

**BAB II**  
**KEABSAHAN HUKUM PENDIRIAN PERUSAHAAN**  
**SITUS BELANJA ONLINE**

**2.1 Pengertian legalitas e-commerce**

Di dalam era globalisasi yang mengikuti perkembangan zaman mampu dimanfaatkan oleh pelaku usaha yang mencoba mengembangkan, memasarkan beberapa produk dagang mereka dengan menggunakan perkembangan teknologi yang semakin hari semakin canggih sehingga mampu memperluas jangkauan lingkup dagang dengan cara mempromosikan barang dengan jaringan internet yang disebut dengan jual beli *online*. Transaksi secara elektronik sendiri telah memiliki pertumbuhan yang pesat serta perkembangan yang terjadi mencakup berbagai jenis bisnis dimana hal tersebut bisa dilihat dengan adanya kenaikan jumlah toko online yang muncul. Contoh dari perdagangan sendiri seperti menjual pakaian, makanan, mobil dan bisa juga bangunan/rumah dapat diperjual belikan secara *online*. Dengan munculnya sarana elektronik tentu menjadi pilihan yang utama dan dipilih banyak orang karena tidak perlu mengeluarkan tenaga untuk pergi menuju toko tersebut. Hanya dengan duduk di depan komputer, laptop atau telepon genggam masyarakat konsumen bisa melakukan transaksi pembelian dengan sekali klik tombol *checkout*. Dimana cara melakukan proses transaksi ini tidak lepas dari keberadaan perkembangan internet yang telah menjadi kebutuhan masyarakat sehari-hari.

Para pelaku usaha baik individu maupun produsen besar saat ini lebih memilih menggunakan pembelian dan penjualan secara elektronik. Alasan yang sangat kuat menjelaskan bahwa pengguna telepon genggam seluler di Indonesia saat ini berkembang sangat cepat dan pesat yang tentunya memfasilitasi aktivitas manusia untuk menciptakan, mengembangkan teknologi itu sendiri serta hampir dari seluruh masyarakat menggunakannya. Perkembangan ini dimanfaatkan beberapa orang atau perusahaan baru yang mencoba terjun untuk mendapatkan keuntungan bahkan lebih mempermudah pengusaha dalam menjalankan usaha yang mereka jalankan. Saat ini transaksi *e-commerce* merupakan bagian dari perdagangan nasional dan transaksi internasional contohnya pada saat membayar zakat qurban pada saat idul adha, mengirim bantuan finansial dengan jarak yang jauh atau memesan obat-obatan yang bersifat sangat pribadi, konsumen cukup melakukannya melalui elektronik. Hal ini tentu membuktikan bahwa perkembangan di bidang informasi dan teknologi berkembang secara terus menerus dan membawa keadaan sistem jual beli yang berbeda dari sebelumnya.

Dalam dunia globalisasi termasuk sistem perdagangan kali ini sebuah transaksi elektronik merupakan suatu hal yang tidak bisa dihindarkan begitu saja. *Elektronik commerce* atau *e-commerce* sendiri ialah contoh dari kemajuan teknologi informasi dimana transaksi bisnis tidak lagi dilakukan dengan cara biasa dan membutuhkan komunikasi antar pihak secara online. Namun di dalam era ini penjual diwakili oleh sistem yang melayani konsumen melalui jaringan komputer. Dalam melakukan proses transaksi jual beli tentu

membutuhkan infrastruktur sistem yang mampu menjamin keamanan dalam menjalankan suatu transaksi jual-beli. Era perdagangan global mendukung ekonomi digital dengan tumbuhnya kegiatan e-commerce yang terbentuk menjadi beberapa bentuk kegiatan seperti perdagangan ritel, lelang barang, penyediaan layanan dan lain sebagainya. Akibat dari munculnya beberapa kegiatan ekonomi secara global mampu menggeser adanya toko konvensional menjadi elektronik yang dikenal sebagai *Cyberstore, Virtual Store, Digital Market, Electronic Mall, Online Shop* dll. Pertumbuhan ekonomi ini tentu memberikan dampak bagi aspek positif dan negatif dikalangan masyarakat global yang tidak mengenal batas wilayah suatu negara.

Lebih dari sekedar mencari suatu informasi dan berinteraksi secara elektronik, masyarakat di kota-kota besar saat ini tengah menjadikan *E-commerce* sebagai bagian dari gaya hidup mereka. Perilaku konsumtif puluhan juta orang kelas menengah di Indonesia tengah berlomba membuat perusahaan sistem belanja *online* yang akan terus tumbuh seiring berjalannya waktu. Bisnis ini memiliki nilai yang sangat tinggi, namun sayangnya sejauh ini belum ada peraturan khusus yang mengatur bisnis elektronik secara khusus. Hingga pada akhir tahun 2014 saja, nilai perdagangan industry *e-commerce* Indonesia sendiri mencapai USD 12 miliar.

Penguatan infrastruktur teknis, strategi perdagangan dan strategi pemasaran digital tentu mempunyai peran penting untuk meningkatkan keuntungan e-commerce. Namun di dalam pengembangan dan konsolidasi bisnis juga harus dikuatkan dengan perlindungan hukum terhadap resiko yang

kemungkinan akan muncul dikemudian hari pada saat melakukan transaksi elektronik. Resiko regulasi bisa mencakup keamanan bertransaksi, pembayaran, logistik, pengiriman serta verifikasi identitas untuk keamanan dan perlindungan data serta layanan penyelesaian aduan yang disampaikan oleh konsumen. Sebagai contoh yang terjadi pada tahun 2016, sebuah perusahaan *e-commerce* asal singapura yaitu Lazada dihebohkan oleh penggunannya, beberapa konsumen perusahaan tersebut mengatakan bahwa beberapa akun mereka diretas oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Namun pihak perusahaan terkait membantah bahwa akun mereka dicuri, dan menjelaskan bahwa kejadian tersebut kemungkinan merupakan penipuan pada akun korban sehingga hacker mampu mengganti *username* dan *password* pengguna. Alasan tersebut tidak bisa diterima oleh beberapa konsumen dikarenakan pihak perusahaan harus memastikan tingkat keamanan sistem *E-commerce* pada level tertinggi sehingga data tidak mudah dicuri karena akan merugikan konsumen saat membayar tagihan yang harus dibayarkan jika akun tersebut menggunakan kartu kredit yang memiliki data yang sangat rahasia.

Legalitas suatu perusahaan atau badan usaha adalah hal yang penting karena merupakan identitas diri yang mengesahkan suatu badan usaha yang berdiri diantara masyarakat penduduk negara. Tentu perihal kelegalitasan harus sejalan dengan Undang-Undang dan peraturan yang sah dengan aturan hukum yang berlaku di Indonesia. Tidak hanya itu, perusahaan harus dilindungi dengan beberapa dokumen yang sah dimata hukum. Jalannya proses usaha perdagangan dipengaruhi oleh beberapa faktor yang salah satu

dari beberapa faktor ialah keberadaan unsur legalitas usaha tersebut. Faktor legalitas ini berwujud seperti kepemilikan izin usaha. contoh dari dokumen tersebut ialah : akte pendirian perusahaan; nomor pokok wajib pajak perusahaan; surat izin usaha; surat izin gangguan; izin lingkungan; izin lokasi dan lain sebagainya yang sesuai dengan bidang usaha masing-masing. Ada 2 unsur yang menjadi pokok dari suatu perusahaan yaitu badan usaha dan juga kegiatan yang dijalankan secara terus menerus.

Kelengkapan legalitas tentu sangat penting agar terjaminnya kepastian hukum dan mendukung proses kinerja dalam bersaing selanjutnya khususnya bagi mikro kecil dan menengah agar menciptakan lapangan kerja baru yang semakin luas. Perusahaan selalu terhubung dengan pihak ketiga dan selalu mempunyai rasa ingin melindungi perusahaan secara jujur. Beberapa hal yang merupakan bentuk dari legalitas dari perusahaan diantaranya ialah nama perusahaan, merek perusahaan, dan surat izin usaha perdagangan. Perihal Kelegalitasan suatu perusahaan tentu memberikan dampak positif bagi pelaku usaha dikarenakan menjadi sarana perlindungan hukum, sarana promosi, bukti kepatuhan terhadap hukum, dan mempermudah mengembangkan usaha.

Salah satu bentuk legalitas yang dibuat dihadapan notaris atau pejabat umum yang diberi wewenang oleh Undang-Undang untuk mengatur ini semua ialah dengan hadirnya akta pendirian yang merupakan buki otentik atas sahnya nama perusahaan yang merupakan jati diri dalam menjalankan usahanya. Di Negara Indonesia sendiri menganut beberapa asas dalam pemberian nama suatu perusahaan yakni :

- 1) Nama perusahaan menggunakan nama pribadi
- 2) Pembauran perusahaan dengan nama pribadi
- 3) Tidak boleh menggunakan nama perusahaan yang sudah ada
- 4) Dilarang memakai nama perusahaan yang bersifat menyesatkan

Merk ialah hal selanjutnya yang merupakan faktor pendukung dari kelegalitasan suatu badan usaha. dimana merek merupakan hal pembeda antara satu usaha dan usaha lainnya yang merupakan bentuk karya intelektual. Menurut Undang-Undang No.15 Tahun 2001 tentang Merek mempunyai tujuan dimana melindungi Merek yang sah dimata hukum dari hal yang tidak bertanggung jawab dan berhak mendapat perlindungan hukum dalam jangka waktu 10 tahun dan berlaku sejak menerima pendaftaran merek yang bersangkutan.

Aspek hukum atau legalitas tidak terbatas hanya pada pendirian usaha atau izin mendirikan usaha, namun segala hal yang bisa mempercepat kemajuan dalam semua kegiatan usaha, memperkuat pondasi, sehingga usaha yang dipertahankan bisa menghasilkan harapan kelangsungan kegiatan komersial agar tercapainya kemenangan persaingan dalam bisnis. Aspek legalitas tentu mempunyai peran yang penting. Dikarenakan pada setiap bagian dari aktifitas bisnis tersebut mampu menjalankan dan menerapkan kegiatan roda bisnis dari hal yang sederhana menuju hal yang sangat kompleks juga merupakan sebuah aspek legalitas itu sendiri.

Regulasi atau aturan yang mengatur jalannya elektronik bisnis tentu berkaitan dengan adanya aspek legalitas *e-commerce*. Dimana kepatuhan

terhadap hukum serta aturan yang berlaku di suatu negara wajib ditaati adanya oleh penyelenggara bisnis untuk menemukan jaminan keamanan dalam proses jual-beli. Proses hukum menjadi titik awal bagi pelaku usaha *e-commerce* untuk mengembangkan usaha mereka. Dalam hal ini, aspek legalitas harus menyentuh keseluruhan proses bisnis *e-commerce*, baik dari aspek sumber daya komunikasi ataupun infrastruktur teknologi informasi yang digunakan serta aspek administrasi bisnis sehingga tidak ada aturan yang tumpang tindih antar departemen. sudah seharusnya aturan hukum yang berlaku diselaraskan dengan peraturan yang mengatur tentang Hak Kekayaan Intelektual karena hal ini mengatur tentang Hak Cipta, Paten dan Merek, untuk menghindari kemiripan atau beberapa hal yang menyerupai satu perusahaan dengan perusahaan lain dalam menjalankan perdagangannya, dikarenakan setiap masyarakat konsumen bisa mengakses serta menggunakan internet untuk keperluannya. Hal ini tentu mempunyai peluang besar terjadinya pelanggaran atau penyimpangan Hak Cipta, Merek dan Paten.

Secara global, dinamika kebijakan yang mengatur tentang *e-commerce* telah berubah dengan tujuan untuk memberikan kepastian hukum kepada pihak penyelenggara perusahaan *e-commerce* serta memberikan perlindungan hukum bagi konsumen. Fenomena kerangka global ini membatasi peran pemerintah dengan membuat ketentuan dalam berbagai regulasi yang berubah menjadi harapan bahwa peran pemerintah saat menciptakan regulasi mengatur jalannya kegiatan transaksi jual beli secara elektronik ini sebagai bagian dari upaya untuk melindungi dari sisi bisnis dan juga sisi konsumen. Kebijakan

dan prinsip perdagangan secara elektronik ini pada dasarnya memiliki tujuan yakni mengarahkan pada amanat pemberian perlindungan hukum untuk kepentingan konsumen sebagai pengguna elektronik. Ada beberapa hal penting yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha penyelenggaraan perdagangan secara elektronik, yakni :<sup>12</sup>

- a. Sebuah perdagangan harus dibangun atas niat baik dan menghargai asas kepercayaan terhadap akuntabilitas sistem elektronik yang baik.
- b. Jalannya bisnis harus terjadi secara efektif dan efisien
- c. Perdagangan diharapkan bisa memunculkan iklim persaingan yang sehat
- d. Memberikan kemudahan serta melindungi kepentingan konsumen agar terhindar dari hal yang tidak diinginkan

Diatas kerangka kebijakan tersebut tentu diperlukan upaya perbaikan sistem hukum nasional yang memerlukan aturan hukum yang baru agar tercapainya perkembangan perdagangan elektronik yang baik dan sesuai dengan dinamika perkembangan telematika yang tidak lepas dari kebijakan serta regulasi terhadap infrastruktur jaringan telekomunikasi.

Persaingan dalam *e-commerce* berdampak pada area pusat lanskap. Pihak produsen penjualan khususnya sector logistic dan pembayaran dapat dikuasai oleh pelaku bisnis yang mempunyai porsi substansial. Sehingga hal yang dikhawatirkan ialah jika tidak ada kerangka hukum yang kuat dan cukup dari pemasok prosuk dalam negeri, maka akan tergantikan dengan produk

---

<sup>12</sup> Edmoni Makarim, Kerangka Kebijakan Dan Reformasi Hukum Untuk Kelancaran Perdagangan Secara Elektronik Di Indonesia, Jurnal Hukum dan Pembangunan Vol.44 No.3. Universitas Indonesia, 2014. hl. 320.

yang berasal dari luar negeri. Hal ini bisa terjadi karena tidak mampu untuk bersaing dan berinovasi dengan perkembangan *e-commerce*. Bagi *start up* bisnis *e-commerce* tentu membutuhkan proses kemudahan dalam melakukan legalitas. Karena ini merupakan gerbang baru bagi UMKM atau dikenal sebagai Usaha Mikro, kecil dan menengah dalam mengembangkan bisnis elektronik sehingga seharusnya sudah harus sejalan dengan regulasi.

Dalam UU Perdagangan, diatur bahwa setiap pelaku usaha yang memperdagangkan barang atau jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data dan informasi secara lengkap dan benar. Dilarang memperdagangkan barang atau jasa yang tidak sesuai dengan data informasi dan penggunaan sistem elektronik. Data serta informasi para pelaku usaha perdagangan secara elektronik paling sedikit wajib memuat identitas dan legalitas pelaku usaha sebagai produsen atau sebagai distribusi, persyaratan teknis barang yang akan ditawarkan pada konsumen, kualifikasi jasa yang akan ditawarkan, menentukan harga yang sesuai dan juga cara pembayaran barang atau jasa serta pada saat penyerahan barang yang telah di beli oleh konsumen.

## 2.2 Prosedur izin mendirikan e-commerce

Dasar utama untuk mengatur jalannya kegiatan perdagangan secara elektronik di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 tahun 2014 tentang perdagangan. Dengan menerapkan prinsip umum yaitu *Lex Specialis Deogat Legi Generali* yang mempunyai maksud seperti Undang-Undang

sebagai acuan peraturan hukum bagi pelaku usaha perdagangan melalui sistem elektronik di Indonesia. Namun hanya ada dua pasal dalam Undang-Undang yang mengatur tentang ketentuan perdagangan elektronik, dimana ketentuan yang lain diatur dalam peraturan pelaksana dan peraturan pemerintah nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi dan peraturan lainnya.

Beberapa kasus yang muncul di area aktivitas *e-commerce* menjadi penghambat perkembangannya penyelenggara sistem elektronik di Indonesia yang disebabkan oleh lemahnya penegakan hukum yang tidak sepenuhnya melindungi konsumen saat melakukan proses transaksi jual beli. Jadi, sebagai benteng untuk menghindari hal tersebut, maka pemerintah Indonesia melalui Kementerian Perdagangan dan Kementerian Komunikasi dan Informatika akan mewajibkan pelaku *e-commerce* untuk mendaftar. Registrasi ini bertujuan untuk mempermudah pendaftaran dan identifikasi pelaku *e-commerce* oleh pemerintah. Setelah pendaftaran berhasil, anggota perdagangan sebagai pelaku usaha akan menerima nomor identifikasi yang harus didaftarkan oleh Kementerian di bursa elektronik. Semua nomor yang terdaftar kemudian dikumpulkan oleh Departemen Perdagangan agar dapat dilihat oleh masyarakat yang dikenal dengan pendaftaran sistem elektronik.

Sesuai dengan ketentuan Pasal 65 Undang-Undang Nomor 7 tahun 2014 tentang perdagangan, yang mengatur bahwa setiap agen pelaku usaha yang memasarkan barang atau jasa secara elektronik harus menyediakan data yang lengkap, cukup serta akurat dan informatif. Kewajiban mendaftarkan

pelaku usaha *e-commerce* di Indonesia sebenarnya memiliki dasar hukum, sebagaimana tertuang dalam peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 36 Tahun 2014 tentang tata cara pendaftaran, menandatangani penyelenggara sistem elektronik, menunjukkan bahwa pelaku usaha digital wajib memiliki identitas sertifikat yang sah. Serta dalam Pasal 5 menjelaskan bahwa penyelenggara sistem elektronik untuk pelayanan publik wajib melakukan pendaftaran.

Namun sayangnya Pengaturan tentang pendaftaran penyelenggara sistem elektronik ini sangat umum dan luas, sehingga sulit untuk menjangkau pemilik usaha yang akan mendaftar untuk sistem *e-commerce* tersebut. Hal ini disebabkan sifat dari sistem elektronik yang mengklasifikasikan wajib mendaftar yang dijelaskan secara umum ini kurang mendetail. Dikualifikasikan sebagai setiap individu, penyelenggara negara Badan usaha, dan masyarakat yang mengelola, menyediakan, serta mengoperasikan sistem elektronik secara individu maupun keperluan lainnya. Namun di dalam aturan tersebut tidak dijelaskan secara detail jenis-jenis *e-commerce* mana saja yang wajib melakukan pendaftaran dikarenakan saat ini di Indonesia terdapat empat jenis *e-commerce* yang diakui oleh pemerintah dan masyarakat dan dikenakan pajak yaitu *marketplace, online retail, ads classified dan daily deals*. akibat nya peraturan yang ada masih kabur dan belum sepenuhnya mengikat para pelaku usaha *e-commerce* di Indonesia. Selain itu, belum ada sanksi yang jelas dan dituliskan oleh pemerintah terhadap pelaku usaha yang dengan sengaja tidak mendaftarkan usahanya serta belum ditentukannya mekanisme dan

standarisasi pelaku usaha yang wajib melakukan pendaftaran belum ditetapkan melalui perangkat peraturan tersebut.

Pengaturan pendaftaran perdagangan melalui sistem elektronik yang berimplikasi pada banyak sektor merupakan salah satu contoh permasalahan yang timbul akibat dari ketidakjelasan mengenai pengaturan perdagangan sistem elektronik. Pada Pasal 24 ayat (1) Undang-Undang 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan menerangkan bahwa semua pelaku usaha yang menjalankan kegiatan ber-usaha nya wajib mendaftarkan perijinan dan memiliki perizinan tersebut di bidang perdagangan yang telah diberikan dalam peraturan Menteri. Yang dimaksud dalam penjelasan tersebut ialah Surat Izin Usaha Perdagangan atau biasa dikenal sebagai SIUP yang wajib dimiliki pengusaha dalam menjalankan bisnisnya. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 36/MDAG/PER/9/2007 yang berisi tentang Penerbitan Surat Izin Perdagangan menyebutkan bahwa setiap perusahaan yang melakukan keberlangsungan usaha perdagangan wajib memiliki SIUP,kecuali :

- a) Kantor cabang perusahaan
- b) Perusahaan kecil perorangan yang tidak berbadan hukum dan dikelola sendiri oleh anggota keluarga atau kerabat terdekat
- c) Pedagang keliling atau asongan
- d) Pedagang kaki lima

Pembebasan persyaratan perizinan bagi perusahaan kecil yang tidak berbadan hukum dan dikelola sendiri oleh anggota keluarga atau kerabat terdekat tentu memberikan ketidakpastian bagi pelaku usaha *e-commerce* di

Indonesia yang menyelesaikan lisensi pendaftaran sehingga perlindungan hukum yang akan didapatkan tentu berskala kecil. Hal tersebut tentunya akan mempersulit pemerintah untuk mengontrol kegiatan *e-commerce* yang dikelola oleh perseorangan jika banyak pengusaha yang tidak mendaftarkan badan usaha mereka.

Berbeda dengan pengecualian pendaftaran untuk badan usaha perorangan yang bukan badan hukum, persyaratan pendaftaran untuk semua perusahaan *e-commerce* di Indonesia diatur dalam Pasal 5 ayat (1) Peraturan pemerintah No.82 Tahun 2012 tentang sistem dan transaksi. Implementasinya mengatur bahwa penyelenggara harus mendaftar di sistem pelayanan publik elektronik, tetapi ada beberapa masalah yang berkaitan dengan transaksi layanan elektronik karena terlalu luas saat melakukan transaksi elektronik karena berbagai macam model seperti kegiatan *marketplace*, *online retail*, *daily deals* dll. Oleh karena itu, tidak disebutkan secara jelas dimana jenis kegiatan dan badan usaha yang harus dikategorikan sebagai transaksi elektronik yang wajib melakukan pendaftaran.

Untuk diakui dan mempunyai status sebagai badan hukum yang valid, maka sebuah perusahaan *e-commerce* wajib melakukan pencatatan pendaftaran perusahaan dan mengikuti alur prosedur sebelum menjadi sebuah PT yang dapat menaungi menjadi marketplace yang dapat menampung beberapa perusahaan kecil yang menjalankan bisnisnya. Adapun beberapa Langkah yang wajib di lewati untuk pemilik usaha ialah :

1. Pengajuan Nama Perseoran terbatas

Pengajuan ini harus mendaftarkan secara resmi di depan notaris melalui sistem administrasi badan hukum kemenkumham yang mempunyai syarat, Adapun syarat yang harus diajukan yaitu melampirkan asli surat pendirian surat kuasa, melampirkan fotocopy KTP para pendiri atau pengurus perusahaan, serta melampirkan kartu keluarga milik pendiri perusahaan.

## 2. Pembuatan Akta pendirian PT

Pembuatan akta yang resmi dapat dibantu oleh notaris yang berwenang diseluruh Indonesia dengan persetujuan badan Menteri Kemenkumham yang dimana jika ia memiliki banyak cabang diseluruh Indonesia maka PT yang mendaftar ini wajib menyebutkan nama kota dan berstatus menjadi kantor pusat.

## 3. Pembuatan SKDP

Surat keterangan Domisili Perusahaan adalah hal yang penting dan dapat diajukan ke kelurahan sesuai letak perusahaan itu dibangun yang membutuhkan persyaratan seperti fotocopy pajak bumi dan bangunan tahun terakhir, perjanjian sewa atau kontrak (jika bukan Gedung perkantoran), KTP, Izin mendirikan bangunan.

## 4. Pembuatan NPWP

Permohonan pendaftaran dapat diajukan kepada kepala kantor pelayanan pajak sesuai dengan domisili Perusahaan.dengan membutuhkan beberapa syarat seperti : NPWP pribadi direktur perusahaan, fotocopi KTP direktur, SKDP dan akta pendirian perusahaan.

5. Pembuatan anggaran dasar perseoran

Pada hal ini bisa mengajukan permohonan kepada Menteri Kemenkumham untuk mendapatkan pengesahan dasar (akta pendirian) sesuai UUPT yang berlaku dengan mempunyai syarat : bukti setor bank sesuai dengan yang telah disebutkan dalam Akta pendirian, Bukti penerimaan Negara Bukan Pajak sebagai pembayaran berita acara dan yang terakhir akta pendirian yang asli,

6. Mengajukan SIUP

SIUP merupakan kunci dari bisa dijalankannya suatu perusahaan atau tidak, perlu kita ketahui bahwa semua usaha yang tengah berjalan masuk ke dalam klasifikasi baku lapangan usaha Indonesia seperti yang telah ditulis dalam Peraturan Kepala Badan Pusat Statistika Nomor 57 Tahun 2009 yang dimana permohonan pendaftaran SIUP dapat diajukan kepada kepala suku dinas perindustrian dan perdagangan sesuai domisili PT.

7. Mengajukan tanda daftar perusahaan

Perusahaan yang telah mendaftar akan diberikan sertifikat TDP sebagai bukti bahwa badan usaha tersebut telah mendapatkan sertifikat resmi dan dapat beroperasi dengan resmi sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No.37/M-DAG/PER/9/2007 tentang penyelenggaraan pendaftaran perusahaan.

8. Berita acara negara republik Indonesia

Wajib daftar perusahaan wajib yang telah mendapatkan pengesahan dari Menteri Kemenkumham maka dapat diumumkan secara resmi dalam BNRI dan PT atau badan usaha tersebut memiliki status yang sempurna sebagai badan hukum.

Penyelenggara sistem elektronik wajib mendaftar dengan nomor yang telah disebutkan pada pasal 5 Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 36 Tahun 2014. Yang menyebutkan bahwa portal online, situs web dan aplikasi melalui internet yang digunakan untuk memfasilitasi penawaran, promosi barang dalam adanya sebuah proses transaksi perdagangan secara elektronik maka pelaku usaha yang wajib mendaftarkan usaha mereka tersebut hanyalah pelaku usaha yang memiliki situs dan aplikasi *online*. Dengan kata lain, *e-commerce retail* yang memasarkan produknya dibawah *marketplace* tidak perlu melakukan pendaftaran.

Sistem layanan perizinan yang buruk menjadi suatu hal yang menahan pelaku usaha untuk memulai proses pendaftaran. Perizinan dan dokumen hukum untuk mendirikan usaha meliputi Surat Keterangan Domisili Perusahaan (SKDP), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) yang berates namakan perusahaan. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dan Tanda Daftar Perusahaan (TDP). Dijelaskan pada Pasal 24 ayat (1) Undang-Undang Perdagangan telah disebutkan apabila pelaku usaha yang melakukan kegiatan perdagangan wajib memiliki perizinan di bidang perdagangan yang telah ditetapkan di peraturan Menteri. Di dalam pasal tersebut menjadi pokok dasar hukum Penerbitan SIUP, dimana jika ada perusahaan perdagangan yang tidak

mengajukan dan memiliki SIUP maka terancam mendapatkan hukuman sesuai apa yang telah dijelaskan di dalam peraturan hukum yang berlaku.

Dalam konteks telekomunikasi ,e-commerce benar benar berada dalam lapisan aplikasi dan konten setelah melewati adanya lapisan penyelenggaraan jaringan, dimana hal itu berfungsi untuk mengawasi berjalannya infrastuktur dan sarana perdagangan. Namun ada perbedaan model antara regulasi jaringan dan regulasi aplikasi atau konten. Di dalam konteks infrastuktur mempunyai tujuan agar terciptanya koneksi internet yang cepat dan dapat diakses di seluruh wilayah di Indonesia serta mempunyai pembangunan yang sama dengan pembangunan materi yakni berupa Gedung infrastuktur jaringan dengan memanfaatkan satelit.

Sedangkan untuk aplikasi dan konten bisa kita katakan sebaliknya, dimana keberadaan aplikasi dan konten bisa berjalan secara dinamis sesuai dengan pemikiran dan kebutuhan pembuat aplikasi atau *website e-commerce* yang tidak terbatas pada evolusi fisik sebagai infrastuktur jaringan yang saling terhubung. Oleh karena itu, dalam menerapkan aplikasi dan konten yang berjalan di jaringan yang sama maka dapat dipastikan bahwa dikelolanya hal tersebut telah memenuhi semua spek kelayakan hukum untuk administrasi sistem dan transaksi elektronik pada saat berjalannya sebuah *e-commerce* yang berjalan sesuai dengan peraturan yang berlaku saat ini.

Berdasarkan beberapa hal tentang aplikasi serta konten yang telah disebutkan di atas, perlu adanya koordinasi dalam menjalankan kewenangan antar instansi yang mengelola dan mengendalikan jaringan, khususnya

Kementerian Komunikasi dan Informatika serta semua sistem yang memantau jalannya sebuah e-commerce, termasuk Kementerian Perdagangan. Departemen Komunikasi dan Informasi bertanggung jawab atas semua aspek prosesi teknis sedangkan Departemen Perdagangan bertanggung jawab atas jalannya proses dari segi pendaftaran maupun jalannya sebuah perdagangan secara elektronik. Setiap penyelenggaraan sistem elektronik harus memenuhi kelayakan atau akuntabilitas sistem elektronik sesuai standar teknis yang berlaku, sementara pada sisi bisnis setiap penyelenggara sistem perdagangan secara elektronik harus memenuhi aturan standar perdagangan sesuai dengan aturan dan peraturan kebijakan yang telah ditentukan oleh pihak yang berwajib.

Kebijakan e-commerce dapat diturunkan dalam bentuk koordinasi antar kementerian, misalnya dalam hal penyelenggaraan sistem perdagangan melalui elektronik ini wajib mendapatkan izin usaha (perdagangan). maka perusahaan tersebut harus terlebih dahulu melakukan proses pendaftaran terhadap sistem elektroniknya kepada Kementerian komunikasi dan informatika menurut Peraturan Menteri komunikasi dan Informatika Nomor 36 tahun 2014 tentang tata cara pendaftaran penyelenggaraan sistem elektronik, dimana pengolahan data dilakukan dalam bentuk elektronik melalui portal <https://pse.kominfo.go.id/pendaftaran-pse>. yang terdiri dari beberapa tahap, sebagai berikut :

- a. Mengisi form pengajuan pendaftaran Penyelenggara Sistem Elektronik;

- b. Melengkapi kelengkapan dokumen (profil usaha, domisili, KTP, TDP, domain.id)
- c. Melengkapi data gambaran teknis (hardware,software,tenaga ahli,lingkup pelayanan)
- d. Pendaftaran akan dipublish pada website e-business Kemenkominfo

Keberadaan daftar perusahaan bagi pelaku usaha sangat penting untuk mencegah dan menghindari praktik bisnis yang tidak jujur seperti : persaingan curang,penyelundupan.Bagi pengusaha itu sendiri,pendaftaran perusahaan akan menjadi sebuah kebutuhan dan bukan kewajiban yang sederhana. Oleh karena itu, perlu adanya kesadaran bagi para pelaku usaha untuk mendaftarkan bisnisnya dan mendapat kepercayaan dari konsumen besar untuk mencapai keamanan berbisnis.

Untuk memperluas pandangan tentang adanya peluang usaha dalam dunia perdagangan secara elektronik, pemerintah telah mengadakan dan memberlakukan undang-undang yang mewajibkan pendaftaran untuk semua usaha, sehingga kegiatan usaha perdagangan tersebut dapat dikembangkan lebih lanjut sekaligus mampu menambah strategi untuk memperbesar pertumbuhan dunia usaha yang di khususkan dalam perekonomian pada umumnya. Undang-Undang yang mengatur ialah Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang perdagngan. Daftar perusahaan merupakan sumber informasi mengenai identitas, status, solvabilitas, bonafiditas dan lain sebagainya. informasi yang telah disebutkan diatas merupakan hal yang sangat penting bagi setiap pelaku usaha yang akan mengadakan sebuah

transaksi dengan konsumen ataupun perusahaan lain agar terhindarnya hal yang tidak diinginkan seperti masuk ke dalam perangkat perusahaan yang kurang bonafit dan terjerumus kedalam jurang kerugian yang tidak mudah untuk diperbaiki<sup>13</sup>

Di dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang perdagangan pada pasal 1 angka 2 disebutkan bahwa perusahaan dagang adalah segala bentuk usaha dalam menjalankan kegiatan usaha dalam perdagangan yang bersifat tetap, berkelanjutan, didirikan serta bekerja dalam kedudukan wilayah Negara Republik Indonesia yang mempunyai tujuan untuk mendapatkan keuntungan atau laba. Sedangkan pada pasal 1 angka 4 dijelaskan mengenai pengertian SIUP yang berarti surat izin tersebut wajib didapatkan agar terlaksanakannya kegiatan usaha perdagangan.

Dalam peraturan Menteri disebutkan juga sebuah definisi dari pelaku usaha yang dijelaskan dalam Pasal 2 ayat (1) dan (2) :

- 1) Setiap perusahaan yang melakukan usaha perdagangan wajib memiliki SIUP
- 2) SIUP sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terdiri dari :
  - a. SIUP kecil;
  - b. SIUP menengah;
  - c. SIUP besar;

---

<sup>13</sup> H.M.N PURWOSUJIPTO, *Pengertian Pokok Hukum Dagang Indonesia Jilid 1. Pengetahuan Dasar Hukum Dagang*, Djambatan, Jakarta, 1990, hal 70.

Identifikasi pelaku usaha merupakan Tindakan preventif untuk menangani masalah-masalah yang ada timbul saat jalannya pengoperasian dagang berusaha. Saat melakukan identifikasi pelaku usaha dapat dilakukan melalui situs jejaring internet yang disediakan pemerintah melalui KOMINFO seperti yang tertulis pada situs portal <https://pse.kominfo.go.id/pse-terdaftar> situs ini bermanfaat untuk mengetahui beberapa pelaku usaha atau perusahaan yang terdaftar melakukan pendaftaran penyelenggaraan sistem elektronik. Namun, hingga saat ini hanya beberapa yang sudah mendaftarkan usaha yang diantaranya merupakan pelaku usaha elektronik atau *e-commerce*.

Mendaftarkan usaha perdagangan di portal *website* resmi yang telah diadakan oleh pemerintah tentu dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap bisnis yang telah terdaftar dan telah teridentifikasi oleh pemerintah yang sebelumnya dapat dikatakan legal. Maka dari itu melakukan proses pendaftaran tidak hanya bermanfaat untuk melindungi konsumen, tetapi juga memberikan dampak positif bagi para pelaku usaha dalam hal meningkatkan kepercayaan konsumen dan peningkatan kredibilitas usaha. Hak konsumen kemudian dapat dilaksanakan jika sistem *e-commerce* dapat mencakup kegiatan perdagangan dengan lisensi untuk beroperasi di *e-commerce* dan merk dagang terdaftar dibawah hukum dagang. Secara hukum, *e-commerce* tidak hanya bertanggung jawab untuk mendaftarkan badan usaha melalui Surat Izin Usaha (SIUP) namun juga dalam sistem perniagaan. Pelaku usaha wajib mendaftarkan pengoperasian melalui sertifikat kepercayaan.

### 2.3 Keabsahan transaksi jual-beli

Negara Indonesia memiliki perkembangan dalam transaksi jual beli secara elektronik. Pada tahun 1996 ialah tahun pertama Indonesia memiliki situs belanja online dengan fasilitas tentang Pendidikan, yaitu Sanur.co.id dimana ia berdiri sebagai toko buku online pertama<sup>14</sup>. Namun, eksistensi transaksi jual beli yang dilakukan pada saat itu tentu tidak terlalu berkembang pesat dikarenakan minimnya pengetahuan teknologi yang muncul diantara masyarakat sosial Indonesia. Evolusi zaman yang terus berkembang memaksa konsumen untuk terus mengikuti perkembangan globalisasi sistem jual beli. Pengguna jaringan telepon genggam seluler yang dibuat oleh perusahaan atau individu yang memiliki sistem yang semakin berkembang menuju utilitas yang canggih dan sistematis dan juga banyak perusahaan yang mengembangkan sayapnya dibidang sosial media dengan cara membuat aplikasi situs belanja dan penjualan online untuk memberi kemudahan kepada publik dalam memilih produk untuk dibeli dan diperjual-belikan.

Pelaku usaha saat ini menemukan peluang dalam mendapatkan dampak dari era globalisasi sendiri dengan menggunakan alat komunikasi dengan sistem format Android menggunakan jaringan internet dimana jejaring sosial yang disebut aplikasi jual beli *online* sedang mengepakkan sayapnya di kalangan masyarakat modern. Sistem jual beli berkembang menggunakan teknologi informasi yang ada, membawa hampir berbagai barang yang bisa

---

<sup>14</sup> Esther Dwi Magfirah, Perlindungan Konsumen dalam E-commerce, <http://husnulchan.blogspot.com/> diakses pada tanggal 30 november 2021.

dijadikan sebagai suatu objek jual beli yang dilakukan melalui internet. Yang dimaksud sebagai objek dalam jual beli ialah barang-barang sandang atau pangan yang bisa dijual-belikan demi memenuhi kebutuhan sehari-hari dimana sekiranya bisa dilakukan melalui elektronik. Namun tidak semua barang bisa dilakukan melalui media elektronik, contohnya yaitu bangunan, tanah dan juga rumah. namun tidak menutup kemungkinan bahwa barang yang tidak bergerak seperti tanah dll bisa menjadi objek jual secara online hanya saja dijadikan sebagai media sarana promosi terhadap objek yang ingin di jual, jika calon pembeli berminat dengan promosi tanah dan bangunan tersebut bisa melakukan tukar informasi mengenai produk yang ditawarkan untuk menentukan harga jual yang harus dibayarkan calon pembeli yang selanjutnya akan mengadakan perjanjian pertemuan antara pihak penjual dan pembeli untuk melakukan proses jual-beli tanah atau bangunan didepan notaris.

Dalam dunia modern, istilah perdagangan ini berkembang menjadi bisnis. perubahan ini terjadi karena adanya perubahan ruang lingkup bisnis yang semakin luas. Hal ini bisa dibuktikan melalui kegiatan bisnis seperti kontes yang dibuat oleh para pelaku usaha dalam menghasilkan uang. Bisnis bisa dikatakan sebagai suatu kegiatan pembuatan, pembelian atau penjualan barang dan jasa yang kemudian dipertukarkan dengan uang, kerja atau aktivitas yang merupakan bagian dari sebuah pekerjaan. proses pelaksanaan perjanjian jual beli melalui media elektronik yang pertama yaitu mengenal adanya dua objek dimana dipihak pertama ada seorang penjual dan pihak

kedua sebagai konsumen.sebagai pelaku dagang dan pembeli tentu telah mengetahui apa yang seharusnya dilakukan sesuai posisinya dalam pembuatan transaksi dan aktifitas e-commerce. serta mengambil keputusan yang tepat bagi penjual atau merchant dan konsumen pada saat melakukan proses transaksi untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan selanjutnya.

Ada dua macam aktivitas pembuatan,pembelian atau penjualan barang dimana menurut penjualan suatu barang dibagi menjadi 2 yaitu :

1. *Direct selling* adalah perdagangan barang dan jasa secara langsung.perdagangan yang beraktifitas secara langsung serta berhubungan langsung antara produsen dengan konsumen.
2. *Indirect selling* adalah sistem perdagangan secara tidak langsung,sistem perdagangan yang dimaksud ialah mempunyai perantara di dalamnya. perantara yang dimaksud ialah sebuah proses menitipkan barang ke distributor dan melakukan penjualan setelah adanya perantara. Jadi terciptanya hubungan antara produsen lalu perantara dan yang terakhir ke tangan konsumen.

Di dalam sistem perdagangan tentu memiliki beberapa macam jenis perdagangan yang dikenal sebagai :

1. *One of One*, bisa dikatakan bahwa sistem ini adalah seorang penjual yang mandiri dan mampu menarik konsumen yang berada di lokasi tertentu. para pelaku usaha menawarkan sebuah produk dan mendapat komisi atas pelaksanaan proses dagang yang telah dicapainya.Hal

seperti ini sering dilakukan pada para agen asuransi, broker, agen property dan lain sebagainya.

2. *Party plan*, metode kali ini mempunyai tugas untuk menjadi sebuah tuan rumah untuk mempromosikan sebuah product. Metode seperti ini biasa digunakan oleh distributor peralatan rumah tangga, kosmetik, suplemen Kesehatan dan lain lain.
3. *Multi level marketing*, di dalam sistem ini proses perdagangan dilaksanakan oleh sebuah agen yang menjadi distributor mandiri yang telah ditunjuk oleh pusat, kemudian agen ini diberi komisi, diskon serta bonus berdasarkan jumlah penjualan dan kemampuannya untuk merekrut agen yang baru.

Transaksi *e-commerce* berbeda dengan transaksi perdagangan pada umumnya dimana pelaku usaha bertemu langsung dengan konsumen yang berminat untuk membeli barang yang di pasarkan seperti yang telah tercantum dalam KUHPerdata. Namun untuk transaksi elektronik yang telah berjalan dan berkembang seiring berjalannya waktu, pelaku usaha tidak perlu bertemu konsumen secara langsung, melainkan mereka bertemu di dunia maya dan mengikuti prosedur yang telah di intruksikan oleh pihak penjual. Hal ini tentu akan mengakibatkan kerugian bagi konsumen jika ia mendapatkan barang yang kualitasnya tidak sesuai dengan apa yang telah ditawarkan. Dalam melakukan proses transaksi secara online, tentu pihak konsumen menginginkan suatu proses pembelian yang semakin mudah, kemudahan ini mampu didapatkan Ketika sebuah toko online menggunakan *website* nya

untuk membuka portal bagi konsumen dalam memilih barang yang ditawarkan.

Kemudian *e-commerce* secara umum mempunyai pembagian secara jenisnya, dengan sebagai berikut :<sup>15</sup>

1. *Business to Business (B2B)* adalah sistem komunikasi bisnis secara elektronik antar pelaku bisnis dengan pelaku penting nya sebagai organisasi atau perusahaan. Pada umumnya suatu transaksi dilakukan oleh para trading partners yang sudah saling kenal dan mempunyai kesepakatan Bersama.
2. *Business to consumer (B2C)* adalah jenis e-commerce yang didalamnya terdapat perusahaan yang melakukan kegiatan perdagangan dengan cara menjual produknya secara langsung kepada pihak konsumen. Contoh perusahaan yang telah menerapkan konsep B2C ialah seperti shopee, Tokopedia dan Lazada. Dimana perusahaan berposisi sebagai penjual dan pembeli ialah perorangan. Dengan menggunakan sistem mekanisme toko on-line dengan menggabungkan merchant dengan *e-customer* dan memiliki sifat yang terbuka untuk umum.
3. *Consumer to consumer (C2C)* ialah orang yang menjual produk dan layanan jasa kepada pihak konsumen dimana sistem transaksi yang terjadi dilakukan secara khusus dan diwaktu yang diperlukan secara khusus.

---

<sup>15</sup> Joseph Wibowo , jenis-jenis e-commerce , <https://bbs.binus.ac.id/business-creation/2020/10/jenis-jenis-e-commerce/>, diakses 20 desember 2021

4. *Consumer to business (C2B)* adalah perorangan yang menjual sebuah produk ataupun jasa kepada suatu perusahaan.sebagai penjual dan perorangan mereka mencari penjual,saling berinteraksi dan menyepakati adanya suatu transaksi.
5. *Collaborative commerce* yaitu mitra bisnis bekerja satu sama lain secara elektronik dan Kerjasama ini terjadi sepanjang rantai produksi suatu barang atau jasa.
6. *Intra business commerce* adalah inti dari perusahaan yang bertugas untuk meningkatkan kinerja dan operasional.
7. *Government to citizens (G2C)* adalah sistem pelayanan yang di buat oleh pemerintah untuk warga negaranya melalui teknologi dari e-commerce seperti halnya pada saat pembuatan KTP dan SIM.
8. *Mobile commerce* adalah penggunaan *e-commerce* tanpa kabel,dimana konsumen dapat mengakses melalui handhphone dan lain sebagainya seperti layanan mobile banking yang diciptakan oleh Bank.

Dari beberapa kegiatan diatas,maka dapat dibagi menjadi 4 kelompok besar dalam kegiatan *e-commerce*.Menurut Undang Undang Perpajakan seperti yang telah tercantum pada surat edaran Dirjen Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 Tentang penegasan ketentuan perpajakan atas transaksi e-commerce. maka dari itu berdasarkan ketentuan tersebut diklasifikasikan ke dalam 4 bagian besar yaitu :

1. *Online Marketplace* atau biasa disebut dengan marketplace adalah kegiatan yang menyediakan tempat untuk menjual barang dan jasa yang melibatkan penyelenggara,merchant dan pembeli.

2. *Classified ads* adalah aktifitas yang menyediakan tempat dan waktu untuk menampilkan konten barang atau jasa kepada jasa pengiklan sehingga iklan yang berjalan melalui situs yang diselenggarakan oleh pihak penyelenggara.
3. *Daily deals* adalah tempat yang menyediakan kegiatan perdagangan dan mempunyai posisi sebagai merchant yang berfungsi menjual barang atau jasa dengan menggunakan voucher sebagai alat pembayarannya.
4. *Online retail* adalah sebuah kegiatan transaksi dagang yang diselenggarakan oleh penyelenggara kepada calon konsumen melalui situs online retail.melibatkan penyelenggara yang mencakup sebagai pembeli.

Setelah menjelaskan rangkaian pembagian e-commerce menurut jenis dan fungsinya,kali ini ada 4 proses pelaksanaan proses jual beli yang dilakukan secara elektronik yaitu :

1. Penawaran, pelaku usaha menyediakan katalog berupa produk dan pelayanan yang telah disediakan ke dalam platform online. Calon konsumen tentu dapat melihat dan memilih produk yang diinginkan melalui katalog yang di perlihatkan oleh pihak penjual. salah satu kelebihan dari bertransaksi secara elektronik yaitu bisa dilakukan secara *flexible* dan tidak terhalang waktu atau ruang. Namun, bagi masyarakat yang tidak menggunakan internet dan masuk ke situs pemilik penjualan tersebut maka tidak bisa memilih sebuah produk yang ditawarkan. Sebagai penjual, tentu sudah seharusnya menawarkan barang yang sesuai dan kondisi yang baik, ditulis secara lengkap, dan benar-benar menggambarkan keadaan barang yang sesungguhnya. Hal ini tentu telah di tulis pada Pasal 9 Undang-Undang ITE yang mengatakan bahwa pelaku

usaha yang menawarkan produknya melalui sistem elektronik wajib menyediakan informasi sebenar-benarnya.

2. Penerimaan, jika penawaran dilakukan melalui *e-mail address*, maka penerimaan juga didapatkan dari *e-mail adders*. Pada proses transaksi jual beli secara elektronik khususnya melewati *website*, biasanya orang akan memilih barang yang akan dibeli terlebih dahulu, setelah tertarik dan ingin membeli barang tersebut, maka konsumen bisa langsung menuju tahap pembayaran.
3. Pembayaran, ada beberapa macam pembayaran yang biasa dipakai oleh pihak penjual untuk memudahkan calon konsumennya membayar apa yang telah konsumen beli, seperti Transaksi model atm, *Internet mobile banking*, menggunakan *paybal* yang bisa digunakan untuk mengirim uang ke negara lain di seluruh dunia ataupun dengan cara yang terbaru yaitu pembayaran di tempat atau disebut juga dengan *cash on delivery*.
4. Pengiriman, Suatu proses yang dilakukan setelah konsumen sepakat membeli apa yang telah dipilih dari penjual tersebut. maka pembeli berhak mendapatkan barang yang ia bayar. Barang yang telah dipilih pada proses perjanjian antara kedua belah pihak akan dikirimkan dengan biaya pengiriman sesuai dengan yang telah dijanjikan. Biasanya biaya pengiriman terpisah dengan biaya pembayaran suatu produk. Pengusaha jasa pemngiriman seperti TIKI, JNE dan JNT. Menurut pasal 15 UU ITE dijelaskan bahwa sistem penyelenggaraan harus dilakukan secara aman dan bisa beroperasi sebagaimana mestinya.

Ketentuan tentang sahnya suatu perjanjian kontrak jual beli tentu telah diatur di dalam pasal 1320 KUHPerdata yaitu suatu perjanjian selalu diawali dengan penawaran dari satu pihak yang diterima oleh pihak lainnya. Jika suatu penawaran tidak diterima, maka transaksi tidak akan dilakukan. Jika pembeli ingin membeli produk yang ditawarkan maka cukup menekan barang yang diinginkan dan biasanya penjual akan menerima konfirmasi penerimaan pesanan. Lalu penjual akan mengirimkan email kepada konsumen yang berisi konfirmasi bahwa pesanan telah diterima dan siap dikemas yang kemudian akan dikirimkan kepada pembeli yang telah membayar produknya.

Undang undang yang mengatur tentang perdagangan merupakan manifestasi dari keinginan untuk memajukan sektor dagang yang dituangkan ke dalam kebijakan perdagangan dengan mementingkan kepentingan nasional seperti yang telah ditulis dalam pasal 2 huruf (a) UU perdagangan yang mengatakan bahwa suatu kebijakan perdagangan telah disusun atas dasar kepentingan nasional yang antara lain meliputi pertumbuhan ekonomi, melindungi produk nasional, memperluas tenaga kerja serta melindungi konsumen<sup>16</sup>. Secara sistematis, ruang lingkup pengaturan perdagangan yang diatur dalam undang-undang perdagangan ini meliputi perdagangan dalam negeri, perdagangan luar negeri, perdagangan perbatasan, standarisasi, perdagangan melalui sistem elektronik, perlindungan dan pengamanan perdagangan, pemberdayaan koperasi, Kerjasama perdagangan internasional dan lain sebagainya.

---

<sup>16</sup> Az. Nasution , “Revolusi Teknologi Dalam Transaksi bisnis melalui internet” ,jurnal Keadilan Volume 1 No.3, 3 september 2001, hal 28.

Pengaturan *e-commerce* tentu telah di atur dalam pasal 65 dan pasal 66, dimana pemberlakuan aturan *e-commerce* yang tercantum dalam UU perdagangan ini berlaku untuk skala internasional. Maksudnya adalah seluruh transaksi yang akan dilakukan pelaku usaha dalam negeri dan luar negeri yang menjadikan Indonesia sebagai pasar wajib yang harus menaati peraturan tentang *e-commerce* yang ada di dalam UU perdagangan<sup>17</sup>. Pemerintah tentu mengatur bagaimana suatu transaksi berjalan sedemikian rupa selaras dengan undang-undang dan dapat dipertanggungjawabkan oleh pelaku bisnis serta mempunyai tujuan yaitu untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dan pelaku usaha. Pasal 65 undang-undang perdagangan mewajibkan pelaku *e-commerce* untuk menyediakan data dan informasi yang lengkap agar lebih mudah pemerintah dalam mengawasi jalannya perdagangan. Implementasi dari ketentuan ini akan sulit dicapai jika peraturan pelaksanaannya tidak segera ditetapkan oleh pemerintah, karena *e-commerce* sendiri sangat kompleks dan berlangsung di lintas negara. Pasal 65 UU perdagangan tentu selaras dengan pasal 25 peraturan pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang penyelenggaraan sistem transaksi elektronik. Harmonisasi kebijakan tentu sangat penting adanya dan menjamin kepastian hukum dalam pengelolaan bisnis *e-commerce* bagi pelaku usaha dan konsumen. Sehingga pelaku *e-commerce* dapat menjalankan bisnisnya tanpa mengabaikan perlindungan bagi pihak konsumen.

---

<sup>17</sup> *Ibid* 14

#### **2.4 Perspektif Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan transaksi elektronik.**

Perdagangan secara elektronik sedang marak hadir di kalangan masyarakat, dimana dengan adanya e-commerce tentu memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi untuk memenuhi berbagai kebutuhannya. Penerapan *e-commerce* telah menjadi sesuatu yang umum oleh pelaku usaha untuk menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar global. serta memberikan peluang bagi perusahaan kecil dan menengah untum bersaing dan bisa lebih baik dengan perusahaan besar karena akses paar yang setara. kesempatan ini hanya dapat digunakan oleh organisasi komersial yang berwenang dalam penggunaan e-commerce.

Saat ini, teknologi telah berkembang menjadi terhubung satu sama lain. Memudahkan masyarakat berkomunikasi dengan masyarakat luas dan digunakan sebagai sarana untuk membuat suatu aktivitas yang baru. Transaksi dagang melalui *e-commerce* saat ini sangat banyak diminati oleh pengusaha muda yang muai merintis karirnya. Dan bisnis mereka tersebut bisa di di operasikan oleh masyarakat luas di seluruh Indonesia. Tentu sudah banyak sekali bisnis secara elektronik yang hadir di Indonesia, beberapa bisnis offline yang telah memilih untuk melebarkan sayap dagang melalui jalur elektronik yang kemudian dipasarkan secara *e-commerce*. Perdagangan secara elektronik ini tentu melalui media internet sebagai lahan pemasaran usaha para pedagang masa kini. Setiap orang yang memiliki koneksi internet dan memiliki produk, tentu ingin terjun ke

dalam bisnis online. Target marketnya tidak terbatas karena bisa menjual produk kemana pun baik secara lokal maupun internasional.

Menurut pasal 1 angka 2 Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) telah disebutkan bahwa transaksi elektronik merupakan suatu proses yang menggunakan jaringan komputer atau media sosial untuk melakukan proses perdagangan jual beli sebuah produk ataupun jasa. Pada proses transaksi tersebut, tentu pihak yang tergabung di dalamnya melakukan hubungan hukum yang dituangkan melalui sebuah bentuk perjanjian jual beli atau kontrak yang dilakukan secara elektronik juga sesuai dengan Pasal 1 angka 17 UU ITE yang menyebutkan bahwa kontrak secara elektronik adalah suatu perjanjian yang dilakukan dan di unggah ke dalam dokumen elektronik.

*E-commerce* terus berkembang dan semakin banyak digemari semua masyarakat baik dari segi konsumen maupun pelaku usaha. Namun tidak menjamin proses perdagangan tidak menimbulkan kecurangan. Semakin banyak kecurangan maka perlu adanya penegakan hukum untuk melindungi konsumen atau pemilik usaha situs jual beli *e-commerce* yang jujur dan adil. Sistem elektronik ini memberikan kemudahan dalam melakukan jual beli melalui *e-commerce*, masalah lokasi penjual yang terkadang tidak jelas membuat sebagai pembeli ragu untuk membeli. Kegiatan *e-commerce* di Indonesia belum diatur secara khusus oleh Undang-Undang. Tidak adanya keterangan mengenai tata cara, persyaratan proses transaksi, persyaratan pendirian, pajak yang harus dibayar dan hal lain yang mengatur kegiatan ini. Namun untuk menekan angka kejahatan dalam bisnis *e-commerce*, pemerintah telah mengeluarkan Undang-Undang

Informasi dan Transaksi Elektronik (undang-Undang ITE) Nomor 11 Tahun 2008 di dalam Undang-Undang ITE terdapat 2 hal penting,yaitu :

1. Pengakuan transaksi elektronik dan dokumen elektronik dalam kerangka hukum perikatan dan hukum pembuktian, sehingga kepastian hukum bisnis e-commerce dapat terjamin
2. Diklasifikasinya Tindakan-tindakan yang termasuk kualifikasi pelanggaran hukum terkait penyalahgunaan Teknologi Informasi (TI) sehingga aka nada sanksi yang tegas bagi pelanggar UU ITE.

Ada bab dan pasal khusus yang mengatur dan menciptakan suatu aturan yang baru di bidang transaksi elektronik yang selama ini tidak tercantum di dalam Bab V Pasal 17 sampai Pasal 22. Meskipun aturan mengenai bisnis e-commerce tidak diatur secara khusus dalam suatu Undang-Undang, Namun keberadaan Pasal ini sangat penting untuk memberikan perlindungan dan kepastian hukum bagi pengguna bisnis *e-commerce*.

Memberi kejelasan informasi yang harus dicantumkan pelaku usaha dalam memulai transaksi elektronik adalah suatu kewajiban dan telah di cantumkan aturan tersebut pada pasal 9 Undang-Undang ITE.Hal tersebut kemudian ditegaskan lagi pada Pasal 25 Peraturan Pemerintah 82 Tahun 2011 Tentang Penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik maka pelaku usaha wajib menyampaikan informasi yang sebenar-benarnya, paling sedikit mencantumkan beberapa hal seperti berikut :

- a) Identitas penyelenggara sistem elektronik
- b) Objek yang ditransaksikan

- c) Tata cara penggunaan perangkat
- d) Syarat kontrak
- e) Prosedur mencapai kesepakatan
- f) Jaminan privasi dan atau perlindungan data pribadi.

Penyelenggara sistem elektronik wajib melindungi penggunanya dan masyarakat luas dari kerugian yang ditimbulkan oleh sistem elektronik yang diselenggarakannya. Untuk mengawasi kegiatan tersebut maka setiap pelaku usaha yang menyelenggarakan transaksi elektronik dapat disertifikasi oleh Lembaga sertifikasi keandalan. Lembaga ini merupakan Lembaga khusus yang dibentuk oleh profesional dan diakui serta diawasi oleh pemerintah yang mempunyai wewenang kekuasaan untuk mengeluarkan sertifikat tersebut dalam transaksi elektronik. Diatur dalam Pasal 59 Undang-Undang ITE telah disebutkan bahwa adanya sertifikasi keandalan tentu memberikan suatu kepastian bagi konsumen agar mempercayai pelaku usaha untuk melakukan suatu proses transaksi yang aman dan nyaman.

Sebelum Undang-undang No 11 tahun 2008 tentang ITE telah direvisi menjadi UU No.19 tahun 2016 tentang ITE disahkan oleh Lembaga yang berwajib. baik pelaku usaha ataupun konsumen secara bebas tanpa ada batasan dalam melakukan proses transaksi. Tanpa batas yang dimaksud ialah tidak ada aturan hukum yang membatasi kegiatan yang dilakukan kedua belah pihak tersebut. Fenomena ini menarik di awal tahun 2000-an dimana pada masa itu bisnis *online* masih sedikit dikenal masyarakat di Indonesia, bahkan mungkin hanya orang yang berlatar belakang tinggi yang mengenal adanya bisnis *online* dalam masa tersebut.

Sebelum diresmikannya Undang-Undang No.11 Tahun 2008 tentang ITE, kegiatan yang berhubungan dengan transaksi elektronik diatur dalam berbagai peraturan yang ada seperti Undang-Undang No.12 tahun 2002 tentang Hak Cipta, Undang-Undang No.14 tahun 2001 tentang paten, Undang-Undang No.15 tahun 2001 tentang merek dan Undang-Undang Telekomunikasi No.36 tahun 1999. sempat adanya kekosongan hukum saat pengaturan hukum tentang *e-commerce* di resmikan dan menimbulkan beberapa masalah seperti :

1. Otentikasi subjek hukum yang membuat transaksi melalui internet
2. Perjanjian memiliki kekuatan secara hukum
3. Objek yang diperjual belikan
4. Mekanisme peralihan hak
5. Hubungan hukum dan pertanggungjawaban
6. Legalitas dokumen serta tanda tangan digital sebagai bukti
7. Mekanisme penyelesaian sengketa
8. Pilihan hukum penyelesaian sengketa
9. Masalah perlindungan konsumen, HAKI dan lain lain.

Meskipun UU No.11 Tahun 2008 tentang ITE diubah menjadi UU No.19 tahun 2016 tentang ITE dan disahkan secara umum, kegiatan yang berkaitan dengan suatu perjanjian khususnya pada transaksi dagang jual beli. Telah diatur pengaturan perjanjiannya menggunakan dasar hukum pada Pasal 1320 KUHPerdara. Sama halnya dengan transaksi elektronik seperti jual beli dalam *e-commerce* yang sebelumnya menggunakan aturan hukum yang tercantum pada KUHPerdara. Setelah diresmikannya Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 pada 25 maret 2008 yang dimana

sebelumnya hanya sebagai Rancangan Undang-Undang sampai akhirnya ini menjadi sesuatu yang baru dalam dunia hukum di Indonesia dan menjadi Undang-Undang *Cyber law* pertama. Ketentuan dalam peraturan ini cukup luas dan banyak hal yang tercakup didalamnya, terutama pada Tindakan pelaku perdagangan yang menggunakan teknologi dalam menjalankan usahanya.

Undang-undang ini tentu sangat dinantikan kehadirannya oleh para pelaku usaha dibidang *e-commerce*, karena perkembangan teknologi menjadikan penegak hukum dan pengaturan peraturan yang sebelumnya tidak dapat memantau dan melindungi badan hukum. Dimana era globalisasi yang terjadi telah mengubah gaya hidup seseorang dan berkembang menjadi gaya hidup baru yang mendorong perubahan dalam masyarakat seperti ekonomi, budaya, pertahanan negara, keamanan dan juga penegakan hukum. Undang-Undang No. 11 tahun 2008 tentang informasi dan telekomunikasi adalah tanggung jawab yang harus di pelihara oleh negara untuk memberikan perlindungan yang maksimal pada seluruh kegiatan yang berhubungan dengan teknologi informasi.

Pengaturan transaksi bisnis dalam proses jual beli dengan basis elektronik tentu memiliki kekuatan hukum yang sama dengan kontrak yang dilakukan secara langsung atau tatap muka. Menurut ketentuan Pasal 18 ayat (1) UU ITE telah disebutkan bahwa sebuah transaksi elektronik yang telah ditanda tangani kedua belah pihak telah mengikat para pihak di dalamnya atau disebut juga sah secara hukum. Pihak yang satu dan lainnya saling menandatangani kontrak perjanjian dalam jual beli suatu barang sama seperti yang telah disebutkan dalam pasal 1320 KUHperdata yang berkaitan dengan perjanjian para pihak, dimana lebih mengutamakan masing-masing

dari perbuatan perjanjian. Pasal 1320 KUHPerdata menganut syarat sahnya sebuah perjanjian yang seluruhnya tidak hanya ada didalam Undang-Undang No. 11 tahun 2008 tentang ITE, hanya tercantum beberapa keseusaian antara Pasal 1320 KUHPerdata dan Undang-Undang No.11 tahun 2008 tentang ITE seperti :

### **1. Kesepakatan para pihak**

Para pihak yang setuju dalam melakukan perjanjian jual beli, telah diatur dalam Pasal 19 tentang kesepakatan para pihak untuk melakukan perjanjian dengan sistem elektronik. Pasal tersebut menegaskan bahwa perjanjian jual beli melalui elektronik dinyatakan bahwa boleh atau sahnyanya menggunakan alat komunikasi elektronik antara penjual dan pembeli.

### **2. Kecakapan**

Didalam Undang-Undang No.11 Tahun 2008 tentang ITE tidak diatur tentang kecakapan seseorang dalam melakukan transaksi, tentu hal ini tidak sepadan dengan apa yang terkandung dalam Pasal 1320 KUHPerdata, dikarenakan masyarakat sebagai pengguna dalam media elektronik ini mempunyai tujuan untuk mendapatkan informasi yang luas. Jika suatu transaksi melalui media elektronik lainnya seperti android atau *e-commerce* tidak dipermasalahkan dan bisa melanjutkan proses transaksi namun juga bisa di batalkan jika salah satu pihak ingin melakukannya.

### **3. Suatu hal tertentu**

Inti dari suatu transaksi adalah objek yang menjadi barang tersebut diperjualbelikan. Telah disebutkan dalam Pasal 9 Undang-Undang No.11 tahun 2008 tentang ITE bahwa pelaku usaha wajib memberi informasi yang jelas baik dari

segi barang yang dijual ataupun kelengkapan informasi mengenai syarat kontrak dan produk.

#### **4. Suatu sebab yang halal**

Suatu barang yang hendak dijadikan objek jual beli tidak boleh menentang dari aturan Undang-Undang yang berlaku dan tidak boleh berlawanan dengan ketertiban serta kesusilaan umum. Di dalam BAB IV mengenai perbuatan yang dilarang yang tercantum pada UU ITE.

Undang-undang Nomor 11 tahun 2008 menegaskan bahwa setiap Tindakan yang dilakukan melalui sarana elektronik yang dapat merugikan orang lain baik mengenai informasi ataupun sistem tidak boleh bertentangan dengan hukum yang berlaku. Seperti halnya tertulis dalam BAB VII mengenai perbuatan yang dilarang, jika dilakukannya transaksi yang melanggar melalui media elektronik lainnya.

Berdasarkan Pasal 4 ayat (1) UU ITE, informasi elektronik memiliki kekuatan hukum sebagai alat legalitas dan dapat dikembangkan menjadi pertanggung jawaban sesuai dengan teknologi informasi yang ada. Sudah secara jelas dan dipertegas pada Pasal 6 UU ITE bahwa semua ketentuan hukum yang mencantumkan informasi harus secara tertulis sehingga dapat terjamin keutuhannya dan bisa dipertanggung jawabkan dan ditampilkan sesuatu keadaan.

Alat bukti dalam proses transaksi seperti tanda tangan elektronik merupakan hal yang sah jika diperlukan dan diakui sifatnya didalam hukum pembuktian di Indonesia. Telah diatur dalam Undang-Undang No,11 Tahun 2008 bahwa dimana dokumen informasi dan transaksi elektronik yang merupakan tanda tangan elektronik atau sidik jari merupakan alat bukti yang sah sesuai dengan hukum acara yang

berlaku di Indonesia berdasarkan Pasal 5 ayat 2 UU No.11 Tahun 2008.<sup>18</sup>Ke legalitasan sebuah perjanjian jual beli secara elektronik bila menggunakan sistem pengamanan yang bisa dipertanggungjawabkan dengan perkembangan teknologi informasi yang kian lama selalu berkembang seiring jalannya waktu,maka harus memenuhi syarat minimum seperti menampilkan informasi yang utuh,melindungi kesediaan dan kerahasiaan informasi dalam menyelenggarakan sistem elektronik, mengoperasikan sesuai prosedur dan memiliki mekanisme yang berkelanjutan sehingga menjaga kebaruan, kejelasan dan bertanggung jawab atas prosedur yang ada. Transaksi elektronik sudah sah dan mengikat para pihak apabila pembeli memencet tombol *send* atau beli dalam hal ini tentu pihak penjual dan pembeli telah sepakat menyetujui syarat dan kondisi sesuai dengan penawaran yang telah dicantumkan.

---

<sup>18</sup>Ario juliono gema, apakah dokumen elektronik dapat menjadi sah. [www.legalminded.com](http://www.legalminded.com) diakses pada 23 desember 2021.