

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pergerakan masyarakat digital dunia mengalami peningkatan setiap tahun. Peningkatan pergerakan tersebut di barengi dengan penemuan teknologi, yang setiap tahunnya mengalami pembaruan. Pesatnya pembaruan teknologi yang tercipta, memudahkan masyarakat dalam berinteraksi dan melakukan kegiatan yang berkaitan dengan sosial, ekonomi, politik ataupun kegiatan yang memanfaatkan kemudahan dari dunia digital. Dari kemudahan yang diberikan dunia digital menjadikan sebuah prospek yang menjanjikan bagi kelompok ataupun individu yang terlibat didalamnya.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) rutin melakukan survei penetrasi dan perilaku pengguna internet setiap tahun. Tujuannya untuk mengetahui perkembangan pengguna internet di Indonesia dan mendapatkan gambaran perilaku warganet saat berse-lancar di dunia maya. Hal ini penting untuk sektor bisnis dan pemerintah sebagai regulator bila ingin mengambil kebijakan terkait internet. Pengguna internet di Indonesia, setiap tahun berdasarkan survei rutin APJII meningkat, terus-menerus. Gambarannya begini; pada 2014, pengguna internet di Indonesia baru mencapai 88 juta orang. Namun, pada 2016, survei APJII menyebutkan ada kenaikan jumlah pengguna menjadi 132,7 juta pengguna. Lalu, pada 2017 jumlahnya semakin meningkat. Pada tahun itu, pengguna internet

berjumlah 143,26 juta. Angka ini terus meningkat hingga di 2018 mencapai 171,17 juta pengguna.¹

Prospek pengguna internet yang besar di Indonesia dapat dimanfaatkan sebagai pasar digital yang menjajikan. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat dapat berdampak pada perubahan gaya hidup seseorang kelompok atau individu. Gaya hidup yang berubah menjadikan pola konsumsi serta cara berjualan dan berbelanja masyarakat menjadi lebih konuntif. Di era ini, masyarakat memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk membeli barang dan/atau jasa melalui internet. Fenomena ini dikenal dengan perdagangan elektronik atau *e-commerce*.

E-commerce setidaknya ada tujuh jenis dasar atau bentuk bisnis karakteristik berbeda:

1. Business-to-Business (B2B)
2. Business-to-Consumer (B2C)
3. Consumer-to-Consumer (C2C)
4. Consumer-to-Business (C2B)
5. Business-to-Administration (B2A)
6. Consumer-to-Administration (C2A)
7. Online-to-Offline (O2O)²

E-commerce memiliki fungsinya masing-masing. Pada awalnya *e-commerce* diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang

¹ Buletin APJIIEdisi 40 - Mei 2019

² <https://www.progresstech.co.id/blog/jenis-e-commerce>. Diakses pada tanggal 21/3/2020. Pukul 16.30.

Perdagangan yang mengaturnya dalam BAB VIII dengan judul perdagangan melalui sistem elektronik. Dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan terdapat dua pasal yang berbunyi sebagai berikut;

Pasal 65

- (1) Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar.
- (2) 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).
- (3) Penggunaan sistem elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib memenuhi ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- (4) 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.
- (5) Dalam hal terjadi sengketa terkait dengan transaksi dagang melalui sistem elektronik, orang atau badan usaha yang mengalami sengketa dapat menyelesaikan sengketa tersebut melalui pengadilan atau melalui mekanisme penyelesaian sengketa lainnya.
- (6) Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi administratif berupa pencabutan izin.

Pasal 66

Ketentuan lebih lanjut mengenai transaksi Perdagangan melalui Sistem Elektronik diatur dengan atau berdasarkan Peraturan Pemerintah.

Pasal 65 dan 66 menjadi awal pengaturan *e-commerce* di Indonesia. dalam Pasal 65 mengatur tentang tata cara Pelaku Usaha dalam memperdagangkan Barang dan/atau Jasa harus sesuai dengan ketentuan yang ada, serta teknis dalam melakukan perdagangan secara elektronik.

Sedangkan dalam Pasal 66 pemerintah mencoba mengatur secara terperinci kedalam peraturan tambahan yang lebih teknis dan spesifik dalam perdagangan secara elektronik.

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan merupakan dasar pengaturan bagi proses dalam berdagang, sedangkan untuk pengaturan dunia digital pemerintah mengatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Dasar pengaturan terdapat dalam Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang berbunyi;

- (1) Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik.

Pasal 28 ayat (1) tidak berdiri sendiri dan memiliki pengaturan penidakan yang diatur dalam Pasal 45 ayat (2) yang berbunyi:

- (2) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) atau ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

Setiap tahunnya perkembangan *e-commerce* berkembang sangat pesat dan menjadi prospek bisnis yang besar dalam dunia perdagangan. Benua Asia masih menjadi pasar yang menjanjikan bagi pertumbuhan *e-commerce*, terutama Cina dan negara ASEAN. Diprediksi pertumbuhan *e-commerce* di ASEAN dari tahun 2013 hingga 2017 mencapai 25%, hasil ini masih jauh berada diatas pertumbuhan pasar di Amerika Serikat yang hanya 11 % dan

negara Uni Eropa yang hanya 10%.³ Pada Tahun 2016 Pemerintah memiliki visi untuk menempatkan Indonesia sebagai negara dengan kapasitas digital ekonomi terbesar di Asia Tenggara pada 2020. Dimana Indonesia adalah salah satu pengguna internet terbesar di dunia, mencapai 93,4 juta orang dan pengguna telepon pintar (smartphone) mencapai 71 juta orang. Dengan potensi yang begitu besar, pemerintah menargetkan bisa tercipta 1.000 technopreneurs dengan valuasi bisnis sebesar USD 10 miliar dan nilai e-commerce mencapai USD 130 miliar pada 2020.⁴ Pada tahun 2019 Indonesia menunjukkan peningkatan jumlah pengguna *e-commerce* diproyeksikan akan mencapai 168,3 juta pengguna dan terus meningkat mencapai 212,2 juta pada 2023 hal ini dipengaruhi oleh jumlah penduduk yang hampir lebih dari 264 juta jiwa.⁵

Melihat potensi dari perkembangan e-commerce di Indonesia, pemerintah memberikan perhatian dengan mengeluarkan Paket Kebijakan Ekonomi XIV mengenai e-commerce pada tahun 2016. Hal ini mendukung visi pemerintah untuk menempatkan Indonesia sebagai negara dengan kapasitas digital ekonomi terbesar di Asia Tenggara pada 2020. Pemerintah merasa perlu menerbitkan Peraturan Presiden tentang Peta Jalan E-Commerce untuk mendorong perluasan dan peningkatan kegiatan ekonomi masyarakat di seluruh Indonesia secara efisien dan terkoneksi secara global.

³ 1.Deky Pariadi, “Pengawasan e-commece dalam Undang-Undang perdagangan dan Undang-Undang Pelindungan Konsumen”, Peneliti Pusat Pengkajian Kerjasama Perdagangan Intrenasional, BPPP, Kementerian Perdagangan, 3 Mei 2018, hlm.652.

⁴ 1. https://www.kominfo.go.id/content/detail/8356/siaran-pers-tentang-paket-kebijakan-ekonomi-xiv-peta-jalan-e-commerce/0/siaran_pers (Humas Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian , Jakarta, 10 November 2016) di akses Jumat, 20 Mar 2021 16:47 WIB.

⁵ 2. Pengguna E-Commerce di Tanah Air akan Capai 168,3 Juta (Media Indonesia, Minggu 27 Oktober 2019, 16:41 WIB) di akses Jumat, 20 Mar 2020 19:06 WIB

Peta jalan e-commerce ini sekaligus dapat mendorong kreasi, inovasi, dan invensi kegiatan ekonomi baru di kalangan generasi muda.⁶

Pada tahun 2017 Pemerintah menerbitkan Peraturan Presiden Nomor 74 tahun 2017 tentang Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik atau SPNBE. Dengan keluarnya Peraturan Presiden Nomor 74 tahun 2017, Pemerintah melihat bahwa perlu mengoptimalkan pemanfaatan potensi ekonomi berbasis elektronik, Pemerintah perlu mendorong percepatan dan pengembangan sistem perdagangan nasional berbasis elektronik (e-commerce), usaha pemula (start-up), pengembangan usaha, dan percepatan logistik dengan menetapkan Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (Road Map e-commerce) yang terintegrasi. Dalam Pasal 2 ayat (2) mengatur tentang Peta Jalan SPNBE 2017-2019 yang mencakup program;

- a. pendanaan;
- b. perpajakan;
- c. perlindungan konsumen;
- d. pendidikan dan sumber daya manusia;
- e. infrastruktur komunikasi;
- f. logistik;
- g. keamanan siber (cyber security); dan
- h. Pembentukan Manajemen Pelaksana Peta Jalan SPNBE 2017-2019.

⁶ Nia Anggraeni Rozama, dkk, *Statistik E-Commerce 2019*, Badan Pusat Statistik 978-602-438-290-2, hlm

Peraturan Presiden Nomor 74 tahun 2017 menjadi dasar hukum bagi BPS dalam pemetaan e-commerce di Indonesia, selain itu Perpres ini menjadi dasar hukum dalam melakukan pendataan e-commerce. Tujuan dari kedua hal tersebut adalah untuk memperoleh gambaran perkembangan usaha *e-commerce* di Indonesia dari sudut pandang pelaku usaha *e-commerce*.

Pelaku *e-commerce* yang di Indonesai sangat banyak dan beragam, bisa kita ambil contoh seperti Bli-Bli, Bukalapak, Tokopedia, dan masih banyak lagi. Keseleruh *e-commerce*, sangat membutuhkan customer atau pelanggan pasarnya. Dalam menarik calon pelangganya pelaku *e-commerce* tak jarang memberikan potongan harga berupa cashback kepada pelanggan yang telah berbelanja. Namun, dalam pemberian cashback oleh pelaku *e-commerce* ada ketentuan penggunaan yang harus ditaati. Berikut tatacara penggunan voucher cashback dari Bukalapak;

1. Login ke akun Bukalapak.
2. Cari barang yang ingin dibeli, lalu klik tombol Beli Sekarang.
3. Isi Data Pembelian dengan lengkap, lalu klik tombol Pilih Metode Pembayaran.
4. Pilih metode pembayaran yang diinginkan, lalu klik Punya Kode Voucher? dan masukkan kode voucher, kemudian klik tombol Gunakan Voucher. Setelah itu klik tombol Bayar.⁷

⁷<https://www.tokopedia.com/help/article/informasi-seputar-kupon-cashback-tokopedia>. Diakses pada hari Jumat, 17 April 2020 16:40 WIB

Bagi pelanggan yang ingin mendapatkan potongan harga berupa kupon cashback dari *marketplace*, harus mengikuti aturan yang sudah diatur. Serta aturan yang mengatur tentang pemberian cashback kepada pelanggannya akan berubah dan mengikuti ketentuan dari *marketplace*. Dalam pelaksanaan pemberian diskon dan cashback kepada pelanggan, masih terdapat penyalahgunaan dan dimanfaatkan oleh oknum yang berusaha mengambil keuntungan.

Kasus penyalahgunaan promo *cashback* pernah dialami oleh pelaku *e-commerce* Bukalapak. Dalam kasus tersebut Bukalapak dirugikan oleh program promo *cashback* sebesar 80 juta rupiah. Modus kasus yang menipah Bukalapak tersebut dilakukan oleh pelaku dengan membuat akun pelapak dan akun pembeli. Akun yang sudah dibuat oleh pelaku digunakan oleh pelaku untuk mendapatkan promo cashback, dengan berpura-pura berbelanja kepada lapak yang sudah dibuat pelaku dengan menggunakan akun pelanggan si pelaku. Setelahnya pelaku melakukan transaksi dengan menggunakan promo *cashback* yang disediakan oleh Bukalapa. Proses transaksi dengan menggunakan promo *cashback* itu dapat diproses oleh Bukalapak karena sesuai dengan ketentuan promo yang berlaku. Kasus tersebut ramai diberitakan, dan salah satunya oleh portal berita Tempo.⁸

Selain penyalahgunaan dari penggunaan promo *cashback* Bukalapak, Tokopedia mendapatkan kasus baru berupa pengambilan keuntungan dari penjualan voucher. Kasus terbaru terjadi oleh Tokopedia,

⁸ Ali Akhmad Noor Hidayat, <https://bisnis.tempo.co/read/1157752/kronologi-lengkap-kecurangan-penyalahgunaan-promo-di-bukalapak>. (Tempo.co, Jumat, 21 Desember 2018 18:59 WIB). Diakses pada hari Jumat, 20 Mar 2021 16:40 WIB.

para pelaku penyalahgunaan cashback diduga melakukan pembelian voucher Indomaret dengan nominal Rp1 juta dan menjualnya dengan harga Rp1.010.000 di Tokopedia. Pelaku yang berperan sebagai penjual menggunakan akun toko yang diberi nama Mr.Crab. Dari penjualan voucher tersebut, Pelaku Penjual mendapatkan keuntungan 10 ribu. Sedangkan pelaku lainnya yang berperan sebagai pembeli mendapatkan keuntungan cashback 10 persen dengan menggunakan voucher cashback Tokopedia.⁹

Kasus-kasus penyalahgunaan promo diskon atau cashback bagi pelanggan harus mendapatkan perhatian dari pelaku *e-commerce*, pelaku akan mengalami kerugian terus menerus bila tidak berhati-hati. Prinsip *Good Corporate Governance* harus diterapkan dalam mengelola suatu usaha. Apabila prinsip-prinsip itu tidak diperhatikan bukan tidak mungkin pengembangan suatu usaha dapat terganggu atau bisa jadi mengalami kegagalan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis menemukan skripsi manajemen dengan judul “Tinjauan Yuridis Tentang Syarat Dan Ketentuan Yang Dibuat Oleh Penyelenggara Jual beli *Online* Yang Menjamin Pembayaran Ongkos Kirim Terkait Perlindungan Hukum Bagi Penjual Dalam Mekanisme Rekening Bersama Berdasarkan Asas Keseimbangan” oleh Ayu Mutiara yang menurut penulis sejenis akan tetapi penulis telah melakukan penelusuran lebih dalam mengenai data terkait dan tidak menemukan penelitian sama yang terdapat dalam penulisan sejenis

⁹ <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/tokopedia-buka-suara-soal-penjahat-cashback>, (CNN Indonesia, Selasa, 23/07/2019 16:25 WIB). Diakses pada hari Jumat, 20 Mar 2021 16:40 WIB.

tersebut, oleh sebab itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai permasalahan mengenai penyalahgunaan kupon cashback bagi konsumen dengan penelitian yang berjudul **“Tinjauan Yuridis Tentang Penyalahgunaan Promo Kupon Cashback oleh Konsumen dari Aplikasi Penyedia yang Ditinjau dari Peraturan Perundang-undangan di Indonesia”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaturan hukum tentang pemberian promo kupon cashback oleh aplikasi penyedia yang diatur oleh Peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia?
2. Bagaimana akibat hukum yang timbul dari penyalahgunaan promo kupon cashback yang ditinjau dari Peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia?
3. Bagaimana pencegahan dari otoritas terkait dari penyalahgunaan promo kupon cashback

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan diatas, sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaturan hukum tentang pemberian promo kupon cashback oleh aplikasi penyedia yang diatur oleh Peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia.

2. Untuk mengetahui akibat hukum yang timbul dari penyalahgunaan promo kupon cashback yang ditinjau dari Peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia?
3. Untuk mengetahui pencegahan dari otoritas terkait dari penyalahgunaan promo kupon cashback

D. Manfaat Penelitian

Dari uraian tujuan penelitian yang sudah dijelaskan, penulis mengharapkan penulisan hukum ini dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat positif bagi perkembangan ilmu hukum, yang dijadikan sebagai pemacu dalam pelaksanaan pergaulan dunia digital.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu masukan bagi pemerintah untuk lebih memberikan perhatian kepada dinamika dunia digital yang semakin pesat perkembangannya, serta peluang yang ditimbulkan oleh dunia digital bisa dimanfaatkan menjadi pemain dalam pasar yang terus berkembang.

Bagi masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam melihat peluang yang dijanjikan oleh dunia digital, sehingga dapat meningkatkan transaksi dan kehati-hatian.

E. Kerangka Pemikiran

Dalam melakukan penelitian penulis menggunakan kerangka teoritis dan kerangka konseptual. Dimana kerangka teoritis merupakan landasan dalam suatu penelitian adalah teori-teori hukum yang telah dikembangkan oleh para ahli hukum dalam berbagai bidang kajian dan temuan.¹⁰ Kerangka konseptual adalah penggambaran antara konsep-konsep khusus yang merupakan kumpulan dalam arti berkaitan, dengan istilah yang akan diteliti.¹¹

1) Kerangka Teoritis

Pada Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Dasar 1945 dikatakan bahwa “Negara Indonesia adalah negara hukum (*rechtstaat*) bukan berdasarkan kekuasaan (*machtstaat*). Sedangkan menurut Aristoteles hukum adalah negara yang berdiri di atas hukum yang menjamin keadilan pada warganegaranya. Menurutnya hukum yang baik adalah hukum yang besumber dari rasa keadilan masyarakat dan yang memerintah dalam negara adalah pikiran yang adil sementara penguasa hanya pemegang hukum dan keseimbangan saja.”¹²

Pasal 27 angka 2 Undang-Undang Dasar 1945 mengatur warga masyarakat diberikan kebebasan untuk melakukan kegiatan atau pekerjaannya sehari-hari selagi tidak bertentangan dengan perundang-undangan yang ada guna memenuhi segala kebutuhannya sebagai

¹⁰ H. Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Sinar Grafika, cetakan VI, 2015, hlm. 73

¹¹ *Ibid*, hlm. 96.

¹² Nomensen Sinamo, *Hukum Tata Negara*, Jakarta: Permata Aksara, 2012, hlm, 36.

masyarakat Indonesia. Dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 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.

Negara hukum memiliki sebuah tatanan yang teratur dalam sebuah aturan hukum. Sebuah tatanan merupakan sebuah sistem norma, yang keutuhannya di ketahui dari fakta, bahwa semua itu memiliki alasan keberlakuan atau keabsahan yang sama, dan alasan keabsahan dari sebuah tatanan norma adalah norma dasar, yang merupakan sumber keabsahan bagi semua norma dalam tatanan tersebut. Sebuah norma merupakan norma hukum yang absah jika sesuai dengan konsep hukum dan merupakan bagian dari sebuah tatanan hukum jika keabsahan dilandaskan pada norma dasar dalam tatanan tersebut. Norma-norma dalam sebuah tatanan hukum mengatur perilaku manusia.¹³

Berdasarkan Pasal 28C ayat 1 Undang-Undang Dasar tahun 1945 dikatakan bahwa setiap orang berhak mengembangkan diri melalui pemenuhan kebutuhan dasarnya, berhak mendapat pendidikan dan memperoleh manfaat dari ilmu pengetahuan dan teknologi, seni dan budaya, demi meningkatkan kualitas hidupnya dan demi kesejahteraan umat manusia. Pemerintah berusaha menghadirkan sebuah kepastian

¹³ Hans Kelsen, *Teori Hukum Murni(Dasar-Dasar Ilmu Hukum Normatif*, Bandung; Nusamedia, Cetakan XVII, 2015, hlm.35.

hukum bagi masyarakatnya dengan mengundang Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Dalam konsideran huruf d,e,f Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menjelaskan, perkembangan dan kemajuan Teknologi Informasi yang demikian pesat telah menyebabkan perubahan kegiatan kehidupan manusia dalam berbagai bidang yang secara langsung telah memengaruhi lahirnya bentuk-bentuk perbuatan hukum baru. Penggunaan dan pemanfaatan Teknologi Informasi harus terus dikembangkan untuk menjaga, memelihara, dan memperkuat persatuan dan kesatuan nasional berdasarkan Peraturan Perundang-undangan demi kepentingan nasional. Pemanfaatan Teknologi Informasi berperan penting dalam perdagangan dan pertumbuhan perekonomian nasional untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Pemerintah perlu mendukung pengembangan Teknologi Informasi melalui infrastruktur hukum dan pengaturannya sehingga pemanfaatan Teknologi Informasi dilakukan secara aman untuk mencegah penyalahgunaannya dengan memperhatikan nilai-nilai agama dan sosial budaya masyarakat Indonesia.

Perdagangan melalui Sistem Elektronik adalah Perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik. Dalam BAB VIII Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, setiap pelaku saha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem

elektronik wajib menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar. Setiap Pelaku Usaha dilarang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data dan/atau informasi. Pemerintah melihat bahwa perlu mengoptimalkan pemanfaatan potensi ekonomi berbasis elektronik, Pemerintah perlu mendorong percepatan dan pengembangan sistem perdagangan nasional berbasis elektronik (*e-commerce*), usaha pemula (*start-up*), pengembangan usaha, dan percepatan logistik dengan menetapkan Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik (*Road Map e-commerce*) yang terintegrasi.

Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik mengatur dalam Pasal 1 angka 4 Penyelenggara Sistem Elektronik ialah setiap orang, penyelenggara negara, Badan Usaha dan masyarakat yang menyediakan, mengelola, dan/atau mengoperasikan Sistem Elektronik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama kepada Pengguna Sistem Elektronik untuk keperluan dirinya dan/atau keperluan pihak lain. Dalam melaksanakan sistem transaksi berbasis elektronik harus mengituku asas-asas yang tercantum dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yaitu :

1. Asas kepastian hukum

Asas kepastian hukum memberikan pemanfaatan teknologi informasi dan transaksi elektronik dengan segala sesuatu yang

mendukung penyelenggaraannya untuk mendapatkan pengakuan hukum di dalam dan di luar pengadilan sesuai ketentuannya.

2. Asas manfaat

Asas manfaat menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik memberikan pemanfaatan teknologi informasi dan transaksi elektronik untuk mendukung proses berinformasi sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang memanfaatkannya.

3. Asas kehati-hatian

Asas kehati-hatian memberikan landasan bagi pihak yang bersangkutan harus memperhatikan segenap aspek yang berpotensi mendatangkan kerugian, baik bagi dirinya maupun bagi pihak lain, dalam pemanfaatan teknologi informasi dan transaksi elektronik.

4. Asas itikad baik

Asas itikad baik digunakan para pihak dalam melakukan transaksi elektronik untuk berbuat sesuai ketentuan, tidak bertujuan untuk secara sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum yang mengakibatkan kerugian para pihak.

5. Asas kebebasan memilih teknologi atau netral teknologi.

Asas kebebasan memilih teknologi atau netral teknologi berarti para penggunaan teknologi diberikan kebebasan, sehingga dapat mengikuti perkembangan pada masa yang akan datang.

Pasal 15 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menjelaskan bahwa Setiap Penyelenggara Sistem Elektronik harus menyelenggarakan Sistem Elektronik secara andal dan aman serta bertanggung jawab terhadap beroperasinya Sistem Elektronik sebagaimana mestinya, artinya penyelenggara sistem elektronik harus menjamin segala sistem yang bekerja sesuai ketentuan. Pada Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Pasal 39 (1) huruf a menjelaskan bahwa penyelenggara agen elektronik wajib melakukan pengujian keautentikan identitas dari pengguna sistem elektronik. Kemudian Pasal 51 (1) menjelaskan bahwa para pihak wajib memberikan data dan informasi yang benar, artinya kedua Pasal tersebut ialah para pihak tidak terkecuali seluruh pihak secara seimbang wajib memberikan identitas yang benar yang harus dipastikan oleh Pelaku Usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, merupakan dasar bagi para pelaku *e-commerce* dalam menjalankan usahanya. Pelaku *e-commerce* yang memiliki sebuah *Marketplace* atau penyedia toko online harus mengikuti Peraturan Presiden tersebut. Dalam Peraturan Presiden sebuah *Marketplace* di kategorikan sebagai, Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang atau bisa disingkat PMSE. Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) adalah Perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur

elektronik. Tujuannya pengaturan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) dalam ketentuan umum untuk memberikan deskripsi yang lebih jelas dan dapat menjadi payung hukum bagi pelaku *e-commerce*.

Dalam melakukan bisnis seorang pelaku usaha harus melakukan sebuah pemasaran produknya kepada konsumen. Cara yang dilakukan pelaku usaha dalam melakukan pemasaran produk kepada konsumen sangat beragam misalnya; diferensiasi produk, penetapan harga, penjualan langsung dan masih banyak lagi. Metode tersebut merupakan cara pelaku usaha dalam menawarkan sebuah produk kepada konsumen. Tetapi dalam proses pemasaran memerlukan suatu metode yang dapat menarik minat lebih dari konsumen. Minat konsumen dan proses penawaran produk oleh pelaku usaha dapat dikomodir oleh proses promosi yang baik oleh pelaku usaha.

Promosi merupakan teknik yang dirancang untuk menjual produk. Promosi merupakan bagian dari bauran komunikasi, atau penggambaran pesan pelaku usaha kepada konsumen. Teknik-teknik promosi penjualan juga mencakup beragam program yang meningkatkan nilai tambah melebihi manfaat yang terkandung dalam produk itu sendiri.¹⁴ Sebagai contoh pelaku usaha dalam melakukan promosi produk bisa menambahkan pemberian *cashback* apabila membeli produk darinya. Metode *cashback* itu merupakan penawaran dimana pembeli diberikan persentase pengembalian uang tunai atau

¹⁴ Ricky W Griffin dan Ronald J Ebert, *Bisnis*, Jakarta: Erlangga, 2006, hlm. 364.

uang virtual atau bahkan diberikan suatu produk tetapi dengan memenuhi syarat pembelian tertentu yang telah ditentukan oleh pihak penyelenggara *cashback*.¹⁵

Dukungan pemerintah terhadap pelaku *e-commerce* sangat maksimal dalam pemberian payung hukum. Dalam pelaksanaan pemberian promosi oleh pelaku *e-commerce* Pemerintah sudah menyempurnakan aturannya dalam, Peraturan Menteri Sosial Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Undian Gratis Berhadiah. Dalam Peraturan Menteri Sosial Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2019 menjelaskan dalam ketentuan umum tentang promosi. Ketentuan umum tersebut menjelaskan bahwa Promosi adalah kegiatan pengenalan atau penyebarluasan informasi suatu barang dan/atau jasa untuk menarik minat beli konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang akan dan sedang diperdagangkan.

- 2) Kerangka Konseptual
 - a. Perdagangan

Dalam Undang-Undang Nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan mengatur dalam Pasal 1 angka 1 menjelaskan bahwa, 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.

¹⁵<https://cashbac.com/blog/arti-cashback-jenisnya-kelebihan-kekurangannya/>. Diakses Pada Tanggal 27/4/2020 Pukul 16.00.

b. Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

Menurut Pasal 1 angka 2 Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang selanjutnya disingkat PMSE adalah Perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik.

c. Sistem Elektronik

Pasal 1 angka 6 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menjelaskan bahwa Sistem Elektronik adalah serangkaian perangkat dan prosedur elektronik yang berfungsi mempersiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan, dan/atau menyebarkan Informasi Elektronik.

d. Pelaku Usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

Menurut Pasal 1 angka 6 Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Pelaku Usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang selanjutnya disebut Pelaku Usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang dapat berupa Pelaku Usaha Dalam Negeri dan Pelaku Usaha Luar Negeri dan melakukan kegiatan usaha di bidang PMSE

e. Jasa

Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik menjelaskan dan membagi kedalam dua jenis yaitu;

1) Jasa

Jasa adalah setiap layanan dan unjuk kerja berbentuk pekerjaan atau hasil kerja yang dicapai, yang diperdagangkan oleh satu pihak ke pihak lain dalam masyarakat untuk dimanfaatkan oleh Konsumen atau Pelaku Usaha.

2) Jasa Digital

Jasa Digital adalah Jasa yang dikirim melalui internet atau jaringan elektronik, bersifat otomatis atau hanya melibatkan sedikit campur tangan manusia, dan tidak mungkin untuk memastikannya tanpa adanya teknologi Informasi, termasuk tetapi tidak terbatas pada layanan jasa berbasis piranti lunak.

F. Metode Penelitian

Dalam berbagai literasi metode penelitian, dapat ditemukan berbagai tipologi penelitian yang berbeda antara satu dengan lainnya. Perbedaan ini

muncul sebagai akibat perbedaan sudut pandang. Misalnya, tipologi penelitian secara umum dengan tipologi penelitian hukum.¹⁶

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif. Penelitian normatif disebut juga dengan penelitian hukum doktriner, juga disebut dengan penelitian perpustakaan atau dokumen. Disebut dengan penelitian hukum doktriner, karena penelitian ini dilakukan atau ditujukan hanya pada peraturan-peraturan yang tertulis atau bahan-bahan hukum lainnya. Dikatakan sebagai penelitian perpustakaan atau pun dokumen disebabkan penelitian ini lebih banyak dilakukan terhadap data yang bersifat sekunder yang ada di perpustakaan.¹⁷

2. Sifat penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif analitis yang menggambarkan suatu perbandingan hukum antara hukum Indonesia dengan Singapura dalam bidang pengaturan hukum reklamasi. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang terdiri dari atas satu variabel atau lebih dari satu variabel. Namun, variabel tidak saling bersinggungan sehingga disebut penelitian bersifat deskriptif. Analisis data tidak keluar dari lingkup sampel, bersifat deduktif, berdasarkan teori atau konsep yang bersifat umum yang kemudian diimplementasikan untuk menjelaskan tentang seperangkat data, atau menunjukkan komparasi atau hubungan seperangkat suatu data dengan seperangkat data yang lain.¹⁸

¹⁶ H. Zainuddin Ali, *Op, Cit*, hlm. 7

¹⁷ Suratman dan H.Philip Dillah. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Alfabeta, 2014, hlm. 51.

¹⁸ H. Zainuddin Ali, *Op.cit*. hlm. 11.

3. Pendekatan penelitian.

Penelitian penulisan ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan komperatif (*Comparative Approach*) dan pendekatan undang-undang (*Statute Approach*). Pendekatan komparatif ini dilakukan dengan menganalisis undang-undang yang berkaitan dengan topik pembahasan.¹⁹ Pendekatan undang-undang (*statute approach*) dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkutan dengan isu hukum yang sedang ditangani. Untuk kegiatan praktis, pendekatan undang-undang ini akan membuka setiap kesempatan bagi peneliti untuk mempelajari konstitusi dan kesesuaian antara suatu undang-undang dengan undang-undang lain atau antara undang-undang dan Undang-Undang Dasar. Untuk kegiatan akademis, penelitian perlu mencari *ratio legis* dan dasar ontologis lahirnya undang-undang tersebut. Mempelajari *ratio legis* dan dasar ontologis suatu undang-undang, peneliti sebenarnya mampu menangkap kandungan filosofi yang melatarbelakangi undang-undang.²⁰

4. Jenis Data

Pada umumnya penelitian dilakukan dengan dua cara yaitu penelitian yang dilakukan langsung ke dalam masyarakat dan penelitian yang menggunakan data pustaka seperti peraturan-peraturan. Data yang diperoleh langsung dalam masyarakat disebut dengan data primer, sedangkan data yang digunakan dalam penelitian kepustakaan disebut data sekunder. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data

¹⁹ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian hukum*, Kencana : Jakarta, 2009, hlm. 135.

²⁰ *Ibid.* hlm. 133-134.

sekunder. Data sekunder dibagi menjadi tiga bahan hukum yaitu bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier.

- a) Bahan hukum primer yang mempunyai sifat autoritatif yang artinya mempunyai otoritas.²¹ Bahan hukum primer terdiri dari perundang-undangan, catatan-catatan resmi dan putusan-putusan hakim.
- b) Bahan hukum sekunder adalah memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer. Adapun bahan hukum sekunder berupa semua publikasi tentang hukum yang bukan merupakan dokumen resmi. Publikasi tentang hukum meliputi buku-buku teks, kamus-kamus hukum, jurnal-jurnal hukum, dan komentar atas putusan pengadilan.²² Kegunaan bahan hukum sekunder adalah memberikan petunjuk kepada peneliti untuk melangkah, baik dalam membuat latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kerangka-kerangka teoritis dan konseptual, bahkan menentukan metode pengumpulan dan analisis bahan hukum yang akan dibuat sebagai hasil penelitian.²³
- c) Bahan hukum tersier adalah bahan-bahan yang memberikan petunjuk terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.²⁴

Bahan hukum adalah bagian terpenting dalam penelitian hukum. Tanpa bahan hukum tidak akan mungkin dapat ditemukan jawaban atas isu hukum yang ada di dalam masyarakat. Untuk memecahkan isu

²¹ *Ibid.* hlm. 181.

²² *Ibid.* hlm. 181.

²³ H.Zainuddin Ali, *Op.cit.* hlm. 54.

²⁴ *Ibid.* hlm. 24.

hukum yang dihadapi digunakan bahan hukum sebagai sumber penelitian hukum.²⁵

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan ini adalah studi pustaka, yaitu pengumpulan data dengan melihat pada pengatutan perundang-undangan, teori-teori dan pendapat-pendapat yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti dalam penulisan ini. Data kepustakaan yang diperoleh melalui penelitian keputusan bersumber dari peraturan perundang-undangan, buku-buku, dokumen resmi, publikasi, dan hasil penelitian.²⁶

6. Teknik Analisis Data

Melihat hasil pengumpulan data yang ada, peneliti harus melakukan analisis baik, secara kuantitatif maupun kualitatif.²⁷ Penulisan ini menggunakan analisis data secara kualitatif karna menganalisis suatu data yang berasal dari data kepustakaan seperti undang-undang . Ciri ciri secara analisis kualitatif seperti:

- a. Data yang terkumpul tidak berupa angka-angka yang dilakukan pengukuran;
- b. Data tersebut sukar diukur dengan angka;
- c. Hubungan antar variabel tidak jelas;
- d. Sampel lebih bersifat non probabilitas;

²⁵ Dyah Ochtorina Susanti dan A'an Effendi. *Penelitian hukum*. Jakarta : Sinar Grafika, 2015. hlm. 48.

²⁶ H.Zainuddin Ali, *Op.cit.* hlm. 107.

²⁷ *Ibid*, hlm.140.

- e. Pengumpulan data menggunakan pedoman wawancara dan pengamatan; dan
- f. Penggunaan-penggunaan teori kurang diperlukan.²⁸

G. Sistematika Penulisan

BAB I :PENDAHULUAN

Dalam bagian ini penulis akan menjelaskan awal dari berdirinya *e-commerce* di Indonesia dan permasalahan yang timbul dari pelaku *e-commerce* berdasarkan peraturan yang berlaku. Serta penulis akan melakukan penelitian berdasarkan peraturan-peraturan dan teori-teori hukum yang ada.

BAB II : PENGATURAN TENTANG *E-COMMERCE* DI INDONESIA DI TINJAU DARI PERATURAN UNDANG-UNDNAG YANG BERLAKU

Dalam BAB II ini penulis akan membahas bagaimana pengaturan *e-commrce* di Indonesia. Penulis akan membahas akibat hukum apa saja yang timbul dari pelaksanaan transaksi.

BAB III : PENGATURAN TENTANG PEMBERIAN KUPON PROMO OLEH PELAKU *E-COMMERCE* DI TINJAU DARI ASAS-ASAS

²⁸ *Ibid*, hlm. 145.

DAN PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Dalam BAB III penulis akan mengali dan meneliti aturan yang mengatur tentang pemberian promo oleh pelaku *e-commerce*. Selain itu penulis akan meneliti tentang asas-asas apa saja yang berkaitan dengan pemberian promo oleh pelaku *e-commerce*.

BAB IV : ANALISIS MENGENAI PENGGUNAAN KUPON CASHBACK OLEH KONSUMEN DARI APLIKASI PENYEDIA YANG DITINJAU DARI PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN YANG BERLAKU DI INDONESIA

Dalam BAB IV ini penulis akan melakukan penelitian dari hasil pengumpulan data yang sudah dilakukan. Penulis akan mencari sebuah jawaban dari identifikasi yang sudah paparkan sebelumnya.

BAB V : PENUTUP

Bagian penutup penulis akan menarik sebuah kesimpulan yang berdasarkan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan. Serta penulis akan memberikan sebuah saran dan masukan bagi perkembangan *e-commerce* di Indonesia.