

LAPORAN AKHIR
PENELITIAN INTERNAL DOSEN
Progam Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum



**ANALISIS HUKUM DALAM PENGAWASAN PERDAGANGAN PADA E-
COMMERCE BERDASARKAN UU NOMOR 5 TAHUN 1999**

Tim Peneliti:

Dr. Tri Astuti Handayani, S.H., M.M., M.Hum.
Andrianto Prabowo, SH, M.Si., MH.
Alfa Wahyu Farentha
Bayu Agung Mahendra

Dibiayai oleh:

Universitas Bojonegoro

Periode 1 Tahun Anggaran 2024/2025

UNIVERSITAS BOJONEGORO

2025

HALAMAN PENGESAHAN
PROPOSAL PENELITIAN PENDANAAN PERGURUAN TINGGI

- 1. Judul Penelitian** : Analisis Hukum dalam Pengawasan Perdagangan pada *E-Commerce* Berdasarkan UU Nomor 5 Tahun 1999
- 2. Ketua Peneliti**
- a. Nama Peneliti : Dr. Tri Astuti H., S.H., M.M., M.Hum.
 - b. NIDN : 07 120163 03
 - c. Program Studi : Ilmu Hukum
 - d. E-mail : mas..nanin.trias@gmail.com
 - e. Bidang Keilmuan : Hukum Perdata
- 3. Anggota Peneliti 1**
- a. Nama Dosen : Andrianto Prabowo, SH, M.Si., MH.
 - b. NIDN : 07 1110 66 02
 - c. Program Studi : Ilmu Hukum
 - d. E-mail : andri.bjn@gmail.com
 - e. Bidang Keilmuan : Hukum Perdata
- Anggota Peneliti 2**
- a. Nama Mahasiswa : Bayu Agung Mahendra
 - b. NIM : 20.74201.1.015
 - c. Program Studi : Ilmu Hukum
 - d. E-mail : -
 - e. Bidang Keilmuan : Hukum Perdata
- Anggota Peneliti 3**
- a. Nama Mahasiswa : Alfa Wahyu Farentha
 - b. NIM : 20.74201.1.008
 - c. Program Studi : Ilmu Hukum
 - d. E-mail : -
 - e. Bidang Keilmuan : Hukum Perdata
4. Jangka Waktu Penelitian : 1 Semester (6 Bulan)
6. Lokasi Penelitian : Kabupaten Bojonegoro
7. Dana Diusulkan : Rp. 3,000,000,00

Bojonegoro, 18 Februari 2025

Mengetahui,

Ketua LPPM Universitas Bojonegoro

Pengusul,

**Dr. Laily Agustina Rahmawati, S.Si.,
M.Sc.**
NIDN 07 2108 8601

Dr. Tri Astuti H., S.H., M.M., M.Hum.
NIDN. 07 120163 03

KATA PENGANTAR
Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur dipanjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, petunjuk-Nya sehingga saya dapat menyusun proposal penelitian sebagai bentuk pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi melalui hibah internal Dosen, penelitian ini dilakukan dengan judul “Analisis Hukum dalam Pengawasan Perdagangan pada *E-Commerce* Berdasarkan UU Nomor 5 Tahun 1999”. Tentunya, penulisan proposal penelitian ini tidak akan berhasil tanpa dukungan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan rendah hati, saya mengucapkan terima kasih kepada Yayasan Suyitno Bojonegoro dan Universitas Bojonegoro

Bojonegoro, 18 Februari 2025

Penulis,

Dr. Tri Astuti H., S.H., M.M., M.Hum.
NIDN. 07 120163 03

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
RINGKASAN	Error! Bookmark not defined.
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.....	6
2.1.2 Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat	8
2.1.3 Perdagangan di <i>E-commerce</i>	10
2.2 Penelitian Terdahulu.....	13
2.3 Kerangka Konsep Penelitian	14
BAB III METODE PENELITIAN	15
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	15
3.2 Lokasi Penelitian	15
3.3 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	15
3.4 Analisis Data	16
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	17
4.1 Hasil.....	17
4.1.1 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan	17

4.1.2.	Contoh Kasus Kejahatan Transaksi Perdagangan.....	18
4.1.3	Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi	20
4.1.4	Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan melalui Sistem Elektronik	22
4.2	Pembahasan	23
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		25
5.1	Kesimpulan.....	25
5.2	Saran.....	26
DAFTAR PUSTAKA		27

DAFTAR TABEL

Tabel 2.2.1. Penelitian Terdahulu	13
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konsep Penelitian	14
---	----

ABSTRAK

Fokus dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana pengawasan perdagangan pada platform *e-commerce* di Indonesia dapat diterapkan sesuai dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Latar belakang penelitian ini berangkat dari pesatnya perkembangan *e-commerce* yang meningkatkan kompleksitas pengawasan perdagangan dan potensi praktik-praktik persaingan tidak sehat. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana peraturan hukum yang ada, khususnya UU No. 5 Tahun 1999, mampu mengatasi isu-isu persaingan usaha dalam ekosistem perdagangan digital serta memberikan rekomendasi kebijakan bagi regulator untuk menciptakan lingkungan *e-commerce* yang lebih sehat dan kompetitif. Metodologi yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan analisis yuridis-normatif terhadap kasus-kasus persaingan usaha pada *e-commerce* di Indonesia. Penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun regulasi tersebut telah ada, implementasinya dalam konteks *e-commerce* masih menghadapi berbagai tantangan, seperti kurangnya pemahaman pelaku usaha mengenai ketentuan hukum yang berlaku dan kompleksitas dinamika pasar digital yang terus berkembang. Selain itu, hasil penelitian mengindikasikan bahwa perlindungan konsumen dan pelaku usaha harus seimbang, di mana kedua pihak perlu dilindungi dari praktik bisnis yang tidak adil.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

E-commerce di Indonesia mulai berkembang sejak tahun 1999, tetapi perkembangannya relatif lambat karena rendahnya kepercayaan masyarakat pada transaksi online akibat isu penipuan dan ketidakamanan belanja online yang beredar (Izazi et al, 2024). Perkembangan dan peningkatan jumlah transaksi online telah menjadi fenomena signifikan di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Seiring dengan pesatnya penetrasi internet dan penggunaan *smartphone* di seluruh negeri, industri *e-commerce* telah berkembang secara eksponensial. Dari sisi konsumen, masyarakat Indonesia semakin terbiasa dengan kemudahan berbelanja secara online yang menawarkan berbagai produk dan layanan dengan harga kompetitif dan promosi menarik. Selain itu, semakin banyaknya platform *e-commerce* yang menawarkan berbagai metode pembayaran yang fleksibel, seperti kartu kredit, transfer bank, *e-money*, dan pembayaran di tempat (COD), telah meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan bagi konsumen.

Pesatnya perkembangan *e-commerce* beberapa tahun belakangan ini membuat *e-commerce* menjadi prospek bisnis yang besar dalam dunia perdagangan. Menurut riset yang dilakukan A.T Kearney dengan jumlah penduduk yang hampir lebih dari 240 juta jiwa, pasar *e-commerce* Indonesia pada tahun 2013 mencapai US\$ 1,3 miliar. Indonesia merupakan pasar potensial bagi bisnis *e-commerce*, tercatat pengguna internet di Indonesia mencapai 39 juta dimana sekitar 5 juta atau 12 % diantaranya menggunakan internet sebagai sarana bertransaksi (Paryadi, 2018).

Volume *e-commerce* diprediksi akan menyaingi volume perdagangan konvensional, hal ini tidak mengherankan jika kita lihat keuntungan dari *e-commerce* tersebut, seperti jangkauan pasar yang luas dan dapat menekan biaya operasional atau promosi (*overhead*) sebab perusahaan tidak harus membuka gerai (*showroom*) di berbagai tempat dan memasang iklan promosi di berbagai media untuk memperkenalkan produknya, cukup hanya dengan membuat *homepage* atau

website saja yang berisi informasi perusahaan beserta produk-produknya. Industri *e-commerce* di Indonesia diharapkan mampu terus berkembang. Tak cuma sekadar mendukung perekonomian negeri ini, tapi juga menjadi tulang punggung Indonesia di era digital ekonomi.

Perkembangan aturan-aturan perdagangan juga tidak terlepas dari pengaruh perkembangan teknologi. Pengaruh teknologi tersebut semakin nyata dengan lahirnya *e-commerce*. Perkembangan yang cukup signifikan terjadi dengan melihat dari kuantitas transaksi melalui sarana *e-commerce ini*. *E-commerce* mulai berkembang secara signifikan ketika internet mulai diperkenalkan. Perkembangan internet ini mendorong transaksi-transaksi perdagangan internasional semakin cepat. Dengan internet, batas-batas wilayah negara dalam melakukan transaksi dagang menjadi tidak lagi signifikan. Praktik perdagangan melalui internet digambarkan juga sebagai “*final frontiers of commerce*” pada abad ke-21 ini (Kapoh, 2020).

Banyaknya kemudahan dalam mengakses internet membuat konsumen *e-commerce* meningkat, beberapa alasannya antara lain, adalah praktis, kemudahan sistem pembayaran, efisiensi waktu dan banyaknya harga promo yang menarik dari pelaku usaha online. Namun dibalik segala kemudahan dan keuntungan yang ditawarkan, timbul pula kekhawatiran akan tanggung jawab perusahaan online kepada konsumen *e-commerce* mengingat begitu banyaknya perusahaan online.

Keberadaan *e-commerce* dalam UU Perdagangan tersebut dirasa sangat penting, melihat potensi serta pertumbuhan bisnis online di tanah air. melihat hal tersebut, maka akan sangat penting melihat konsumen sebagai subjek yang sangat erat kaitannya dengan bisnis online tersebut, sehingga diperlukan perlindungan bagi para konsumen, seperti yang telah di atur oleh pemerintah melalui UU Perlindungan Konsumen (Nugraha, 2023).

Undang-Undang No 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan (UU Perdagangan) dan UU No 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen) merupakan acuan bagi setiap pelaku usaha dalam melakukan transaksi

perdagangan, baik perdagangan konvensional maupun perdagangan melalui online atau *e-commerce* (Maulana & Ambardi, 2021). Dalam UU Perdagangan, diatur mengenai sistem perdagangan elektronik dengan ketentuan bahwa setiap orang atau badan usaha yang memperdagangkan barang atau jasa wajib menyediakan data dan informasi secara lengkap dan benar. *E-commerce* diatur dalam UU Perdagangan Bab VIII mengenai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik pada pasal 65 dan 66. Sementara untuk ketentuan lebih lanjut akan diatur dalam Peraturan Pemerintah yang hingga saat ini masih didorong penyelesaiannya (Setiantoro et al, 2018).

UU Perlindungan konsumen merupakan pedoman pelaku usaha dan konsumen dapat menjalankan usahanya secara fair dan tidak merugikan konsumen. Perlindungan konsumen dalam era digital *e-commerce* ini menjadi hal yang penting dan dibutuhkan, ketika penjual dan pembeli hanya bermodalkan asas kepercayaan dalam melakukan transaksi perdagangan elektronik (Paryadi, 2018). Jangan sampai perdagangan elektronik dijadikan alat bagi orang-orang yang tidak bertanggung jawab dalam memasarkan produknya.

Akibat dengan adanya perkembangan ini mengubah perekonomian masyarakat, perkembangan saat ini dapat terjadi melalui prosedur, model bisnis dan transaksi, serta adanya teknik dalam penjualan. Pada akhirnya *e-commerce* dapat mendorong pertumbuhan perekonomian nasional, oleh karena itu ketentuan hukum dan tujuan penafsiran yang sebelumnya bertujuan untuk memastikan kesetaraan dan mendorong perekonomian yang dinamis dan inklusif, harus ditinjau dan direvisi agar dapat beradaptasi lebih baik Undang-Undang Persaingan Usaha harus mempertimbangkan, mengawasi faktor-faktor saat ini seperti potensi skala dalam platform digital (Andani & Indarta, 2023). Saat ini Indonesia juga mengalami peningkatan secara spesifik dalam mengikuti perkembangan *e-commerce*. Ini merupakan Tantangan baru bagi KPPU (Komisi Pengawas Persaingan Usaha) dalam mengkaji serta membuat aturan hukum untuk membuat pedoman persaingan usaha khususnya di era yang serba canggih ini. Undang-undang Persaingan Usaha harus mempertimbangkan, mengawasi faktor-faktor saat ini seperti potensi skala platform digital (Kholis, 2024).

Hukum persaingan usaha muncul dan tumbuh seiring dengan meningkatnya kompleksitas dalam dunia usaha. Semakin berkembangnya kegiatan usaha, maka muncul kebutuhan untuk mengatur bagaimana pelaku usaha berinteraksi dengan pihak lain. Oleh karena itu, pengaturan hukum ini tidak hanya bertujuan untuk melindungi konsumen, tetapi juga untuk memberikan perlindungan kepada pelaku usaha. Inti dari norma dalam Undang-Undang No. 5 tahun 1999 adalah menciptakan bentuk ekonomi yang demokratis (Andani & Indarta, 2023). Dengan demikian, aktivitas konsumen tidak hanya fokus pada pertumbuhan ekonomi semata, KPPU (Komisi Pengawas Persaingan Usaha) dibentuk dengan maksud untuk menjaga lingkungan usaha yang mendukung, mempromosikan persaingan usaha yang sehat, serta memastikan bahwa pelaku usaha, baik yang besar, menengah, maupun kecil, memiliki kesempatan usaha yang setara. Selain itu, KPPU bertujuan untuk mendorong pencapaian efisiensi dan efektivitas dalam perusahaan (Andani & Indarta, 2023).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas untuk mengetahui permasalahan Analisis Hukum dalam Pengawasan Perdagangan pada *E-Commerce* Berdasarkan UU Nomor 5 Tahun 1999 yang dilakukan secara normatif maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dalam pengawasan perdagangan di *e-commerce*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini berharap dapat menjelaskan antara lain:

1. Untuk Menganalisis penerapan UU Nomor 5 Tahun 1999 dalam pengawasan perdagangan pada platform *e-commerce*

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Manfaat Praktis

Untuk menganalisis dan memberikan pedoman bagi pelaku usaha *e-commerce* agar lebih memahami dan mematuhi UU Nomor 5 Tahun 1999

2. Manfaat Teoritis

Dalam hasil penelitian ini diharapkan mampu memperkaya literatur terkait dengan hukum persaingan usaha di Indonesia, khususnya dalam konteks perdagangan melalui *e-commerce*.

3. Manfaat Universitas

Untuk meningkatkan kualitas Universitas dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi di bidang penelitian

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Landasan teori dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

2.1.1 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 atau UU Anti monopoli mengatur tentang larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Tujuannya adalah untuk :

- a. menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat;
- b. mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah, dan pelaku usaha kecil;
- c. mencegah praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha; dan
- d. terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.

Undang-undang ini disusun untuk melindungi kepentingan umum dan konsumen, serta memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha. Dalam konteks ini, undang-undang ini berlandaskan pada Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945, dengan mengedepankan prinsip demokrasi ekonomi yang seimbang antara kepentingan pelaku usaha dan masyarakat.

Undang-undang ini mengatur berbagai aspek terkait praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, termasuk perjanjian yang dilarang, kegiatan yang dilarang, dan posisi dominan yang dapat merugikan pelaku usaha lain. Salah satu elemen kunci dari undang-undang ini adalah pembentukan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), yang berfungsi sebagai lembaga independen untuk mengawasi dan menegakkan ketentuan-ketentuan dalam undang-undang ini

(Karina, 2019). KPPU memiliki wewenang untuk melakukan penyelidikan, memanggil pelaku usaha, dan menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelanggaran yang teridentifikasi.

Sanksi yang dapat dikenakan terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang ini mencakup tindakan administratif, seperti pembatalan perjanjian dan denda. Selain itu, undang-undang ini juga memberikan hak kepada masyarakat untuk melaporkan dugaan pelanggaran, sehingga mendorong partisipasi publik dalam menjaga persaingan usaha yang sehat. Dengan demikian, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 berperan penting dalam menciptakan lingkungan bisnis yang adil dan berkelanjutan di Indonesia, serta mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif (Matondang, 2024).

Undang-Undang No 5 Tahun 1999 menyatakan dengan jelas definisi dari KPPU Komisi Pengawas Persaingan Usaha adalah komisi yang dibentuk untuk mengawasi pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya agar tidak melakukan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat (Paparang, 2020). Menurut Pasal 35 Undang-Undang No 5 Tahun 1999 Tugas Komisi Pengawas Persaingan Usaha adalah melakukan penilaian terhadap perjanjian yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 4 sampai dengan Pasal 16 Undang-undang tersebut lalu melakukan penilaian terhadap kegiatan usaha dan atau tindakan pelaku usaha yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 17 sampai dengan Pasal 24, tugas berikutnya adalah melakukan penilaian terhadap ada atau tidak adanya penyalahgunaan posisi dominan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat sebagaimana diatur dalam Pasal 25 sampai dengan Pasal 28, selanjutnya mengambil tindakan sesuai dengan wewenang Komisi sebagaimana diatur dalam Pasal 36, Komisi Pengawas Persaingan Usaha dapat memberikan saran dan pertimbangan terhadap kebijakan Pemerintah yang berkaitan dengan praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat, menyusun pedoman dan atau publikasi yang berkaitan dengan Undang-undang ini

dan tugas terakhir dari KPPU adalah memberikan laporan secara berkala atas hasil kerja Komisi kepada Presiden dan Dewan Perwakilan Rakyat (Effendi, 2020).

2.1.2 Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Praktek monopoli adalah pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum (Devi et al, 2024).

Persaingan dalam dunia bisnis merupakan suatu dinamika tersendiri yang tidak dapat dihindari. Bagi beberapa pebisnis, persaingan berkonotasi negatif karena bisa mengancam bisnis karena takut akan berkurangnya profit atau konsumen lebih memilih harga rendah dari pesaing. Namun pada kenyataannya tidak demikian. Persaingan yang sehat dapat memberikan hal yang baik bagi pebisnis, pesaing itu sendiri dan bahkan para pelanggan.

Pelaku usaha di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum. Undang-Undang (UU) persaingan usaha adalah Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang bertujuan untuk memelihara pasar kompetitif dari pengaruh kesepakatan dan konspirasi yang cenderung mengurangi dan atau menghilangkan persaingan. Kepedulian utama dari UU persaingan usaha adalah *promoting competition* dan memperkuat kedaulatan konsumen (Malaka, 2014).

Persaingan usaha yang tidak terkendali akan menumbuhkan terjadinya praktek monopoli sebagai suatu sistem yang berlawanan dengan prinsip-prinsip persaingan usaha itu sendiri. Eksistensi monopoli dalam suatu kegiatan ekonomi dapat terjadi dalam berbagai jenis, ada yang merugikan dan ada yang menguntungkan perekonomian masyarakatnya (Septriany et al, 2024). Oleh karena itu, pengertian masing-masing jenis monopoli perlu dijelaskan untuk membedakan mana monopoli yang dilarang karena merugikan masyarakat dan mana yang memberikan kontribusi positif bagi kesejahteraan masyarakat.

Oleh karena itu ada beberapa bentuk monopoli:

- a. Monopoli terjadi sebagai akibat dari superior skill, yang salah satunya dapat terwujud dari pemberian hak paten secara eksklusif oleh negara.
- b. Monopoli terjadi karena amanah Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945 pasal 33 menghendaki negara untuk menguasai bumi dan air berikut kekayaan alam yang terkandung di dalamnya, serta cabang-cabang produksi yang menguasai hajat hidup orang banyak yang termaktub dalam pasal 51 UU nomor tahun 1999.

Monopoli karena *historical accident* dikatakan demikian, monopoli terjadi secara alamiah, tidak sengaja dan berlangsung karena proses alamiah.

Persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan aktifitas baik produksi maupun pemasaran atau penjualan barang dan jasa yang dilakukan dengan cara mengabaikan nilai-nilai kejujuran, melawan hukum dan penetapan harga dengan cara yang dzalim, ini merupakan bagian gejala pasar yang tidak sehat (Apriani & Syafrinaldi, 2022). Pasar yang sempurna adalah produsen maupun konsumen mempunyai pengetahuan yang mapan terhadap harga dari berbagai aspek antara lain utilitas, kualitas, dan metode produksi dari barang yang ada di pasar tersebut.

Terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, akan menimbulkan pasar dengan karakteristik pasar monopoli yang memiliki dampak buruk bagi banyak pihak. Adapun ciri- ciri pasar monopoli, yaitu:

1. Pasar monopoli adalah industri satu perusahaan, Dengan demikian barang atau jasa yang dihasilkan tidak dapat dibeli di tempat lain. Para pembeli tidak mempunyai pilihan lain. Syarat-syarat penjualan sepenuhnya ditentukan oleh monopoli itu, dan para pembeli tidak dapat membuat dan menentukan syarat jual beli.
2. Tidak mempunyai barang pengganti yang mirip, Barang yang dihasilkan oleh perusahaan monopoli tidak dapat digantikan oleh barang lain yang ada dalam pasar. Barang tersebut merupakan jenis

satu-satunya dan tidak terdapat barang yang mirip yang dapat menggantikan barang tersebut.

3. Tidak dapat kemungkinan untuk masuk ke dalam industri, Sifat ini merupakan sebab utama yang menimbulkan perusahaan yang mempunyai kekuasaan monopoli. Tanpa sifat ini pasar monopoli tidak akan terwujud karena tanpa adanya halangan tersebut pada akhirnya akan terdapat beberapa perusahaan di dalam industri.
4. Dapat mempengaruhi penentuan harga, Oleh karena perusahaan monopoli merupakan satu-satunya penjual di dalam pasar, maka penentuan harga dapat dikuasainya. Dengan mengadakan pengendalian ke atas produksi dan jumlah barang yang ditawarkan perusahaan monopoli dapat menentukan harga pada tingkat yang dikehendakinya.
5. Promosi iklan kurang diperlukan, Oleh karena perusahaan monopoli adalah satu-satunya perusahaan di dalam industri, ia tidak perlu mempromosikan barangnya dengan menggunakan iklan.

Dengan adanya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, diharapkan dapat menegakkan aturan hukum dan memberikan perlindungan yang sama bagi setiap pelaku usaha di dalam upaya untuk menciptakan persaingan usaha yang sehat.

2.1.3 Perdagangan di *E-commerce*

Era *e-commerce* telah membawa perubahan signifikan dalam lanskap bisnis global, termasuk di Indonesia. Dalam konteks perlindungan konsumen, penting untuk memiliki mekanisme yang kuat untuk melindungi konsumen dari berbagai risiko yang mungkin timbul dalam transaksi *e-commerce*. Beberapa langkah yang telah diambil oleh pemerintah Indonesia untuk melindungi konsumen dalam transaksi *e-commerce* meliputi penerapan Undang-Undang ITE sebagai sarana pencegahan bisnis curang melalui *e-commerce* (Rahman et al, 2023). Selain itu, peran notaris juga penting dalam memberikan perlindungan konsumen dalam perdagangan elektronik, seperti memberikan pengetahuan hukum, memfasilitasi perjanjian melalui media elektronik, melindungi data

pribadi, dan memediasi sengketa perdata. Namun, masih ada tantangan yang dihadapi dalam melindungi konsumen di era *e-commerce*, seperti kesadaran masyarakat, keamanan transaksi, keterbatasan fasilitas internet banking, dan kebiasaan masyarakat yang belum sepenuhnya akrab dengan penggunaan internet dalam perdagangan. Oleh karena itu, diperlukan intervensi pemerintah yang lebih ketat, seperti pengawasan yang lebih ketat, untuk melindungi konsumen dalam transaksi *e-commerce*.

Seiring dengan kemajuan teknologi dan semakin berkembangnya penggunaan internet di Indonesia, jumlah transaksi online atau yang dikenal dengan *e-commerce* pun semakin meningkat. Berbagai hasil survei sejumlah lembaga riset menyatakan jumlah omset dari perdagangan elektronik di seluruh dunia diperkirakan akan terus meningkat dimana transaksi *e-commerce* di beberapa negara di Asia, seperti China, Indonesia, dan India, diprediksi akan semakin berkembang pada tahun-tahun seterusnya. Di Indonesia, omset perdagangan elektronik mencapai 260 juta dollar AS atau sekitar 2,7 trilyun rupiah pada tahun 2012 dengan jumlah pengguna internet sekitar 55 juta orang. Di tahun 2013 omset perdagangan online di Indonesia mencapai 479 juta dollar AS atau sekitar 4,5 trilyun rupiah dan di tahun 2014 diprediksi akan lebih meningkat hingga 770 juta dollar AS atau sekitar 7,2 trilyun rupiah. Diperkirakan, jumlah omset perdagangan elektronik ini akan terus meningkat, seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia yang diperkirakan berkisar pada jumlah 149 milyar orang pada tahun 2015 (Makalalag, 2016)

Pada awalnya, perdagangan online, atau yang lebih dikenal dengan *e-commerce*, dilakukan dalam transaksi-transaksi bisnis antar perusahaan besar, antar perbankan, serta institusi lainnya. Namun, pada perkembangannya, fokus perdagangan elektronik dengan media internet bergeser mendekati konsumen-konsumen individual. Tekanan komunitas bisnis saat ini mulai melibatkan konsumen individual dalam perdagangan online ini. Bahkan survei Penyedia Teknologi Pembayaran Global, menunjukkan 76% pengguna internet di Indonesia melakukan belanja online dalam kurun waktu 12 bulan terakhir (2013-2014)

(Utomo et al, 2013). Para pembeli online ini cenderung berusia lebih muda dibandingkan para pembeli offline. Survei menunjukkan hampir separuh dari para pembeli online (48%) berusia 18-30 tahun. Mereka memiliki pemasukan rata-rata lebih besar serta membelanjakan rata-rata 5,5 juta per tahun untuk belanja online.

Perkembangan pesat sektor *e-commerce* di Indonesia dapat dikaitkan dengan beberapa faktor seperti konektivitas internet yang terus meningkat, penggunaan ponsel pintar yang meluas, dan sistem pembayaran digital yang inovatif. Pertumbuhan ini menghadirkan peluang ekonomi yang signifikan, tetapi juga menghadapi konsumen pada tantangan-tantangan baru, termasuk penipuan siber, iklan yang menipu, produk palsu, dan mekanisme penanganan keluhan yang tidak memadai (Rahman et al, 2023). Penipuan siber merupakan masalah utama di sektor *e-commerce*, karena melibatkan perolehan dana secara tidak sah, pemerasan digital, dan menipu pemerintah. Iklan yang menipu adalah masalah lain, karena perusahaan dapat memberikan informasi yang salah atau menyesatkan tentang produk mereka, yang menyebabkan kerugian bagi konsumen,

Perlindungan konsumen dalam transaksi online di Indonesia diatur oleh beberapa undang-undang, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). UUPK dan UU ITE memberikan perlindungan hukum yang memadai bagi konsumen dalam melakukan transaksi jual beli barang melalui *e-commerce* (Novita & Santoso, 2021). Beberapa aspek yang diatur dalam UUPK dan UU ITE meliputi hak-hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, serta mekanisme penyelesaian sengketa. Selain itu, perlindungan konsumen dalam konteks pembelian item digital dalam aplikasi game online juga dijamin oleh UUPK dan UU ITE. Konsumen yang mengalami kerugian dalam transaksi online dapat memperjuangkan hak-hak mereka melalui penyelesaian di luar pengadilan atau di dalam pengadilan. Namun, tantangan dalam perlindungan konsumen di era digital meliputi penegakan hukum yang tidak memadai, sumber daya yang terbatas, dan kurangnya kesadaran konsumen (Kaffah & Badriyah, 2024). Oleh karena itu, diperlukan perubahan kebijakan,

peningkatan investasi, dan peningkatan koordinasi di antara para pemangku kepentingan untuk mencapai perlindungan konsumen yang efektif di era digital.

2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut merupakan hasil penelitian terdahulu tentang Analisis Hukum dalam Pengawasan Perdagangan pada *E-Commerce* Berdasarkan UU Nomor 5 Tahun 1999

Tabel 2.2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama dan Tahun Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Izazi et al, (2024)	Normatif	Hasil dari penelitian ini adalah untuk menganalisis efektivitas perlindungan hukum konsumen dalam transaksi <i>e-commerce</i> melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
2	Basri Effendi, (2020)	Normatif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perkembangan bisnis digital di Indonesia, khususnya dalam sektor <i>e-commerce</i> , telah menciptakan tantangan baru dalam hal persaingan usaha.
3	Deky Pariadi, (2018)	Normatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengawasan <i>e-commerce</i> dalam kerangka Undang-Undang

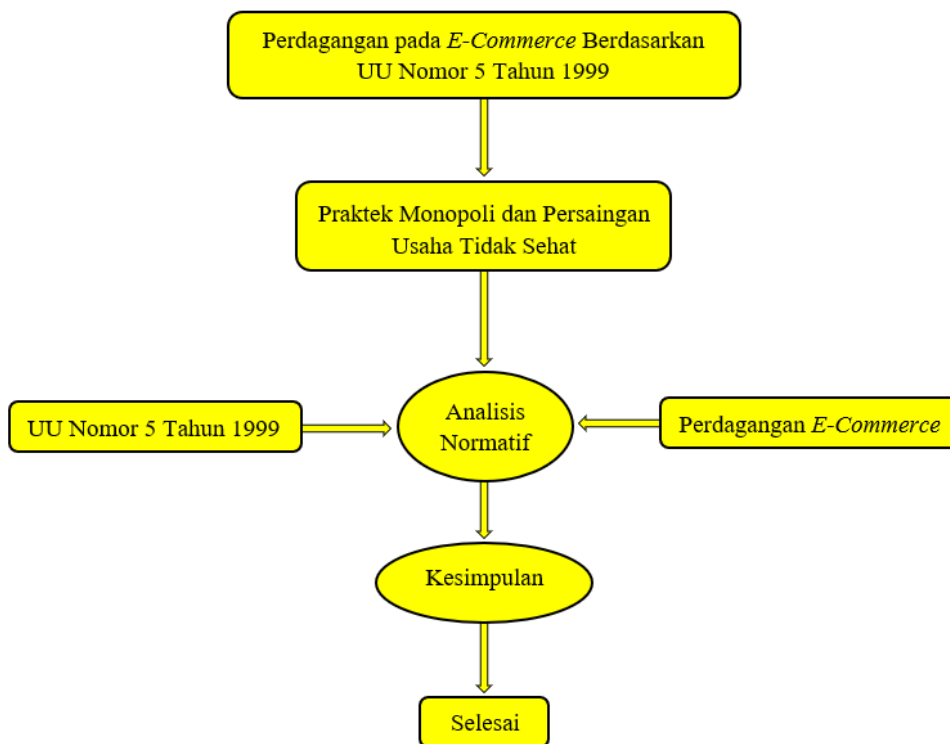
			Perdagangan dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia sangat penting untuk memastikan kepentingan nasional dan perlindungan konsumen.
--	--	--	--

Sumber: Hasil penelitian sebelumnya diolah (2024)

2.3 Kerangka Konsep Penelitian

Berikut merupakan kerangka konseptual penelitian yang akan dilakukan

Gambar 2.1 Kerangka Konsep Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum normatif (*normative law research*) menggunakan studi kasus normatif berupa produk perilaku hukum. Pokok kajiannya adalah hukum yang dikonsepsikan sebagai norma atau kaidah yang berlaku dalam masyarakat dan menjadi acuan perilaku setiap orang. Sehingga penelitian hukum normatif berfokus pada inventarisasi hukum positif, asas-asas dan doktrin hukum, penemuan hukum dalam perkara *in concreto*, sistematik hukum, taraf sinkronisasi, perbandingan hukum dan sejarah hukum.

Pendekatan penelitian ini menggunakan studi nomatif dengan melakukan pengkajian atau analisis perundang-undangan terkait dengan Analisis Hukum dalam Pengawasan Perdagangan pada *E-Commerce* Berdasarkan UU Nomor 5 Tahun 1999, undang-undang tersebut dikaji secara mendalam.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Kabupaten Bojonegoro dikarenakan Kabupaten Bojonegoro sudah dapat memenuhi kebutuhan terkait dengan literatur-literatur yang berhubungan dengan Perundang-undangan ataupun teori-teori yang sesuai dengan tema penelitian, pelaksanaan penelitian ini dilakukan di Universitas Bojonegoro dengan menggunakan akses pada internet melalui beberapa indeksasi jurnal yang dirasa dapat memenuhi kebutuhan peneliti untuk mengetahui atau menganalisis Hukum dalam Pengawasan Perdagangan pada *E-Commerce* Berdasarkan UU Nomor 5 Tahun 1999.

3.3 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data

Data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data ini dapat ditemukan dengan cepat.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan studi pustaka, yaitu suatu cara pengumpulan data dengan melakukan penelusuran dan menelaah bahan pustaka (literatur, hasil penelitian, majalah ilmiah, buletin ilmiah, jurnal ilmiah dsb). Bahan hukum dikumpulkan melalui prosedur inventarisasi dan identifikasi peraturan perundang-undangan, serta klasifikasi dan sistematisasi bahan hukum sesuai permasalahan penelitian. Oleh karena itu, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan studi kepustakaan. Studi kepustakaan dilakukan dengan cara membaca, menelaah, dan mencatat

3.4 Analisis Data

Analisis ini dapat dirumuskan sebagai suatu proses penguraian secara sistematis dan konsisten terhadap gejala-gejala tertentu. Analisis bahan hukum adalah bagaimana memanfaatkan sumber-sumber bahan hukum yang telah terkumpul untuk digunakan dalam memecahkan permasalahan dalam penelitian ini. Dasar dari penggunaan analisis secara normatif, dikarenakan bahan-bahan hukum dalam penelitian ini mengarah pada kajian-kajian yang bersifat teoritis dalam bentuk asas-asas hukum, konsep-konsep hukum, serta kaidah-kaidah hukum. Metode analisis ditentukan berdasarkan tujuan penelitian atau hipotesis yang akan diuji. Bagian ini menjelaskan tentang pemrosesan data dan berbagai metode analisis, termasuk rumus statistik dalam pengujian hipotesis atau teknik lainnya untuk menganalisis penelitian. Teknik analisis data adalah cara dan langkah-langkah sistematis pengolahan data dipaparkan dengan menyesuaikan jenis dan pendekatan penelitian dari masing-masing keilmuan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

Hasil analisis data penelitian ini sebagai berikut:

4.1.1 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan

Pasal 1 ayat (1) menjelaskan “Perdagangan adalah tatanan kegiatan yang terkait dengan transaksi Barang dan/atau Jasa di dalam negeri dan melampaui batas wilayah negara dengan tujuan pengalihan Barang dan/atau Jasa untuk memperoleh imbalan atau kompetensi.”

Perdagangan nasional Indonesia mencerminkan suatu rangkaian aktivitas perekonomian yang dilaksanakan untuk mewujudkan kesejahteraan umum dan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia (Riskiyono, 2015). Kegiatan Perdagangan merupakan penggerak utama pembangunan perekonomian nasional yang memberikan daya dukung dalam meningkatkan produksi, menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan Ekspor dan devisa, pemeratakan pendapatan, serta memperkuat daya saing Produk Dalam Negeri demi kepentingan nasional.

Menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan serta menjelaskan korelasi hukum antara Undang-Undang Perdagangan, Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik dalam memberikan perlindungan terhadap konsumen *e-commerce*. Undang-Undang Perdagangan menekankan kewajiban kepada setiap pelaku usaha, penyelenggara, atau agen yang memperdagangkan barang dan atau jasa melalui sistem elektronik untuk memberikan informasi secara lengkap dan benar terhadap barang atau jasa yang diperdagangkannya (Fatimah, 2018).

Pengaturan dalam Undang-Undang ini bertujuan meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional serta berdasarkan asas kepentingan nasional, kepastian hukum, adil dan sehat, keamanan berusaha, akuntabel dan transparan, kemandirian,

kemitraan, kemanfaatan, kesederhanaan, kebersamaan, dan berwawasan lingkungan.

Berdasarkan tujuan dan asas tersebut, Undang-Undang tentang Perdagangan memuat materi pokok sesuai dengan lingkup pengaturan yang meliputi Perdagangan Dalam Negeri, Perdagangan Luar Negeri, Perdagangan Perbatasan, Standardisasi, Perdagangan melalui Sistem Elektronik, perlindungan dan pengamanan Perdagangan, pemberdayaan koperasi serta usaha mikro, kecil, dan menengah, pengembangan Ekspor, Kerja Sama Perdagangan Internasional, Sistem Informasi Perdagangan, tugas dan wewenang pemerintah di bidang Perdagangan, Komite Perdagangan Nasional, pengawasan, serta penyidikan (Pangestu et al, 2021).

4.1.2. Contoh Kasus Kejahatan Transaksi Perdagangan

Transaksi perdagangan melalui sistem elektronik atau yang biasa disebut dengan *e-commerce*, merupakan suatu kegiatan yang banyak digemari oleh para pengguna internet di Indonesia dan terus mengalami perkembangan yang signifikan (Afrianto & Irwansyah, 2021). Terbukti dengan banyaknya platform *e-commerce* yang terus bermunculan dengan berbagai jenis produk barang atau jasa yang ditawarkan. Kemunculan *e-commerce* tidak selalu membawa dampak positif bagi penggunanya. Salah satunya dampak negatifnya adalah wanprestasi dari platform *e-commerce* terkenal, yaitu Lazada.

Achmad Supardi merupakan salah satu konsumen yang dirugikan oleh Lazada. Seperti diketahui, Achmad Supardi telah membuat pengakuan bahwa Lazada sudah membatalkan secara sepihak transaksi yang sudah dibayar lunas oleh konsumen dan mengembalikan dana konsumen tersebut dalam bentuk voucher belanja yang hanya bisa dibelanjakan di Lazada.

Pada 12 Desember 2015, Achmad membeli 1 unit sepeda motor Honda Vario dan 3 unit sepeda motor Honda Revo di Lazada, 3 unit Honda Revo dibeli dengan harga masing masing Rp 500 ribu dengan total Rp 1.500.000, sementara Honda Vario dibeli dengan harga Rp 2.700.000 untuk pembelian *cash on the road*. Harga

yang tertera pada situs Lazada adalah harga sepeda motor secara cash on the road (khusus wilayah Jabodetabek) bukan kredit, dan angka tersebut bukan angka uang muka (DP). Achmad mengira harga murah tersebut merupakan bagian dari promosi “gila-gilaan” Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas). Kemudian, ia sudah melakukan pembayaran transfer melalui ATM BCA kurang dari satu jam sejak pemesanan dilakukan, transaksinya sah dan telah dikonfirmasi oleh Lazada.

Pada 14 Desember 2015, Achmad kembali membuka situs Lazada dengan tampilan sama namun sudah ada bagian tambahan bahwa harga motor sudah merupakan harga kredit, di tanggal yang sama, ia ditelepon oleh pihak Honda Angsana yang merupakan tenant sepeda motor Lazada, staf Angsana menanyakan apakah sepeda motor dibeli secara kredit, Achmad menjelaskan sepeda motor dibeli secara cash on the road, pihak Angsana menelepon hingga dua kali.

Dua hari kemudian, Achmad mengecek status transaksi di Lazada dan ia terkejut karena mendapati transaksi yang telah terkonfirmasi dan tinggal menunggu pengiriman, ternyata berubah menjadi ditolak dan ditutup oleh Lazada. Pembatalan tersebut dilakukan tanpa pemberitahuan sebelumnya dari pihak Lazada. Karena pembatalan sepihak tersebut, membuat Achmad segera menghubungi pihak Lazada melalui fasilitas chat yang disediakan dalam situs Lazada. Lazada merespon tanggapan dari Achmad dengan mengakui bahwa Lazada adalah pihak yang bersalah dalam memunculkan nominal harga. Hal tersebut dikarenakan banyaknya item promosi selama Harbolnas.

Secara sepihak Lazada memproses refund dengan memberikan voucher belanja sesuai jumlah uang yang dibelanjakan untuk membeli 4 unit sepeda motor dan mengganti dana dengan 2 voucher sebesar Rp 4,2 juta. Voucher tersebut tidak dapat diuangkan dan hanya berlaku untuk pembelian di situs Lazada dan hanya untuk sekali transaksi.

4.1.3 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi

Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya.

Pasal 1 ayat (1) menjelaskan Informasi Elektronik adalah satu atau sekumpulan data elektronik, termasuk tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto, *electronic data interchange (EDI)*, surat elektronik (*electronic mail*), telegram, teleks, *telexcopy* atau sejenisnya, huruf, tanda, angka, Kode Akses, simbol, atau perforasi yang telah diolah yang memiliki arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya (Mantik, 2022).

Pemanfaatan Teknologi Informasi, media, dan komunikasi telah mengubah baik perilaku masyarakat maupun peradaban manusia secara global. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah pula menyebabkan hubungan dunia menjadi tanpa batas (*borderless*) dan menyebabkan perubahan sosial, ekonomi, dan budaya secara signifikan berlangsung demikian cepat. Teknologi Informasi saat ini menjadi pedang bermata dua karena selain memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan, kemajuan, dan peradaban manusia, sekaligus menjadi sarana efektif perbuatan melawan hukum (Dermawan & Akmal, 2020).

Saat ini telah lahir suatu rezim hukum baru yang dikenal dengan hukum siber atau hukum telematika. Hukum siber atau *cyber law*, secara internasional digunakan untuk istilah hukum yang terkait dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Permasalahan hukum yang seringkali dihadapi adalah ketika terkait dengan penyampaian informasi, komunikasi, dan/atau transaksi secara elektronik, khususnya dalam hal pembuktian dan hal yang terkait dengan perbuatan hukum yang dilaksanakan melalui sistem elektronik.

Yang dimaksud dengan sistem elektronik adalah sistem komputer dalam arti luas, yang tidak hanya mencakup perangkat keras dan perangkat lunak komputer, tetapi juga mencakup jaringan telekomunikasi dan/atau sistem komunikasi elektronik. Sistem elektronik juga digunakan untuk menjelaskan keberadaan sistem

informasi yang merupakan penerapan teknologi informasi yang berbasis jaringan telekomunikasi dan media elektronik, yang berfungsi merancang, memproses, menganalisis, menampilkan, dan mengirimkan atau menyebarkan informasi elektronik (Nashihin et al, 2020).

Permasalahan yang lebih luas terjadi pada bidang keperdataan karena transaksi elektronik untuk kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik (*electronic commerce*) telah menjadi bagian dari perniagaan nasional dan internasional. Kenyataan ini menunjukkan bahwa konvergensi di bidang teknologi informasi, media, dan informatika (telematika) berkembang terus tanpa dapat dibendung, seiring dengan ditemukannya perkembangan baru di bidang teknologi informasi, media, dan komunikasi.

Kegiatan melalui media sistem elektronik, yang disebut juga ruang siber (*cyber space*), meskipun bersifat virtual dapat dikategorikan sebagai tindakan atau perbuatan hukum yang nyata. Secara yuridis kegiatan pada ruang siber tidak dapat didekati dengan ukuran dan kualifikasi hukum konvensional saja sebab jika cara ini yang ditempuh akan terlalu banyak kesulitan dan hal yang lolos dari pemberlakuan hukum (Melani et al, 2020). Kegiatan dalam ruang siber adalah kegiatan virtual yang berdampak sangat nyata meskipun alat buktinya bersifat elektronik. Dengan demikian, subjek pelakunya harus dikualifikasikan pula sebagai Orang yang telah melakukan perbuatan hukum secara nyata. Dalam kegiatan *e-commerce* antara lain dikenal adanya dokumen elektronik yang kedudukannya disetarakan dengan dokumen yang dibuat di atas kertas.

Berkaitan dengan hal itu, perlu diperhatikan sisi keamanan dan kepastian hukum dalam pemanfaatan teknologi informasi, media, dan komunikasi agar dapat berkembang secara optimal. Oleh karena itu, terdapat tiga pendekatan untuk menjaga keamanan di *cyber space*, yaitu pendekatan aspek hukum, aspek teknologi, aspek sosial, budaya, dan etika. Untuk mengatasi gangguan keamanan dalam penyelenggaraan sistem secara elektronik, pendekatan hukum bersifat mutlak

karena tanpa kepastian hukum, persoalan pemanfaatan teknologi informasi menjadi tidak optimal.

Undang-undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dilaksanakan dengan tujuan untuk:

- a. mencerdaskan kehidupan bangsa sebagai bagian dari masyarakat informasi dunia;
- b. mengembangkan perdagangan dan perekonomian nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat;
- c. meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan publik;
- d. membuka kesempatan seluas-luasnya kepada setiap Orang untuk memajukan pemikiran dan kemampuan di bidang penggunaan dan pemanfaatan Teknologi Informasi seoptimal mungkin dan bertanggung jawab; dan
- e. memberikan rasa aman, keadilan, dan kepastian hukum bagi pengguna dan penyelenggara Teknologi Informasi.

4.1.4 Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan melalui Sistem Elektronik

Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang disingkat PMSE adalah Perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik. Setiap Pelaku Usaha yang melakukan PMSE wajib memenuhi persyaratan umum sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (Jaman & Pertiwi, 2023).

Dalam melakukan PMSE, Pelaku Usaha wajib membantu program Pemerintah antara lain:

- a. mengutamakan perdagangan Barang dan/atau Jasa hasil produksi dalam negeri;
- b. meningkatkan daya saing Barang dan/atau Jasa hasil produksi dalam negeri; dan

- c. PPMSE dalam negeri wajib menyediakan fasilitas ruang promosi Barang dan/atau Jasa hasil produksi dalam negeri.

Dalam setiap PMSE, Pelaku Usaha wajib:

- a. memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang identitas subyek hukum yang didukung dengan data atau dokumen yang sah;
- b. menyampaikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan terhadap Barang dan/atau Jasa yang diperdagangkan termasuk Sistem Elektronik yang digunakan sesuai karakteristik fungsi dan perannya dalam transaksi tersebut; dan
- c. memenuhi ketentuan etika periklanan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan

PPMSE dalam negeri dan/atau PPMSE luar negeri wajib menggunakan Sistem Elektronik yang memiliki sertifikat kelaikan Sistem Elektronik sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Peraturan ini dikeluarkan untuk mengatur perdagangan melalui sistem elektronik yang berkembang pesat di era digital. Tujuannya adalah untuk memastikan transaksi elektronik berjalan legal, jujur, transparan, dan melindungi hak-hak konsumen dengan mengedepankan persaingan usaha yang sehat.

4.2 Pembahasan

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat merupakan landasan hukum utama dalam menciptakan persaingan usaha yang sehat di Indonesia (Widyastuti & Faisal, 2023). Transaksi perdagangan melalui sistem elektronik atau yang biasa disebut dengan *e-commerce*, merupakan suatu kegiatan yang banyak digemari oleh para pengguna internet di Indonesia dan terus mengalami perkembangan yang signifikan. Terbukti dengan banyaknya platform *e-commerce* yang terus bermunculan dengan berbagai jenis produk barang atau jasa yang ditawarkan.

Perdagangan nasional Indonesia mencerminkan suatu rangkaian aktivitas perekonomian yang dilaksanakan untuk mewujudkan kesejahteraan umum dan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan serta menjelaskan korelasi hukum antara Undang-Undang Perdagangan, Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik dalam memberikan perlindungan terhadap konsumen *e-commerce* (Fatimah, 2018).

Pemanfaatan Teknologi Informasi, media, dan komunikasi telah mengubah baik perilaku masyarakat maupun peradaban manusia secara global. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah pula menyebabkan hubungan dunia menjadi tanpa batas (*borderless*) dan menyebabkan perubahan sosial, ekonomi, dan budaya secara signifikan berlangsung demikian cepat (Nashihin et al, 2020).

Teknologi Informasi saat ini menjadi pedang bermata dua karena selain memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan, kemajuan, dan peradaban manusia, sekaligus menjadi sarana efektif perbuatan melawan hukum.

Permasalahan hukum yang seringkali dihadapi adalah ketika terkait dengan penyampaian informasi, komunikasi, dan/atau transaksi secara elektronik, khususnya dalam hal pembuktian dan hal yang terkait dengan perbuatan hukum yang dilaksanakan melalui sistem elektronik (Ramli et al, 2020). Kenyataan ini menunjukkan bahwa konvergensi di bidang teknologi informasi, media, dan informatika (telematika) berkembang terus tanpa dapat dibendung, seiring dengan ditemukannya perkembangan baru di bidang teknologi informasi, media, dan komunikasi.

Undang-undang dan Peraturan ini dikeluarkan untuk mengatur perdagangan melalui sistem elektronik yang berkembang pesat di era digital. Tujuannya adalah untuk memastikan transaksi elektronik berjalan legal, jujur, transparan, dan melindungi hak-hak konsumen dengan mengedepankan persaingan usaha yang sehat dan untuk memajukan pemikiran dan kemampuan di bidang penggunaan dan pemanfaatan Teknologi Informasi seoptimal mungkin dan bertanggung jawab.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dalam penelitian tentang "Analisis Hukum dalam Pengawasan Perdagangan pada E-Commerce Berdasarkan UU Nomor 5 Tahun 1999" menegaskan bahwa pengawasan perdagangan pada platform *e-commerce* di Indonesia harus dilakukan secara komprehensif dan berlandaskan pada Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun regulasi tersebut telah ada, implementasinya dalam konteks *e-commerce* masih menghadapi berbagai tantangan, seperti kurangnya pemahaman pelaku usaha mengenai ketentuan hukum yang berlaku dan kompleksitas dinamika pasar digital yang terus berkembang. Selain itu, hasil penelitian mengindikasikan bahwa perlindungan konsumen dan pelaku usaha harus seimbang, di mana kedua pihak perlu dilindungi dari praktik bisnis yang tidak adil. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan koordinasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan lembaga pengawas untuk menciptakan lingkungan bisnis yang sehat dan kompetitif. Penelitian ini juga memberikan rekomendasi kebijakan yang dapat membantu regulator dalam merumuskan strategi pengawasan yang lebih efektif, termasuk peningkatan edukasi hukum bagi pelaku usaha dan konsumen. Dengan demikian, diharapkan bahwa penelitian ini tidak hanya memberikan wawasan hukum yang mendalam, tetapi juga menjadi acuan bagi pengembangan kebijakan yang lebih baik dalam pengawasan perdagangan *e-commerce* di Indonesia, sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan adil bagi semua pihak yang terlibat.

5.2 Saran

Untuk meningkatkan efektivitas pengawasan perdagangan di *e-commerce*, pemerintah perlu memperkuat koordinasi antara badan pengawas seperti KPPU dan otoritas lain yang relevan. Peran KPPU dalam menciptakan persaingan usaha yang sehat harus diiringi dengan adaptasi terhadap tantangan teknologi digital, termasuk kemampuan untuk memantau skala besar aktivitas online. Selain itu, regulasi terkait *e-commerce* harus diperbarui agar dapat menangkap kompleksitas praktik usaha saat ini, seperti monopoli digital dan potensi penyalahgunaan data konsumen. Edukasi kepada masyarakat terkait hak-hak konsumen juga sangat penting untuk memastikan kesadaran dan pemahaman mereka terhadap aturan hukum dalam transaksi elektronik. Pelaku usaha juga perlu diberikan pedoman yang jelas mengenai kewajiban mereka sesuai UU Nomor 5 Tahun 1999 dan aturan lainnya, termasuk keharusan menyediakan informasi transparan tentang produk atau layanan mereka.

Terakhir, integrasi teknologi seperti sistem pelaporan berbasis digital dan penggunaan big data untuk mendeteksi potensi pelanggaran dapat membantu dalam mendukung pengawasan yang lebih efisien. Hal ini juga akan memberikan landasan hukum yang kuat untuk mengatasi permasalahan di era digital, sehingga tercipta ekosistem *e-commerce* yang adil dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afianto, A. P., & Irwansyah, I. (2021). Eksplorasi Kondisi Masyarakat Dalam Memilih Belanja Online Melalui Shopee Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 10-29.
- Andani, D. K., & Indarta, D. W. (2023). Pengawasan Hukum Platform E-Commerce Tiktok dan UMKM oleh KPPU Berdasarkan UU Nomor 5 Tahun 1999. *Al-Manhaj: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam*, 5(2), 2393-2408.
- Apriani, D., & Syafrinaldi, S. (2022). Konflik Norma Antara Perlindungan Usaha Kecil Menurut Hukum Persaingan Usaha Indonesia Dengan Perlindungan Konsumen. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 4(1), 14-33.
- Dermawan, A., & Akmal, A. (2020). Urgensi Perlindungan Hukum Bagi Korban Tindak Pidana Kejahatan Teknologi Informasi. *Journal of science and social research*, 2(2), 39-46.
- Devi, R. S., Lubis, M. A., Nst, V. F. H., & Sihombing, A. (2024). Persaingan Usaha Tidak Sehat Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Jurnal Ilmiah METADATA*, 6(1), 108-118.
- Effendi, B. (2020). Pengawasan Dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (E-Commerce) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Syiah Kuala Law Journal*, 4(1), 21-32.
- Fatimah, D. (2018). *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi e-Commerce Menurut Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan* (Bachelor's thesis, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Izazi, F. S., Sajena, P., Kirana, R. S., & Marsaulina, K. (2024). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Peraturan Pemerintah (Pp) Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. *Leuser: Jurnal Hukum Nusantara*, 1(2), 8-14.
- Jaman, U. B., & Pertiwi, E. (2023). Kedaulatan Pajak Negara Indonesia Terhadap Perusahaan Multinasional Digital. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 32-42.

- Kaffah, A. F., & Badriyah, S. M. (2024). Aspek Hukum Dalam Perlindungan Bisnis Era Digital Di Indonesia. *Lex Renaissance*, 9(1), 203-228.
- Kapoh, S. J. (2020). Kajian Hukum Penerapan Kontrak Baku Elektronik pada Transaksi E-Commerce. *Lex Et Societatis*, 8(3).
- Karina, A. D. (2019). Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Terhadap Pelaku Usaha Di Pasar Tradisional. *Jurnal Ilmiah Dunia Hukum*, 3(2), 55-67.
- Kholis, N. (2024). Urgensi Penegakan Hukum Dan Penguatan Peran Pengawasan KPPU Di Era Industri Digital. *Cendekia Niaga*, 8(1), 40-56.
- Makalalag, L. (2016). *Pengenaan pajak penghasilan terhadap pengusaha dalam transaksi perdagangan online (e-commerce)* (Doctoral dissertation, Tadulako University).
- Malaka, M. (2014). Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha. *Al-'Adl*, 7(2), 39-52.
- Mantik, V. (2022). Tinjauan Yuridis Tentang Kedudukan Alat Bukti Digital Dalam Tindak Pidana Kejahatan Mayantara (Cyber Crime). *Lex Privatum*, 10(5).
- Matondang, A. H. (2024). Peran Hukum Dalam Pengaturan Persaingan Usaha Di Indonesia. *Tugas Mahasiswa Fakultas Hukum*, 1(2).
- Maulana, I., & Ambardi, P. (2021). Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dengan Sistem Dropship Ditinjau Dari Perspektif Uu Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Asy-Syukriyyah*, 22(2), 239-253.
- Melani, M., Disemadi, H. S., & Jaya, N. S. P. (2020). Kebijakan Hukum Pidana Dibidang Transaksi Elektronik Sebagai Tindak Pidana Non-Konvensional. *Pandecta Research Law Journal*, 15(1), 111-120.
- Nashihin, H., Baroroh, A., & Ali, A. (2020). Implikasi hukum teknologi informasi dalam perkembangan teknologi pendidikan islam (Telaah atas Hukum Moore, Hukum Metcalfe, dan Hukum Coase). *At Turots: Jurnal Pendidikan Islam*, 2(2 Desember), 136-147.
- Novita, Y. D., & Santoso, B. (2021). Urgensi Pembaharuan Regulasi Perlindungan Konsumen di Era Bisnis Digital. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 3(1), 46-58.
- Nugraha, S., Andayani, D., & Tumanggor, M. S. (2023). Pertanggungjawaban Hukum Pelaku Usaha E-Commerce Atas Terjadinya Pencurian Data Konsumen Melalui Aplikasi Tokopedia Berdasarkan Pasal 19 dan Pasal 62

- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *UNES Law Review*, 6(2), 4896-4909.
- Pangestu, Y., Sipahutar, B., & Ardianto, B. (2021). Harmonisasi prinsip perdagangan internasional pada GATT dalam undang-undang nomor 7 tahun 2014 tentang perdagangan. *Uti Possidetis: Journal of International Law*, 2(1), 81-105.
- Paparang, J. A. (2020). Tugas dan Wewenang Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Penanganan Pelanggaran Hukum Persaingan Usaha Menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. *Lex Privatum*, 7(7).
- Paryadi, D. (2018). Pengawasan E Commerce Dalam Undang-Undang Perdagangan Dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 48(3), 651-669.
- Rahman, I., Mayasari, R. E., & Nurapriyanti, T. (2023). Hukum Perlindungan Konsumen di Era E-Commerce: Menavigasi Tantangan Perlindungan Konsumen dalam Lingkungan Perdagangan Digital. *Jurnal Hukum Dan HAM Wara Sains*, 2(08), 683-691.
- Ramli, T. S., Ramli, A. M., Permata, R. R., Wahyuningsih, T., & Mutiara, D. (2020). Aspek Hukum Atas Konten Hak Cipta Dikaitkan dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 17(1), 65.
- Riskiyono, J. (2015). Partisipasi masyarakat dalam pembentukan perundang-undangan untuk mewujudkan kesejahteraan. *Aspirasi: Jurnal Masalah-masalah Sosial*, 6(2), 159-176.
- Septriany, D., Tarmizi, F., & Afrita, I. (2024). Perbandingan Hukum Indonesia dengan Hukum Amerika Serikat terkait Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 15791-15801.
- Setiantoro, A., Putri, F. D., Novitarani, A., & Njatrijani, R. (2018). Urgensi Perlindungan Hukum Konsumen Dan Penyelesaian Sengketa E-Commerce Di Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 7(1), 1-17.
- Utomo, E. M., & Maharani, E. V. I. E. R. A. (2013). Transaksi e-commerce sebagai potensi penerimaan pajak di Indonesia. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 2(1).

Widyastuti, E., & Faisal, F. (2023). Implementasi Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Terhadap Pelaksanaan Tender Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah Di Pemerintah Daerah Kabupaten Muna Barat. *Lakidende Law Review*, 2(3), 514-523.

JURNAL

PEMBANGUNAN HUKUM INDONESIA



PROGRAM STUDI
MAGISTER ILMU HUKUM
FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS DIPONEGORO

e-ISSN : 2656-3193
p-ISSN : 2656-6737



[#Rumah](#) [#Tentang](#) [#Rakyat](#) [#Pengajuan](#) [#Masalah](#) [#Pengumuman](#)

Pencarian konten



[Tri Astuti Handayani SH, MM, M.Hum.](#)



SERTIFIKAT AKREDITASI

[Beranda](#) / [Pengguna](#) / [Penulis](#) / [Pengajuan](#) / [Pengajuan Aktif](#)

Pengajuan Aktif

Penyerahan selesai. Terima kasih atas minat Anda untuk menerbitkan bersama Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia.

[Pengajuan Aktif](#)