

**TINJAUAN YURIDIS SISTEM PENJUALAN ONLINE BERBASIS E-COMMERCE  
BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NO 7 TAHUN 2014 TENTANG  
PERDAGANGAN**

**Santoso\*, Gunawan Nahrawi\*\*, Marjan Mihraja\*\*\***

PROGRAM STUDI MAGISTER HUKUM

SEKOLAH TINGGI ILMU HUKUM IBLAM JAKARTA

Jl. Kramat Raya No.25, RT.3/RW.2, Kramat, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus

Ibukota Jakarta 10450

Email : santosoiblam1@gmail.com

Naskah diterima : 14/01/2022, revisi : 28/01/2022, disetujui 04/02/2022

**Abstrak**

E-commerce merupakan model operasi bisnis yang berkembang pesat saat ini. Semakin banyak pelaku bisnis dan pelanggan yang menggunakan e-commerce untuk mempermudah transaksi dari keuntungan yang diperoleh, sehingga mempengaruhi kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat. Dengan adanya e-commerce maka bisnis perusahaan dapat berjalan tanpa dibatasi oleh waktu. Toko online adalah salah satu contoh web e-commerce. Keberhasilan bisnis dengan web e-commerce dipengaruhi oleh banyak aspek. Salah satunya adalah teknologi pendukung. Untuk membangun web e-commerce yang efisien, diperlukan dukungan teknologi yang berkualitas. Seperti di atas, penawaran pada sebuah website biasanya menampilkan barang yang ditawarkan, baik itu harga, nilai rating atau jajak pendapat otomatis tentang barang yang diisi oleh pembeli sebelumnya, spesifikasi barang yang bersangkutan dan menu produk terkait lainnya. Dalam e-commerce, ada penawaran ketika seseorang menggunakan internet untuk berkomunikasi baik melalui email atau chat untuk memesan barang yang diinginkan.

**kata kunci:** e-commerce, penjualan online, perkembangan teknologi.

**Abstract**

E-commerce is a business operating model that is growing rapidly today. More and more business people and customers are using e-commerce to facilitate transactions from the profits earned, thus affecting the social and economic life of the community. With the existence of e-commerce, the company's business can run without being limited by time. An online store is an example of an e-commerce web. The success of a business with web e-commerce is influenced by many aspects. One of them is supporting technology. To build an efficient e-commerce web, quality technology support is needed. As above, an offer on a website usually displays the goods offered, be it prices, rating

**values or automatic polls about goods filled in by previous buyers, specifications of the goods in question and other related product menus. In e-commerce, there is an offer when someone uses the internet to communicate either via email or chat to order the desired item.**

**keywords: e-commerce, online sales, technology development**

## A. Pendahuluan

Untuk memberikan perlindungan kepada masyarakat terhadap setiap transaksi jual beli maka diperlukanlah Undang-Undang Perlindungan Konsumen, akan tetapi Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang berlaku sekarang di Indonesia masih berbasis pada sesuatu yang sifatnya fisik dan belum kepada virtual. Dampak negatif dari *e-commerce* itu sendiri cenderung merugikan konsumen. Diantaranya ialah barang yang telah dikirimkan oleh pelaku usaha tidak sesuai dengan pesanan konsumen, barang yang dibeli oleh konsumen tidak dikirim, barang dikirim tetapi terlambat, barang dikirim rusak atau cacat, dan barang yang dikirim kurang dari segi jumlahnya, Dalam penggunaan sistem elektronik ada dua hal yang harus diperhatikan. Pertama, teknologi merupakan hasil dari ciptaan manusia itu sendiri untuk mempermudah kehidupannya di masa yang akan datang dan sudah tentu mempunyai kelemahan-kelemahan dalam sistem teknisnya. Kedua, teknologi selain mempunyai kelemahan di dalam sistem juga mempunyai kelemahan dengan ketidakpastian dalam segi jaminan kepastian hukum.

*E-Commerce* mulai berkembang secara signifikan ketika internet mulai diperkenalkan. Dengan internet, transaksi perdagangan tidak lagi melihat batas-batas wilayah negara. Banyaknya kemudahan dalam mengakses internet membuat konsumen *e-commerce* meningkat, beberapa alasannya antara lain, adalah praktis, efisiensi waktu dan banyaknya harga promo yang menarik dari pelaku usaha online. Namun dibalik segala kemudahan dan keuntungan yang ditawarkan, timbul pula kekhawatiran dalam bisnis perdagangan *e-commerce* mengingat begitu banyaknya perusahaan online. Undang-Undang No 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan (UU Perdagangan) merupakan acuan bagi setiap pelaku usaha dalam melakukan transaksi perdagangan, baik perdagangan melalui online atau *e-commerce*. Pelaksanaan transaksi *e-commerce* yang berkembang pesat harus diimbangi dengan adanya pengawasan yang tegas dari pemerintah dalam setiap implementasinya. pada dasarnya pihak-pihak dalam jual beli secara elektronik tersebut diatas, masing-masing memiliki hak dan kewajiban. usaha/merchant merupakan pihak yang menawarkan produk melalui internet, oleh karena itu, seorang penjual wajib memberikan informasi secara benar dan jujur atas produk yang ditawarkannya kepada pembeli atau konsumen. Disamping itu, penjual juga harus menawarkan produk yang diperkenankan oleh undang-undang, maksudnya barang yang ditawarkan tersebut bukan barang yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, tidak rusak ataupun mengandung cacat tersembunyi, sehingga barang yang ditawarkan adalah barang yang layak untuk diperjualbelikan. Dengan demikian transaksi jual beli termaksud tidak menimbulkan kerugian bagi siapapun yang menjadi pembelinya. Di sisi lain, seorang penjual atau pelaku usaha memiliki hak untuk

mendapatkan pembayaran dari pembeli/konsumen atas harga barang yang dijualnya, juga berhak untuk mendapatkan perlindungan atas tindakan pembeli/konsumen yang beritikad tidak baik dalam melaksanakan transaksi jual beli secara elektronik ini. Seorang pembeli/konsumen memiliki kewajiban untuk membayar harga barang yang telah dibelinya dari penjual sesuai jenis barang dan harga yang telah disepakati antara penjual dengan pembeli tersebut. Selain itu, pembeli juga wajib mengisi data identitas diri yang sebenar-benarnya dalam formulir penerimaan.

Secara Yuridis Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan mengatur semua hal yang berhubungan dengan perdagangan baik *offline* maupun *online*. Terkait bisnis *online*, Undang-Undang Perdagangan tepatnya pada pasal 65 mengatur mengenai data/informasi yang disediakan bisnis *online*. Pada pasal tersebut, disebutkan bahwa data yang disediakan bisnis *online* harus lengkap dan benar. Data yang dimaksud disini berupa identitas dan legalitas pelaku usaha sebagai produsen dan pelaku usaha distribusi, persyaratan teknis barang yang ditawarkan, persyaratan teknis atau kualifikasi jasa yang ditawarkan, harga dan cara pembayaran barang dan/atau jasa, serta cara penyerahan barang. Apabila data yang ditunjukkan tidak lengkap atau benar, maka izin bisnis dapat dicabut. Selain itu, Undang-Undang No 7 Tahun 2014 juga mengatur penggunaan sistem elektronik bisnis *online* dimana penggunaannya harus memenuhi ketentuan UU ITE. Selain itu, terkait informasi dan data, pada Permendag Nomor 73/M-Dag/Per/9/2015 juga disebutkan bahwa pelaku usaha yang memproduksi atau mengimpor barang untuk diperdagangkan di dalam negeri wajib mencantumkan label dalam bahasa Indonesia. Peraturan ini berlaku untuk sejumlah jenis barang di antaranya barang elektronik keperluan rumah tangga, telekomunikasi dan informatika, bahan bangunan, keperluan kendaraan bermotor (suku cadang dan lainnya), tekstil dan lain-lain. Dampak dari adanya internet sebagai hasil dari kemajuan perkembangan teknologi informasi bagi konsumen di satu sisi telah mengubah perilaku konsumen menjadi semakin kritis dan selektif dalam menentukan produk yang akan dipilihnya. Begitu pula bagi produsen, kemajuan ini memberi dampak positif dalam memudahkan pemasaran produk sehingga dapat menghemat biaya dan waktu. Sebaliknya, karena kedua belah pihak secara fisik tidak bertemu maka kemungkinan lahirnya bentuk-bentuk kecurangan atau kekeliruan menjadi perhatian utama yang perlu penanganan lebih besar. Dampak negatif dari *e-commerce* itu sendiri cenderung merugikan konsumen. Diantaranya dalam hal yang berkaitan dengan produk yang dipesan tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan, dan hal-hal lain yang tidak sesuai dengan kesepakatan sebelumnya.

## B. Metode Penelitian

Metode Penelitian Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain- lain, secara holistik, dan dengan cara mendeskripsikan dalam bentuk kata -kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Salah satu ciri penelitian kualitatif adalah data yang dikumpulkan berupa

kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Peneliti juga menggunakan catatan lapangan berupa catatan observasi dan sumber lain.

### C. Hasil dan Pembahasan

*E-commerce* merupakan model operasi bisnis yang sedang berkembang pesat sekarang ini. Semakin banyak pelaku bisnis dan juga customer yang memanfaatkan *e-commerce* untuk kemudahan di dalam bertransaksi dari keuntungan yang didapat, Sehingga telah mempengaruhi kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat. Dengan adanya *e-commerce*, bisnis perusahaan dapat dijalankan dengan tidak dibatasi oleh waktu. Toko Online merupakan salah satu contoh web *e-commerce*. Keberhasilan bisnis dengan web *e-commerce* dipengaruhi oleh banyak aspek. Salah satunya adalah teknologi yang mendukung. Untuk membangun web *e-commerce* yang berdaya guna diperlukan dukungan teknologi yang berkualitas. Jual beli secara online biasa dikenal dengan istilah *e-commerce*, secara sederhana dapat diartikan sebagai transaksi elektronik.<sup>1</sup> Salah satu upaya yang dapat dilakukan guna mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang lebih baik di sektor perdagangan, khususnya di era globalisasi adalah dengan penerapan antara sistem yang ada di dalam perdagangan dan dengan teknologi dewasa ini untuk mempermudah serta mendukung transaksi *e-commerce* yang merupakan pertukaran data melalui internet di mana kedua belah pihak antara penjual dan pembeli barang dan jasa dapat melakukan transaksi.<sup>2</sup>

Teknologi merubah banyak aspek bisnis dan aktivitas pasar. Dalam bisnis perdagangan misalnya, kemajuan teknologi telah melahirkan metode transaksi yang dikenal dengan istilah *e-commerce*. Dalam hal ini *e-commerce* merupakan transaksi jual beli produk, jasa dan informasi antar mitra bisnis melalui jaringan komputer yaitu internet. Internet merupakan “*a global network of computer network*” atau jaringan komputer yang sangat besar yang terbentuk dari jaringan-jaringan kecil yang ada di seluruh dunia yang saling berhubungan satu sama lain. Salah satu fungsi internet adalah sebagai infrastuktur utama *e-commerce*.<sup>3</sup> *E-commerce* merupakan proses yang memungkinkan teknologi-teknologi berbasis situs internet yang memfasilitasi perniagaan/perdagangan. Ecommerce memfasilitasi penggunaan dan implementasi proses baru bisnis. Dengan aplikasi *e-commerce*, maka hubungan antar perusahaan dengan entitas eksternal lainnya (pemasok, distributor, rekanan, konsumen) dapat dilakukan secara lebih cepat, lebih intensif, dan lebih murah daripada aplikasi prinsip manajemen secara konvensional (*door to door, one-to-one relationship*).

Maka *e-commerce* bukanlah sekedar suatu mekanisme penjualan barang atau jasa melalui media internet, tetapi juga terhadap terjadinya sebuah transformasi bisnis yang mengubah cara pandang perusahaan dalam melakukan aktivitas usahanya.

<sup>1</sup> Budi Suihariyanto, *Tindak Pidana Teknologi Cybercrime*, (Depok: Raja Grafindo Persada, 2013), hlm.3

<sup>2</sup> Niniek Suparni, *Cyberspace Problematika dan Antisipasi Pengaturannya*, (Jakarta: 2009), hlm. 28

<sup>3</sup> Abdul Halim Barakatullah dan Teguh Prasetyo. *Bisnis E-Commerce Studi System Keamanan dan Hukum di Indonesia*. Yogyakarta hlm 14

Membangun dan mengimplementasikan sebuah sistem *e-commerce* bukanlah merupakan proses instant, namun merupakan transformasi strategi dan system bisnis yang terus berkembang sejalan dengan perkembangan perusahaan dan teknologi.

Secara umum menurut David Baum, yang dikutip oleh Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, "*E-commerce is a dynamic set of technologies, applications, and business process that link enterprises, consumers, and communities through electronic transactions and electronic exchange of goods, services, and information*". *E-commerce* merupakan satu set dinamis teknologi aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, jasa dan informasi yang dilakukan secara elektronik.<sup>4</sup> Pada dasarnya pihak-pihak dalam jual beli secara elektronik memiliki hak dan kewajiban. Penjual/pelaku usaha/merchant merupakan pihak yang menawarkan produk melalui internet, oleh karena itu, seorang penjual wajib memberikan informasi secara benar dan jujur atas produk yang ditawarkannya kepada pembeli atau konsumen. Disamping itu, penjual juga harus menawarkan produk yang diperkenankan oleh undang-undang, maksudnya barang yang ditawarkan tersebut bukan barang yang bertentangan dengan peraturan perundangundangan, tidak rusak ataupun mengandung cacat tersembunyi, sehingga barang yang ditawarkan adalah barang yang layak untuk diperjualbelikan. Untuk kementerian perdagangan sudah saatnya membuat sebuah lembaga khusus yang berfungsi untuk melakukan pengawasan dalam transaksi *e-commerce*.

Dikarenakan perkembangan yang semakin pesat lembaga ini bertujuan untuk dapat meminimalisir segala bentuk kerugian yang timbul dari bisnis *e-commerce*. Di sisi lain, seorang penjual atau pelaku usaha memiliki hak untuk mendapatkan pembayaran dari pembeli/konsumen atas harga barang yang dijualnya, juga berhak untuk mendapatkan perlindungan atas tindakan pembeli/konsumen yang beritikad tidak baik dalam melaksanakan transaksi jual beli secara elektronik ini. Seorang pembeli/ konsumen memiliki kewajiban untuk membayar harga barang yang telah dibelinya dari penjual sesuai jenis barang dan harga yang telah disepakati antara penjual dengan pembeli tersebut. Selain itu, pembeli juga wajib mengisi data identitas diri yang sebenar-benarnya dalam formulir penerimaan. Di sisi lain, pembeli/konsumen berhak mendapatkan informasi secara lengkap atas barang yang akan dibelinya dari seorang penjual, sehingga pembeli tidak dirugikan atas produk yang telah dibelinya itu. Pembeli juga berhak mendapatkan perlindungan hukum atas perbuatan penjual/pelaku usaha yang beritikad tidak baik.

#### D. Simpulan dan Saran

Dewasa ini perkembangan teknologi informasi begitu pesat. Sebut saja perkembangan telepon atau telepon seluler dan internet, keberadaannya memberikan pengaruh bagi berbagai aspek kehidupan. Baik kehidupan secara individu, sosial maupun yang terkait dengan dunia usaha atau bisnis. Selain mempermudah dan mempercepat proses

---

<sup>4</sup> Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-commerce Perspektif Islam*, Yogyakarta: Magistra Insania Press bekerjasama dengan MSI MUI, 2004, hlm. 15

komunikasi dan informasi, teknologi informasi juga dimanfaatkan dalam kegiatan usaha atau bisnis. Banyak alat komunikasi dan informasi yang digunakan dalam kegiatan dunia usaha, seperti penggunaan telepon, fax, sms, email, website dan lain-lain. Sehingga munculah istilah “e-commerce”. Ecommerce (electronic commerce) adalah proses transaksi jual beli dengan menggunakan alat elektronik, seperti telepon dan internet. Sebagai upaya mengembangkan bisnis, banyak hal yang perlu dilakukan, salah satunya adalah dengan menerapkannya sistem e-commerce. E-commerce dalam dunia usaha adalah penggunaan teknologi terkini seperti internet dalam memudahkan kegiatan-kegiatan bisnis. Melalui internet pelaku usaha dapat dengan mudah berkomunikasi dan surat menyurat melalui email, chatting, dan lain sebagainya. Dapat mempromosikan produk melalui iklan online, juga dapat memperkenalkan perusahaan dan mencari pelanggan baru melalui laman (website). Dari hasil pembahasan sebelumnya, motif pelaku usaha dalam menerapkan ecommerce adalah: Mengakses Pasar global, mempromosikan produk, membangun merk, mendekati dengan pelanggan, membantu komunikasi lebih cepat dengan pelanggan, dan dalam rangka memuaskan pelanggan. Sedangkan manfaat yang dirasakan oleh pelaku usaha ketika menerapkan ecommerce adalah: meningkatkan omzet penjualan, meningkatkan jumlah pelanggan, sebagai sarana promosi, dan dapat memperluas bisnis. Dalam menerapkan ecommerce, ada beberapa kendala yang sering dihadapi oleh para pelaku usaha, diantaranya adalah: lemahnya sumber daya manusia, mahalnya biaya, sulitnya mendapat perizinan, dan terkendala oleh hambatan jaringan.

#### **E. Biodata Penulis**

Santoso, S.H. lahir di Jakarta 17 februari 1969 bekerja sebagai anggota DPR RI dan merupakan mahasiswa program studi pascasarjana Iblam Jakara yang saat ini telah menyelesaikan penelitian dengan judul tinjauan yuridis sistem penjualan online berbasis e-commerce berdasarkan undang-undang no 7 tahun 2014 tentang perdagangan.

#### **F. Ucapan Terima Kasih**

Terima kasih kepada Orang tua dan sahabat. atas seluruh bantuan serta masukan yang diberikan dalam proses penulisan jurnal ini. Terima kasih juga kepada Tuhan YME, orang tua, adik-adik, dan sahabat-sahabat penulis yang terus memberi dukungan kepada penulis sepanjang pembuatan jurnal ini.

## Daftar Pustaka

### A. Buku

- Abdul Halim Barakatullah dan Teguh Prasetyo. *Bisnis E-Commerce Studi System Keamanan dan Hukum di Indonesia*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar. 2006
- Arfiana Novera, Sri Turatmiyah. *Analisis Hukum Mengikat Jual Beli Online (E Commerce) dalam Perspektif Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak*, Seminar Nasional, Hasil-Hasil Penelitian Ilmu Hukum. 2015.
- Haris Faulidi. *Transaksi Bisnis Ecommerce*. Yogyakarta : MagistraInsani. 2004.\
- Budi Suihariyanto, *Tindak Pidana Teknologi Cybercrime*. Depok: Raja Grafindo Persada, 2013
- Niniek Suparni, *Cyberspace Problematika dan Antisipasi Pengaturannya*, (Jakarta: 2009), hlm. 28
- Lexy Maleong. *Metode penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009
- Philipus M. Hadjon. *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*. Yogyakarta:Gajah Mada University Press. 2011.

### B. Jurnal

- Alwendi. *Penerapan e-commerce dalam meningkatkan daya saing usaha*. Jurnal Manajemen Bisnis, Vol 17 (3), 2020:317-325
- Meinarni. *Tinjauan Yuridis mengenai marketplace terkait peraturan perundang-undangan di Indonesia*. Jurnal Kajian Hukum dan Keadilan, Vol 7 (2), 2019:194-205
- Editorial. *e-commerce Meningkatkan Efisiensi*. Jurnal Hukum Bisnis, Vol 18, 2022:114-136
- Mahir Pradana. *Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce di Indonesia*. Jurnal Neo-Biz. 2015.

### C. Peraturan perundang-undangan

- Indonesia. *Undang-Undang Nomor 7 tahun 2009* tentang Perdagangan.
- Indonesia. *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999* tentang Perlindungan Konsumen.
- Indonesia *Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016* tentang Transaksi Elektronik.