

## ABSTRAK

### **Tinjauan Yuridis Tentang Penyalahgunaan Promo Kupon Cashback oleh Konsumen dari Aplikasi Penyedia yang Ditinjau dari Peraturan Perundang-undangan di Indonesia**

**Regan Jayawisastra**

**(1487047)**

Masyarakat digital dunia mengalami peningkatan yang sangat pesat setiap tahunnya. Peningkatan tersebut mengakibatkan bertambahnya pula jumlah pelaku usaha dan konsumen yang beralih dari usaha konvensional ke usaha digital. Beralihnya ekonomi ke era digital membuat masyarakat memerlukan media daring untuk melakukan kegiatan jual-beli. Salah satu media jual-beli yang paling digemari masyarakat adalah melalui aplikasi online marketplace. Maraknya peminat aplikasi online marketplace mengakibatkan adanya persaingan usaha antar penyedia aplikasi. Salah satu metode untuk menarik pelanggan yang digunakan oleh penyedia aplikasi adalah melalui pemberian kupon cashback. Pemberian kupon cashback oleh penyedia aplikasi banyak disalahgunakan oleh pengguna aplikasi untuk memperoleh keuntungan secara melawan hukum.

Penelitian ini merupakan penelitian yuridis normatif atau disebut juga dengan Penelitian kepustakaan atau dokumen. Penelitian ini bersifat deskriptif analitis, menggunakan pendekatan komparatif yakni melakukan penelitian terhadap peraturan yang sudah ada khususnya mengenai informasi dan transaksi elektronik. Pengumpulan data dilakukan secara studi pustaka. Data yang digunakan adalah data sekunder yaitu terdiri dari bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Setelah data dikumpulkan, kemudian dilakukan analisis secara kualitatif.

Penelitian menunjukkan bahwa perkembangan *e-commerce* dalam melakukan promosi sangat masif dan mampu memberikan daya tarik bagi konsumen dalam berbelanja. Penelitian ini dilakukan berdasarkan kepastian hukum bagi pelaku *e-commerce* dan Konsumen *e-commerce*. Indonesia menganut sistem hukum *civil law* yang merupakan sistem hukum yang tersusun secara sistematis dan tertulis, serta dibukukan seperti perundang-undangan. Secara pengaturan pelaku *e-commerce* dapat memberikan promosi kepada para konsumennya. Bagi konsumen dapat memanfaatkan promo yang disediakan oleh para pelaku *e-commerce*. Sedangkan bagi penyedia layanan dapat menghambat terjadinya praktik kecurangan yang sering terjadi dalam setiap transaksi.

**Kata Kunci: Penyedia Aplikasi. Pelaku E-commerce. Dan Konsumen.**

## ABSTRACT

### **Legal Analysis Of Indonesian Law Regarding Abuse of Cashback Coupon Promotion Provided By Application Provider**

**Regan Jayawisastra**

**(1487047)**

The number of people that use the internet rise annually. The increase of the number of internet causes an increase of business that reverted from conventional store to online store. The reversion of the business has emerged online marketplace application to provide stores and consumer a safer media to do business and make transactions. The hype of online marketplace application resulted in the business war between the apps. The main marketing strategy that the apps use is using a cashback coupon promotion. Unfortunately the promotion has caused the apps to lose profit due to abuse against law done by the user.

This study was done using a librarical research. The research was conducted in a descriptive analytics way by comparing the law regarding e-transaction. The data used were secondary data that consist of primary law, secondary and tertiary law. After all the data collected, then a quantitative analysis was done.

The research has shown that the promotion in the e-commerce is the main factor causing massive impact over sale. This also analyze the legal certainty for the parties in the e-commerce business. Indonesia is using a civil law system, in the country that is using a civil law system every law is systemathically recorded. Legally in Indonesia, online application providers can make a promotion, and the consumer are also able to use the promotion provided. In the current situation the online marketplace provider are trying to minimize the abuse of cashback coupon promotion.

**Keywords: Application Provider. E-commerce Parties. And Consumer.**

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
PENGESAHAN PEMBIMBING.....	ii
PERSETUJUAN SIDANG .....	iii
PERSETUJUAN REVISI .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	1
BAB I.....	3
PENDAHULUAN .....	3
A. Latar Belakang .....	3
B. Identifikasi Masalah .....	12
C. Tujuan Penelitian .....	12
D. Manfaat Penelitian .....	13
E. Kerangka Pemikiran.....	14
F. Metode Penelitian.....	23
G. Sistematika Penulisan .....	28
BAB II.....	30
PENGATURAN TENTANG <i>E-COMMERCE</i> DI INDONESIA DI TINJAU DARI PERATURAN UNDANG-UNDNAG YANG BERLAKU .....	30
A. Pengaturan Perdagangan di Indonesia .....	30
B. Pengaturan <i>E-Commerce</i> berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2019 .....	39
C. Proses Transaksi Pelaku <i>e-commerce</i> kepada konsumen.....	51
BAB III .....	57
PENGATURAN TENTANG PEMBERIAN KUPON PROMO OLEH PELAKU <i>E-COMMERCE</i> DI TINJAU DARI ASAS-ASAS DAN PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN.....	57
A. Pengaturan Terhadap Undian Gratis Berhadiah (UGB) Berdasarkan Peraturan Menteri Sosial Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 201957	

B. Ketentuan Pemberian Pomosi Oleh Pelaku E-commerce Berdasarkan Asas-Asas Yang Belaku.....	66
C. Hak dan Kewajiban Para Pihak.....	75
D. Proses Penyelesaian Sengketa.....	78
BAB IV .....	82
PEMBAHASAN .....	82
A. Pengaturan Hukum Tentang Pemberian Promo Kupon <i>Cashback</i> Oleh Aplikasi Penyedia Yang Diatur Oleh Peraturan perundang-undangan Yang Berlaku Di Indonesia.....	82
B. Akibat Hukum Yang Timbul Dari Penyalahgunaan Promo Kupon <i>Cashback</i> Yang Ditinjau Dari Peraturan perundang-undangan yang Berlaku Di Indonesia.....	90
C. Pencegahan Dari Otoritas Terkait Dari Penyalahgunaan Promo Kupon <i>Cashback</i> .....	94
BAB V.....	104
PENUTUP.....	104
A. KESIMPULAN.....	104
B. SARAN .....	105
DAFTAR PUSTAKA .....	107

