

## **Wajib Daftar Usaha Bagi Pelaku Usaha *E-commerce* Menurut Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan**

**Oleh :**  
**M. Jeffri Arlinandes Chandra<sup>188</sup>**

### **Abstract**

Enterprises / business-commerce has many moldy in Indonesia, we would have seen an offline business which is then marketed e-commerce to boost sales or to be famous. business e-commerce is certainly a business that is run through the internet media. Everyone who has an internet connection and also have products to sell in e-commerce can run a business e-commerce. The target market is not limited because it can sell products anywhere both local and International. Business e-commerce in Indonesia is not specifically regulated in the Act. No ordinance, transaction requirements, requirements for the establishment, the tax to be paid and other matters that regulate this activity. However, to minimize crime in the business of e-commerce, the government has made the Law on Information and Electronic Transactions (UU ITE) No. 11 of 2008. In addition to reducing the risk of e-commerce businesses that do not provide good consumer rights, the government formulates regulations rules in order to protect the transactions made by buyers and sellers in Act No. 7 of 2014 About the trade that every business needs to have a business license (original). Interest diharuskannya register the company, that the government can prepare and establish policy in order to provide guidance, supervision and oversight of the business world at a time can be used as security for the state revenue in creating healthy business science and orderly. The government will also be easy to occasionally follow carefully the circumstances and the actual development of the business and the company, in this thesis will discuss how setting trade license e-commerce pursuant to Law No. 7 Tahun2014 on Trade, and the way law enforcement mandatory list of business for the business e-commerce.

---

<sup>188</sup> M. Jeffri Arlinandes Chandra , Dosen Fakultas Hukum Universitas Dehasen Bengkulu

## A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informatika di dunia saat ini telah berkembang sangat pesat di dunia terkhusus di Indonesia. Perkembangan tersebut memberikan kemudahan bagi manusia untuk dapat berkomunikasi secara lancar dengan keluarga maupun rekan yang jauh, tidak hanya memberikan kemudahan komunikasi akan tetapi teknologi juga memberikan kemudahan dalam aspek-aspek lainnya seperti belajar, bekerja, mendapatkan informasi berita yang aktual, berbelanja dan lain sebagainya.

Pengguna internet di Indonesia hingga saat ini telah mencapai 82 juta orang. Dengan capaian tersebut, Indonesia berada pada peringkat ke-8 di dunia. Dari jumlah pengguna internet tersebut, 80 persen di antaranya adalah remaja berusia 15-19 Tahun.

Pengguna Facebook, Indonesia di peringkat ke-4 besar dunia<sup>189</sup>. Tidak bisa dipungkiri bahwa di balik manfaat internet, juga menimbulkan banyak mudarat dan dampak yang mengkhawatirkan, mulai dari pornografi, kasus penipuan, dan kekerasan yang semua bermula dari dunia maya.

Seiring dengan meningkatnya pengguna internet dan juga pertumbuhan ekonomi di Indonesia saat ini, perkembangan bisnis di Indonesia juga ternyata mengalami kenaikan yang cukup pesat, terutama pertumbuhan bisnis *e-commerce* nya. Media sosial adalah sebuah media *e-commerce*, para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi [blog](#), [jejaring sosial](#), wiki, forum

<sup>189</sup> Kemkominfo, *Pengguna Internet di Indonesia capai 82 juta orang*, <https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3980/Kemkominfo%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+Capai+82+Juta/0/beritasatker>, diakses pada tanggal 7 September, Pukul 11.00 WIB.

dan [dunia virtual](#). Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Mengapa disebut jejaring karena kemampuannya untuk saling terhubung dengan cepat antara satu domain komunitas dengan komunitas lainnya.

Teknologi jejaring sosial maupun internet selain menghubungkan untuk saling bercengkrama juga banyak digunakan sebagai media membuka lapangan usaha sendiri. Usaha melalui *e-commerce* saat ini sangat diminati bagi kalangan wirausaha muda yang tidak memiliki banyak modal dalam ingin memulai usaha yang akan dibangunnya. Usaha tersebut bisa berupa penjualan barang tertentu yang menggunakan suatu paket pengiriman barang yang melayani seluruh pelosok daerah.

#### Usaha/bisnis-*commerce*

telah banyak berjamur di Indonesia, kitapasti sudah sering melihat sebuah bisnis *offline* yang kemudian dipasarkan secara *e-commerce* untuk meningkatkan penjualan ataupun untuk lebih terkenal. *bisnis-commerce* itu tentunya bisnis yang dijalankan melalui media internet. Setiap orang yang memiliki koneksi internet dan juga memiliki produk yang ingin dijual secara *e-commerce* bisa menjalankan bisnis *e-commerce*. Target marketnya tidak terbatas karena bisa menjual produk kemana saja baik lokal maupun Internasional.

Berdasarkan ketentuan Pasal 1 angka 2 Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), disebutkan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer,

jaringan computer dan/atau media elektronik lainnya<sup>190</sup>. Transaksi jual beli secara elektronik merupakan salah satu perwujudan ketentuan diatas. Pada transaksi elektronik ini, para pihak yang terkait didalamnya melakukan hubungan hukum yang dituangkan melalui suatu bentuk perjanjian atau kontrak yang juga dilakukan secara elektronik dan sesuai ketentuan Pasal 1 angka 17 UU ITE disebut bahwa kontrak elektronik yakni perjanjian yang dimuat dalam dokumen elektronik atau media elektronik lainnya.

Bisnis *e-commerce* yang semakin banyak digemari oleh pengguna internet baik sebagai konsumen ataupun pemilik situs bisnis *e-commerce*, akan menimbulkan banyak kecurangan. Dengan semakin banyaknya kecurangan yang akan atau telah ditimbulkan maka diperlukan

sebuah perlindungan hukum baik untuk konsumen ataupun pemilik situs jual beli *e-commerce* yang jujur.

Sistem tersebut memberi kemudahan dalam berbelanja *e-commerce* pasti juga mempunyai banyak masalah dibalikny yaitu permasalahan lokasi penjual yang terkadang tidak jelas sehingga kita sebagai pembeli menjadi ragu untuk membeli barangnya, belum lagi masalah pengiriman barang yang tidak sesuai dengan pesanan, lama pengiriman dan permasalahan-permasalahan lainnya, sehingga perlu adanya pengaturan oleh pemerintah sebagai penguasa untuk melindungi hak-hak pembeli dalam transaksi *e-commerce*.

Penipuan berkedok jual beli *e-commerce* sangat marak di Indonesia, contoh penipuan yaitu kasus yang terungkap tetapi

---

<sup>190</sup>Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 1 Angka 2.

tidak banyak karena ada beberapa hal seperti<sup>191</sup> :

1. Korban penipuan jual beli barang *e-commerce* lebih banyak tidak melaporkan kepada pihak berwajib.
2. Tidak adanya barang bukti untuk pelaku penipuan jual beli barang *e-commerce* karena tidak ada laporan dari Korban.
3. Kesulitan jika website tersebut pemiliknya berada di luar wilayah yurisdiksi Indonesia.
4. Pihak berwajib telah berhasil melacak sebuah *IP address* terduga pelaku, namun tidak semudah itu untuk mengetahui identitas dan posisi pelaku.

Bisnis *e-commerce* di

Indonesia belum secara spesifik diatur dalam Undang-Undang.

Tidak ada tata cara, persyaratan transaksi, persyaratan pendirian, pajak yang harus dibayar dan hal-hal lain yang mengatur kegiatan ini.

Namun untuk meminimalkan kejahatan dalam bisnis *e-commerce*, pemerintah telah membuat Undang-

Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (Undang-undang ITE)

Nomor 11 Tahun 2008 di dalam Undang-undang ITE terdapat dua hal penting yaitu<sup>192</sup> :

1. Pengakuan transaksi elektronik dan dokumen elektronik dalam kerangka hukum perikatan dan hukum pembuktian, sehingga kepastian hukum bisnis *e-commerce* dapat terjamin.
2. Diklasifikasikannya tindakan-tindakan yang termasuk kualifikasi pelanggaran hukum terkait penyalahgunaan Teknologi Informasi (TI), sehingga akan ada sanksi yang tegas bagi yang melanggar Undang-undang ITE tersebut.

Di dalam Undang-undang ITE ada bab dan Pasal khusus yang menciptakan suatu aturan baru di bidang transaksi elektronik yang selama ini tidak ada yakni Bab V Pasal 17 sampai dengan Pasal 22. Meskipun aturan tentang bisnis *e-commerce* tidak diatur secara khusus

<sup>191</sup> Teguh Arifiyadi, *Hukum Online*, <http://www.hukumonline.com/klinik/detail/lt4f814bf6c2a4/cara-penyidik-melacak-pelaku-penipuan-dalam-jual-beli-online>, diakses tanggal 7 September 2016 Pukul 11.00. WIB.

<sup>192</sup> Santo, Cybercrime, <https://kelompokcybercrime116b.wordpress.com/>, diakses tanggal 18 April 2016, Pukul 13.40 WIB.

dalam suatu Undang-undang keberadaan Pasal ini sangat penting untuk memberikan perlindungan dan kepastian hukum bagi pengguna bisnis *e-commerce*. Terlebih saat ini pemerintah akan memproses lahirnya Peraturan Pemerintah di bidang Transaksi Elektronik.

Indonesia sebagai negara hukum, maka harusnya dapat melindungi segenap pelaku usaha yang terlibat dalam pelaku *e-commerce* tersebut baik penjual maupun pembeli. Penjual sebagai pemilik barang yang merupakan mendapatkan keuntungan dari usaha tersebut, maka harus diperhatikan dan diawasi secara terus menerus oleh pemerintah agar dapat melindungi transaksi yang dilakukan oleh pembeli dan penjual. Dalam Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan

bahwa terdapat pada Pasal 24 yaitu<sup>193</sup> :

- 1) Pelaku usaha yang melakukan kegiatan usaha perdagangan wajib memiliki perizinan di bidang Perdagangan yang diberikan oleh Menteri.
- 2) Menteri dapat melimpahkan atau mendelegasikan pemberian perizinan kepada Pemerintah Daerah atau instansi teknis tertentu.
- 3) Menteri dapat memberikan pengecualian terhadap kewajiban memiliki perizinan di bidang Perdagangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1).
- 4) Ketentuan lebih lanjut mengenai perizinan di bidang perdagangan sebagaimana pada ayat (1) dan pengecualiannya sebagaimana dimaksud pada ayat (3) diatur dengan Peraturan Menteri.

Tujuan diharuskannya mendaftarkan perusahaan, bahwa pemerintah dapat menyusun dan menetapkan kebijaksanaan dalam rangka memberikan bimbingan, pembinaan dan pengawasan atas

<sup>193</sup>Pasal 24 Ayat 1-4 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan.

dunia usaha sekaligus dapat dipergunakan sebagai pengaman pendapatan negara dalam menciptakan ilmu usaha yang sehat dan tertib. Pemerintah juga akan mudah untuk sewaktu-waktu mengikuti secara seksama keadaan dan perkembangan yang sebenarnya tentang dunia usaha dan perusahaan<sup>194</sup>.

Keberadaan daftar perusahaan bagi dunia usaha begitu penting dalam hal untuk mencegah dan menghindari praktek-praktek usaha yang tidak jujur, seperti: persaingan curang, penyelundupan. Bagi pengusaha sendiri, pendaftaran perusahaan ini akan lebih dianggap sebagai kebutuhan dan bukan sebagai kewajiban semata-mata. Untuk itu kesadaran bagi para pengusaha sangat diperlukan untuk mendaftarkan perusahaannya sehingga perusahaan tersebut akan

mendapat kepercayaan dari masyarakat dan akan tercapai suatu kepastian berusaha.<sup>195</sup>

Untuk memperluas pandangan mengenai adanya kesempatan berusaha bagi dunia usaha maka pemerintah telah dikeluarkan sebuah undang-undang yang mewajibkan pendaftaran bagi setiap perusahaan, sehingga kegiatan dunia usaha akan lebih berkembang dan sekaligus akan merangsang pertumbuhan dunia usaha pada khususnya dan perekonomian pada umumnya. Undang-undang tersebut adalah Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Daftar perusahaan merupakan sumber informasi remis mengenai identitas, status, solvabilitas, bonafiditas dan lain-lain faktor penting suatu perusahaan tertentu. Informasi semacam itu adalah sangat penting

---

<sup>194</sup>Undang-undang Nomor 3 tahun 1982, Penjelasan Umum.

---

<sup>195</sup>*Ibid*

bagi setiap perusahaan yang akan mengadakan suatu transaksi dengan perusahaan lain agar tidak terperosok ke dalam perangkat perusahaan yang kurang bonafit dan termasuk dalam jurang kerugian yang tidak mudah diperbaiki.<sup>196</sup>

Berdasarkan Pasal 24 ayat (1) Undang-undang tentang Perdagangan bahwa usaha perdagangan wajib didaftarkan oleh pelaku usaha tersebut. Dasar hukum pendaftaran izin usaha tersebut terdapat dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 36/M-DAG/PER/9/2007 tentang Penerbitan Surat Izin Perdagangan, walaupun Peraturan Menteri tersebut belum mengacu kepada Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan akan tetapi masih terus digunakan selama

tidak bertentangan dengan Undang-undang tersebut. Dalam Pasal 1 angka 2 yaitu disebutkan bahwa<sup>197</sup>:

*“Perusahaan perdagangan adalah setiap bentuk usaha yang menjalankan kegiatan usaha di sektor perdagangan yang bersifat tetap, berkelanjutan, didirikan, bekerja dan berkedudukan dalam wilayah negara Republik Indonesia, untuk tujuan memperoleh keuntungan dan atau laba”*

Sedangkan pada

Pasal 1 angka 4 bahwa<sup>198</sup>

:

*‘Surat Izin Usaha Perdagangan yang selanjutnya disebut SIUP adalah surat izin untuk dapat melaksanakan kegiatan usaha perdagangan, yang selanjutnya disebut SIUP.’*

Dalam Peraturan Menteri tersebut juga dijelaskan mengenai definisi dari pelaku usaha yang terdapat dalam Pasal 2 ayat (1) dan (2) yaitu<sup>199</sup> :

<sup>196</sup>

H.M.N. PURWOSUTJIPTO, Pengertian Pokok Hukum Dagang Indonesia Jilid I. Pengetahuan Dasar Hukum Dagang, Penerbit Djambatan, Jakarta, 1990. hal 70.

<sup>197</sup> Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 36/M-DAG/PER/9/2007 Tentang Penerbitan Surat Izin Perdagangan, Pasal 1 Angka 2.

<sup>198</sup> *Ibid*, Pasal 1 Angka 4.

<sup>199</sup> *Ibid*, 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;

Di Pasal 4 ayat (1), (2), (3) dijelaskan juga mengenai pengecualian terhadap pelaku usaha dengan kriteria sebagai berikut :

1) Kewajiban memiliki SIUP sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) dikecualikan terhadap :

- a. Kantor cabang perusahaan atau kantor perwakilan perusahaan;
- b. Perusahaan kecil perorangan yang tidak berbentuk badan hukum atau persekutuan, yang diurus, dijalankan atau dikelola sendiri oleh pemiliknya atau anggota keluarga/kerabat terdekat;

c. Pedagang keliling, pedagang asongan, pedagang pinggir jalan atau pedagang kaki lima.

2) Perusahaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b dan huruf c dapat diberikan SIUP apabila dikehendaki yang bersangkutan.

Maka dapat ditarik kesimpulan, bahwa setiap usaha perdagangan baik yang dikelola secara pribadi/sendiri maupun melalui badan hukum/ perusahaan bahwa seharusnya didaftarkan melalui Menteri Perdagangan atau Pemerintah Daerah yang ditunjuk oleh Menteri Perdagangan, walaupun adanya pengecualian terhadap SIUP tersebut akan tetapi tetap diwajibkan untuk didaftarkan sehingga adanya pengaturan kegiatan perdagangan yang jelas oleh Pemerintah. Masalah akan timbul ketika pengusaha e-

*commerce* tidak mendaftarkan usaha perdagangannya ke pemerintah sehingga ilegal secara hukum. Ilegalnya usaha perdagangan tersebut akan berdampak pada perlindungan konsumen (pembeli) ketika usaha tersebut tidak terdaftar sehingga berpeluang besar terjadinya penipuan dan lain sebagainya.

Selain itu pengecualian pengusaha yang tidak diwajibkan mempunyai SIUP berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 36/M-DAG/PER/9/2007 Tentang Penerbitan Surat Izin Perdagangan tersebut bertentangan dengan Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan pada Pasal 24 ayat (1) yang menyebutkan kewajiban pendaftaran usaha perdagangan bagi pelaku usaha, baik usaha berskala besar maupun pengusaha yang berskala kecil dan menengah.

Dari uraian berbagai permasalahan tersebut maka penulis tertarik untuk menulis dan mengangkat judul mengenai **“Wajib Daftar Usaha Bagi Pelaku Usaha *E-commerce* Menurut Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan”**.

## B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaturan izin usaha perdagangan *e-commerce* menurut Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan?
2. Bagaimana cara penegakan hukum wajib daftar usaha bagi pelaku usaha *e-commerce*?

## C. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian yuridis normatif. Penelitian ini tidak hanya menggunakan pendekatan yuridis normatif, tetapi juga menggunakan pendekatan Peraturan Perundang-

undangan (*Statute Approce*)<sup>200</sup>, pendekatan historis karena akan dilihat dari dasar pembentukan Peraturan Perundang-undangan yang dibentuk dan pendekatan komperatif karena akan dilihat mengenai permasalahan perizinan yang terdapat di daerah yang bersangkutan.

#### D. Pembahasan

### 1. Klasifikasi Perdagangan

#### melalui *E-Commerce*

Dalam dunia modern, istilah Perdagangan ini kemudian berkembang menjadi Bisnis. Perubahan istilah ini terjadi karena adanya pergeseran ruang lingkup kegiatan jual-beli yang semakin luas. Hal ini terbukti dengan banyaknya bentuk kegiatan bisnis sebagai persaingan hasil kreasi dari manusia guna memperoleh uang.

Menurut *Merriam Webster*

<sup>200</sup> Peter Mahmud Marzuki, 2005. *Penelitian Hukum Edisi Revisi*, Jakarta, Kencana Prenadamedia Group, hlm 136.

*Dictionary*, bisnis diartikan sebagai suatu aktivitas pembuatan, pembelian atau penjualan barang dan jasa yang kemudian dipertukarkan dengan uang, kerja atau aktivitas yang merupakan bagian dari pekerjaan.<sup>201</sup>

Aktivitas pembuatan, pembelian atau penjualan barang ini menurut cara penjualan suatu barang ada 2 (dua) macam yaitu:<sup>202</sup>

1. Perdagangan barang/jasa dengan sistem penjualan langsung (*direct delling*). Jenis perdagangan ini adalah aktivitas perdagangan yang secara langsung tanpa melalui perantara. Hubungan yang terjalin adalah langsung dari produsen dengan konsumen.
2. Perdagangan barang/jasa dengan sistem penjualan tidak langsung (*indirect selling*). Jenis

<sup>201</sup> *Merriam Webster Inc, Merriam Webster Dictionary* (Springfield: Merriam-Webster, 1997), hlm. 158.

<sup>202</sup> Pengertian *Direct Selling*, MLM, dan Jenis-Jenisnya, [http:// infobisniswaralaba.blogspot.com/2012/10/pengertian-direct-selling-mlm-dan-jenis.html? m=1](http://infobisniswaralaba.blogspot.com/2012/10/pengertian-direct-selling-mlm-dan-jenis.html?m=1), diakses tanggal 15

perdagangan ini adalah aktivitas perdagangan yang dilakukan dengan perantara. Perantara yang dimaksud ini seperti aktivitas menitipkan barang ke pengecer atau penunjukkan distributor untuk pendistribusian dan penjualan barang tersebut. Jadi, hubungan yang terjalin disini adalah produsen dengan perantara lalu perantara dengan konsumen.

Jenis perdagangan dengan sistem penjualan langsung dikenal memiliki tiga macam yaitu :<sup>203</sup>

- 1) *One of One*, dalam sistem ini seorang penjual yang merupakan agen/ anggota/ kontraktor yang mandiri atau lepas, menarik konsumen yang berpotensi di area khusus berdasarkan pendekatan orang ke orang. Mereka menawarkan produk, serta mendapat komisi atau basis lain. Cara ini sering diterapkan oleh para agen asuransi, broker, agen properti, dan lain-lain.
- 2) *Party Plan*, dalam metode ini seorang penjual bertugas mencari atau menjadi tuan rumah yang

mengundang sekelompok orang di rumahnya dalam rangka *sales party* untuk mendemonstrasikan produk. Model ini sering digunakan oleh distributor peralatan rumah tangga, kosmetika, minuman kesehatan, dan lain-lain.

- 3) *Multi Level Marketing* (MLM), dalam sistem penjualan ini produk yang diperjualbelikan berada di tangan agen/ distributor mandiri yang ditunjuk. Agen ini kemudian dibayar dalam bentuk komisi, diskon, bonus dan *reward* lainnya, berdasarkan jumlah penjualan dan kemampuannya merekrut agen.

Berbeda dengan sistem penjualan tidak langsung/Belanja *online* adalah proses dimana konsumen membeli produk atau jasa di internet (<http://en.wikipedia.org/>). Belanja *online* juga disebut dengan istilah perdagangan elektronik (*Electronic commerce* atau *e-commerce*) adalah penyebaran, pembelian, penjualan,

<sup>203</sup>*Ibid*

pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, www, atau jaringan komputer lainnya. *E-commerce* dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis<sup>204</sup>, kemudian pengertian dari pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum, yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama, melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi<sup>205</sup>.

<sup>204</sup>[https://id.wikipedia.org/wiki/Perdagangan\\_elektronik](https://id.wikipedia.org/wiki/Perdagangan_elektronik), Diakses Tanggal 11 Oktober 2016, Pukul 22.41 WIB.

<sup>205</sup>Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan sistem dan

Pengertian *Electronic Commerce (EC)* juga dapat didefinisikan konsep baru yang bisa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada *World Wide Web* mendefinisikan belanja *online sebagai* proses jual beli produk, jasa dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet.<sup>206</sup>

Di Indonesia fenomena *e-commerce* sudah dikenal sejak tahun 1996 dengan munculnya situs <http://sanur.com> sebagai toko buku *on-line* pertama<sup>207</sup>, meskipun tidak begitu populer. Kemudian mulailah bermunculan berbagai situs yang melakukan transaksi *e-commerce*. Namun sepanjang tahun 1997-1998 eksistensi *e-commerce* di Indonesia sedikit

---

transaksi elektronik, Pasal 1 tentang ketentuan umum.

<sup>206</sup> Suyanto, M. 2003. *E – commerce Perusahaan Top Dunia*. Andi. Yogyakarta, Halaman 11.

<sup>207</sup> Hendrawan, Mengenal Hukum, [www.mengenalhukum.com](http://www.mengenalhukum.com), 12 Oktober 2016, Pukul 12.32 WIB.

terabaikan karena krisis ekonomi. Namun mulai tahun 1999 sampai 2006 transaksi *e-commerce* kembali menjadi fenomena yang menarik perhatian meskipun masih terbatas pada minoritas masyarakat Indonesia yang mengenal teknologi.

Transaksi *e-commerce* berbeda dengan transaksi perniagaan konvensional yang diatur dalam KUH Perdata yang bersifat langsung (*face to face*), sebab transaksi *e-commerce* berlangsung di dunia maya (*cyberspace*), tidak mempertemukan secara langsung pembeli dengan penjual serta barang yang ditawarkan (*faceless nature*). hal ini akan mendatangkan kerugian bagi pihak konsumen karena konsumen tidak mengetahui secara langsung kualitas produk yang ditawarkan. Di samping itu, ada kendala dalam

hal sistem pembayarannya dan kendala mengenai ketidaktepatan pengiriman produk.

Industri teknologi informasi melihat kegiatan *e-commerce* ini sebagai aplikasi dan penerapan dari e-bisnis(*e-business*) yang berkaitan dengan transaksi komersial, seperti: transfer dana secara elektronik, SCM (*supply chain management*), pemasaran elektronik (*e-marketing*), atau pemasaran online (*online marketing*), pemrosesan transaksi online (*online transaction processing*), pertukaran data elektronik(*electronic data interchange /EDI*), dll.

Menurut Cowles *et al.*, ada tiga elemen berbeda yang ditemui di *e-commerce* yaitu:<sup>208</sup>

- a. Vendor yakni organisasi atau orang yang menjual barang atau jasa secara elektronik. Mereka

---

<sup>208</sup>*Ibid.*

- disebut *electronic vendor* atau *e-vendor*.
- b. Konsumen yang menggunakan jasa elektronik untuk mencari informasi, memesan jasa atau membeli produk.
  - c. Teknologi berupa perangkat keras (komputer, internet, telepon seluler), perangkat lunak yang dapat digunakan untuk bertransaksi.

Tidak hanya itu kelebihan dari perdagangan melalui *Electronic Commerce (EC)* mempunyai keunggulan interaksi antara pedagang dan pembeli melalui suatu aplikasi atau media website atau lainnya yang memberikan suatu pengalaman yang berbeda dalam melakukan transaksi berbelanja. Karakteristik suatu website dalam suatu toko online dapat diukur menjadi 5 dimensi :<sup>209</sup>

---

<sup>209</sup> Rahadi, Dedi Rianto, *Pengaruh Karakteristik Website Terhadap Kepuasan Pelanggan*, 2013, Universitas Bina Darma Palembang, halaman 2.

#### a. Melalui Kenyamanan belanja

Dalam berbelanja melalui media *online*, konsumen mengharapkan bahwa proses pembelian atau pembelian akan memperoleh kemudahan. Kemudahan tersebut akan menyebabkan konsumen merasa nyaman dengan penggunaan suatu situs atau *web* dari toko *online* tertentu. Kenyamanan berbelanja dapat diukur dengan indikator berikut:

- 1) Merasa nyaman saat berbelanja di bisnis *online*.  
Dalam berbelanja, konsumen berharap dapat berbelanja dengan caranya sendiri. Dengan berbelanja melalui media *online*, konsumen dapat memilih produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya tanpa harus terbatas oleh waktu.

- 2) Dapat menghemat waktu dengan berbelanja melalui media *online*. Konsumen dewasa ini memiliki aktivitas yang tinggi. Kondisi ini menyebabkan konsumen tidak memiliki banyak waktu luang untuk berbelanja. Dengan berbelanja secara *online*, konsumen dapat melakukan penghematan waktu.
- 3) Bisnis *online* memiliki prosedur pemesanan yang mudah. Untuk meningkatkan kenyamanan konsumen dalam berbelanja, pihak manajemen harus menciptakan prosedur pemesanan atau pembelian yang mudah.
- 4) Berbelanja di bisnis *online* tidak memerlukan banyak bantuan dari orang lain atau perusahaan. Tata cara pemesanan produk yang detail dan mudah untuk dipahami menyebabkan konsumen merasa nyaman karena tidak mengalami kesulitan dalam memesan atau membeli produk hingga konsumen tidak membutuhkan petunjuk dari orang lain atau perusahaan yang bersangkutan.
- 5) Cara mengakses *website* bisnis *online* mudah untuk dipelajari. Kemudahan untuk mencari atau mengakses suatu situs memberikan suatu kenyamanan bagi konsumen khususnya untuk mencari produk yang dibutuhkan. Oleh sebab itu, penting bagi sebuah bisnis *online* untuk mudah diakses konsumen.
- 6) Sistem yang digunakan pada bisnis *online* sederhana.

Sistem pemesanan dan transaksi pembelian yang mudah dan sederhana memberikan kontribusi pada kenyamanan konsumen berbelanja di bisnis *online*.

- 7) Dapat membeli produk secara eceran di bisnis *online*. Ketersediaan suatu bisnis *online* untuk melayani konsumen yang membeli suatu produk dalam jumlah yang sedikit (kecil) akan membuat konsumen merasa nyaman berbelanja pada suatu bisnis *online*.

#### b. Desain situs

Situs dengan desain yang menarik akan lebih disukai konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan harus mampu mendesain *website* perusahaan dengan lebih menarik. Desain

situs dapat diukur dengan indikator berikut:

- 1) Desain *website* bisnis *online* menarik secara visual. Salah satu daya tarik suatu *website* adalah tingkat kemenarikan secara visual. Semakin menarik suatu *website* akan semakin tinggi kemungkinannya untuk dikunjungi konsumen.
- 2) Bisnis *online* memiliki banyak pilihan produk yang dijual. Konsumen mengharapkan dapat membeli berbagai macam kebutuhannya dari sebuah toko termasuk toko yang ada dalam bisnis *online*. Hal ini menunjukkan bahwa, suatu toko *online* yang memiliki banyak produk yang dijual akan

- semakin diminati konsumen.
- 3) *Website* dari bisnis *online* memiliki penampilan yang profesional. Salah satu bentuk kepercayaan konsumen pada bisnis *online* jika bisnis *online* tersebut memiliki penampilan yang profesional karena akan memberikan *image* positif bagi konsumen terhadap suatu bisnis *online*.
- 4) Cepat dan mudah dalam transaksi di bisnis *online*. Salah satu persyaratan transaksi pembelian dewasa ini adalah cepat dan mudah. Kemudahan dan kecepatan transaksi pembelian di suatu bisnis *online* akan memberikan kontribusi pada tingginya minat konsumen untuk berbelanja pada suatu bisnis *online*.
- 5) Desain *website* bisnis *online* mudah untuk dipahami. Desain suatu *website* bisnis *online* harus mudah untuk dipahami yaitu memiliki tampilan visual yang menggambarkan produk atau jasa layanan yang dijual. Semakin mudah suatu *website* untuk dipahami konsumen akan memberikan kontribusi pada kepuasan dan kepercayaan konsumen pada suatu bisnis *online*.
- 6) Bisnis *online* menampilkan produk dengan jelas. Minat konsumen untuk membeli suatu produk akan semakin besar jika dapat melihat tampilan visual dari produk yang dijual. Hal ini

menunjukkan bahwa kemampuan suatu bisnis *online* untuk menampilkan produk dengan jelas akan memberikan kontribusi pada pengambilan keputusan pembelian konsumen.

- 7) Bisnis *online* memiliki desain *website* yang konsisten. Perubahan desain suatu situs/*website* merupakan suatu hal yang wajar. Namun perlu dipahami bahwa perubahan suatu desain *website* yang ekstrem akan membingungkan konsumen.

### c. Informatif

Informasi yang disajikan dalam suatu *website* harus mampu memberikan informasi secara detail tentang produk yang dijual, cara pemakaian,

dan lain sebagainya. Dimensi informatif dapat diukur dengan indikator berikut:

- 1) Bisnis *online* menyediakan informasi yang banyak. Semakin banyak informasi mengenai produk yang dijual oleh suatu bisnis *online* akan memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mengetahui karakteristik dari produk yang dijual.
- 2) Bisnis *online* menyediakan informasi yang akurat. Konsumen mengharapkan dapat memperoleh informasi yang akurat dari suatu produk yang dijual oleh suatu bisnis *online* sebelum mengambil keputusan pembelian mereka.
- 3) Bisnis *online* menyediakan beragam informasi

(pembayaran, pengiriman).

Cara pembayaran dan pengiriman barang merupakan salah satu faktor penting yang memberikan kontribusi pada pengambilan keputusan pembelian konsumen.

- 4) Bisnis *online* menyediakan informasi dengan baik. Suatu bisnis *online* yang baik harus mampu menyediakan informasi mengenai segala macam hal (produk, harga, cara pembayaran, pengiriman, dll) dengan lengkap.
- 5) Bisnis *online* menyediakan informasi yang bermanfaat. Informasi yang disediakan pihak manajemen bisnis *online* dilakukan dengan tujuan untuk memberikan

manfaat lebih bagi calon konsumen.

#### **d. Keamanan**

Pada saat melakukan pembelian melalui media *online*, ada beberapa data konsumen yang diketahui oleh penjual. Oleh sebab itu, penjual diharuskan dapat menjaga kerahasiaan identitas pembeli. Selain itu, pihak penjual juga harus memberikan jaminan bahwa transaksi pembelian berlangsung secara aman. Dimensi keamanan dapat diukur dengan indikator berikut:

- 1) Merasa aman dalam transaksi dengan bisnis *online*. Dewasa ini banyak perusahaan yang melanggar etika dalam berbisnis. Konsumen lebih mengutamakan berbisnis dengan bisnis *online* yang

- mampu menjamin keamanan transaksi.
- 2) Bisnis *online* menjaga privasi konsumen dalam transaksi. Banyak informasi pribadi konsumen yang dapat diakses melalui media *online*. Suatu bisnis harus dapat menjaga privasi konsumen.
- 3) Bisnis *online* tidak menyalahgunakan informasi pribadi konsumen. Bisnis yang beretika adalah kemampuan salah satu pihak (bisnis *online*) untuk tidak menyalahgunakan informasi konsumen.
- 4) Bisnis *online* tidak memberikan informasi konsumen ke situs lain tanpa izin. Kecanggihan teknologi informasi menyebabkan tingginya penyebaran informasi data diri konsumen di dunia maya. Suatu bisnis *online* tidak dapat sewenang-wenang menyebarkan informasi konsumen ke situs yang lainnya.
- 5) Bisnis *online* mencegah kebocoran informasi kartu kredit pelanggan. Transaksi dalam bisnis *online* biasanya dilakukan dengan menggunakan kartu kredit. Pihak manajemen bisnis *online* harus dapat mencegah kebocoran informasi kartu kredit konsumen.
- 6) Bisnis *online* ini mencegah kebocoran *e-mail* pelanggan. Pihak pemasar harus menjaga kerahasiaan konsumen salah satunya adalah tidak memberikan

informasi alamat *e-mail* konsumen pada pihak lain.

- 7) Bisnis *online* menjaga keakurasian transaksi pembayaran. Tagihan yang harus dibayar konsumen harus sesuai dengan produk yang dibelinya. Oleh sebab itu, keakuratan transaksi pembayaran merupakan salah satu syarat mutlak untuk dipenuhi.

**e. Komunikasi**

Dalam proses pembelian, konsumen terkadang membutuhkan informasi secara langsung dengan penjual. Berdasarkan hal tersebut maka alamat atau nomor telepon penjual sebaiknya mudah untuk dihubungi. Dimensi komunikasi dapat diukur dengan indikator berikut:

- 1) Konsumen bebas untuk berbicara tentang ide atau

keluhan dengan bisnis *online*. Masukan dari konsumen pada dasarnya merupakan salah satu cara untuk membangun perusahaan menjadi lebih baik. Berdasarkan hal tersebut maka penting bagi pihak manajemen bisnis *online* untuk mau menerima ide atau masukan dari konsumen.

- 2) Bisnis *online* memiliki sistem FAQ yang baik. Konsumen mengharapkan memperoleh jawaban atas pertanyaan mereka pada suatu bisnis *online*. Semakin banyak frekuensi jawaban dari pihak manajemen bisnis *online* semakin baik kualitas komunikasi yang dijalin dengan konsumen.

- 3) Pelanggan aktif dapat meninjau produk yang dijual di bisnis *online*. Suatu bisnis *online* yang baik harus mampu memberikan atau menyampaikan produk-produk baru yang dijualnya. Hal ini akan menjadi efektif saat konsumen juga rajin melihat produk-produk yang ditawarkan.
- 4) Bisnis *online* memberikan kebebasan bertukar pendapat antara pelanggan. Dalam bisnis *online*, konsumen dapat pula berinteraksi dengan konsumen lain. Kemudahan konsumen untuk berinteraksi dengan konsumen lain akan memberikan kontribusi pada kepercayaan

konsumen pada suatu bisnis *online*.

- 5) Bisnis *online* menyediakan *e-mail* dan alamat perusahaan dengan jelas. Untuk menyampaikan keluhan maupun saran pihak manajemen bisnis *online* sebaiknya memberikan sarana seperti alamat *e-mail* dan alamat perusahaan yang jelas.

Kemudian Secara umum *e-commerce* dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis, yaitu<sup>210</sup>:

1. *Business to Business (B2B)* adalah sistem komunikasi bisnis on-line antar pelaku bisnis,. *E-commerce* penjual dan pembelinya adalah organisasi/perusahaan pada umumnya transaksi

<sup>210</sup><http://ejournal.umm.ac.id/index.php/legality/article/view/278/291>, diakses tanggal 13 Oktober 2016, Pukul 10.12 WIB.

dilakukan oleh para trading partners yang sudah saling kenal dengan format data yang telah disepakati bersama.

2. *Business to Consumer*

(*B2C*) *B2C* dapat diartikan sebagai jenis perdagangan elektronik di mana ada sebuah perusahaan (*business*) yang melakukan penjualan langsung barang-barangnya kepada pembeli (*consumer*). Contoh perusahaan kelas dunia yang telah menerapkan *B2C* adalah Amazon.com *E-commerce* yang penjualnya adalah perusahaan, dan pembelinya adalah perorangan merupakan mekanisme toko *on-line* (*electronic shoppingmall*), yaitu transaksi antara *e-*

*merchant* dengan *e-customer* dan sifatnya terbuka untuk publik, sehingga setiap individu dapat mengaksesnya melalui suatu *web server*.

3. *Consumer-to-*

*Consumer*(*C2C*): *E-commerce* dimana seorang menjual produk atau jasa ke orang lain, Merupakan sistem komunikasi dan transaksi bisnis antar konsumen untuk memenuhi kebutuhan tertentu pada saat tertentu. Contoh yang telah menerapkan *C2C* adalah

<http://www.bidhere.com/>,

<http://www.ebay.com/>,

<http://www.munyie.com/>.

4. *Consumer-To-Business*

(*C2B*): Merupakan perseorangan yang menjual produk atau jasa kepada

suatu perusahaan/organisasi.

Perseorangan yang mencari penjual, saling berinteraksi dan menyepakati suatu transaksi. contohnya:

<http://www.priceline.com>

5. *Collaborative Commerce*

(*C Commerce*): Dalam *C Commerce*, partner bisnis saling bekerjasama secara elektronik. kerjasama ini biasanya terjadi sepanjang rantai produksi suatu barang atau jasa, misalnya produsen dengan distributornya.

6. *Intra Business Commerce*:

Penggunaan *E Commerce* dalam lingkup internal perusahaan atau organisasi untuk meningkatkan kinerja dan operasi.

7. *Government to Citizens*

(G2C): Pelayanan

pemerintah terhadap warga negaranya melalui teknologi *E Commerce*, selain itu. dapat digunakan untuk kerjasama antara pemerintah dengan pemerintah lain atau dengan perusahaan. Contoh : layanan KTP dan SIM.

8. *Mobile Commerce: Mobile*

*Commerce* memungkinkan penggunaan *E Commerce* tanpa kabel, seperti mengakses internet melalui handphone, PDA, dll. Pada dasarnya, *M-Commerce* ini merupakan gabungan dari *e-commerce* dan *mobile computing*. Karena itu, bisa dikatakan bahwa *M-Commerce* adalah *E-Commerce* yang berada dalam lingkungan nirkabel. Contoh : layanan *mobile banking*.

Dari kegiatan diatas maka dapat ditarik menjadi 4 kelompok besar dalam Kegiatan *E-Commerce* dibagi berbagai macam bentuk sesuai dengan Undang-undang Perpajakan (Surat edaran Dirjen Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 Tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi *E-Commerce*, berdasarkan ketentuan tersebut maka pelaku usaha *E-Commerce* diklasifikasikan ke dalam 4 (empat) kegiatan besar, antara lain<sup>211</sup>:

### 1. *Online Marketplace*

*Online marketplace* atau biasa disebut marketplace adalah kegiatan menyediakan tempat kegiatan usaha

berupa Toko Internet atau *Mal Internet* sebagai tempat *online Market place Merchant* menjual barang atau jasa. Adapun pihak-pihak yang terlibat adalah penyelenggara, merchant (penjual), dan pembeli.

### 2. *Classified Ads*

*Classified Ads* adalah kegiatan menyediakan tempat dan/atau waktu untuk memajang content barang dan atau jasa bagi pengiklan untuk memasang iklan yang ditujukan kepada pengguna iklan melalui situs yang disediakan oleh penyelenggara

<sup>211</sup>Surat Edaran Dirjen Pajak No 62/PJ/2013 Tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi *E-Commerce*.

*classified Ads.*

Adapun pihak-pihak yang terlibat adalah penyelenggara, *merchant* (penjual), dan pembeli.

### 3. *Daily Deals*

*Daily deals* adalah kegiatan menyediakan tempat kegiatan usaha berupa situs *Daily Deals* sebagai tempat *Daily Deals Merchant* menjual barang atau jasa kepada pembeli dengan menggunakan voucher sebagai alat pembayaran. Adapun pihak-pihak yang terlibat adalah penyelenggara, *merchant* (penjual), dan pembeli.

### 4. *Online Retail*

*Online retail* adalah kegiatan menjual barang dan/atau jasa yang diselenggarakan oleh penyelenggara kepada pembeli di situs online retail. Adapun pihak-pihak yang terlibat adalah penyelenggara sekaligus *merchant* (penjual) dan pembeli.

## 2. **Pengaturan izin usaha perdagangan *e-commerce* menurut Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan**

Pengaturan izin perdagangan *e-commerce* mencakup beberapa kebijakan peraturan perundang-undangan

antara lain yaitu Undang-undang perdagangan, undang-undang informasi teknologi dan komunikasi (ITE) dan undang-undang tentang perlindungan konsumen. Dalam Undang-undang perlindungan konsumen bahwa hak-hak konsumen dan pelaku usaha telah diatur di dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 (yang selanjutnya disebut UUPK 1999). Tetapi, UUPK 1999 yang berlaku sejak April 1999 itu hanya mengatur hak dan kewajiban konsumen yang masih terbatas pada perdagangan yang dilakukan secara konvensional. Sedangkan mengenai hak dan kewajiban konsumen dalam transaksi *on-line* belum secara tegas diatur dalam undang-undang tersebut.

Keterbatasan UUPK tersebut kemudian disempurnakan dengan adanya

Undang-undang tentang Informasi, Teknologi dan Komunikasi (ITE) dan Undang-undang tentang perdagangan. Ketentuan Undang-undang tersebut memberikan keleluasaan bagi pemerintah untuk melaksanakan pengawasan dengan jalan melakukan/mewajibkan diadakannya suatu pendaftaran terhadap segala kegiatan yang menyangkut kepentingan umum di dalam lalu lintas elektronik tersebut, termasuk pendaftaran atas usaha-usaha elektronik (*e-business*) yang berupa *virtual shops* ataupun *virtual services* lainnya.

Ketentuan-ketentuan tersebut terlihat dalam Undang-undang perdagangan yang termaktup dalam Pasal 24 yaitu mewajibkan bagi Pelaku Usaha yang melakukan kegiatan usaha

Perdagangan wajib memiliki perizinan di bidang Perdagangan. Sesuai dengan Pasal diatas bahwa setiap kelompok usaha maupun individu yang melakukan kegiatan usaha diwajibkan untuk mendaftarkan kegiatan perdagangannya. Berdasarkan Undang-undang Perdagangan terdapat beberapa ruang lingkup kegiatan perdagangan yang diatur dalam Pasal 4 ayat (1) dan (2) Undang-undang Perdagangan antara lain yaitu :

- a) Perdagangan Dalam Negeri;
- b) Perdagangan Luar Negeri;
- c) Perdagangan Perbatasan;
- d) Standardisasi;
- e) Perdagangan melalui Sistem Elektronik;
- f) Perlindungan dan pengamanan Perdagangan;
- g) Pemberdayaan koperasi serta usaha mikro, kecil, dan menengah;
- h) Pengembangan Ekspor;
- i) Kerja Sama Perdagangan Internasional;

- j) Sistem Informasi Perdagangan;
- k) Tugas dan wewenang Pemerintah di bidang Perdagangan;
- l) Komite Perdagangan Nasional
- m) Pengawasan; dan
- n) Penyidikan.

Kemudian tidak hanya perdagangan yang diatur akan tetapi mengenai jasa yang dapat diperdagangkan harus memiliki izin sesuai dengan Pasal 4 ayat (2) yaitu :

- a) Jasa bisnis;
- b) Jasa distribusi;
- c) Jasa komunikasi;
- d) Jasa pendidikan;
- e) Jasa lingkungan hidup;
- f) Jasa keuangan;
- g) Jasa konstruksi dan teknik terkait;
- h) Jasa kesehatan dan sosial;
- i) Jasa rekreasi, kebudayaan, dan olahraga;
- j) Jasa pariwisata;
- k) Jasa transportasi; dan
- l) Jasa lainnya

Kegiatan perdagangan dan kegiatan jasa yang diperdagangkan tersebut harus mempunyai izin kegiatan usaha yang diberikan oleh Menteri, kemudian menteri dapat

melimpahkan pemberian perizinan kepada Pemerintah Daerah atau instansi teknis tertentu, dalam wajib izin perdagangan diberikan ruang untuk terdapat suatu kegiatan usaha yang dikecualikan untuk tidak memiliki izin usaha sesuai dengan peraturan menteri perdagangan nomor 36/M-DAG/PER/9/2007 Jo Peraturan menteri perdagangan nomor 39/M-DAG/PER/12/2011 tentang Penerbitan surat izin usaha perdagangan ( SIUP ) yang terdapat pada Pasal 4 yaitu :

- a) Kantor Cabang Perusahaan atau Kantor Perwakilan Perusahaan;
- b) Perusahaan Kecil perorangan yang tidak berbentuk Badan Hukum atau Persekutuan, yang diurus, dijalankan atau dikelola sendiri oleh pemiliknya atau anggota keluarga/kerabat terdekat;
- c) Pedagang Keliling, Pedagang Asongan,

Pedagang Pinggir Jalan atau Pedagang Kaki Lima.

Kegiatan usaha diatas tidak diwajibkan untuk didaftarkan ke pejabat pemberi izin usaha, kegiatan usaha tersebut dapat diberikan izin bila pelaku usaha tersebut mengajukan pembuatan izin usahanya. Adapun klasifikasi surat izin usaha dibagi menjadi 3 bagian sesuai dengan aset dan modal yang dimiliki oleh pelaku usaha tersebut menurut Pasal 3 PERMENDAG antara lain :

- a) SIUP Kecil wajib dimiliki oleh Perusahaan Perdagangan dengan modal dan kekayaan bersih (*netto*) seluruhnya sampai dengan Rp.200.000.000.- (dua ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b) (2) SIUP Menengah wajib dimiliki oleh Perusahaan Perdagangan dengan modal dan kekayaan bersih (*netto*) seluruhnya di atas Rp.200.000.000.- (dua ratus juta rupiah)

sampai dengan Rp.500.000.000,- (lima ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

- c) SIUP Besar wajib dimiliki oleh Perusahaan Perdagangan dengan modal dan kekayaan bersih (*netto*) seluruhnya di atas Rp.500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Dalam Undang-undang Tentang Perdagangan bahwa perdagangan *e-commerce* tentunya harus memiliki izin usaha agar dapat dipertanggungjawabkan secara hukum mengenai kegiatan perdagangan yang dilakukan bila terjadi suatu pelanggaran/kegiatan yang merugikan konsumen. Undang-undang perdagangan dalam Pasal 65 dan 66 mengatur mengenai kegiatan usaha *e-commerce* harus melakukan

standarisasi dalam melakukan kegiatan usaha antara lain :

- a) Pelaku Usaha wajib menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar, tidak boleh memperdagangkan Barang dan/atau Jasa yang tidak sesuai dengan data dan/atau informasi yang telah dicantumkan.
- b) Data dan/atau informasi paling sedikit memuat:
1. Identitas dan legalitas Pelaku Usaha sebagai produsen atau Pelaku Usaha Distribusi;
  2. Persyaratan teknis Barang yang ditawarkan;
  3. Persyaratan teknis atau kualifikasi Jasa yang ditawarkan;

4. Harga dan cara pembayaran Barang dan/atau Jasa; dan
  5. Cara penyerahan Barang.
- c) Pelaku Usaha yang tidak menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar maka dikenai sanksi administratif berupa pencabutan izin.

Mengenai informasi yang harus dicantumkan dalam kegiatan transaksi elektronik dalam Undang-undang ITE terdapat dalam Pasal 9 yaitu Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan, kemudian ditegaskan dalam Pasal 25 Peraturan Pemerintah 82 Tahun

2011 Tentang Penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik maka pengusaha wajib menyampaikan informasi kepada Pengguna Sistem Elektronik paling sedikit mengenai:

- a) Identitas Penyelenggara Sistem Elektronik;
- b) Objek yang ditransaksikan;
- c) Kelaikan atau keamanan Sistem Elektronik;
- d) Tata cara penggunaan perangkat;
- e) Syarat kontrak;
- f) Prosedur mencapai kesepakatan; dan
- g) Jaminan privasi dan/atau perlindungan Data Pribadi.

Dalam Pasal 27 Undang-undang ITE 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 Sertifikasi Keandalan diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik. Dalam Pasal 1 tentang ketentuan umum bahwa Lembaga Sertifikasi Keandalan adalah lembaga independen yang dibentuk oleh profesional yang diakui, disahkan, dan diawasi oleh Pemerintah dengan kewenangan mengaudit dan mengeluarkan Sertifikat Keandalan dalam Transaksi Elektronik kemudian lembaga tersebut akan mengeluarkan Sertifikat Keandalan yaitu dokumen yang menyatakan Pelaku Usaha yang menyelenggarakan Transaksi Elektronik telah lulus audit atau

uji kesesuaian dari Lembaga Sertifikasi Keandalan.

Penyelenggara Sistem Elektronik untuk pelayanan publik/ non pelayanan publik wajib dan harus memiliki Sertifikat Elektronik sesuai dengan Pasal 59 Undang-undang ITE, dengan adanya sertifikasi terhadap pelayanan dengan menggunakan sistem elektronik dapat memberikan suatu kepastian bagi konsumen agar dapat melakukan transaksi yang aman dan nyaman bagi konsumen. Standarisasi pelayanan tersebut dapat dilihat dalam hak konsumen yang tertuang dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 4 yaitu :

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa

- serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
  - d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
  - e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
  - f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
  - g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
  - h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
  - i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Hak-hak konsumen tersebut maka dapat terwujud bila suatu sistem perdagangan elektronik dapat mengcover kegiatan perdagangan elektronik dengan izin berkegiatan dalam perdagangan elektronik dan tanda daftar perusahaan yang sesuai dengan Undang-undang perdagangan. Menurut Undang-undang tersebut bahwa pelaku usaha elektronik tidak hanya dibebankan untuk mendaftarkan usaha perdagangannya melalui surat izin usaha perdagangan (SIUP) dan juga dalam sistem perdagangan elektronik maka pelaku usaha tersebut harus mendaftarkan kegiatannya melalui sertifikasi keandalan.

## PENUTUP

### A. Kesimpulan

1. Pengaturan izin perdagangan *e-commerce* mencakup beberapa kebijakan peraturan Perundang-undangan antara lain yaitu Undang-undang perdagangan, undang-undang informasi teknologi dan komunikasi (ITE) dan undang-undang tentang perlindungan konsumen. Setiap pelaku usaha diwajibkan untuk memiliki SIUP sesuai dengan ketentuan Pasal 24 Undang-undang Perdagangan, ketentuan tersebut mengakibatkan setiap kegiatan usaha harus memiliki izin perdagangan baik skala kecil maupun besar tetapi ada juga usaha yang dikecualikan mempunyai izin usaha menurut peraturan menteri perdagangan nomor 36/M-DAG/PER/9/2007

Jo Peraturan menteri perdagangan nomor 39/M-DAG/PER/12/2011 tentang Penerbitan surat izin usaha perdagangan (SIUP).

### B. Saran

Regulasi yang terdapat dalam UU terkait perdagangan melalui sistem elektronik perlu adanya pengklasifikasian kegiatan usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha melalui elektronik, karena bila mengacu pada regulasi SIUP maka tidak akan tepat sasaran bila disamakan dengan pelaku usaha melalui sistem elektronik, seharusnya dalam regulasi tersebut nantinya terdapat pembagian usaha perdagangan melalui elektronik yang mana wajib mendapatkan izin perdagangan dan yang tidak wajib memiliki usaha perdagangan.

## DAFTAR PUSTAKA

Hukum Dagang,  
Penerbit Djambatan,  
Jakarta, 1990.

Rahadi, Dedi  
Rianto, *Pengaruh  
Karakteristik Website  
Terhadap  
Kepuasan Pelanggan*,  
2013, Universitas Bina  
Darma Palembang.

Peter Mahmud Marzuki, 2005.  
*Penelitian Hukum Edisi Revisi*, Jakarta,  
Kencana Prenadamedia Group.

*Merriam Webster Inc, Merriam  
Webster Dictionary* (Springfield:  
Merriam-Webster, 1997).

Kemkominfo, *Pengguna Internet  
di Indonesia capai 82 juta orang*,  
[https://kominfo.go.id/index.php/content/  
detail/3980/Kemkominfo%3A+Penggun  
a+Internet+di+Indonesia+Capai+82+Jut  
a/0/beritasatker](https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3980/Kemkominfo%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+Capai+82+Juta/0/beritasatker).

Undang-Undang Nomor 11 Tahun  
2008 Tentang Informasi dan Transaksi  
Elektronik.

Teguh Arifiyadi, *Hukum Online*,  
[http://www.hukumonline.com/klinik/det  
ail/lt4f814bf6c2a4/cara-penyidik-  
melacak-pelaku-penipuan-dalam-jual-  
beli-online](http://www.hukumonline.com/klinik/detail/lt4f814bf6c2a4/cara-penyidik-melacak-pelaku-penipuan-dalam-jual-beli-online).

Santo, Cybercrime, [https://kelompo  
kcybercrime116b.wordpress.com/](https://kelompokcybercrime116b.wordpress.com/).

Undang-Undang Nomor 7 Tahun  
2014 Tentang Perdagangan.

H.M.N.  
PURWOSUTJIPTO,  
Pengertian Pokok  
Hukum Dagang  
Indonesia Jilid I.  
Pengetahuan Dasar

Peraturan Menteri Perdagangan  
Nomor 36/M-DAG/PER/9/2007  
Tentang Penerbitan Surat Izin  
Perdagangan.

Pengertian *Direct Selling*, MLM,  
dan Jenis-Jenisnya, [http://  
infobisniswaralaba.blogspot.com/2012/  
10/pengertian-direct-selling-mlm-dan-  
jenis.html? m=1](http://infobisniswaralaba.blogspot.com/2012/10/pengertian-direct-selling-mlm-dan-jenis.html?m=1).

[https://id.wikipedia.org/wiki/Perd  
agangan\\_elektronik](https://id.wikipedia.org/wiki/Perdagangan_elektronik), Diakses Tanggal  
11 Oktober 2016.

Peraturan Pemerintah Nomor 82  
Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan  
sistem dan transaksi elektronik, Pasal 1  
tentang ketentuan umum.

Suyanto, M. 2003. *E – commerce  
Perusahaan Top Dunia*. Andi.  
Yogyakarta.

Hendrawan, Mengenal  
Hukum, [www.mengenalhukum.com](http://www.mengenalhukum.com).

[http://ejournal.umm.ac.id/index.p  
hp/legality/article/view/278/291](http://ejournal.umm.ac.id/index.php/legality/article/view/278/291).