahmat dan karuniaNya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Sholawat dan salam kita sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga dan para sahabatnya, semoga kita tergolong ummatnya yang mendapat syafa'atnya dihari kemudian. Amiin ya robbal 'alamin.

Skripsi merupakan salah satu persyaratan bagi setiap mahasiswa yang ingin menyelesaikan studinya di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Sehubungan dengan itu disusun skripsi yang berjudul **Tinjauan Yuridis Industri *E-Commerce* Dalam Menetapkan Pasar Yang Kompetitif Berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan** Dengan selesainya skripsi ini, perkenankanlah diucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada: Terimakasih kepada ayahanda tercinta yang bernama Irsan Dalimunthe dan ibunda tercinta yang bernama Masjuni Simatupang, yang telah mengasuh dan mendidik saya dengan curahan kasih sayang yang tak terhingga.

Bekerja keras membanting tulang, bercucur keringat berterikkan matahari untuk memberikan dukungan secara moril dan materil dalam pendidikan saya. Saya ingin persembahkan kepada orang tua saya bahwasanya kesuksesan saya hari ini dan akan datang adalah kesuksesan mereka juga. Tidakkan sanggup saya

membalas jasa mereka, tapi saya berharap mereka selalu mendo'akan saya agar menjadi anak yang berbakti kepada orang tua, agama, bangsa dan negara.

Dengan selesainya skripsi ini, perkenankanlah diucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada: Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Bapak Dr. Agussani., M.AP atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan kepada kami untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan program Sarjana ini. Dekan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Ibu Assoc. Prof. Dr. Ida Hanifah, S.H., M.H atas kesempatan menjadi mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Demikian juga halnya kepada Wakil Dekan I Bapak Faisal, S.H., M.Hum dan Wakil Dekan III Bapak Dr.Zainuddin, S.H., M.H.

Terimakasih yang tak terhingga dan penghargaan yang setinggi-tingginya diucapkan kepada Ibu Mirsa Astuti, S.H., M.H. selaku Pembimbing saya. Dan bapak Harisman, S.H.,M.H. selaku Pembimbing, yang dengan penuh perhatian telah memberikan dorongan, bimbingan, arahan sehingga skripsi dapat diselesaikan.

Terimakasih yang tak terhingga dan penghargaan yang setinggi-tingginya juga saya ucapkan kepada; Bapak Rachmad Abduh, S.H.,M.H. selaku kepala bagian Hukum Bisnis yang dengan penuh perhatian telah memberikan dorongan, bimbingan dan arahan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Disampaikan juga penghargaan kepada seluruh staf pengajar Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan banyak nasehat dan arahan selama menempuh pendidikan di Fakultas Hukum

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, tanpa nasehat dan arahan dari seorang pengajar akademik, maka tiada terstruktur perencanaan studi selama menempuh pendidikan strata 1.

Ucapan terimakasih juga ditujukan kepada guru-guru beserta pegawai staf tata usaha di Sekolah Dasar Negeri 085115 Sibolga, Sekolah Mengah Pertama Negeri 3 Sibolga, Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Sibolga, yang mana mereka semua adalah orang yang berjasa dalam memberikan saya ilmu pengetahuan. Terima kasih juga saya ucapkan kepada kakak kandung saya Zahra Hasna Dalimunthe dan Adik kandung saya Siti Nurhaliza Dalimunthe dan seluruh keluarga saya yang telah memberikan bantuan materil dan moril sehingga skripsi ini dapat selesai.

Ucapan terimakasih kepada orang yang dicintai sahabat-sahabat saya Faizal Rizaldi, Syafrul Husni, Rido Sirait, Adlan Kurniady, Fuad Hutagalung, Nirwan Efendy, Rizki Riwanto, Aryatama, Shafawan Hadi, Almi Ambiya, Muthia Muchsin, Amelia Az-zahra, Dinda Sahara, Monica Syanli, Tasya Adha, Nova Yulinda, Siti Zuraidah, Delvi, Natasha Atma, Desmita, Erlinayanti, Astrid Aurelia, Yona Puspita. Serta teman-teman kelas B1 dan E Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Tiada gedung yang paling indah, kecuali persahabatan, untuk itu dalam kesempatan ini diucapkan terimakasih kepada sahabat-sahabat yang telah banyak berperan, terutama kepada abangda dan Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara kelas Pagi Hukum Bisnis Stambuk 2016, terimakasih kepada kalian atas semua kebaikannya semoga Allah SWT membalas

kebaikan kalian. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu namanya, tiada maksud mengecilkan arti pentingnya bantuan dan peran mereka, dan untuk itu disampaikan ucapan terimakasih yang setulus-tulusnya.

Mohon maaf atas kesalahan selama ini, begitupun disadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Untuk itu, diharapkan ada masukan yang membengun untuk kesempurnaanya. Terimakasih semua, tiada lain yang diucapkan selain kata semoga kiranya mendapat balasan dari Allah SWT, dan selalu dalam lindunganNya, Amin. Sesungguhnya Allah mengetahui akan niat baik hambahambanya.

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, 10 September 2020

Hormat Saya

Penulis

Zarkawi Dalimunthe

1606200062

DAFTAR ISI

Pendaftaran Ujian.....	
Berita Acara Ujian.....	
Persetujuan Bimbingan.....	
Pernyataan Keaslian.....	
Abstrak.....	i
Kata Pengantar.....	ii
Daftar Isi.....	vi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
1. Rumusan Masalah	10
2. Faedah Penelitian	10
B. Tujuan Penelitian.....	11
C. Defenisi Operasional.....	12
D. Keaslian Penelitian	13
E. Metode Penelitian	15
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	16
2. Sifat Penelitian	17
3. Sumber Data.....	17
4. Alat Pengumpul Data	18
5. Analisis Data.....	18

BAB II	: TINJAUAN PUSTAKA	
	A. Konsep Pemasaran <i>E-Commerce</i> Dalam Hukum	
	Perdagangan di Indonesia	20
	B. Penerapan Industri <i>E-Commerce</i>	23
	C. Perdagangan Melalui Sistem Elektronik Dalam	
	Hukum Perdagangan.....	27
BAB III	: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Pengaturan Hukum Tentang <i>E-Commerce</i> Di Indonesia.....	32
	B. Penerapan Aplikasi <i>E-Commerce</i> Agar Menghasilkan	
	Pasar Yang Kompetitif	42
	C. Akibat Hukum Tidak Terlaksananya Industri <i>E-Commerce</i>	
	Sesuai Dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014	
	Tentang Perdagangan.....	61
BAB IV	: KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan.....	72
	B. Saran	73

DAFTAR PUSTAKA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi yang sedemikian pesatnya telah menghasilkan transformasi aktivitas kehidupan manusia dalam berbagai bidang kehidupan. Kehadiran teknologi menjadi semakin penting dan memaksa untuk selalu bertindak dengan cepat, praktis, efektif, dan efisien, terutama dalam melakukan proses transaksi. Kebutuhan akan proses transaksi yang cepat, praktis, efektif, dan efisien ini direspon oleh perusahaan dan penyedia jasa dengan memberikan pelayanan kemudahan akses informasi serta menghubungkan penyedia barang dan jasa dengan konsumennya melalui penerapan aplikasi teknologi informasi yang bersifat modern, yaitu teknologi *e-commerce*.

Fakta menunjukkan bahwa tingkat pengguna internet di Indonesia dari tahun ketahun mengalami peningkatan yang cukup pesat. Dari data yang dirilis oleh lembaga survey *e-marketer* pada tahun 2014 lalu menyebutkan pengguna internet di Indonesia berada di posisi ke-enam dari 25 (dua puluh lima) negara di dunia yang disurvei oleh lembaga tersebut. Data prediksi pengguna internet di Indonesia pada tahun 2015 yang dikeluarkan oleh *e-marketer* ini tidak berbeda jauh dengan data yang dirilis oleh asosiasi penyedia jasa internet Indonesia (APJII) yang menyebutkan data pengguna internet di Indonesia pada tahun 2015 mencapai 88.1 juta pengguna.¹

¹ Ahmad Firmansyah. "Kajian kendala implementasi E-commerce di Indonesia". *dalam jurnal masyarakat telematika dan informasi*. Vol. 8. No. 2. Desember 2017, halaman 128.

Perkembangan Hukum Dagang telah dimulai sejak abad pertengahan di Eropa, kira-kira dari tahun 1000 sampai tahun 1500 M. Asal mula perkembangan hukum ini dapat dihubungkan dengan terjadinya kota-kota di Eropa Barat, pada zaman itu di Italia dan Prancis Selatan telah lahir kota-kota sebagai pusat perdagangan, seperti Kota Genoa, Florence, Venesia, Marseille, Barcelona, dan lain sebagainya. Pada waktu itu hukum yang mengatur adalah hukum Romawi yang bernama *Corpus Iuris Civilis*, akan tetapi tidak dapat menyelesaikan seluruh perkara-perkara yang timbul di bidang perdagangan. Oleh karena itu di kota-kota Eropa Barat disusun peraturan-peraturan hukum baru yang berdiri sendiri dan hanya berlaku bagi golongan pedagang, yang disebut dengan hukum pedagang (*Koopmansrecht*).

Hukum Perdagangan ini pada mulanya belum merupakan unifikasi (berlakunya satu sistem hukum untuk seluruh daerah), karena berlakunya masih bersifat kedaerahan. Tiap-tiap daerah memiliki hukum pedagangnya sendiri-sendiri yang berlainan satu sama lainnya. Kemudian disebabkan bertambah eratnya hubungan perdagangan antar daerah, maka dirasakan perlu adanya satu kesatuan hukum di bidang hukum pedagang ini. Pada saat itu Pemerintah Nederland menginginkan adanya hukum dagang sendiri. Pada tahun 1819 direncanakanlah sebuah Kitab Undang-Undang Hukum Dagang yang terdiri atas tiga kitab, akan tetapi di dalamnya tidak mengakui lagi Pengadilan Istimewa yang menyelesaikan perkara-perkara yang timbul di bidang perdagangan, akan tetapi perkara-perkara dagang di selesaikan di pengadilan biasa.

Usulan Kitab Undang-Undang Hukum Dagang Belanda inilah yang kemudian disahkan menjadi Kitab Undang-Undang Hukum Dagang Belanda 1838, dan akhirnya berdasarkan asas konkordansi, maka Kitab Undang-Undang Hukum Dagang Nederland (Belanda) 1838 ini kemudian berlaku di Indonesia melalui pengumuman dengan publikasi tanggal 30 April 1847 (Stb. 1847 No . 23), yang mulai berlaku pada tanggal 1 Mei 1848. Setelah Indonesia merdeka, maka berdasarkan Pasal II Aturan Peralihan Undang -Undang Dasar 1945, KUHD peninggalan Nederland (Belanda) tetap berlaku di Indonesia sampai saat ini.²

Ekonomi tradisional dengan metode yang bersifat konvensional, yaitu dengan cara pelanggan datang langsung kepada penjual untuk melakukan transaksi pembelian dirasakan kurang efisien karena waktu yang tersita cukup banyak, antara lain untuk kegiatan mendatangi toko dan mengantri. Kedepannya akan berubah menjadi ekonomi digital dimana pelanggan tidak perlu bersusah payah datang mengunjungi toko dan mengantri ketika akan melakukan pembelian, cukup dengan menggunakan media komputer atau dengan menggunakan media *mobile phone* yang tersambung dengan internet di lokasi manapun maka pembeli dapat dengan mudah dan cepat melakukan transaksi pembelian.³

Istilah “hukum dagang” atau “hukum perniagaan” merupakan istilah dengan cakupan yang sangat tradisional dan sangat sempit. Sebab, pada prinsipnya kedua istilah tersebut hanya melingkupi topik-topik yang terdapat dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang saja. Padahal, begitu banyak topik hukum bisnis yang tidak diatur atau tidak ada lagi diatur dalam Kitab Undang-

² Ramlan. 2016. *Hukum Dagang*. Malang: Setara Press, halaman 20.

³ Ahmad Firmansyah. *Op. Cit*, halaman 128.

Undang Hukum Dagang. Misalnya, mengenai perseroan terbatas, kontrak bisnis, pasar modal, *merger*, dan akuisisi, perkreditan, hak atas kekayaan intelektual, perpajakan, bisnis internasional dan masih banyak lagi.⁴

Perkembangan teknologi informasi saat ini merambah segala sendi kehidupan manusia termasuk dalam kegiatan perdagangan khususnya di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Teknologi informasi membuat semua hal menjadi lebih mudah dan juga akan menjadi cepat tentu juga dengan harga yang relatif tergolong murah karena sistem dan metode yang digunakan dalam *e-commerce* berbeda dengan sistem dan metode konvensional. Peran teknologi informasi dalam bisnis juga semakin kuat, hal ini ditunjukkan dengan keaktifan perusahaan besar multinasional untuk menggunakan internet sebagai sarana pemasaran produknya. Penggunaan internet dan *world wide web* (*www*) bagi perusahaan saat ini sangat diperlukan. Setiap perusahaan yang ingin memperluas jangkauan pemasarannya pasti mempunyai *website*, yang menjadi wahana promosi maupun transaksi bagi perusahaan.⁵

Kemajuan dan perkembangan internet dan teknologi informasi, menciptakan kemudahan, kecepatan, dan keakuratan dalam hal berbelanja, sehingga membuat konsumen serta produsen di seluruh dunia saat ini banyak menggunakan aplikasi *E-commerce* untuk melakukan aktivitas bisnis. Internet dan teknologi informasi telah memberikan kekuatan bagi setiap perusahaan dalam aktivitas bisnisnya. Dengan adanya *E-commerce*, maka jumlah individu yang

⁴ Ida Nadirah. 2017. *Hukum Dagang Dan Bisnis Indonesia*. Medan: Ratu Jaya, halaman 286.

⁵ Nuryanti. “ *Peran E-commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM)*. diakses melalui https://www.academia.edu/23121102/jurnal_e_commerce. pada tanggal 2 Maret 2020 pukul 15.26 WIB.

menjual dan membeli. secara online mengalami peningkatan yang sangat drastis. Pihak produsen atau penjual memperoleh keuntungan besar dengan adanya *E-commerce* ini.⁶

Aktivitas ekonomi digital menjadi daya tarik yang besar bagi konsumennya untuk melakukan transaksi jual beli secara *e-commerce* yang hanya data diakses melalui internet yang biasa digunakan melalui Komputer atau *Handphone* (HP). Data yang dirilis oleh majalah *the wall street journal* dalam *startupbisnis.com* pada tahun 2014 menyebutkan bahwa trend perkembangan *e-commerce* di Indonesia dari tahun ke tahun akan terus meningkat. Besaran jumlah transaksi *e-commerce* Indonesia dengan tipe transaksi *Business to Costumer* (B2C) pada tahun 2013 sebesar 1,79 juta US\$ dan terus mengalami peningkatan pada tahun 2014, 3,56 Juta US\$ pada tahun 2015 dan pada tahun 2016 diperkirakan mencapai 4,89 Juta US\$.⁷

Nilai transaksi tersebut dapat masih dikatakan relatif kecil dibandingkan dengan Negara Tiongkok, Jepang, Korea Selatan, maupun India. Namun tetap menunjukkan perkembangan transaksi *e-commerce* di Indonesia cukup signifikan dari tahun ke tahun. Hal inilah yang dapat menjadi daya tarik bagi dunia usaha untuk melirik bisnis *e-commerce*. Aktivitas bisnis *e-commerce* di Indonesia dapat dinyatakan relatif baru Sehingga masih banyak kekurangan yang ditemui dan implementasinya.⁸

⁶ Toman Sony Tambunan & Wilson R.G Tambunan. 2019. *Hukum Bisnis*. Jakarta : Prenadamedia Group. halaman 372.

⁷ Ahmad Firmansyah. *OP.Cit*, halaman 128.

⁸ *Ibid*, halaman 128.

Penerapan industri *e-commerce* masih dalam pengembangan dan pembuatan aturan-aturan yang menjadi payung hukum pelaksanaan industri *e-commerce* di Indonesia. Sering terjadinya sengketa antara penjual dan pembeli diantaranya tidak sesuainya barang yang diterima oleh konsumen atas barang dan/atau jasa yang ditampilkan oleh penjual melalui media internet seperti di *Instagram*, *Facebook*, *WhatsApp* dan media sosial lainnya. Pembeli tidak mengetahui bagaimanakah cara untuk komplain atau bertemu dengan penjual karena sistem *e-commerce* berbeda dengan metode tradisional.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan, yang dimaksud dengan perdagangan adalah tatanan kegiatan yang terkait dengan transaksi barang dan/atau jasa di dalam negeri dan melampaui batas wilayah negara dengan tujuan pengalihan hak atas barang dan/atau jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 36/M-DAG/PER/9/2017 tentang Penerbitan Surat Izin Usaha Perdagangan, mengertikan perdagangan adalah kegiatan usaha transaksi barang atau jasa seperti jual-beli, sewa beli, sewa menyewa yang dilakukan secara berkelanjutan dengan tujuan pengalihan hak atas barang atau jasa dengan disertai imbalan atau kompensasi.

Peraturan Pemerintah Nomor 1 Tahun 2020 tentang Sistem Informasi Perdagangan “Sistem Informasi Perdagangan adalah tatanan, prosedur, dan mekanisme untuk pengumpulan, pengolahan, penyampaian, pengelolaan, dan penyebarluaskan data dan/atau informasi perdagangan yang terintegrasi dalam mendukung kenijakan dan pengendalian perdagangan” Peraturan Pemerintah.

Pasal 1457 dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata), di defenisikan jual-beli adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan. Jual-beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, segera setelah orang-orang itu mencapai kesepakatan tentang barang tersebut beserta harganya, meskipun barang itu belum diserahkan dan harganya belum di bayar.⁹

Semua Pelaku Usaha bisnis hampir dipastikan selalu membaca dan memperhatikan semua gerak langkah kompetitrnya. Padahal kompetitor seharusnya dianggap sebagai mitra usaha, akan tetapi yang terjadi seringkali para kompotitornya merasa takut dan terancam terhadap lawan saing bisnis dalam menarik pangsa pasar. Untuk menghadapi kondisi yang demikian, seharusnya idealnya persaingan usaha pada taraf persaingan murni tetap diperkenankan dan dilindungi oleh ketentuan selama menggunakan prinsip persaingan usaha.¹⁰

E-commerce di defenisikan sebagai proses pembelian, penjualan, mentransfer atau bertukar produk, jasa atau informasi melalui jaringan komputer melalui internet. Dengan mengambil bentuk- bentuk tradisional dari proses bisnis dan memanfaatkan jejaring sosial melalui internet, strategi bisnis dapat berhasil jika dilakukan dengan benar, yang akhirnya menghasilkan peningkatan pelanggan, kesadaran merek dan pendapatan. Keputusan pembelian pelanggan-pelanggan di pengaruhi oleh persepsi, motivasi, pembelajaran, sikap dan keyakinan. Persepsi dipantulkan kepada bagaimana pelanggan memilih, mengatur, dan

⁹ Toman Sony Tambunan & Wilson R.G Tambunan. *Op,Cit* . halaman 372

¹⁰ Mudakir Iskandar Syah. 2018. *Hukum Bisnis Online Era Digital*. Jakarta : CV. Campustaka, halaman 55.

menginterpretasikan informasi untuk membentuk pengetahuan. Motivasi tercermin keinginan pelanggan untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri. Oleh karena itu *E-commerce* dapat dianggap sebagai payung yang mengintergrasikan fungsi yang berbeda ke bentuk digital.

Salah satu variabel yang dapat merangsang konsumen dalam memutuskan membeli suatu produk pada elektronik *E-commerce*. Elektronik *E-commerce* (perdagangan elektronik) adalah istilah umum untuk proses membeli dan menjual yang didukung oleh sarana-sarana elektronik. *E-commerce* menawarkan kemudahan bagi konsumen dan produsen dalam melakukan transaksi jual-beli dari mulai proses pemilihan barang hingga proses pembayaran.

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan juga memiliki peran vital dalam mendukung pertumbuhan angka penjualan. Promosi merupakan kegiatan yang mengomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut.¹¹ Kegiatan industri *e-commerce* menggunakan internet sebagai pasar penjualannya, dengan memanfaatkan kemajuan teknologi pada saat ini seperti melalui : *Website, Facebook, Instagram* dan media elektronik lainnya transaksi dilakukan. Metode pembayaran juga digunakan sangat berbeda dengan perdagangan secara konvensional pada umumnya. Yang mana pada metode konvensional pembayaran dilakukan saat pembeli dan penjual bertemu di tempat penjualan barang.

¹¹ Khabibuddin Al Ghoribi. "Pengaruh E-commerce, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembeli". diakses melalui <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/download/21933/20185>. com. pada tanggal 17 Maret 2020. pukul 23:34 WIB.

Mengacu kepada dasar hukum Perdagangan yaitu Perdagangan adalah tatanan kegiatan yang terkait dengan transaksi Barang dan/atau Jasa di dalam negeri dan melampaui batas wilayah negara dengan tujuan pengalihan hak atas Barang dan/atau Jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi. Perdagangan melalui Sistem Elektronik adalah Perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik. *E-commerce* di definisikan sebagai proses pembelian, penjualan, mentransfer atau bertukar produk, jasa atau informasi melalui jaringan komputer melalui internet.

Berdasarkan hal-hal yang dijelaskan diatas dapat diketahui bahwa bagaimana perdagangan melalui sistem elektronik yang diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, lahirnya aturan tersebut adalah untuk menjaminnya kepastian hukum kegiatan *e-commerce* dan juga untuk meminimalisir terjadinya sengketa sehingga dapat menimbulkan kerugian pada kedua belah pihak.

Hadirnya *E-commerce* disambut baik oleh pemerintah dengan menerbitkan aturan yang menjadi payung hukum di legalkannya kegiatan *E-commerce* di Indonesia dengan mengundang Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, namun setelah lahirnya aturan tersebut masih banyak industri *E-commerce* yang tidak menjalankan amanah dari aturan tersebut sehingga keinginan untuk menciptakan pasar yang kompetitif yang sesuai dengan hukum yang berlaku di Indonesia tidak dapat terlaksana dengan baik dan benar, maka hal itu Menarik untuk diteliti oleh penulis. Penelitian ini akan dituangkan dalam bentuk skripsi dengan judul : **Tinjauan Yuridis Industri *E-commerce***

Dalam Menetapkan Pasar yang Kompetitif Berdasarkan Undang – Undang Nomor 7 tahun 2014 Tentang Perdagangan

1. Rumusan Masalah

Permasalahan merupakan perbedaan antara *das sein* dan *das sollen*. masalah dirumuskan dalam bentuk pertanyaan. pertanyaan dalam rumusan masalah harus bersifat problematis yang untuk menjawabnya memerlukan analisis berdasarkan hasil penelitian.¹² Berdasarkan uraian di atas, dapat ditarik permasalahan yang akan menjadi batasan pembahasan dari penelitian ini. Adapun masalah yang dirumuskan pada penelitian ini adalah :

- a. Bagaimana pengaturan hukum tentang *E-commerce* di Indonesia?
- b. Bagaimana penerapan aplikasi *E-commerce* pada pasar yang kompetitif?
- c. Bagaimana akibat hukum tidak terlaksananya industri *E-commerce* sesuai dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan?

2. Faedah Penelitian

Penelitian yang dilaksanakan harus berfaedah baik secara teoritis maupun praktis. Faedah dari segi teoritisnya adalah faedah sebagai sumbangan baik kepada ilmu pengetahuan pada umumnya maupun kepada ilmu hukum pada khususnya. Dari segi praktisnya penelitian tersebut berfaedah bagi kepentingan

¹² Ida Hanifah, Dkk. 2018. *Pedoman Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa*. Medan:Pustaka Prima. halaman 15.

negara, bangsa, masyarakat dan pembangunan.¹³ Adapun Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Secara Teoritis, yaitu untuk menambah wawasan dan khazanah ilmu pengetahuan dibidang hukum bisnis khususnya pengetahuan pada perlidungan hukum dalam pemasaran *E-commerce* yaitu perdagangan yang dilakukan melalui sistem elektronik.
- b. Secara Praktis, yaitu sebagai sistem perdagangan yang dapat menjangkau ke seluruh wilayah pemasaran yang di dukung pemerintah, serta manfaat kepada masyarakat sebagai konsumen khususnya dalam memenuhi kebutuhan dengan memanfaatkan indsuti *E-commerce*.

B. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian harus tergambar secara tegas apa yang hendak dicapai dalam melaksanakan penelitian tersebut. Tujuan penelitian harus bertitik tolak dari permasalahan. Bahkan harus terlihat tegas jika permasalahan ada 3 (tiga) maka tujuan penelitian harus 3 (tiga). ketigahal tersebut menjadi pokok permasalahan yang intisarinya harus terlihat pada kesimpulan, jadi, rumusan masalah, tujuan dan kesimpulan haruslah sinkron.¹⁴ Adapun beberapa tujuan dari penelitian dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaturan hukum tentang *e-commerce* di Indonesia

¹³*Ibid*, halaman 16.

¹⁴*Ibid*.

2. Untuk mengetahui cara perdagangan elektronik yang sesuai dengan hukum perdagangan dalam industri *E-commerce* agar menghasilkan pasar yang kompetitif
3. Untuk mengetahui Dampak tidak terlaksananya industri *E-Commerce* sesuai dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan?

C. Definisi Operasional

1. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian tinjauan adalah mempelajari dengan cermat, memeriksa (untuk memahami), pandangan, pendapat (sesudah menyelidiki, mempelajari, dan sebagainya).
2. Menurut Kamus Hukum, kata yuridis berasal dari kata *yuridisch* yang berarti menurut hukum atau dari segi hukum, dapat disimpulkan tinjauan yuridis berarti mempelajari dengan cermat, memeriksa (untuk memahami) suatu pandangan atau pendapat dari segi hukum.
3. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian pasar ialah sekumpulan orang yang melakukan kegiatan transaksi jual beli dalam artian lain yaitu pasar merupakan tempat melakukan jual beli. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Kompetitif yaitu suatu persaingan. Jadi dapat dikatakan pasar yang kompetitif itu adalah dalam melakukan suatu pemasaran atau perdagangan harus melakukan persaingan yang sehat dan tidak melanggar hukum yang berlaku di Indonesia.

4. Menurut Pasal 1 ayat (2) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang perdagangan melalui sistem elektronik *E-commerce* dapat di sebut juga dengan perdagangan elektronik sebagaimana yang diatur dalam yaitu perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik.
5. Dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, perdagangan adalah tatanan yang terkait dengan transaksi Barang dan/atau Jasa di dalam negeri dan melampui batas wilayah negara dengan tujuan mengalihkan hak atas Barang dan/atau Jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi. Perhatian yang memadai terhadap aspek hukum saat pengambilan keputusan Bisnis akan banyak membawa manfaat dalam menyikapi menyiasati, atau mengendalikan setiap keadaan, sehingga kemungkinan munculnya permasalahan, risiko atau kerugian dikemudian hari dapat dihindari atau diperkecil. Baik permasalahan yang terjadi itu sifatnya internal maupun eksternal. Artinya baik permasalahan yang terjadi antara karyawan dengan perusahaan maupun perusahaan dengan lingkungan.

D. Keaslian Penelitian

Persoalan mengenai tidak terlaksananya pasar yang kompetitif oleh industry *E-Commerce* akibat tidak terlaksananya amanah Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan. oleh karenanya, penulis meyakini bahwasanya telah banyak peneliti-peneliti sebelumnya yang mengangkat tentang penelitian tentang *E-Commerce* tersebut sebagai tajuk dalam

penelitian. Namun berdasarkan bahan keputusan yang ditemukan baik melalui *searching* via internet maupun penelusuran kepustakaan dilingkungan Universitas Muhamadiyah Sumatera Utara dan perguruan tinggi lainnya. peneliti tidak menemukan penelitian yang sama dengan tema pokok bahasan yang penulis teliti terkait **“Tinjauan Yuridis Industri *E- commerce* Dalam Menetapkan Pasar yang Kompetitif Berdasarkan Undang – Undang Nomor 7 tahun 2014 Tentang Perdagangan”**.

Dari beberapa penelitian yang pernah diangkat oleh peneliti sebelumnya, ada dua judul yang hamper mendekati sama dengan penelitian dalam penulisan skripsi ini, antara lain:

1. Skripsi Muhammad Khadafi Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta 2016 yang berjudul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi *E-Commerce* (Studi Kasus *E-Commerce* Melalui Sosial Media Instagram)” skripsi ini merupakan penelitian yang meneliti tentang perlindungan yang diberikan terhadap penggunaan jasa jual beli barang melalui instagram, sedangkan penulis melakukan penelitian tentang keharusan industri *E-Commerce* menggunakan aturan perdagangan yang diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan agar menciptakan pasar yang kompetitif.
2. Skripsi Apriyanti Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta 2014 yang berjudul

“Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *E-Commerce* di tinjau dari hukum perikatan’, skripsi ini membahas tentang perlindungan yang diberikan kepada konsumen yang menggunakan *E-Commerce* dalam transaksinya yang ditinjau dari hukum perikatan, sedangkan penulis melakukan penelitian tentang industri *E-Commerce* dalam menghasilkan pasar yang kompetitif dan mengacu pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan.

Secara substansi dan pembahasan terhadap kedua penelitian tersebut diatas berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis saat ini. dalam kajian topik bahasan yang penulis angkat kedalam bentuk skripsi ini mengarah kepada Industri *E-Commerce* dalam menghasilkan pasar yang kompetitif berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan.

E. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu sarana pokok dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta seni. Oleh karena itu, penelitian bertujuan untuk mengungkapkan kebenaran secara sistematis, metodologis, dan konsisten.¹⁵ Suatu penelitian ilmiah dimaksudkan untuk memperoleh pengetahuan yang benar tentang objek yang diteliti berdasarkan serangkaian langkah yang diakui komunitas ilmuan sejawat dalam bidang keahlian (intersubjektif), dengan demikian penemuan terhadap hasil penelitian ilmiah tersebut diakui sifat keilmiahannya (*wetenschapelijkheid*), dapat ditelusuri kembali oleh sejawat yang

¹⁵ Zainuddin Ali. 2016. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta :SinarGrafika. halaman 17.

berminat merupakan hal yang baru (*nicuwmoetzijn*).¹⁶ Adapun untuk mendapatkan hasil yang maksimal, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Istilah “penelitian hukum“ terdiri dari dua kata, yakni “penelitian” dan “hukum”. asal kata “penelitian” adalah “teliti” yang berarti suatu tindakan yang penuh kehati-hatian dan kecermatan. sementara “hukum” diartikan sangat beragam sesuai dengan sudut pandang masing-masing aliran filsafat hukum. penelitian hukum atau “*legal research*” berarti penemuan kembali secara teliti dan cermat bahan hukum atau data hukum untuk memecahkan permasalahan hukum.¹⁷ Pada dasarnya jenis penelitian hukum dapat dibedakan menggunakan 2 (dua) pendekatan, yang terdiri atas : penelitian hukum normatif (yuridis normatif), dan penelitian hukum sosiologis (yuridis empiris). Penelitian hukum normatif disebut juga penelitian doktrinal, dimana hukum dikonsepsikan sebagai apa yang tertuliskan peraturan perundang-undangan (*law in books*), dan penelitian terhadap sistematika hukum dapat dilakukan pada peraturan perundang-undangan tertentu atau hukum tertulis. Sedangkan penelitian yuridis empiris bertujuan menganalisis permasalahan dilakukan dengan memadukan bahan-bahan hukum (yang merupakan data sekunder) dengan data primer yang diperoleh dilapangan.¹⁸

¹⁶Jonaedi Effendi. 2018. *Metode Penelitian Hukum Normatif Dan Empiris*. Jakarta :Prenadamedia Group. halaman 3.

¹⁷ I Made Pasek Dianta. 2017. *Metodologi Penelitian Hukum Normatif Dalam Justifikasi Teori Hukum*. Jakarta: Kencana. halaman1.

¹⁸ Ida Hanifah, Dkk.*Op.Cit*, halaman 19.

Penelitian ini menggunakan jenis dan pendekatan penelitian hukum normatif (yuridis normatif)

2. Sifat Penelitian

Penelitian hukum bertujuan untuk mengetahui dan menggambarkan keadaan sesuatu mengenai apa dan bagaimana keberadaan norma hukum dan bekerjanya norma hukum pada masyarakat. Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, maka kecenderungan sifat penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang hanya semata-mata melukiskan keadaan obyek atau peristiwa nyata tanpa suatu maksud untuk mengambil kesimpulan-kesimpulan yang berlaku secara umum.¹⁹

3. Sumber Data

Penelitian akan senantiasa bermula dari rasa ingin tahu (*Niewgierigheid*) untuk menemukan jawaban terhadap suatu permasalahan aktual yang dihadapi. Jika jawaban terhadap suatu permasalahan telah diketahui, maka tidak perlu lagi diadakan penelitian.²⁰ Maka dalam penelitian kali sumber data yang digunakan adalah data sekunder yang terdiri dari :

1. Bahan hukum primer, yaitu bahan-bahan hukum yang mengikat bahan hukum primer yang digunakan yaitu pertama, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan . Kedua, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik. Ketiga, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

¹⁹ *Ibid*, halaman 20.

²⁰ Jonaedi Effendi. *Op. Cit*, halaman 3.

Keempat, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

2. Bahan hukum sekunder, yang merupakan penjelasan mengenai bahan hukum primer, seperti misalnya rancangan undang-undang, hasil-hasil penelitian, hasil karya dari kalangan hukum, dan seterusnya.
3. Bahan hukum tersier, yakni bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder. Contohnya adalah kamus, ensiklopedia, indeks kumulatif, dan seterusnya.

4. Alat Pengumpulan Data

Alat pengumpul data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan (*library research*) yang dilakukan dengan dua cara yaitu :

- a. *Offline*; yaitu menghimpun data studi kepustakaan (*library research*) secara langsung dengan mengunjungi toko-toko buku, perpustakaan (baik didalam maupun diluar kampus Universitas Muhamadiyah Sumatera Utara) guna menghimpun data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian dimaksud
- b. *Online*; yaitu studi kepustakaan (*library research*) yang dilakukan dengan cara *searching* melalui media internet guna menghimpun data skunder yang dibutuhkan dalam penelitian dimaksud.²¹

5. Analisis Data

²¹ Ida Hanifah, dkk. *Op.Cit.*, halaman 21.

Dalam suatu penelitian, analisis data adalah kegiatan memfokuskan, mengabstraksikan, mengorganisasikan data secara sistematis dan rasional untuk memberikan bahan jawaban terhadap permasalahan. Analisis data menguraikan tentang bagaimana memanfaatkan data yang terkumpul untuk dipergunakan dalam memecahkan masalah penelitian. jenis analisis data terdiri atas analisis kualitatif dan kuantitatif. analisis data yang digunakan dalam penelitian hukum biasanya dilakukan dengan analisis kualitatif sesuai tipe dan tujuan penelitian.²²

Pengolahan data yang didapatkan dari studi dokumen dengan penelusuran kepustakaan (*library research*), maka hasil penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif.

²²*Ibid*, halaman 21-22.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Pemasaran *E-Commerce* Dalam Hukum Perdagangan Indonesia

Menurut McLeod dan Schell mengartikan perdagangan elektronik (*E-commerce*) adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis. Melalui perdagangan secara elektronik berarti semua transaksi pemasaran, penjualan, pemesanan, dan penransefaran dilakukan secara onlin. Perdagangan secara elektronik, tidak ada tatap muka antara produsen dan konsumen. Persetujuan transaksi dilakukan melalui komunikasi secara tidak langsung.²³ Manfaat dari *E-commerce* menurut McLoad dan Schell, menyebutkan perusahaan melaksanakan *E-commerce* untuk dapat mencapai perbaikan organisasi secara keseluruhan. Perbaikan-perbaikan ini diharapkan merupakan hasil dari manfaat meliputi :

1. Perbaikan layanan pelanggan sebelum, selama, dan setelah penjualan;
2. Perbaikan hubungan dengan pemasok dan komunitas keuangan;
3. Peningkatan imbal hasil ekonomis atas pemegangan saham dan investasi pemilik.²⁴

Manfaat-manfaat sebagai dimaksud di atas akan memberikan kontribusi pada stabilitas keuangan perusahaan dan memungkinkannya bersaing dengan lebih baik di dalam dunia bisnis yang semakin luas menerapkan teknologi komputerisasi. Pada dasarnya, keuntungan penggunaan elektronik *E-commerce*

²³ Toman Sony Tambunan & Wilson R.G Tambunan. *Op.Cit* . halaman 371.

²⁴ *Ibid.* halaman 371-372.

dapat di bagi dalam dua bagian, yakni keuntungan bagi pedagang dan keuntungan bagi pembeli. Menurut Joseph Luhukay, keuntungan bagi pedagang antara lain :

1. Dapat digunakan sebagai lahan untuk menciptakan pendapatan yang sulit atau tidak dapat diperoleh melalui cara konvensional, seperti memasarkan langsung produk atau jasa, menjual informasi, iklan, dan sebagainya.
2. Menurunkan biaya operasional. Berhubungan langsung dengan pelanggan melalui internet dapat menghemat kertas dan biaya telepon , tidak perlu menyiapkan tempat ruang pameran (outlet), staf operasional, gudang dan sebagainya.
3. Memperpendek *product cycle* dan *management supplier*. Perusahaan dapat memesan bahan baku atau produk ke supplier langsung ketika ada pemesanan sehingga perputaran barang lebih cepat dan tidak perlu gudang besar untuk menyimpan produk-produk tersebut.
4. Melebarkan jangkauan. Pelanggan dapat menghubungi perusahaan/penjual dari manapun di seluruh dunia.
5. Waktu operasi tidak terbatas. Bisnis melalui internet dapat dilakukan 24 jam per hari, 7 hari per minggu.
6. Pelayanan ke pelanggan lebih baik. Melalui internet pelanggan bisa menyampaikan kebutuhan maupun keluhan secara langsung sehingga perusahaan dapat meningkatkan pelayanannya.

Selanjutnya di jelaskan keuntungan bagi pembeli, antara lain dalam sebagai berikut :

1. Home shopping, Pembeli dapat melakukan transaksi dari rumah sehingga dapat menghemat waktu, menghindari kemacetan, dan menjangkau toko-toko yang jauh dari lokasi.
2. Mudah, Tidak perlu pelatihan khusus untuk bisa belanja atau melakukan transaksi melalui internet.
3. Pembeli memiliki pilihan yang sangat luas dan dapat membandingkan produk maupun jasa yang ingin dibelinya.
4. Tidak di batasi waktu
5. Pembeli dapat melakukan transaksi kapan saja selama 24 jam per hari, 7 hari per minggu.
6. Pembeli dapat mencari produk yang tidak tersedia atau sulit diperoleh di outlet-outlet / pasar tradisional.

Keuntungan-kuntungan diatas apabila dipergunakan dengan sebaik-baiknya akan mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap elektronik commerce yang pada akhirnya dapat pula meningkatkan pertumbuhan perekonomian nasional.²⁵

Dalam Islam Juga telah diatur bagaimana pemasaran dalam perdagangan yang benar tidak melawan apa yang telah diatur oleh Allah SWT.

Berikut Firman ALLAH SWT di dalam Surah An-nisaa ayat 29 ,

²⁵ I Made Sara, Komang Adi Kurniawan Saputra & I Wayang Kartika Jaya Utama. 2018. *Aspek Hukum Dalam Bisnis*. Sidoarjo : Indomedia Pustaka, halaman 102.

U #?N3ZBw(rE)N3; gRb)©#%Na/\$V\$mu ÇE

U #?N3ZBw(rE)N3; gRb)©#%Na/\$V\$mu ÇE

yang artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka dimata kamu.

B. Penerapan Industri *E-commerce*

Pasar dalam konsep tradisonal, yang berwujud fisik dan berada pada posisi pada posisi geografis tertentu, telah berubah dalam konsep modern saat ini, sehinggann memunculkan konsep baru yang dikenal dengan istilah *E-commerce*. Merupakan pengguna internet, *world wide web (web)* dan *mobile application* untuk proses transaksi bisnis. Traver dan Laudon menyatakan terdapat perbedaan antara definisi *e-commerce* dan *e-business*. *E-business* lebih mengacu kepada proses dan transaksi digital di dalam perusahaan, yang melibatkan istem informasi dibawah kendali perusahaan. *E-business* tidak mencakup transaksi komersial yang melibatkan pertukaran nilai melintasi batas-batas organisasi. Sebagai contoh, mekanisme kontrol sistem inventory online perusahaan merupakan bagian dari *e-businesses*.²⁶

Perkembangan *e-commerce* yang semakin meningkat, jika seorang pelaku pasar menilai konsumen sebagai target pasif dari sebuann kampanye iklan dan

²⁶ Ahmad Firmansyah. *Op. Cit*, halaman 129.

branding produk yang berusaha untuk mempengaruhi persepsi konsumen akan suatu produk dalam jangka panjang dan mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Keunikan teknologi *e-commerce*, yaitu:

1. *Ubiquity*

Teknologi *e-commerce* merupakan teknologi yang selalu tersedia disegala tempat dan disepanjang waktu. Hal inilah yang membedakan perdagangan tradisional yang mengacu kepada adanya tempat yang berwujud fisik untuk dikunjungi dan untuk dapat melakukan transaksi perdagangan

2. *Global Reach*

Teknologi *e-commerce* memungkinkan terjadinya transaksi perdangan lintas budaya, batasan wilayah regional dan nasionaln serta dengan biaya yang efektif dibandingkan dengan perdagangan tradisional. Selain itu, total konsumen pelaku bisnis *e-commerce* dapat di hitung.

3. *universal standards*

Standar pelaksanaan teknologi *e-commerce* bersifat universal di seluruh dunia. Hal ini tentunya berbeda dengan perdagangan tradisional dimana akan berdeda-beda antara satu negara dengan negara lainnya.

4. *Richness*

Informasi yang tersedia pada teknologi *e-commerce* lebih kompleks dan bervariasi secara kontennya dibandingkan dengan pasar tradisional

5. *interactivity*

teknologi yang tersedia memungkinkan untuk melakukan komunikasi interaksi antara penjual dengan konsumen

6. *Information density*

Teknologi yang tersedia menekan biaya proses, penyimpanan dan komunikasi serta meningkatkan kualitas dari informasi yang tersedia baik dari segi jumlahnya, ketepatan waktunya, dan akurasinya

7. *Personalization dan customization*

Teknologi yang tersedia memungkinkan mempersonalisasikan pesan yang disampaikan kepada individu maupun group. Dengan kata lain, penepatan target atas pesan-pesan marketing kepada individu yang spesifik dapat dilakukan dengan melakukan penyesuaian pesan terhadap nama, keinginan dari riwayat pembelian terdahulu dari suatu individu. *Customization* merupakan merubah produk atau jasa yang dikirimkan berdasarkan kepada pilihan ataupun perilaku sebelumnya.

8. *Social Technology*

Teknologi *e-commerce* mengembangkan penggunaanya untuk lebih sosial dengan menyediakan penggunaanya untuk menciptakan dan berbagi isi informasi dengan komunitas dunia maya.²⁷

Traver dan Laudon Membagi tipe e-commerce kedala beberapa kategori sebagai berikut:

1. *E-commerce* bisnis ke konsumen (*Business To Consumer*)

²⁷ *Ibid*, halaman 129-130.

Tipe *Business To Consumer* merupakan tipe *e-commerce* yang umum dan banyak terjadi yaitu bisnis penjualan *online* dari unit bisnis (perusahaan) ke konsumen individual

2. *E-commerce* bisnis ke bisnis (*Business To Business*)

Tipe *Business To Business* merupakan tipe *e-commerce* yang menjalankan bisnis penjualan *online* dari unit bisnis (perusahaan) ke unit bisnis (perusahaan) lainnya.

3. *E-Commerce* konsumen ke konsumen (*Consumer To Consumer*)

Tipe *Consumer To Consumer* ini merupakan tipe *e-commerce* yang menjalankan bisnis penjualan *online* dari konsumen ke konsumen lainnya

4. *E-commerce* sosial

E-commerce sosial merupakan tipe *e-commerce* yang memungkinkan terjadinya jaringan sosial dan hubungan sosial secara *online*

5. *Mobile e-commerce*

Mobile e-commerce merupakan tipe *e-commerce* yang memungkinkan terjadinya transaksi online melalui penggunaan alat *mobile* (*iphone, android, Blackberry* dan lainnya)

6. *E-commerce* lokal

E-commerce lokal merupakan tipe *e-commerce* yang terfokus pada ikatan konsumen yang didasari oleh lokasi geografis saat ini konsumen berada.²⁸

²⁸ *Ibid*, 130.

Implementasi kegiatan *e-commerce* di Indonesia mengacu kepada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2011 Tentang Informasi Transaksi Elektronik, salah satu tujuan diterbitkannya yaitu adalah untuk memberikan kepastian hukum dan perlindungan bagi para pelaku *e-commerce*. Namun undang-undang ini tampaknya belum mampu mewujudkan tujuannya tersebut ketidakmampuan yang dimaksud dapat terlihat dari tidak adanya definisi khusus untuk *e-commerce* dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2011 Tentang Informasi Transaksi Elektronik, sebab kegiatan perdagangan secara elektronik yang disebutkan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2011 Tentang Informasi Transaksi Elektronik yaitu “transaksi elektronik” yang disebutkan dalam pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2011 Tentang Informasi Transaksi Elektronik begitu luas.

Perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan computer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Jika melihat pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, memahmi *e-commerce* sebagai “perdagangan melalui sistem elektronik”, yaitu perdagangan yang proses transaksinya dilakukan dengan serangkaian perangkat dan prosedur elektronik

C. Perdagangan melalui Sistem Elektronik dalam Hukum Perdagangan

Di dalam literatur hukum dikenal beberapa pengertian dagang yang dikemukakan oleh para penulis, yaitu:

1. Akhmad Ichsan, mendefinisikan hukum dagang sebagai hukum yang mengatur masalah yang timbul karena tingkah laku manusia dalam perdagangan/perniagaan.
2. H.M.N Purwosutjipto mendefinisikan hukum dagang adalah hukum yang mengatur perikatan di dalam lapangan perusahaan.
3. CST. Kansil, menyamakan hukum dagang dengan hukum perusahaan, sehingga hukum perusahaan adalah hukum yang mengatur tingkah laku manusia turut melakukan perdagangan dalam usahanya memperoleh keuntungan.
4. Sunaryati Hartono, Lebih khusus lagi menyinonimkan hukum dagang dengan hukum ekonomi, yaitu keseluruhan peraturan putusan pengadilan dan hukum kebiasaan yang menyangkut pengembangan kehidupan ekonomi.
5. Munir Fuadi mengartikan hukum bisnis sebagai suatu perangkat kaidah hukum yang mengatur tentang tata cara pelaksanaan kegiatan dagang, industry atau keuangan yang dihubungkan dengan produksi atau pertukaran barang atau jasa dengan menempatkan uang dalam resiko tertentu dengan usaha tertentu dengan topik adalah untuk mendapatkan keuntungan.²⁹

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 tahun 2016 Tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Pengertian sistem elektronik adalah serangkaian perangkat

²⁹ Engga Prayogi. Dan Superteam. 2016. *233 Tanya Jawab Seputar Hukum Bisnis*. Yogyakarta:Medpress Digital, halaman 3-4.

dan prosedur elektronik yang berfungsi mempersiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan, dan/atau menyebarkan Informasi Elektronik.

Perdagangan elektronik mengacu pada semua transaksi komersial yang melibatkan baik perseorangan maupun organisasi, berdasarkan proses elektronik dan tranmisi data baik bentuk teks, maupun foto. Menurut Choi, Stahl dan Whinston mendefenisikan perdagangan elektronik sebagai suatu pasar baru yang menawarkan komoditas jenis baru yaitu produk -produk digital melalui proses digital. Penjual produk-produk fisik jua dipengaruhi oleh proses digital ini seperti, pemesanan online, riset pasar dan penyelesaian pembayaran merupakan bagian dari pasar baru ini.

Perdagangan elektronik adalah bagian dari pendekatan pengembangan bisnis yang melibatkan aplikasi teknologi informasi dan komunikasi pada level produksi dan distribusi Barang dan Jasa dalam skala global. Mempelajari *E-commerce* sebenarnya cukup mudah, karena tidak jauh berbeda dengan memahami bagaimana perdagangan atau bisnis selama ini dijalankan, yang membedakannya adalah dilibatkannya teknologi komputer dan telekomunikasi secara intensif sebagai sarana untuk melakukan dua hal yaitu :

- a. Mengelolah data mentah menjadi informasi yang dapat dimanfaatkan bersama oleh para pelaku bisnis dan konsumen;

- b. Mendistribusikan data atau informasi tersebut secara cepat dan efisien keseluruhan komponen bisnis yang membuktikan.³⁰

Semakin maraknya jual beli online di Indonesia, diperlukan kepastian hukum dan perlindungan hukum bagi konsumen yang bertransaksi di *market place* atau transaksi *online*. Urgensi perdagangan elektronik bagi Indonesia dharuskan untuk meletakkan dasar legal dan kultur bagi masyarakat Indonesia untuk masuk dan menjadi pelaku dalam memanfaatkan kecanggihan pada abad ini dibidang informasi dan teknologi dan serta mengantisipasi perkembangan teknologi dengan suatu payung hukum yang mempunyai kepastian hukum yang kuat, maka untuk hal itu diatur pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan telah mengatur perdagangan sistem elektronik (*E-commerce*).

Salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan hukum perjanjian di Indonesia adalah perkembangan di bidang perdagangan, dalam pandangan umum transaksi jual-beli merupakan salah satu jenis perjanjian yang diatur dalam buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHP) perjanjian ini termasuk salah satu perjanjian riil artinya perjanjian ini yang baru terjadi kalau barang yang menjadi pokok perjanjian telah diserahkan. Kehadiran internet telah memberikan kemudahan akses bagi konsumen untuk mencari barang dan jasa yang dibutuhkan, manfaat internet secara tidak langsung mempengaruhi peningkatan persaingan perdagangan dengan harga yang lebih rendah dengan banyak opsi pilihan.

³⁰ Dian Wirdasari, "*Teknologi E-commerce Dalam Proses Bisnis*", Vol.7, Agustus 2009, halaman 333.

Pengertian perdagangan sistem elektronik dalam Pasal 1 Angka 24 Undang-Undang Republik Indonesia, Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan menyebutkan:

“Perdagangan adalah Perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik.

Bagi pelaku usaha/penjual melalui sistem elektronik wajib memenuhi persyaratan sebagaimana diatur dalam pasal 65 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, yang mana pelaku usaha wajib untuk menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar, serta dilarang menjual barang tidak sesuai dengan data dan/atau informasi tersebut.³¹

³¹ Panggabean, 2019. “*Penerapan Etika Hukum Bisnis Dalam Sistem Peradilan Indonesia*”. Jakarta : Jala Permata Aksara, halaman 336.

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pengaturan Hukum Tentang *E-Commerce* Di Indonesia

Perdagangan adalah pertukaran barang, jasa dan informasi melalui transaksi kedua belah pihak atas dasar persetujuan dari keduanya. Pertukaran barang antara kedua belah pihak sudah dilakukan sejak pada masa uang belum ditemukan, transaksi dilakukan dengan cara tukar menukar barang atau disebut dengan barter. Sejak uang telah ditemukan maka setiap barang, jasa dan informasi dinilai dengan sejumlah uang. Dalam hal ini tempat usaha, perdagangan secara konvensional harus memiliki kantor, bangunan, ruko, dan pasar. Gudang tempat penyimpanan produk dalam bentuk bangunan, serta layanan terhadap pelanggan harus kunjungan secara langsung.³²

E-commerce di Indonesia semakin banyak digunakan maka dengan begitu hadirnya peraturan sebagai peran pemerintah dalam mengawasi hadirnya *E-Commerce* di Negara Kesatuan Republik Indonesia, yaitu:

4. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik
5. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan
6. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

³² Romindo, Dkk. 2019. *E-Commerce Implementasi, Strategi, & Inovasinya*. Medan: Yayasan Kita Menulis, halaman 1.

7. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019
Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

1. Pengaturan Hukum Tentang *E-Commerce* dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Secara garis besar, ada dua sistem hukum yang berlaku dan sangat berpengaruh di dunia, yaitu sistem Eropa Kontinental dan *Anglo Saxon*. Meskipun kedua sistem tersebut berbeda dalam beberapa hal, tapi dewasa ini hampir tidak ada garis pemisah yang tegas untuk membedakan kedua sistem tersebut seperti terjadi pada waktu masa lampau, hal ini diakibatkan oleh pesatnya kemajuan perkembangan tatanan kehidupan manusia yang cepat berubah seiring dengan berjalannya peradaban waktu.

Indonesia sendiri, sistem hukum yang dianut lebih cenderung kepada penerapan sistem hukum eropa Kontinental, di mana sistem ini meletakkan undang-undang (*civil law*) sebagai sumber hukum utama dan menjadikannya yurisprudensi hanya sebagai keterangan hukum tambahan, Hal ini sangat berbeda sekali jika dibandingkan dengan sistem hukum *Anglo Saxon* yang menempatkan yurisprudensi sebagai sumber hukum utama.³³

Jika melihat pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik. menyebutkan:

³³ Edy Santoso. 2018. *Pengaruh Era Globalisasi Terhadap Hukum Bisnis Di Indonesia*. Jakarta Timur: Kencana, halaman 146.

“Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya”

Berbicara mengenai transaksi elektronik dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 perubahan pertama Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik diatur dalam Bab V tentang Transaksi Elektronik pada Pasal 17, menyebutkan:

- 1) Penyelenggara transaksi elektronik dapat dilakukan dalam lingkup publik ataupun prifat
- 2) Para pihak yang melakukan transaksi elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib beritikad baik dalam melakukan interaksi dan/atau pertukaran informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik selama transaksi berlangsung
- 3) Ketentuan lebih lanjut mengenai penyelenggaraan transaksi elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan peraturan pemerintah.

Berdasarkan aturan hukum diatas jelas bahwa kegiatan *E-Commerce* di Indonesia harus dilakukan dengan beritikad baik antara kedua belah pihak, karena dengan begitu perjanjian dapat terlaksana dan transaksi elektronik berjalan dengan baik dan benar sehingga tidak ada pihak yang dirugikan akibat transaksi elektronik tersebut. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata mengatur mengenai itikad baik dalam bagian yang membicarakan mengenai akibat perjanjian, terutama berkenaan dengan pelaksanaan perjanjian. Dikatakan bahwa semua perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik (*to goeder trouw*). Maksudnya adalah bahwa cara melaksanakan perjanjian tidak boleh bertentangan dengan kepatutan dan keadilan.

Pasal 18 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 perubahan pertama Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik, menyebutkan:

- 1) Transaksi elektronik yang dituangkan dalam kontrak elektronik mengikat para pihak
- 2) Para pihak memiliki kewenangan untuk memilih hukum yang berlaku bagi transaksi elektronik internasional yang dibuatnya
- 3) Jika para pihak tidak melakukan pilihan hukum dalam transaksi elektronik internasional, hukum yang berlaku didasarkan pada asas hukum perdata internasional
- 4) Para pihak memiliki kewenangan untuk menetapkan untuk menentukan forum pengadilan, arbitrase, atau lembaga penyelesaian sengketa yang mungkin timbul dari transaksi elektronik internasional yang dibuatnya
- 5) Jika para pihak tidak melakukan pilihan forum sebagaimana dimaksud pada ayat (4), penetapan kewenangan pengadilan, arbitrase atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya yang berwenang menangani sengketa yang mungkin timbul dari transaksi tersebut, didasarkan pada asas hukum perdata internasional.

Berdasarkan keterangan pasal diatas dapat diketahui apabila kegiatan *E-Commerce* dilakukan secara lintas negara dalam artian dilakukan antara pembeli atau penjual dari Indonesia dengan negara lain, maka wajib mengikuti aturan yang tercantum dalam pasal tersebut. Dengan begitu, hak dan kewajiban kedua belah pihak dapat terjamin oleh hukum. Walaupun dalam transaksi tersebut terjadi sengketa maka para pihak bebas memilih dengan cara apa sengketa tersebut diselesaikan karena Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 perubahan pertama Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik telah memberikan beberapa pilihan dalam hal penyelesaian sengketa.

Ketentuan sahnyanya perjanjian yang diatur dalam pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata harus diharmonisasikan dengan peraturan tentang

transaksi elektronik yang diatur dalam Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik. Mengingat internet saat ini, bukanlah hanya digunakan sebagai sarana komunikasi atau sumber informasi mancanegara, tetapi juga telah digunakan sebagai sarana yang paling efektif untuk melakukan hubungan hukum. Menurut mariam darus Badruzaman istilah lain yang dipakai, diantaranya adalah kontrak dagang elektronik (KDE), kontrak seiber, transaksi dagang elektronik, dan kontrak web.³⁴

Menurut pasal 1 ayat (17) Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan kontrak elektronik adalah perjanjian pra pihak yang dibuat melalui sistem elektronik. Pada umumnya perjanjian/kontrak elektronik yang ada di *website* adalah merupakan kontrak baku atau *standard contract* yang dibuat satu pihak, yaitu pihak penyedia jasa atau penjual barang yang harus disepakati oleh pihak calon pembeli pada saat melakukan transaksi melalui elektronik. Penggunaan kontrak elektronik sebagai landasan sumber hukum perikatan, lambat laun akan menimbulkan banyak perselisihan di kemudian hari.

Hukum bisnis dapat dipahami sebagai hukum yang mengatur tentang aktivitas ekonomi. Aktivitas tersebut berupa perdagangan, pelayanan jasa, dan keuangan yang dilaksanakan secara terus menerus, bertujuan mendapatkan keuntungan. Aktivitas ekonomi itulah yang dimaksud dengan bisnis. Kegiatan usaha atau aktivitas ekonomi itu dijalankan oleh perorangan atau badan usaha. Seiring dengan berkembangnya zaman, cara manusia melakukan kegiatan

³⁴ *Ibid*, halaman 125.

ekonomi pun semakin beragam. Kalau di zaman dahulu orang melakukan kegiatan ekonomi bisa dilakukan dengan cara mendirikan badan usaha atau badan hukum. Badan hukum bisa berupa perusahaan biasa ataupun perseroan terbatas (PT).³⁵

Perdagangan berarti segala sesuatu yang berkaitan dengan dagang (perihal dagang) atau jual beli atau perniagaan (*Daden Van Koophandel*) sebagai pekerjaan sehari-hari. Ada istilah lain yang perlu untuk disejajarkan dalam pemahaman awal mengenai hukum dagang, yaitu pengertian perusahaan dan pengertian perniagaan. Pengertian perniagaan dapat ditemukan dalam kitab undang-undang hukum dagang sementara istilah perusahaan tidak ditemukan pengertian perbuatan perniagaan diatur dalam Pasal 2-5 Kitab Undang-Undang Hukum Dagang. Dalam Pasal-Pasal tersebut, perbuatan perniagaan diartikan sebagai perbuatan membeli barang untuk dijual lagi dan beberapa perbuatan lain yang dimasukkan dalam golongan perbuatan perniagaan tersebut. Kesimpulan dapat dinyatakan bahwa pengertian perbuatan perniagaan terbatas pada ketentuan sebagaimana termaktub dalam Pasal 2 sampai dengan Pasal 5 Kitab Undang-Undang Hukum Dagang sementara pengertian perusahaan tidak ditemukan dalam kitab undang-undang hukum dagang.

E-commerce memiliki asas-asas yang sama dengan hukum perjanjian pada umumnya. Hanya saja, kaitannya dengan perjanjian yang sifatnya elektronik tersebut selain asas-asas yang berlaku universal dalam perdagangan konvensional,

³⁵ Engga Prayogi. Dan Superteam. 2016. *233 Tanya Jawab Seputar Hukum Bisnis*. Yogyakarta:Medpress Digital, halaman 32.

diperlukan tambahan dengan asas yang khusus berlaku Kontrak Dagang Elektronik (KDE), antara lain:

- 1) Asas internasional
- 2) Asas yuridiksi di dalam ruang maya (*cyber space*)
- 3) Asas informasi
- 4) Asas kerahasiaan
- 5) Asas pengamanan
- 6) Asas standar kontrak
- 7) Asas elektronik
- 8) Asas domain
- 9) Asas Kuasa
- 10) Asas penyerahan.

Serta mengacu kepada pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata tentang sahnya perjanjian. Dari hal-hal yang dikemukakan diatas, dapat diketahui bahwa:

- 1) *E-commerce* sebenarnya memiliki dasar hukum perdagangan biasa (perdagangan konvensional atau jual beli perdata)
- 2) *E-commerce* merupakan perdagangan konvensional yang bersifat khusus karena sangat dominan peranan media dan alat-alat elektronik.³⁶

³⁶ *Ibid*, halaman 126-127.

2. Pengaturan Hukum *E-Commerce* Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan

Prinsip utama transaksi secara online di Indonesia masih lebih mengedepankan aspek kepercayaan atau “*Trust*” terhadap penjual maupun pembeli. Prinsip keamanan infrastruktur transaksi secara online seperti jaminan atas kebenaran penjual/pembeli, jaminan keamanan jalur pembayaran (*Payment gateway*) , jaminan keamanan dan keandalan website *E-Commerce*. Undang-Undang perdagangan ini merupakan manifestasi dari keinginan untuk memajukan sektor perdagangan yang dituangkan dalam kebijakan perdagangan dengan mengedepankan kepentingan nasional.³⁷ Pasal 2 huruf (a) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, menyebutkan:

“Kebijakan perdagangan disusun berdasarkan asas kepentingan nasional”

Kepentingan nasional tersebut antara lain meliputi: mendorong pertumbuhan ekonomi, mendorong daya saing perdagangan, melindungi produksi dalam negeri, memperluas tenaga kerja, perlindungan konsumen, menjamin kelancaran/ketersediaan barang dan jasa, penguatan usaha mikro kecil menengah (UMKM) dan lain sebagainya. Secara sistematis lingkup pengaturan mengenai perdagangan yang diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan ini meliputi, perdagangan dalam negeri, perdagangan luar negeri, perdagangan perbatasan, standarisasi, perdagangan melalui sistem elektronik, perlindungan dan pengamanan perdagangan, pemberdayaan koperasi dan usaha mikro kecil menengah (UMKM),

³⁷ Diky Pariadi. “*Pengawasan E-Commerce Dalam Undang-Undang Perdagangan Dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen*”. dalam jurnal hukum dan pembangunan. Vol. 48 No. 3 juli September 2018, halaman 655.

pengembangan ekspor, kerja sama perdagangan internasional, sistem informasi perdagangan, tugas dan wewenang pemerintah di bidang perdagangan, komite perdagangan nasional, pengawasan dan penyidikan. Terkait dengan *E-Commerce*, dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, juga telah mengatur mengenai perdagangan melalui sistem elektronik atau *E-Commerce* yang diatur dalam Pasal 65 dan Pasal 66.

Pemberlakuan aturan *E-Commerce* yang tercantum di dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan ini berlaku untuk skala internasional. Maksudnya adalah seluruh transaksi elektronik yang dilakukan pelaku usaha dalam negeri maupun luar negeri, yang menjadikan Indonesia sebagai pasar wajib mematuhi aturan *E-Commerce* yang ada dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan dan tentu juga harus mengikuti aturan pelaksanaannya.³⁸ Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, pemerintah mengatur bagaimana transaksi elektronik dan bisnis online dapat dipertanggung jawabkan oleh pelaku bisnis dan dapat memberikan perlindungan konsumen dan juga kepada para pelaku usaha.

3. Pengaturan Hukum *E-Commerce* Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Berbicara mengenai industry *E-Commerce* umumnya kegiatan insdustri tersebut berbau jual beli baik barang maupun jasa karena hal tersebut kegiatan

³⁸ *Ibid*, halaman 656.

industry *E-Commerce*, dalam pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, menyebutkan:

“Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”

Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999

Tentang Perlindungan Konsumen, menyebutkan

“Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”

Berdasarkan pasal diatas maka kegiatan industri termasuk dalam ranah Hukum perlindungan konsumen yang berlaku di Indonesia yaitu Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha telah diatur dengan jelas dan tegas. Untuk hak dan kewajiban konsumen. Agar kegiatan industry *E-Commerce* tidak menimbulkan kerugian antara kedua belah pihak. Dalam transaksi *E-Commerce*, aspek tanggung jawab juga berlaku untuk pelaku usaha, dalam hal ini *merchant*, apabila konsumen menemui barang dan/atau jasa yang dibelinya tidak sesuai perjanjian.

Aspek tanggung jawab pelaku usaha dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, diatur dalam Pasal 19 sampai dengan Pasal 28. Aspek ini berlaku pada saat pelaku usaha melakukan perbuatan yang menyebabkan konsumen kerugian bagi konsumen.

Kerugian ini dapat berupa kerusakan, pencemaran barang dan/ atau jasa yang diperdagangkan oleh pelaku usaha. Aspek tanggung jawab ini tidak hanya berlaku bagi pelaku usaha dalam memproduksi barang dan/atau jasa, namun bagi pelaku usaha periklanan seperti importer barang atau pelaku jasa asing. Aspek hukum perlindungan konsumen diatas akan berlaku apabila diantara pelaku usaha dan konsumen berada dalam satu wilayah yuridiksi yang sama yaitu yuridiksi Indonesia.³⁹

Aturan-aturan diatas merupakan acuan dalam kegiatan *E-Commerce* di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia bagi para setiap pelaku usaha dalam melakukan transaksi perdagangan secara elektronik atau disebut sebagai *E-Commerce*, karena perkembangan *E-Commerce* yang semakin pesat di wilayah wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia harus diimbangi dengan adanya pengawasan dan pengaturan hukum tentang kegiatan tersebut. Pesatnya perkembangan *E-Commerce* beberapa tahun belakangan ini menjadikan *E-Commerce* sebagai prospek bisnis yang besar dalam dunia perdagangan.

B. Penerapan Aplikasi *E-Commerce* Pada Pasar Yang Kompetitif

Munculnya revolusi informasi teknologi melahirkan era baru dalam berbagai aktivitas kegiatan bisnis. Era ini sering disebut era globalisasi, di mana era ini ditandai dengan munculnya *World Wide Web (WWW)*, sejak saat itu sudah hampir tidak ada lagi batas antara satu negara dengan negara lain dalam hal melakukan perdagangan (*borderless*), maupun pertukaran informasi. Seiring dengan perkembangan teknologi yang sedemikian pesatnya, hal ini telah

³⁹ *Ibid*, halaman 654.

memberikan dampak yang luar biasa terhadap perkembangan ekonomi maupun pembangunan secara fisik di suatu negara.⁴⁰

Pertumbuhan teknologi informasi saat ini membawa dampak terhadap budaya perdagangan, jika seseorang pembeli dan penjual melakukan pertukaran barang, jasa dan informasi melalui tatap muka atau bertemu langsung, maka dengan peran teknologi informasi saat ini pembeli dan penjual dapat melakukan transaksi tanpa penghalang waktu dan tempat yang terbatas. Perdagangan elektronik atau *E-commerce* adalah hasil teknologi informasi yang saat ini sedang berkembang dengan pesat dan cepat terhadap pertukaran barang, jasa dan informasi melalui sistem elektronik seperti : Internet, Televisi, dan jaringan komputer lainnya.

Berbagai ragam pengertian atau definisi dari *E-Commerce* tergantung cara pandang setiap orang yang memanfaatkannya. Menurut Hartman, memberikan definisi tentang *E-Commerce*, yaitu:

“*E-Commerce* sebagai suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai medium pertukarang barang atau jasa baik antara dua buah institusi maupun antar institusi dan konsumen langsung”

Berbagai definisi dari *e-commerce* menurut cara pandang yang berbeda-beda, namun dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* memiliki karakretistik yang tidak dapat dihilangkan, antara lain:

- a. Transaksi antara dua belah pihak, yaitu: pembeli dan penjual

⁴⁰ Edy Santoso. *Op. Cit*, halaman 119-120.

- b. Pertukaran barang, jasa, dan informasi
- c. Sistem elektronik seperti: internet, televisi, dan jaringan komputer lainnya

Maraknya komunitas bisnis yang menggunakan internet sebagai media perdagangan secara tidak langsung telah menciptakan dunia baru bagi para pebisnis yang kerap di istilahkan sebagai “*cyberspace*” atau dunia maya.⁴¹

E-Commerce akan berjalan dengan baik dan benara sehingga menghasilkan pasar yang kompetitif maka dalam menjalankan kegiatan *E-Commerce* harus sesuai dengan yang diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, diatur dalam Bab VIII Tentang perdagangan melalui sistem elektronik, pasal 65 ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, menyebutkan:

“setiap pelaku usaha yang memperdagangkan barang dan/atau jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar”

Berdasarkan pasal diatas jelas diatur bahwa dalam hal penerapannya apabila hendak menjalankan industri *E-Commerce* di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia diberikan izin oleh pemerintah melalui produk Undang-undang. Namun para pengguna industri *E-Commerce* wajib menyediakan data dan informasi secara lengkap dan benar, karena kegiatan *E-Commerce* ini tidak sama dengan perdagangan secara tradisonal yang mana pedagang dan pembeli jumpa secara langsung ketoko untuk membeli barang melainkan sistem *e-commerce* ini

⁴¹ Romindo. *Op. Cit.*, halaman 2.

pedagang dan pembeli hanya melakukan transaksi melalui elektronik seperti melalui komputer dan smartphone (HP). Jadi pedagang dan pembeli tidak berjumpa secara langsung maka itu diperlukan data dan informasi yang lengkap serta jelas agar tidak ada pihak yang dirugikan dalam transaksi menggunakan *e-commerce* tersebut.

Melihat ketentuan lebih lanjut dalam pasal 65 ayat (4) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, menyebutkan:

“Data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit memuat:

- a. Identitas dan legalitas pelaku usaha sebagai produsen atau pelaku usaha distribusi
- b. Persyaratan teknis barang yang ditawarkan
- c. Persyaratan teknis atau kualifikasi jasa yang ditawarkan
- d. Harga dan cara pembayaran barang dan/atau jasa; dan
- e. Cara penyerahan barang.”

Berdasarkan ketentuan pasal tersebut dapat diketahui bahwa pengguna industri *e-commerce* dalam hal ini pelaku usaha dalam hal menawarkan atau memperdagangkan barang dagangannya secara elektronik wajib memiliki identitas dan legalitas sebagai produsen, aturan mengenai persyaratan teknis barang atau jasa yang ditawarkan, harga dan cara pembayaran barang dan/atau jasa yang mana dewasa ini para pelaku usaha menggunakan sistem pembayaran yang mana pembeli melakukan transfer uang ke rekening yang diberikan oleh pelaku usaha kemudian pelaku usaha tersebut akan mengirim barang pesanan yang dibeli dengan estimasi waktu. Kemudian sistem jumpa ditempat atau setelah pengantar barang barang sampai tujuan yang mana alamat diberikan dan disitulah pembayaran dilakukan atau disebut dengan istilah *Cash On Delivery* (COD).

Pasal 66 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, menyebutkan :

“ Ketentuan lebih lanjut mengenai transaksi perdagangan melalui sistem elektronik diatur dengan atau berdasarkan peraturan pemerintah”

Berdasarkan Pasal tersebut mengisyaratkan bahwa Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan belum mengatur secara lengkap dan jelas tentang kegiatan industri *e-commerce* di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia karena dibuthkan peraturan pelaksana dalam hal ini peraturan pemerintah. Maka dari itu pemerintah mengeluarkan peraturan pemerintahnya pada tahun 2019 dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Pasal 1 ayat (1) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, menyebutkan:

“Perdagangan adalah tatanan kegiatan yang terkait dengan transaksi barang dan/atau jasa di dalam negeri dan melampaui batas wilayah negara dengan tujuan pengalihan hak atas barang dan/atau jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi”

Pasal 1 ayat (2) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, menyebutkan:

“Perdagangan melalui sistem elektronik yang selanjutnya disingkat PMSE adalah perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik”

Pasal-pasal diatas mengisyaratkan bahwa *e-commerce* di Indonesia diatur dan disebut dengan istilah Perdagangan melalui sistem elektronik yang dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik disingkat dengan istilah (PMSE). Untuk melakukan perdagangan melalui sistem elektronik harus memiliki izin, sebagaimana yang disebutkan dalam pasal 15 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, menyebutkan:

- 1) Pelaku usaha wajib memiliki izin usaha dalam melakukan kegiatan usaha PMSE
- 2) Penyelenggara sarana perantara dikecualikan dari kewajiban memiliki izin usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) jika:
 - a. Bukan merupakan pihak yang mendapatkan manfaat (*beneficiary*) secara langsung dari transaksi; atau
 - b. Tidak terlibat langsung dalam hubungan kontraktual para pihak yang melakukan PMSE
- 3) Dalam rangka memberikan kemudahan bagi pelaku usaha untuk memiliki izin usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1), pengajuan izin usaha dilakukan melalui perizinan berusaha terintegrasi secara elektronik sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- 4) Ketentuan lebih lanjut mengenai perizinan berusaha terintegrasi secara elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (3) bagi PPMSE mengacu pada norma, standar, prosedur dan criteria yang diatur dengan peraturan menteri.

Berdasarkan ketentuan pasal diatas bahwa kegiatan *e-commerce* penerapannya dilakukan harus memiliki izin yang diterbitkan oleh menteri sebagaimana diamanahkan dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, namun untuk mengetahui lebih lanjut mengenai izin tersebut diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2020 Tentang

Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, Dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Perlu diketahui bahwa ada syarat yang harus dipenuhi dalam menjalankan kegiatan usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 9 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2020 Tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, Dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, menyebutkan:

- 1) Untuk memperoleh SIUPMSE, PPMSE dalam negeri dan PSP yang tidak dikecualikan sebagaimana dimaksud dalam pasal 3 ayat (2) mengajukan permohonan kepada menteri melalui lembaga OSS
- 2) Permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) yang diajukan kepada menteri harus memenuhi persyaratan sebagaimana dimaksud dalam ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai pelayanan perizinan berusaha terintegrasi secara elektronik di bidang perdagangan
- 3) SIUPMSE sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diterbitkan oleh lembaga OSS untuk dan atas nama menteri
- 4) SIUPMSE berlaku selama PPMSE dalam negeri dan PSP yang tidak dikecualikan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) menjalankan kegiatan usaha dan/atau kegiatannya.

Pasal-pasal diatas mengatur tentang alur dalam hal untuk memiliki surat izin dalam melakukan kegiatan usaha dalam hal ini kegiatan *e-commerce* di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia, izin diajukan secara elektronik kepada lembaga OSS dengan syarat-syarat yang harus dipenuhi, setelah dinilai berkas lengkap oleh lembaga OSS maka izin akan diterbitkan oleh lembaga OSS untuk dan atas nama menteri dalam hal kegiatan *e-commerce* ini menteri yang bertanggung jawab dan memiliki andil serta kewenangan yaitu menteri perdagangan. pasal 10 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2020 Tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan,

Pembinaan, Dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, menyebutkan:

- 1) SIUPMSE sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 berlaku efektif setelah PPMSE dalam negeri dan PSP yang tidak dikecualikan sebagaimana dimaksud dalam pasal 3 ayat (2) memenuhi komitmen
- 2) Komitmen sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terdiri atas:
 - a. Surat tanda terdaftar penyelenggara sistem elektronik yang diterbitkan oleh instansi yang berwenang dalam jangka waktu paling lama 14 (empat belas) hari kerja setelah SIUPMSE diterbitkan;
 - b. Alamat situs web dan/atau nama aplikasi;
 - c. Layanan pengaduan konsumen berupa nomor kontak dan/atau alamat surat elektronik (e-mail); dan
 - d. Layanan pengaduan konsumen yang memuat informasi kontak pengaduan konsumen direktorat jenderal perlindungan konsumen dan tertib niaga
- 3) Layanan pengaduan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf c dan huruf d harus ditampilkan dengan jelas pada laman yang mudah dibaca oleh konsumen
- 4) Nomor kontak dan/atau alamat surat elektronik (*email*) layanan pengaduan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf c wajib dapat dihubungi dan direspon/ditanggapi.

Berdasarkan ketentuan peraturan menteri diatas dapat diketahui bahwasanya kegiatan *e-commerce* harus memiliki izin, izin tersebut terbit agar kegiatan industri *e-commerce* dapat dipantau dan diawasi oleh pihak pemerintah. Dengan begitu kegiatan industry tersebut memiliki kepastian hukum dan juga tidak merugikan para pihak. Karena *e-commerce* sangat rentan penipuan dikarenakan tidak bertemunya antara pedagang dan pembeli secara langsung dan sistem pembayaran juga dilakukan diawal setelah itu barulah barang diterima oleh pembeli.

Kegiatan para pelaku usaha memiliki kewajiban dalam hal menjalankan industri *e-commerce*, pasal 20 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, menyebutkan:

“Pedagang dalam negeri dan pedagang luar negeri yang melakukan PMSE dengan menggunakan sarana yang dimiliki PPMSE dalam negeri dan/atau PPMSE luar negeri wajib memenuhi syarat dan ketentuan PPMSE sesuai standar kualitas pelayanan yang disepakati dan ketentuan peraturan perundang-undangan”

Pasal 21 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019

Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, menyebutkan:

- 1) PPMSE dalam negeri dan/atau PPMSE luar negeri wajib:
 - a. Mengutamakan menggunakan nama domain tingkat tinggi Indonesia (*dot id*) bagi sistem elektronik yang berbentuk situs internet
 - b. Mengutamakan menggunakan alamat protocol internet (*IP Address*) sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan
 - c. Menggunakan perangkat *server* yang ditempatkan di pusat data sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan
 - d. Melakukan pendaftaran sistem elektronik sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan
 - e. Memenuhi ketentuan persyaratan teknis yang ditetapkan oleh instansi terkait dan memperoleh sertifikat keandalan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan
 - f. Menyampaikan data dan/atau informasi secara berkala kepada lembaga pemerintah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang statistic; dan\
 - g. Mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan sektoral lain yang yang terkait dengan perizinan kegiatan usaha PMSE
- 2) Dalam melakukan pengumpulan dan pengolahan data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf f lembaga pemerintah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang statistik bekerja sama dengan kementerian/lembaga pemerintah non kementerian, dan/atau otoritas terkait sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan
- 3) Lembaga pemerintah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang statistik melakukan berbagi pakai data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dengan kementerian/lembaga pemerintah non kementerian, otoritas, terkait, dan/atau pemerintah daerah dengan mengacu pada ketentuan mekanisme berbagi pakai data dan/atau informasi
- 4) Ketentuan lebih lanjut mengenai penyampaian data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf f, pengumpulan dan pengolahan data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (2), serta mekanisme berbagi pakai data dan/atau informasi sebagaimana

dimaksud pada ayat (3) diatur dengan peraturan kepala lembaga pemerintahan yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang Statistik.”

Berdasarkan pasal diatas mengatur tentang kewajiban bagi para penyelenggara perdagangan melalui sistem elektronik, itu semua dilakukan agar penerapan kegiatan industri *e-commerce* di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia dapat diawasi oleh pemerintah. Pasal 26 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, menyebutkan:

“pelaku usaha wajib

- a. Melindungi hak-hak konsumen sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen
- b. Mematuhi ketentuan peraturan perundang-perundangan di bidang persaingan usaha.”

Pasal 27 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019

Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, menyebutkan:

- 1) Pelaku usaha wajib menyediakan layanan pengaduan bagi konsumen
- 2) Layanan pengaduan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit mencakup
 - a. Alamat dan nomor kontak pengaduan
 - b. prosedur pengaduan konsumen
 - c. mekanisme tindak lanjutan pengaduan
 - d. petugas yang kompeten dalam proses layanan pengaduan
 - e. jangka waktu penyelesaian pengaduan.

Berdasarkan pasal-pasal diatas telah diterbitkan aturan mengenai kegiatan *e-commerce* dimana apabila lakukan harus memenuhi persyaratan. Adanya kewajiban para pelaku usaha dalam industri *e-commerce* ini untuk melindungi hak-hak konsumen tersebut merupakan bukti nyata pemerintah menyamakan

perlindungan bagi konsumen baik perdagangan secara tradisional maupun perdagangan secara elektronik (*e-commerce*). perlindungan dilakukan agar konsumen sebagai pihak tidak dirugikan oleh para pelaku usaha ditambah lagi industri *e-commerce* memiliki sistem perdagangan yang berbeda yang menurut penulis rentan terhadap terjadinya penipuan jika tidak dilakukan pengaturan dan pengawasan dari pemerintah selaku pihak yang berwenang.

Dikatakan bahwa Indonesia merupakan negara hukum, yaitu: juga bukan hanya negara kekuasaan belaka. hukum dan kekuasaan itu merupakan dua variabel utama yang menjadi penentu visi, arah, dan tujuan bangsa ini untuk merdeka dan bernegara sejak 1945 yang lampau. Hukum berintikan asas, norma, lembaga dan proses yang dapat mewujudkan hukum itu ke dalam kenyataan masyarakat; sedangkan kekuasaan itu merupakan kewenangan yang diberikan mandate oleh Undang-Undang Dasar dan atau Undang-Undang untuk melaksanakan hukum menjadi kenyataan dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.

Dunia maya memiliki karakteristik yang unik dibandingkan dengan dunia nyata, dimana seseorang dapat berinteraksi dengan siapa saja dan dimana saja tanpa harus terhalang dengan batasan waktu dan tempat, selama seseorang tersebut terhubung dengan jaringan komputer atau internet. Hilangnya batasan dunia yang memungkinkan seseorang berkomunikasi dengan orang lain secara langsung merubah cara perusahaan dalam melakukan bisnis dengan perusahaan lain atau konsumen. Menurut pingar, peter,harsha, kumar, pada prinsipnya

“*E-Commerce* menyediakan infrastruktur bagi perusahaan untuk melakukan ekspansi proses bisnis internal menuju lingkungan eksternal tanpa harus menghadapi rintangan waktu dan ruang (*time and space*) yang selama ini menjadi isu utama”

Peluang untuk membangun jejaring jejaring dengan berbagai institusi lain tersebut harus dimanfaatkan dewasa ini persaingan sesungguhnya terletak pada bagaimana perusahaan dapat memanfaatkan *e-commerce* untuk meningkatkan kinerja dalam bisnis ini yang digelutinya. Jika dilihat secara seksama, pada dasarnya ada 4 (empat) jenis relasi dalam dunia bisnis yang bisa dijalin oleh sebuah perusahaan, yaitu

1. Relasi dengan pemasok (*supplier*)
2. Relasi dengan distributor
3. Relasi dengan rekanan (*partner*)
4. Relasi dengan konsumen (*customer*).⁴²

Pemanfaatan layanan internet hanya sebagai etalase digital saja, dimana konsumen dapat melihat barang yang diinginkan, tetapi proses negosiasi dan jual beli tetap dilaksanakan dengan cara-cara konvensional, minimal melalui sambungan telepon. Cara ini berlaku umum dan dijalankan oleh para pemilik toko yang sudah merambah ke jagat maya. Seiring dengan berjalannya waktu, bermunculannya ide-ide baru dalam memaksimalkan pemanfaatan layanan internet kian menjamur, termasuk virus penjualan online menular dalam bentuk perdagangan elektronik dan komunikasi virtual. Tahap ini ditandai dengan

⁴² Romindo. *Op Cit*, halaman 3.

kehadiran Bhinneka.com, yang merupakan pelopor dan forum kaskus di tahun 1999, walaupun rintisannya telah dilakukan beberapa tahun sebelum tahun 1999. Selain itu, kehadiran dari startup berita berupa portal detik di tahun yang sama.

Berdasarkan bisnis intinya, masing-masing perusahaan memiliki urutan proses. Utamanya sendiri-sendiri (*core processes*), dimana pada otomatis proses transaksi. Adapun jenis-jenis penerapan *E-Commerce* yaitu:

1. *Business to consumer*

Business to consumer E-Commerce atau perdagangan antara perusahaan dan konsumen, melibatkan konsumen dalam pengumpulan informasi, pembelian barang fisik (buku atau produk konsumen) atau barang informasi (atau barang dari bahan elektronik atau konten digital seperti perangkat lunak, e-book) dan untuk barang informasi, menerima produk-produknya melalui jaringan elektronik. *Business to consumer* merupakan bentuk terbesar dari *E-Commerce* penjualan dilakukan secara eceran dari perusahaan langsung kekonsumen akhir. Contohnya antara lain: Amazon.com, Bhinneka.com.⁴³

2. *Business to Government*

Business to Government E-Commerce atau (B2G) adalah sebagai perdagangan antara perusahaan dengan sektor public atau pemerintahan. Seperti penggunaan internet dalam pengadilan, prosedur perijinan, dan kegiatan lain yang meng melibatkan pemerintah. *B2G E-Commerce* memiliki dua syarat : pertama. sektor publik diansumsikan

⁴³ *Ibid*, halaman 10.

sebagai pemegang kendali utama dalam menjalankan *e-commerce* kedua. diansumsikan bahwa sektor publik sangat membutuhkan sistem pengadaan yang lebih efektif. Kebijakan pembelian berbasis web meningkatkan transaksi proses pengadaan (dan mengurangi resiko penyimpangan).⁴⁴

3. *Consumer To Consumer*

Consumer To Consumer E-Commerce atau (C2C) diartikan sebagai perdagangan antara individu (sektor swasta) dengan konsumen. *Consumer To Consumer* atau C2C merupakan transaksi dimana konsumen menjual produk secara langsung kepada konsumen lainnya. C2C ditandai dengan peningkatan pasar elektronik dan lelang online, khususnya di industri di mana suatu perusahaan/bisnis menawarkan apa yang mereka inginkan dari beberapa supplier. Hal tersebut dapat menciptakan potensi besar untuk membangun pasar baru, terdapat tiga jenis C2C, antara lain:

- a. Lelang difasilitasi di portal tertentu, seperti e-bay, yang memungkinkan penawaran secara real time pada produk/jasa yang dijual di situs web
- b. *Peer To Peer* Sistem seperti model napter (sebuah protocol untuk dapat membagi file antara pengguna dengan menggunakan forum chat seperti IRC), pertukaran file dan pertukaran mata uang asing

⁴⁴ *Ibid*, halaman 13-14.

- c. Mengklasifikasikan iklan pada situs portal seperti *Excite classifield* dan *e-wanted* (sebuah tempat jual beli online yang interaktif dimana penjual dan pembeli dapat melakukan negosiasi dengan melalui fitur “*buyer leads & Want Ads*”

Transaksi C2C melibatkan lelang terbalik, di mana konsumen merupakan kekuatan yang dapat menjalankan proses transaksi. Situs web C2C seperti ebay dan napster mengindikasikan bahwa pangsa pasar C2C cukup besar.⁴⁵

Perdagangan Elektronik atau *E-Commerce* bagian dari e-lifestyle yang memungkinkan transaksi perdagangan dari segala sudut. Proses e-commerce dapat juga sebagai proses bisnis dengan menggunakan elektronik yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik. Transaksi bisnis yang terjadi di jaringan elektronik seperti internet siapa pun yang memiliki koneksi internet dapat berpartisipasi.⁴⁶

Berbicara mengenai transaksi sebenarnya kita berbicara mengenai aspek materiil dari hubungan hukum yang disepakati para pihak, sehingga sepatutnya tidak berbicara mengenai perbuatan hukumnya secara formil, kecuali untuk melakukan hubungan hukum yang menyangkut benda tidak bergerak. Umumnya masyarakat mengartikan “transaksi” adalah hitam diatas putih. Padahal hal tersebut dimaksudkan agar transaksi tersebut mempunyai nilai kekuatan dalam pembuktian. Jadi fokusnya bukan formil kesepakatannya, melainkan materiil hubungan hukum itu sendiri.

⁴⁵ *Ibid*, halaman 15-16.

⁴⁶ Mohammad Adrin Akbar & Sitti Nur Alam 2020. *Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*. Jakarta : Yayasan Kita Menulis. Halaman 1

Keberadaan ketentuan-ketentuan hukum mengenai perikatan sebenarnya tetap valid karena akan mencakup semua media yang digunakan untuk melakukan transaksi itu sendiri, baik dengan media kertas (*paper based*) maupun dengan sistem elektronik (*electronic based*).⁴⁷ Dalam ruang lingkup *e-commerce* yang melibatkan ilmu komunikasi atau teknologi sistem komunikasi, keberadaan transaksi dipahami sebagai suatu perikatan ataupun hubungan hukum antara pihak yang dilakukan dengan cara saling bertukar informasi untuk melakukan perdagangan.

Keterlibatan peran teknologi dalam melakukan transaksi, maka pada saat ini perikatan memungkinkan menggunakan perangkat media *cyberspace* atau maya yang dikenal dengan istilah kontrak elektronik. Istilah kontrak elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik. Dengan kata lain, perjanjian tersebut merupakan perikatan ataupun hubungan yang dilakukan secara elektronik dengan memadukan dari sistem informasi berbasis komputer dengan sistem komunikasi yang berdasarkan atas jaringan dan jasa telekomunikasi, yang selanjutnya difasilitasi oleh jaringan komputer global internet.

Sebagai dasar dimulai terciptanya kesepakatan, negara-negara yang tergabung dalam masyarakat ekonomi eropa telah memberikan garis-garis petunjuk kepada negara anggotanya dengan memberlakukan sistem “3 klik”

⁴⁷ Romindo. Op. Cit., halaman 121-122.

- a. Calon pembeli akan mencari informasi di internet dan melihat pada layar komputer terhadap barang-barang yang ditawarkan kepada calon pembeli
- b. Calon pembeli tertarik terhadap produk yang ditawarkan dan menerima tawaran tersebut
- c. Tahap ini calon pembeli masih diisyaratkan adanya penguhan dan persetujuan, sebagai bentuk konfirmasi dari calon penjual kepada pembeli perihal diterimanya segala ketentuan dari calon pembeli⁴⁸

Syarat sahnya kontrak elektronik bergantung pada esensi dari sistem elektronik itu sendiri, sehingga ia hanya dapat dikatakan sah apabila dapat menjamin bahwa semua komponen dalam sistem elektronik itu dapat dipercaya dan/atau berjalan sebagaimana mestinya. Dengan kata lain, transaksi dapat dikatakan valid apabila seluruh saluran komunikasi harus dijamin aman dan disepakati para pihak. Itu artinya, masing-masing pihak tidak ada yang dirugikan dalam melakukan transaksi melalui media elektronik ini. Dengan demikian iktikad baik (*good faith*) para pihak menjadi pedoman.

Transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak. Dengan demikian, para pihak memiliki kewenangan untuk memilih hukum yang berlaku bagi transaksi elektronik internasional yang dibuatnya. Dan jika para pihak tidak melakukan pilihan hukum dalam transaksi elektronik internasional, hukum yang berlaku didasarkan pada asas hukum perdata internasional. Disamping itu, para pihak memiliki kewenangan untuk menetapkan

⁴⁸ *Ibid*, halaman 129.

forum pengadilan, arbitrase, atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya yang berwenang menangani sengketa yang mungkin timbul dari transaksi elektronik Internasional yang dibuatnya.⁴⁹

E-commerce yang menjadi permasalahan krusial adalah kapan terjadinya kesepakatan. Hal ini sangat penting dalam pembuatan kontrak elektronik. Mengingat dalam *e-commerce* pedagang dan pembeli dapat dimungkinkan ada dalam yuridiksi yang berbeda. Perbedaan tempat ini sangat mungkin penerapan hukum yang diterapkan menjadi sangat berbeda dan apakah kontrak yang bersangkutan dapat diterapkan. Secara teoritis, mayoritas negara mengatur tempat terbentuknya perjanjian berdasarkan beberapa teori sebagai berikut:

- a. Pada saat disampaikan persetujuan (*consent*) oleh pihak penerima penawaran (*expedition theory*)
- b. Pada saat diterimanya penerimaan (*acceptor's acceptance*) atau disebut dengan *but transmission theory*
- c. Pada saat diterimanya penerimaan pihak pertama (*offeree*) oleh pihak yang menawarkan (*offeror*) atau disebut dengan *reception theory*.
Tertera dalam *Vienna Convention on international sales of goods (1988)*
- d. Pada saat pihak yang menawarkan mengetahui adanya penerimaan (*acceptance*) tersebut atau disebut *information theory*.

Keempat butir yang dipersyaratkan dalam perjanjian tersebut dapat dipenuhi, meskipun melalui media elektronik yang notabene tidak dapat bertemu

⁴⁹ *Ibid*, halaman 122-123.

secara fisik. Seperti halnya perjanjian yang dilakukan secara tidak langsung (*offline*) mengisyaratkan pentingnya keterlibatan kedua belah pihak yang akan melakukan perjanjian. Yang membedakan kedua cara tersebut adalah, bahwa kesepakatan secara langsung dapat dilakukan secara tertulis dan lisan, sedangkan dalam transaksi melalui sarana elektronik, kesepakatan dalam perjanjian tersebut diberikan secara langsung, yaitu melalui media elektronik (internet) seperti *e-mail*.

Jual beli dianggap sudah terjadi apabila para pihak menyepakati jenis barang dan harga, meskipun barang itu belum diserahkan maupun harganya belum dibayar. Sebagai bukti pihak konsumen telah menyepakati segala sesuatu yang tertera di kontrak baku elektronik, diperlukan cara menutup atau mengakhiri perjanjian/kontrak dan sah secara hukum.⁵⁰

C. Akibat Hukum Tidak Terlaksananya Industri *E-Commerce* Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan

Menjadi suatu permasalahan apabila suatu kegiatan tidak diatur oleh hukum, karena hukumlah yang akan menjadikan suatu menjadi teratur dan menjadi lebih baik. Terkait dengan adanya industri *e-commerce*, dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, telah mengatur mengenai perdagangan melalui sistem elektronik atau *e-commerce* yang diatur pada Pasal 65 dan Pasal 66. Pemberlakuan aturan *e-commerce* yang tercantum dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan ini berlaku untuk skala internasional.

⁵⁰ *Ibid*, halaman 131.

E-Commerce sebagai arena terjadinya transaksi atau pertukaran informasi antara penjual dan pembeli di dunia maya. Tidak dapat dipungkiri bahwa arena jual beli di dunia maya terbentuk karena terhubungnya berjuta-juta komputer kedalam satu jaringan raksasa (*Internet*). Munculnya *e-commerce* tidak terlepas dari perkembangan teknologi informasi yang begitu pesat, khususnya *internet*. *E-commerce* memungkinkan suatu perusahaan menjangkau seluruh dunia untuk memasarkan produk atau jasanya tanpa harus dibatasi oleh batas-batas geografis.⁵¹

Menerapkan *e-commerce* untuk memasarkan produk, salah satu hal yang perlu diketahui bahwa bahan baku yang sangat penting adalah informasi. *E-commerce* merupakan salah satu pemicu terbentuknya prinsip ekonomi baru yang kini dikenal dengan ekonomi digital. *E-commerce* hadir dalam menjawab tuntutan gaya hidup modern manusia yang menuntut kemudahan dan kecepatan dalam segala bidang. *Ecommerce* sering juga dikatakan *Market-Making* karena keberadaannya yang secara langsung telah membentuk pasar di dunia maya yang dapat mempertemukan penjual dan pembeli dari berbagai belahan dunia hanya dengan bermodalkan akses *Internet*. Setidaknya ada 5 (lima) konsep dasar yang dimiliki *e-commerce* yakni:

1. *Automation*, otomatis bisnis proses sebagai pengganti proses manual (konsep “*enterprise resource planning*”)
2. *Streaming/Integration*, proses yang tertinggi untuk mencapai hasil yang efisien dan efektif (konsep “*Just In Time*”)

⁵¹ Rintho Rante Rerung. 2018. *E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Budi Utama, halaman 18.

3. *Publishing*, kemudahan berkomunikasi dan berpromosi untuk produk barang dan jasa yang diperdagangkan (konsep “*electronic cataloging*”)
4. *Interaction*, pertukaran informasi/data antar pelaku bisnis dengan meminimalisasikan *human error* (konsep “*electronic data interchange*”)
5. *Transaction*, Kesepakatan dua pelaku bisnis untuk bertransaksi dengan melibatkan institusi lain sebagai fungsi pembayar (konsep “*electronic payment*”).⁵²

Selain memiliki konsep dasar, untuk memahi lebih jauh mengenai *e-commerce*, tentu *e-commerce* juga memiliki karakteristik, yakni:

1. Transaksi tanpa batas, batas geografis tidak menghalangi perusahaan besar maupun kecil untuk *go-international*. Dengan kecanggihan internet batas-batas negara (ruang dan waktu) menjadi tidak ada lagi. Penjual dengan mudah mencari pembeli diseluruh belahan dunia hanya dalam hitungan detik saja, demikianpun sebaliknya pembeli dapat mengakses produk yang diinginkan kapan pun dan dimana pun.
2. Transaksi Anonim. Hal ini tentu berbeda dengan transaksi jual beli secara tradisional, dimana pembeli dan penjual harus bertemu secara langsung. Namun dengan *e-commerce* transaksi yang ditawarkan adalah penjual dan pembeli tidak harus bertatap muka dan tidak memerlukan identitas asli selama pembayaran telah diotoritas.

⁵² *Ibid*, halaman 18-19.

3. Produk digital dan non digital. Dengan menggunakan *e-commerce* produk yang ditawarkan bisa lebih beragam.
4. Produk barang tak berwujud. Seperti data, *Software* atau ide-ide dapat dijual secara daring.⁵³

Keterlibatan banyak pihak, baik itu secara langsung maupun tidak langsung bergantung pada tingkat kompleksitas dari kegiatan transaksi elektronik yang dilakukan itu sendiri. Karena dalam kegiatan transaksi elektronik yang ada semuan kegiatannya dilakukan melalui elektronik (*online*) ada juga yang sebagian dilakukan secara *offline*. Budiyanto mengidentifikasi pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan *e-commerce* paling tidak mencakup, antara lain:

1. Penjual (*Merchant*), yaitu perusahaan/produsen yang menawarkan produknya melalui internet. Untuk menjadi *merchant*, maka seseorang harus mendaftarkan dirinya sebagai *merchant account* pada sebuah bank, tentunya yang dimaksudkan agar *merchant* dapat menerima pembayaran dari *customer* dalam bentuk *credit card*.
2. Konsumen/*hard holder*, yaitu orang yang ingin memperoleh produk (barang dan jasa) melalui pembelian secara *online*, konsumen yang akan berbelanja di internet dapat berstatus perorangan atau perusahaan.
3. *Acquire*, yaitu pihak perantara penagih (antara penjual dan penerbit) dan perantara pembayaran (antara pemegang dan penerbit)
4. *Issuer*, perusahaan *credit card* yang mengeluarkan kartu. di Indonesia ada beberapa lembaga yang diizinkan untuk menerbitkan kartu kredit, yaitu:

⁵³ *Ibid*, halaman 19-20.

- a. Bank dan lembaga keuangan bukan bank. Tidak setiap bank dapat menerbitkan *credit card*, hanya bank yang telah memperoleh izin dari *card internasional*, dapat menerbitkan *credit card* seperti master dan visa card.
 - b. Perusahaan non bank dan hal ini PT Dinner jaya Indonesia internasional yang membuat perjanjian dengan perusahaan internasional yang ada diluar negeri
 - c. Perusahaan yang membuka cabang dari perusahaan induk yang ada diluar negeri yaitu American Express
5. *Certifiatiion Authotities*, yaitu pihak ketiga yang netral yang memegang hak untuk mengeluarkan sertifikasi kepada *merchant*, kepada *issuer* dan dalam beberapa hak diberikan pula kepada *card holder*.

Apabila transaksi *e-commerce* tidak sepenuhnya dilakukan secara *online* dengan kata lain hanya proses transaksinya saja yang *online* sementara pembayarannya tetap dilakukan secara manual/*cash*, maka pihak *acquirer*, *issuer*, dan *certification authority* tidak terlibat di dalamnya. Pihak lain yang terlibat dalam transaksi elektronik yaitu jasa pengiriman (ekspedisi).⁵⁴

Seorang pengusaha sebelum memulai usahanya terlebih dahulu mempertimbangkan bentuk usaha apa yang paling tepat untuk mencapai tujuannya. Pilihan bentuk usaha yang tepat bisa saja didasarkan pada pertimbangan yang masak menyangkut untung ruginya. Namun demikian, tidak jarang pula bahwa suatu bentuk usaha dipilih hanya karena alasan yang mendesak

⁵⁴ Edy Santoso. *Op. Cit*, halaman 123-124.

karena proyek yang didapat oleh pengusaha itu menuntut usaha tertentu. Tidak jarang pula seorang pengusaha bahkan tidak menyadari sepenuhnya konsekuensi dari pilihannya karena dia sendiri memang tidak mengerti tentang hal itu.

Seorang pengusaha yang ingin berusaha sendiri dapat membentuk “perusahaan perseorangan” (*solo proprietorship*). Dalam perusahaan semacam ini pengusaha yang bersangkutan mempunyai wewenang sepenuhnya untuk mengelola perusahaannya tanpa keterlibatan pihak lain. Namun demikian, segala tanggung jawabnya pun harus dipikulnya sendiri. Bentuk usaha perorangan merupakan bentuk yang paling tua dan paling umum digunakan oleh para pengusaha sebagai sarana menjalankan kegiatan usaha. Proses pembentukan perusahaan perseorangan juga sangat sederhana dan tidak memerlukan formalitas-formalitas tertentu.

Seorang yang ingin berdagang bakso sendiri dan tidak perlu datang ke kantor notaris atau kantor pendaftaran perusahaan. Cukup menyiapkan gerobakan atau pikulan dan alat-alat lainnya, membeli bahan baku dan memasaknya maka bakso siap dijajakan. Apabila seseorang pengusaha ingin menjalankan kegiatan usaha dengan mengajak kawan-kawannya, mereka dapat memilih bentuk usaha persekutuan (*partnership*) seperti firma atau CV. Dalam bentuk-bentuk usaha ini, pengusaha tadi harus berbagi dengan teman-temannya, baik dalam pengelolaan atau manajemen maupun keuntungan (laba). Dalam hal pelaksanaan kewajiban atau tanggung jawab, bentuk usaha ini member beban kepada semua sekutu

(*partners*) sesuai kesepakatan mereka sendiri ataupun sesuai dengan ketentuan undang-undang.⁵⁵

Berkembangnya teknologi internet sehingga menghasilkan perubahan yang signifikan dalam segi kehidupan diantaranya segi perdagangan. Perdagangan merupakan hal yang urgent dalam kehidupan karena pertukaran barang akan menjadi ekonomi suatu negara menjadi sehat, sebelumnya perdagangan dilakukan secara manual oleh pembeli dan pedagang namun pada saat ini pembeli tak perlu susah payah datang dan mengantri untuk mendapatkan barang yang diinginkan melainkan cukup menggunakan kecanggihan internet dengan membuka situs penjualan dan mengklik barang yang ingin dibeli dan membayar melalui bank atau transfer dan menunggu barang akan diantar oleh pedagang.

Seluruh transaksi yang dilakukan pelaku usaha dalam negeri dan luar negeri, yang menjadikan Indonesia sebagai pasar wajib mematuhi aturan *e-commerce* yang ada dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan dan peraturan pelaksanaannya dalam hal ini salah satu peraturan pelaksanaannya adalah Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Penulis berpendapat bahwa apabila industri *e-commerce* dijalankan di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia namun tidak sesuai dengan aturan maka akan menimbulkan akibat hukum.

Dampak yang dimaksud oleh penulis adalah akan terjadinya kesewenang-wenangan dari pelaku usaha mengingat bahwasanya pada Pasal 65 ayat (1)

⁵⁵ Agus Sardjon, DKK.. 2014. *Pengantar Hukum Dagang*. Jakarta:Rajawali Pers. halaman 26-27.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, menyebutkan:

“Setiap pelaku usaha yang memperdagangkan barang dan/atau jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar”

Berdasarkan pasal diatas terlihat jelas bahwa kewajiban dari pelaku usaha yang menggunakan *e-commerce* sebagai industri untuk kegiatan perdagangan barang ataupun jasa di Indonesia wajib menyediakan data dan informasi secara lengkap dan benar. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, memandang perlunya pengaturan lebih dan ketat terhadap hadirnya industri *e-commerce* di Indonesia karena menggunakan sistem yang ada di internet dan menggunakan perangkat elektronik dalam kegiatannya. Tidak bertemunya pedagang dan pembeli secara langsung baik dalam memilih barang dan melakukan transaksi pembayaran akan banyak menimbulkan masalah, yaitu:

1. Barang atau jasa tidak sesuai dengan apa yang ditampilkan
2. Barang atau jasa tidak sesuai waktu sampai kepada pembeli

Masalah-masalah diatas tersebut apabila tidak adanya data atau informasi yang lengkap dan benar dari pelaku usaha akan menjadikan pembeli merasa dirugikan. Karena pembeli tidak mengetahui kemana harus melakukan pengaduan atau keluhan atas transaksi elektronik yang dilakukan apabila pelaku usaha *e-commerce* dalam menjalankan transaksi elektroniknya tidak sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun

2014 Tentang Perdagangan Hadir untuk mengantisipasi terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan tersebut.

Transaksi elektronik dalam hal ini industri *e-commerce* sangat menjadi perhatian serius pemerintah dalam melindungi para pihak dengan adanya kemajuan teknologi dan informasi yang melanda dunia pada saat ini, Melihat ketentuan dalam pasal 65 ayat (2) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, menyebutkan:

“Setiap pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1)”

Pasal diatas mengatur bahwa setiap kegiatan perdagangan baik barang atau jasa yang dilakukan secara elektronik (*e-commerce*) melarang bagi para setiap pelaku usaha untuk memperdagangkan barang atau jasa yang tidak sesuai dengan apa yang diinformasikan dalam situs penjualannya. Contohnya itu adalah seorang pedagang secara elektronik yang disebut sebagai (*merchant*) dalam menjajakan barangnya dalam sistem elektronik harus memperdagangkan barang atau jasanya sesuai dengan informasinya kegiatan perdagangan boleh saja dilakukan secara elektronik namun kejujuran harus tetap dipegang teguh bagi para pelaku usaha.

Dewasa ini internet telah digunakan sebagai sarana yang paling efektif untuk melakukan hubungan bisnis. Transaksi di dalam *e-commerce* yang menggunakan sistme yang berbeda seperti halnya perdagangan tradisonal yang melakukan kegiatan bisnis, lambat laun akan menimbulkan banyak perselisihan di kemudian hari apabila para pelaku usaha tidak menaati aturan yang mengatur

tentang industri *e-commerce* yang diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang perdagangan yang dimana peraturan pelaksanaannya yang lebih jelas dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

Pasal 27 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, menyebutkan:

- 3) Pelaku usaha wajib menyediakan layanan pengaduan bagi konsumen
- 4) Layanan pengaduan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit mencakup
 - f. Alamat dan nomor kontak pengaduan
 - g. prosedur pengaduan konsumen
 - h. mekanisme tindak lanjutan pengaduan
 - i. petugas yang kompeten dalam proses layanan pengaduan
 - j. jangka waktu penyelesaian pengaduan.

Berdasarkan pasal-pasal diatas telah diterbitkan aturan mengenai kegiatan *e-commerce* dimana apabila lakukan harus memenuhi persyaratan. Adanya kewajiban para pelaku usaha dalam industri *e-commerce* ini untuk melindungi hak-hak konsumen tersebut merupakan bukti nyata pemerintah menyamakan perlindungan bagi konsumen baik perdagangan secara tradisional maupun perdagangan secara elektronik (*e-commerce*). perlindungan dilakukan agar konsumen sebagai pihak tidak dirugikan oleh para pelaku usaha ditambah lagi industri *e-commerce* memiliki sistem perdagangan yang berbeda yang menurut penulis rentan terhadap terjadinya penipuan jika tidak dilakukan pengaturan dan pengawasan dari pemerintah selaku pihak yang berwenang dalam hal ini akan terjadi dampak yang timbul akibat kegiatan industri *e-commerce* apabila tidak pelaksanaannya tidak sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan.

Akibat bagi perusahaan atau pelaku usaha yang tidak melakukan perdagangan melalui sistem *e-commerce* yang tidak sesuai dan taat dengan peraturan perundang-undangan akan dikenakan sanksi sebagaimana diatur dalam Pasal 80 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dimana Pelaku usaha yang melanggar ketentuan dikenai sanksi administratif oleh menteri sanksi administratif berupa peringatan tertulis, dimasukkan dalam daftar prioritas pengawasan, dimasukkan dalam daftar hitam sampai dengan pencabutan izin usaha.

Akibat bagi konsumen apabila penerapan *e-commerce* yang tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan serta peraturan pelaksanaannya dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yaitu:

1. Konsumen akan rentan mengalami kerugian jika menggunakan sistem *e-commerce* karena transaksi dilakukan secara elektronik yang tidak mempertemukan konsumen dan pelaku usaha
2. Konsumen akan sulit untuk menyelesaikan apabila terjadinya sengketa dengan pelaku usaha

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Industri *e-commerce* merupakan suatu kegiatan perdagangan yang berbeda seperti halnya perdagangan tradisional yang mempertemukan pedagang dan pembeli. *E-commerce* diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
2. Suatu kegiatan akan berjalan dengan baik dan benar apabila dilaksanakan sesuai dengan aturan yang berlaku, dalam hal *e-commerce* penerepan aplikasi tersebut di Indonesia harus sesuai dengan apa yang diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan yang diantaranya kegiatan harus memiliki izin, data dan informasi yang lengkap serta layanan pengaduan. Semua hal tersebut diatur agar kegiatan *e-commerce* tidak menimbulkan kerugian dikedua belah pihak

Apabila kegiatan industri *e-commerce* dilakukan tanpa menaati aturan yang diatur pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, maka kesewenang-wenangan akan terjadi

dimana pelaku usaha tidak akan memberika informasi dan data yang benar tentang barang yang akan dijual, belum lagi transaksi yang penuh dengan resiko karena tidak bertemunya antara pedagang dan pembeli.

B. Saran

1. Perlu pengaturan hukum tentang industri *e-commerce* diatur lebih jelas dan memberikan kejelasan terhadap industri *e-commerce* yang berlangsung di Indonesia mengingat bahwa kerugian sering diderita oleh konsumen. Maka dari itu dibutuhkan regulasi yang memberikan sanksi bagi para pelaku usaha yang melakukan kegiatan perdagangan melalui industri *e-commerce* yang tidak sesuai dengan aturan yang berlaku. Sehingga kerugian yang diderita konsumen tidak terulang kembali.
2. Sebaiknya penerapan aplikasi dalam hal industri *e-commerce* di Indonesia lebih mengedapankan aspek perlindungan konsumen, karena rentannya terjadinya penipuan terhadap konsumen mengingat bahwa industri *e-commerce* tidak mempertemukan antara pedagang dan pembeli sehingga peluang untuk melakukan penipuan itu sangatlah besar
3. Perlu Diterbitkan Peraturan Perundang-Undangan yang memberikan sanksi yang tegas bagi para pelaku usaha yang tidak menerapkan aturan yang diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, ataupun yang diatur dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik sebagai peraturan pelaksana kegiatan industri *e-commerce* di Indonesia. Agar dampak yang tidak baik

atas adanya industri *e-commerce* tidak terjadi kepada konsumen di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku/Literatur

- Agus Sardjon, DKK.. 2014. *Pengantar Hukum Dagang*. Jakarta:Rajawali Pers.
- Edy Santoso. 2018. *Pengaruh Era Globalisasi Terhadap Hukum Bisnis Di Indonesia*. Jakarta Timur: Kencana.
- Engga Prayogi, Dan Superteam. 2016. *233 Tanya Jawab Seputar Hukum Bisnis*. Yogyakarta:Medpress Digital.
- Ida Hanifah, Dkk. 2018. *Pedoman Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa*. Medan: Pustaka Prima.
- Ida Nadirah. 2017. *Hukum Dagang Dan Bisnis Indonesia*. Medan: Ratu Jaya
- I Made Pasek Dianta. 2017. *Metodologi Penelitian Hukum Normatif Dalam Justifikasi Teori Hukum*. Jakarta: Kencana.
- I Made Sara, Dkk. 2018. *Aspek Hukum Dalam Bisnis*. Sidoarjo : Indomedia Pustaka.
- Jonaedi Effendi. 2018. *Metode Penelitian Hukum Normatif Dan Empiris*. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Mohammad Adrin Akbar & Sitti Nur Alam 2020. *Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*. Medan : Yayasan Kita Menulis.
- Mudakir Iskandar Syah. 2018. *Hukum Bisnis Online Era Digital*. Jakarta : CV. Campustaka.
- Panggabean, 2019. “*Penerapan Etika Hukum Bisnis Dalam Sistem Peradilan Indonesia*”. Jakarta : Jala Permata Aksara.
- Ramlan. 2016. *Hukum Dagang*. Malang: Setara Press.
- Rintho Rante Rerung. 2018. *E-Commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Yogyakarta:Budi Utama.
- Romindo, Dkk. 2019. *E-Commerce Implementasi, Strategi, & Inovasinya*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Toman Sony Tambunan & Wilson R.G Tambunan. 2019. *Hukum Bisnis*. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Zainuddin Ali. 2016. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta : Sinar Grafika.

B. Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi
Dan Transaksi Elektronik

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan.

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

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang
Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2020
Tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, Dan
Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

Kitab Undang-Undang Hukum Dagang

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

C. Jurnal

Ahmad Firmansyah. "*Kajian kendala implementasi iE-commerce di Indonesia*".
dalam jurnal masyarakat telematika dan informasi. Vol. 8. No. 2.
Desember 2017.

Deky Pariadi. "*Pengawasan E-Commerce Dalam Undang-Undang Perdagangan
Dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen*". dalam jurnal hukum
dan pembangunan. Vol. 48 No. 3 juli September 2018.

Dian Wirdasari, "*Teknologi E-commerce Dalam Proses Bisnis*", Vol.7, Agustus
2009.

D. Internet

Nuryanti. “ *Peran E-commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM)*”. diakses melalui https://www.academia.edu/23121102/jurnal_e_commerce. pada tanggal 2 Maret 2020 pukul 15.26 WIB.

Khabibuddin Al Ghoribi. “Pengaruh E-commerce, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembeli”. diakses melalui <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/download/21933/20185>. com. pada tanggal 17 Maret 2020. pukul 23:34 WIB.