

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dampak globalisasi pada penggunaan teknologi informasi telah mengubah cara orang hidup, menciptakan cara hidup baru dan memfasilitasi perubahan di berbagai aspek seperti budaya, pertahanan, keamanan, penegakan hukum, dan tentu saja sektor ekonomi. Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah menjadi penyebab utama perubahan dalam aktivitas manusia di berbagai bidang, termasuk menciptakan bentuk-bentuk baru dalam penegakan hukum. Pertumbuhan ekonomi komersial selama periode ini telah menciptakan beragam produk dan layanan yang tersedia untuk konsumsi. Perdagangan yang berkembang pesat telah menciptakan mobilitas yang signifikan dalam perdagangan.¹

Di era globalisasi ini telah banyak mendukung pertumbuhan perusahaan yang menghasilkan berbagai produk dan jasa, khususnya di bidang teknologi komunikasi dan informasi. Perkembangan teknologi internet telah memberikan dampak positif bagi masyarakat Indonesia. Internet telah mengubah masyarakat tradisional Indonesia menjadi masyarakat *modern*. Selain berfungsi sebagai sarana informasi dan komunikasi, internet juga membuka peluang baru dalam bisnis *online* yang tak terbatas. Berdagang dan berbisnis melalui internet, yang dikenal sebagai

¹ Siswanto Sunarso. (2009). *Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik*, Jakarta: Rineka Cipta. Hlm. 5.

e-commerce, sudah lama ada di Indonesia, terutama sejak diperkenalkannya layanan seperti kartu kredit, ATM, dan *phone banking*. Istilah-istilah ini telah mendapatkan pengakuan karena digunakan untuk berbagai tujuan, termasuk transaksi jual beli. Hal ini pula yang pada akhirnya memunculkan *e-commerce*.²

E-commerce didefinisikan sebagai proses menggunakan Internet untuk membeli dan menjual produk, layanan, dan informasi secara elektronik. Di satu sisi, karena kemajuan dalam perkembangan teknologi informasi, dampak internet pada konsumen telah mengubah perilaku konsumen dan menjadi semakin penting dan selektif dalam memutuskan produk mana yang akan dipilih. Hal yang sama berlaku untuk produsen, dan peningkatan ini memiliki efek positif pada pemasaran produk. *E-commerce* awalnya diperkenalkan pada tahun 1994, ketika spanduk elektronik atau media iklan pertama, yang biasa disebut sebagai media periklanan digital, digunakan untuk mempromosikan dan mengiklankan halaman situs web. Pertama, penggunaan *e-commerce* sebagai bisnis untuk mengirim dokumen komersial secara elektronik, seperti aplikasi.³

Ini kemudian menjadi kegiatan yang menggunakan istilah perdagangan *online*, menawarkan barang dan jasa di *World Wide Web* (www) melalui server yang aman, dan protokol server khusus yang menggunakan

² Teng Berlianty. (2017). *Pendaftaran Merek Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Untuk Memperkuat Daya Saing Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asia*, Jurnal SASI. 23(1). Hlm. 1.

³ Mudakir Iskandar. (2018). *Hukum Bisnis Online Era Digital*, Jakarta: CV. Campustaka. Hlm. 14.

enkripsi untuk menjaga kerahasiaan informasi pelanggan. *E-commerce* adalah deskripsi bisnis yang berlangsung melalui tautan data elektronik. Jelas fenomena ini merupakan faktor kunci yang membuka peluang bagi konsumen untuk berpartisipasi aktif di pasar global. Dari perspektif *platform* penjualan, lima *marketplace* terbesar di Indonesia berdasarkan jumlah pengunjung bulanan di Q2 2020 adalah *Shopee* (93,4 juta), *Tokopedia* (86,1 juta), *Bukalapak* (35,2 juta), *Lazada* (22 juta), *Blibli* (18,3 juta).⁴ Salah satu layanan pesan antar makanan daring di Indonesia seperti *GoFood* dan *GrabFood* adalah sekitar 19,85 juta orang pada tahun 2022-2023.⁵

Layanan antar jasa pesanan makanan adalah suatu bentuk *e-commerce* yang memungkinkan konsumen memesan makanan dari berbagai restoran atau penjual makanan melalui aplikasi *online*, dan kemudian makanan tersebut diantarkan oleh pihak ketiga, yaitu pengemudi atau mitra pengantaran.⁶ Layanan ini menawarkan kemudahan, kecepatan, dan variasi bagi konsumen, serta membuka peluang usaha dan lapangan kerja bagi penjual dan pengemudi. Pengaturan hukum terkait dengan layanan antar jasa pesanan makanan ini masih belum memadai dan menyeluruh. Hingga saat ini, belum ada peraturan khusus yang mengatur tentang layanan ini secara komprehensif. Peraturan yang ada masih bersifat umum dan parsial, seperti

⁴ Tim Inews, *E-commerce Terpopuler Di Indonesia Tokopedia Terdepan Shopee Geser Bukalapak*. Dikutip dari Website www.inews.id, Diakses pada Tanggal 29 Oktober 2023, Pukul 16.26 WIB.

⁵ Tim Redaksi CNBC Indonesia. *Ini Bukti Orang Indonesia Kecanduan Go-Food dan Grab-Food*. Dikutip dari Website <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230216141331-37-414351/ini-bukti-orang-indonesia-kecanduan-GoFood-grabfood>. Diakses pada Tanggal 20 Januari 2024, Pukul 09.33 WIB.

⁶ Iisnawati, dkk. (2019). *Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pesan Antar Makanan Online di Palembang*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 17(3). Hlm. 148.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dan sebagainya. Peraturan ini belum mencakup semua aspek hukum yang terkait dengan layanan ini, seperti keamanan pangan, tanggung jawab hukum, dan penyelesaian sengketa.

Transaksi *e-commerce* terdapat pihak-pihak yang terlibat dalam perdagangan orang tidak bersifat tatap muka, berbagai bentuk penipuan dan kesalahan dapat terjadi dan merupakan masalah yang signifikan untuk diselesaikan. Salah satu masalah yang kerap muncul dalam *e-commerce* adalah penjualan produk yang tidak memenuhi standar atau layanan yang tidak memadai dari produsen. Situasi lain yang sering terjadi adalah ketidaksesuaian antara barang yang diterima dengan yang diiklankan, kesalahan dalam proses pembayaran, masalah dalam pengiriman, atau ketidaksesuaian dalam pengiriman yang tidak tercakup dalam situasi yang telah disebutkan sebelumnya.⁷ *E-commerce* atau perdagangan elektronik adalah suatu bentuk transaksi jual beli yang dilakukan melalui internet. *e-commerce* menawarkan berbagai keuntungan bagi pelaku usaha dan konsumen, seperti kemudahan, efisiensi, dan keterjangkauan. Jual beli sebagaimana dalam Pasal 1457 KUHPerdara yang menjelaskan bahwa jual beli adalah suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk

⁷ Subekti. (2004). *Hukum Perjanjian*. Jakarta: Intermedia. Hlm. 79.

membayar harga yang telah dijanjikan. Namun, *e-commerce* juga membawa berbagai tantangan dan risiko hukum, seperti penipuan, pembajakan, pencurian data, pelanggaran hak konsumen, dan wanprestasi. Namun, tak jarang dalam keadaan tertentu untuk membuktikan kelalaian, yaitu sehubungan dengan prestasi terhadap kelalaian. Pemenuhan prestasi tidak mungkin di luar *over macht* yang artinya pemenuhan tidak lagi berarti, dan pihak tertentu melakukan prestasi tidak sebagaimana mestinya. Timbulnya wanprestasi menimbulkan permasalahan pada khususnya, ketidaksesuaian dalam jasa pembelian makanan *online*, seperti yang mungkin terjadi pada transaksi aplikasi *e-commerce* layanan antar jasa makanan dapat menjadi sumber kekecewaan yang signifikan. Kerugian ini dapat mencakup waktu yang terbuang, ketidaknyamanan, dan bahkan potensi risiko kesehatan jika kualitas makanan tidak memenuhi standar keamanan.

Hal tersebut terjadi pada salah satu kasus yang di alami oleh beberapa pengguna *e-commerce* yang memesan makanan melalui *online*, namun makanan tersebut datang tidak sesuai pesanan. Seperti yang dialami oleh seorang pengguna yang memesan makanan pada salah satu restoran Solaria yang dipesan melalui aplikasi *e-commerce* layanan antar jasa makanan dengan menu mie dan ayam katsu teriyaki saos. Namun yang datang nasi dan ayam katsu teriyaki saos. Hal tersebut tentunya menimbulkan ketidakpuasan terhadap konsumen yang dapat berakibat hukum. Berdasarkan kasus di atas, maka penting untuk menganalisis lebih dalam bagaimana dinamika *e-commerce*, terutama melalui *platform e-commerce* pelayanan di bidang *Food*

& Beverage, berinteraksi dengan landasan hukum perdata. Dengan memahami kompleksitas ini, penelitian tersebut diharapkan dapat memberikan wawasan yang komprehensif tentang wanprestasi pada jual beli makanan di *e-commerce* dengan mempertimbangkan seluruh implikasi hukum yang terlibat.

Hal ini mengingat juga bahwa Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen atau untuk selanjutnya disebut UU PERLINKOS memiliki tujuan sentral untuk melindungi hak-hak konsumen dalam transaksi jual beli barang dan jasa.⁸ Dalam substansinya, UU PERLINKOS ini mendefinisikan konsumen sebagai individu atau kelompok yang terlibat dalam transaksi beli atau guna, dalam konteks perorangan, keluarga, atau rumah tangga.⁹ UU PERLINKOS menetapkan prinsip dasar bahwa konsumen berhak mendapatkan informasi yang jujur, benar, dan akurat mengenai barang atau jasa yang ditawarkan. Hal ini mengacu pada tanggung jawab penyedia barang atau jasa untuk memberikan keterangan yang jelas dan tidak menyesatkan kepada konsumen.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang diangkat pada Skripsi yang berjudul **“TINJAUAN YURIDIS TINDAKAN WANPRESTASI YANG DILAKUKAN OLEH PELAKU USAHA MAKANAN ATAS PESANAN YANG TIDAK**

⁸ Nasution. (1999). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Daya Widya. Hlm. 25.

⁹ Imam Sjahputra. (2010). *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik*, Bandung: Prenhallindo. Hlm. 32.

**SESUAI PADA APLIKASI LAYANAN ANTAR JASA ELEKTRONIK
(E-COMMERCE)”.**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah perbuatan yang dilakukan oleh pelaku usaha makanan telah memenuhi unsur-unsur wanprestasi?
2. Bagaimana akibat hukum dari wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha makanan atas pesanan yang tidak sesuai pada aplikasi *e-commerce*?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan memahami apakah perbuatan yang dilakukan oleh pelaku usaha makanan atas pesanan yang tidak sesuai telah memenuhi unsur-unsur wanprestasi.
2. Untuk mengetahui dan memahami bagaimana akibat hukum dari wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha makanan atas pesanan yang tidak sesuai pada aplikasi *e-commerce*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsi ilmu baru atau pendapat baru sehingga nantinya dalam menghasilkan penerapan baru dalam hukum di Indonesia khususnya dalam hukum kasus masalah perlindungan konsumen di *e-commerce*. Serta diharapkan dapat memberikan manfaat yang aplikatif untuk para pemangku kepentingan khususnya untuk para pembuat kebijakan, dan

kelompok masyarakat agar dapat mengatasi masalah isu wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha makanan atas pesanan yang tidak sesuai pada aplikasi elektronik (*e-commerce*).

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan pihak-pihak yang berkepentingan, termasuk pihak yang berwenang dan masyarakat umumnya terkait tinjauan yuridis tindakan wanprestasi pelaku usaha atas makanan yang tidak sesuai pesanan aplikasi *e-commerce*.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu bahan masukan dan melengkapi referensi yang belum ada terkait tinjauan yuridis wanprestasi pada aplikasi layanan antar jasa elektronik *e-commerce*.

1.5 Keaslian Penelitian

Pada penelitian ini terdapat perbedaan dengan penelitian terdahulu sebagaimana dalam penelitian oleh Komang Frisma Indra Prastya yang berjudul Tinjauan Yuridis tentang Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli *Online* melalui *e-commerce* menurut Pasal 1320 KUHPerdara dan Undang-Undang Nomer 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang dibuat pada tahun 2021. Dalam penelitian tersebut membahas mengenai bentuk pengaturan hukum terhadap perjanjian jual beli *online* melalui *e-commerce* serta bentuk perlindungan hukum terhadap pembeli dalam pelaksanaan perjanjian jual beli *online* melalui *e-commerce* jika penjual

melakukan wanprestasi. Penelitian tersebut berfokus pada pelaksanaan perjanjian jual beli *online*. Hal yang membedakan pada penelitian penulis yaitu pokok pembahasan yang mana pada penelitian penulis berfokus pada tindakan wanprestasi pada aplikasi *e-commerce* layanan antar jasa makanan.

Penelitian riset yang kedua yaitu oleh Yuko Fitriani Disertasi yang berjudul Tinjauan Yuridis Wanprestasi pada Transaksi *E-commerce* melalui Situs Forum Jual Beli Kaskus pada tahun 2013. Penelitian tersebut menganalisis masalah tentang bagaimana bentuk wanprestasi yang terjadi dan upaya apa yang dapat dilakukan terhadap wanprestasi yang terjadi melalui situs forum jual beli kaskus dan apakah transaksi *e-commerce* yang dilakukan melalui situs forum jual beli kaskus turut menjadi penyebab terjadinya wanprestasi. Penelitian tersebut berfokus pada bentuk wanprestasi yang terjadi melalui situs jual beli kaskus *e-commerce*. Hal yang membedakan pada penelitian penulis yaitu pembahasan penelitian penulis menjelaskan mengenai unsur wanprestasi pada kegiatan layanan antar jasa makanan pada aplikasi *e-commerce*.

Pada riset penelitian sebelumnya yang ketiga yaitu oleh Kiki Rizky Syamsir yang berjudul Tinjauan Hukum Perbuatan Wanprestasi terhadap Perlindungan Konsumen dalam Transaksi *E-commerce* melalui BBM (*Blackberry Messenger*) dan *Instagram* pada tahun 2015. Pada penelitian tersebut menganalisis masalah tentang bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* melalui media sosial khususnya *Blackberry Messenger* dan *Instagram* dan bagaimana penyelesaian

wanprestasi terhadap barang yang disepakati apabila tidak sampai kepada konsumen. Penelitian tersebut berfokus pada upaya perlindungan hukum bagi konsumen dan penyelesaian wanprestasi terhadap objek barang yang disepakati tidak sampai pada konsumen melalui transaksi *e-commerce* media sosial. Pembahasan penelitian penulis berfokus pada bentuk wanprestasi yang dilakukan antara pelaku *partnership e-commerce* pada layanan antar jasa makanan yang tidak sesuai pesanan. Penjelasan secara ringkas telah penulis klasifikasikan pada tabel *novelty* dibawah ini:

No.	Nama Penulis, Judul, dan Tahun	Rumusan Masalah	Persamaan dan Fokus Penelitian	Perbedaan
1.	Komang Frisma Indra Prastya, "Tinjauan Yuridis tentang Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli <i>Online</i> melalui <i>E-commerce</i> Menurut Pasal 1320 KUHPerdota dan Undang-Undang Nomer 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik", 2021. ¹⁰	<ol style="list-style-type: none"> 1) Bagaimana bentuk pengaturan hukum terhadap perjanjian jual beli <i>online</i> melalui <i>e-commerce</i>? 2) Bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap pembeli dalam pelaksanaan perjanjian jual beli <i>online</i> melalui <i>e-commerce</i> jika penjual melakukan wanprestasi? 	Penelitian tersebut berfokus pada pelaksanaan perjanjian jual beli <i>online</i>	Hal yang membedakan pada penelitian penulis yaitu pokok pembahasan yang mana pada penelitian penulis berfokus pada tindakan wanprestasi pada aplikasi <i>e-commerce</i> layanan antar jasa makanan
2.	Yuko Fitriani, Disertasi "Tinjauan Yuridis Wanprestasi pada Transaksi <i>e-commerce</i> melalui Situs Forum Jual Beli Kaskus", 2013. ¹¹	<ol style="list-style-type: none"> 1) Bagaimana bentuk wanprestasi yang terjadi dan upaya apa yang dapat dilakukan terhadap wanprestasi yang terjadi melalui situs forum jual beli kaskus? 2) Apakah transaksi <i>e-commerce</i> yang dilakukan melalui situs forum jual beli kaskus turut menjadi penyebab terjadinya wanprestasi? 	Penelitian tersebut berfokus pada bentuk wanprestasi yang terjadi melalui situs jual beli kaskus <i>e-commerce</i> .	Hal yang membedakan pada penelitian penulis yaitu pembahasan penelitian penulis menjelaskan mengenai unsur wanprestasi pada kegiatan layanan antar jasa makanan pada aplikasi <i>e-commerce</i> .
3.	Kiki Rizky Syamsir, "Tinjauan Hukum Perbuatan Wanprestasi terhadap Perlindungan Konsumen dalam Transaksi <i>E-commerce</i> melalui BBM (<i>Blackberry Messenger</i>) dan <i>Instagram</i> ", 2015. ¹²	<ol style="list-style-type: none"> 1) Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi <i>e-commerce</i> melalui media sosial khususnya <i>Blackberry Messenger</i> dan <i>Instagram</i>? 2) Bagaimana penyelesaian wanprestasi terhadap barang yang disepakati apabila tidak sampai kepada konsumen? 	Penelitian tersebut berfokus pada upaya perlindungan hukum bagi konsumen dan penyelesaian wanprestasi terhadap objek barang yang disepakati tidak sampai pada konsumen melalui transaksi <i>e-commerce</i> media sosial.	Pembahasan penelitian penulis berfokus pada bentuk wanprestasi yang dilakukan antara pelaku <i>partnership e-commerce</i> pada layanan antar jasa makanan yang tidak sesuai pesanan.

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu atau *Novelty*

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian hukum normatif. Penelitian normatif adalah studi yang memungkinkan untuk secara sistematis

¹⁰ Komang Frisma Indra Prastya. (2021). *Tinjauan Yuridis tentang Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Online melalui E-commerce Menurut Pasal 1320 KUHPerdota dan Undang-Undang Nomer 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*. Jurnal Komunitas Yustisia Universitas Pendidikan Ganesha, 4(2).

¹¹ Yuko Fitriani, S. H. (2013). *Tinjauan Yuridis Wanprestasi pada Transaksi E-commerce Melalui Situs Forum Jual Beli Kaskus (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada)*.

¹² Kiky Rizky Syamsir. (2015). *Tinjauan Hukum Perbuatan Wanprestasi terhadap Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-commerce melalui BBM (Blackberry Messenger) dan Instagram*. Jurnal Ilmu Hukum Legal Opinion, 3(2).

menggambarkan aturan yang mengatur suatu masalah, menganalisis hubungan antar peraturan, menjelaskan masalah hukum, dan memprediksi perkembangan undang-undang yang relevan di masa depan.¹³ Metode penelitian hukum normatif ini didasarkan pada teori, konsep, prinsip hukum, dan yurisprudensi yang terkait dengan penelitian ini, dan dilakukan dengan menggunakan ketentuan hukum primer dan sekunder.¹⁴

1.6.2 Pendekatan

Pendekatan penelitian adalah pendekatan hukum (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Pendekatan hukum adalah pendekatan yang dilakukan dengan meninjau beberapa peraturan perundang-undangan yang terkait dengan masalah hukum yang sedang dipertimbangkan, dan pendekatan konseptual adalah pendekatan yang memberikan sudut pandang analitis untuk memecahkan masalah dalam penelitian hukum yang dipertimbangkan oleh aspek-aspek konsep hukum di baliknya atau nilai-nilai yang terkandung dalam penormaan peraturan tertentu.¹⁵ Dalam Penelitian skripsi ini Hukum dijadikan konsep menjadi sesuatu yang ditulis dalam Peraturan Perundang-Undangan (*law in books*) atau mengkonsepkan Hukum

¹³ Peter Mahmud Marzuki. (2017). *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. Hlm. 32.

¹⁴ I Made Pasek Diantha. (2016). *Metodologi Penelitian Hukum Normatif dalam Justifikasi Teori Hukum*. Jakarta: Pranada Media Group. Hlm. 4.

¹⁵ Peter Mahmud, *Op.Cit.* Hlm. 24.

sebagai Norma yang merupakan patokan berperilaku manusia.¹⁶ Referensi terhadap peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan penggunaan barang milik daerah berupa perjanjian bangunan dan transmisi digunakan dalam penelitian ini.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan preskriptif. Deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk memperoleh secermat mungkin data yang berkaitan dengan objek peneliti.¹⁷ Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk memperkuat hipotesis penelitian dalam rangka memperkuat materi hukum yang berkaitan dengan penelitian. Dalam penelitian ini, menggunakan rujukan aturan hukum yang berkaitan dengan pemanfaatan barang milik daerah dan perjanjian di Indonesia untuk dikaji guna memperoleh argumen yang dapat menyelesaikan suatu permasalahan/masalah hukum terkait perbuatan wanprestasi atas produk makanan yang tidak sesuai pesanan pada aplikasi layanan antar jasa (*e-commerce*).

1.6.3 Bahan Hukum

Bahan hukum pada penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu Bahan hukum primer, sekunder, dan tersier.¹⁸ Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang terdiri dari undang-undang, dokumen resmi, protokol pembuatan undang-undang, dan kasus viral terkait pesanan

¹⁶ Amirudin dan Zainal Asikin. (2016). *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. Hlm. 118.

¹⁷ *Ibid.* Hlm. 119.

¹⁸ Peter Mahmud, *Op.Cit.* Hlm. 141.

makanan yang tidak sesuai pada *e-commerce*. Dalam penelitian ini bahan hukum primer yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58; Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843).
3. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 251; Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5952).
4. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 22; Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821).
5. Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 189; Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5348).

Bahan Hukum sekunder, yaitu meliputi data yang diperoleh dari surat-surat pribadi, buku atau bahan pustaka yang berisi prinsip-prinsip

dasar yurisprudensi.¹⁹ Bahan Hukum Sekunder terdiri atas Buku atau Jurnal Hukum berisi Prinsip-Prinsip Dasar (Asas Hukum), Pandangan para Ahli Hukum (Doktrin) dan Hasil Penelitian Hukum Tesis (S2), Skripsi (S1) yang terdapat hubungan dengan penelitian skripsi ini. Sedangkan untuk Bahan Hukum Tersier adalah yang menerangkan penjelasan mengenai Bahan Hukum Primer serta Bahan Hukum Sekunder yaitu Kamus (hukum), Majalah/Artikel Hukum, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Kamus Lengkap Bahasa Inggris-Bahasa Indonesia.

1.6.4 Prosedur Pengumpulan Bahan Hukum

Metode pengumpulan bahan hukum dirancang untuk mendapatkan bahan hukum dalam penelitian. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan bahan hukum pendukung adalah penelitian sastra. Tinjauan pustaka adalah metode pengumpulan bahan hukum yang dilakukan melalui bahan hukum tertulis dengan menggunakan *content analysis*.²⁰ Metode ini bermanfaat untuk memperoleh dasar teori melalui pemeriksaan dan kajian buku, statuta, dokumen, laporan, arsip, dan hasil penelitian cetak dan elektronik lainnya sesuai dengan hukum dan peraturan yang ada yang seharusnya relevan. Sebagai pendukung untuk mendapatkan bahan hukum yang diperlukan dalam penulisan penelitian diperoleh dengan cara melakukan studi kepustakaan. Studi kepustakaan, dimaksudkan untuk mendapatkan bahan hukum yang selaras dengan

¹⁹ Peter Mahmud, *Op.Cit.* Hlm. 142.

²⁰ Peter Mahmud, *Op.Cit.* Hlm. 24.

pembahasan dalam tulisan ini dengan cara membaca, mengkaji, menelaah, dan menganalisa hasil dari suatu penelitian seperti buku-buku, literatur, jurnal, dan peraturan perundang-undangan serta hasil penelitian terdahulu. Selain itu dilakukan dengan dokumentasi yang dalam penelitian ini lebih pada pengumpulan dokumentasi pendukung data-data penelitian yang dibutuhkan.

1.6.5 Analisis Bahan Hukum

Penelitian ini menggunakan metode analisis data berupa deskriptif analitik dengan logika deduktif. Deskriptif analitis adalah gambaran peraturan perundang-undangan yang berlaku sehingga dapat dikaitkan dengan teori dan praktik hukum untuk penerapan hukum positif yang mengatasi suatu masalah. Logika deduktif adalah pemrosesan bahan hukum secara deduktif, yaitu untuk menjelaskan sesuatu yang umum dan kemudian membawanya ke kesimpulan yang lebih spesifik.²¹ Analisis data dalam penelitian ini menggunakan penafsiran terhadap undang-undang. Penafsiran yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Penafsiran Gramatikal

Penafsiran gramatikal adalah Penafsiran dengan penafsiran hukum sesuai dengan arti kata atau istilah. Terdapat hubungan yang sangat erat antara bahasa dan hukum. Bahasa adalah satu-satunya alat yang digunakan oleh legislator untuk mengekspresikan kehendak, tetapi tidak dapat dipisahkan bahwa

²¹ Peter Mahmud, *Op.Cit.* Hlm. 47.

legislator terkadang memiliki urutan kata yang salah. Dengan demikian, dalam penelitian ini menerapkan pencarian kata yang lazim digunakan dalam sehari-hari dan disertai juga dengan menggunakan kamus bahasa.

2. Penafsiran Sistematis

Penafsiran sistematis adalah penafsiran suatu undang-undang dengan mengaitkan Pasal-Pasal yang relevan dengan undang-undang tersebut atau menghubungkannya dengan undang-undang lain. Hukum selalu dikaitkan dengan hukum dan peraturan lain, dan hukum tidak independen atau independen dari sistem hukum secara keseluruhan. Setiap hukum adalah bagian dari keseluruhan sistem hukum. Selain itu, materi hukum yang diperoleh dalam penelitian ini sangat penting, logis dan sistematis, karena materi hukum dicatat secara sistematis dan konsisten, yang akan memungkinkan untuk mengungkapkan solusi untuk masalah demikian.

1.6.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penelitian ini, kerangka dibagi menjadi beberapa bab yang terdiri dari sub bab. Penelitian ini dengan judul **“TINJAUAN YURIDIS TINDAKAN WANPRESTASI YANG DILAKUKAN OLEH PELAKU USAHA MAKANAN ATAS PESANAN YANG TIDAK SESUAI PADA APLIKASI LAYANAN**

ANTAR JASA ELEKTRONIK (E-COMMERCE)” yang dalam pembahasannya dibagi menjadi 4 (empat) bab.

Bab Pertama, memberikan gambaran secara umum dan menyeluruh tentang pokok permasalahan yang dibahas. Pada bab pertama ini membahas mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka dan metode penelitian.

Bab Kedua, membahas rumusan masalah pertama yaitu apakah perbuatan yang dilakukan oleh pelaku usaha makanan telah memenuhi unsur-unsur wanprestasi. Bab ini tidak terbagi atas sub-bab. Bab ini menguraikan bagaimana kriteria wanprestasi sesuai hukum pada pelaku usaha makanan atas pesanan yang tidak sesuai pada aplikasi layanan antar jasa elektronik (*e-commerce*) telah memenuhi unsur-unsur wanprestasi berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku.

Bab Ketiga, membahas rumusan masalah kedua tentang akibat hukum dari wanprestasi yang dilakukan pelaku usaha atas pesanan yang tidak sesuai pada aplikasi layanan antar jasa elektronik (*e-commerce*). Pada bab ini terbagi menjadi dua sub-bab. Sub-bab pertama membahas tentang akibat yang ditimbulkan dengan terjadinya wanprestasi terhadap pesanan makanan yang tidak sesuai pada aplikasi layanan antar jasa elektronik (*e-commerce*). Sub-bab kedua membahas mengenai upaya yang dapat dilakukan untuk penyelesaian wanprestasi terkait pesanan

makanan yang tidak sesuai pada aplikasi layanan antar jasa elektronik (*e-commerce*).

Bab Keempat, adalah bab penutup terdiri dari kesimpulan dan saran atas pokok permasalahan. Pada sub bab pertama akan memuat tentang kesimpulan mengenai bab-bab sebelumnya dan sub bab kedua akan memuat saran-saran yang akan memberikan manfaat serta membenahi permasalahan yang ada.

1.6.7 Jadwal Penelitian

No.	Jadwal Penelitian	Okt-Nov 23	Nov-Des 23	Des-Jan24	Jan-Mar24
1.	Pengajuan Judul	■			
2.	ACC Judul	■			
3.	Pengumpulan Data		■		
4.	Penulisan Proposal dan Bimbingan		■	■	
5.	Seminar Proposal			■	
6.	Revisi Proposal				■
7.	Pengumpulan Laporan Proposal				■
8.	Pengerjaan Skripsi				■
9.	ACC Skripsi dan Seminar Hasil Skripsi				■

Tabel 1.2 Jadwal Penelitian

1.7 Tinjauan Pustaka

1.7.1 Tinjauan Umum Prestasi dan Wanprestasi

1.7.1.1 Pengertian Prestasi

Dalam konteks hukum perjanjian, istilah ‘prestasi’ atau ‘*performance*’ merujuk pada pemenuhan kewajiban yang telah disepakati dalam kontrak oleh pihak yang terikat. Pemenuhan ini harus sesuai dengan syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan dalam kontrak tersebut. Jika sebuah perjanjian dibentuk sesuai dengan ketentuan Pasal 1320 KUHPerdara, maka perjanjian itu memiliki kekuatan hukum yang sama seperti undang-undang bagi semua pihak yang terlibat.²²

Prestasi dalam hukum kontrak berarti pelaksanaan isi kontrak yang disepakati sesuai dengan prosedur yang disepakati. Menurut hukum Indonesia, model-model prestasi dari suatu kontrak adalah sebagai berikut:²³

1. Memberikan sesuatu;
2. Berbuat sesuatu;
3. Tidak berbuat sesuatu.

²² Munir Fuady. (1999). *Hukum Kontrak (dari Sudut Pandang Hukum Bisnis)*. Bandung: Citra Aditya Bakti. Hlm. 87.

²³ Munir Fuady. (2008). *Pengantar Hukum Bisnis (Menata Bisnis Modern di Era Global)*. Bandung: Citra Aditya Bakti. Hlm. 17.

1.7.1.2 Pengertian Wanprestasi

Wanprestasi adalah pelaksanaan perjanjian yang tidak dilaksanakan tepat waktu, atau tidak dilaksanakan sama sekali.²⁴ Secara umum, wanprestasi adalah situasi di mana debitur gagal atau tidak melakukan sebagaimana diatur dalam perjanjian.²⁵ Wanprestasi timbul jika salah satu pihak tidak memenuhi kewajibannya yang diatur dalam perikatan, apakah kewajiban tersebut timbul karena perjanjian atau hukum.

Menurut Muhammad, wanprestasi adalah tidak memenuhi kewajiban yang harus ditetapkan dalam perikatan, baik perikatan yang timbul karena perjanjian maupun perikatan yang timbul karena Undang-Undang.²⁶ Sedangkan menurut Prodjodikoro, wanprestasi adalah ketiadaan suatu prestasi didalam hukum perjanjian, berarti suatu hal yang harus dilaksanakan sebagai isi dari suatu perjanjian.²⁷ Secara *default*, itu bisa terjadi secara sengaja atau tidak sengaja. Wanprestasi ini mungkin terjadi karena ia tidak mampu meraih prestasi atau juga terpaksa tidak memenuhi prestasi tersebut.²⁸ Dalam pelaksanaan perjanjian, jika muncul situasi di mana debitur (pihak yang bertanggung jawab) gagal melakukan (kewajiban) tidak

²⁴ Yahya Harahap. (1986). *Segi-segi Hukum Perjanjian*. Bandung: Alumni. Hlm. 60

²⁵ *Ibid.* Hlm. 60.

²⁶ *Ibid.* Hlm 72.

²⁷ Munir Fuady, *Op.Cit.* Hlm. 25.

²⁸ Niru Anita Sinaga. (2020). *Wanprestasi dan Akibatnya dalam Pelaksanaan Perjanjian*. *Jurnal Mitra Manajemen*, 7(2). Hlm. 50.

terutang dalam keadaan *force majeure*, kompensasi akan diminta dari debitur.

Wanprestasi adalah kegagalan dalam memenuhi prestasi atau kewajiban dalam suatu perjanjian. Wanprestasi diatur dalam Pasal 1243 sampai dengan Pasal 1267 KUHPerdara yang menjelaskan bahwa adanya penggantian biaya, kerugian dan bunga karena tak dipenuhinya suatu perikatan mulai diwajibkan, bila debitur, walaupun telah dinyatakan lalai, tetap lalai untuk memenuhi perikatan itu, atau jika sesuatu yang harus diberikan atau dilakukannya hanya dapat diberikan atau dilakukannya dalam waktu yang melampaui waktu yang telah ditentukan. Wanprestasi terjadi jika debitur tidak memenuhi kewajiban yang telah disepakati dengan kreditur, baik karena tidak melaksanakan, terlambat, tidak sesuai, atau melanggar perjanjian.²⁹ Akibatnya, debitur harus membayar ganti rugi kepada kreditur sesuai dengan kerugian yang diderita.

1.7.1.3 Konsep Wanprestasi berdasarkan Asas-Asas dalam Perjanjian

Apabila salah satu pihak tidak melaksanakan prestasi sesuai dengan apa yang diperjanjikan maka disebut wanprestasi. Pasal 1338 KUHPerdara adalah Pasal yang mengatur tentang asas-asas dalam perjanjian yang menjelaskan bahwa semua persetujuan yang dibuat sesuai dengan undang-undang berlaku sebagai undang-

²⁹ Kiky Rizky Syamsir. (2015). *Tinjauan Hukum Perbuatan Wanprestasi terhadap Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-commerce melalui BBM (Blackberry Messenger) dan Instagram*. Jurnal Ilmu Hukum Legal Opinion, 3(2). Hlm. 5.

undang bagi mereka yang membuatnya. Persetujuan itu tidak dapat ditarik kembali selain dengan kesepakatan kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang ditentukan oleh undang-undang. Beberapa teori kesepakatan yaitu *Uitings theorie* (teori saat melahirkan kemauan), menurut teori ini perjanjian terjadi apabila atas penawaran telah dilahirkan kemauan dari pihak lain dan kemauan ini dikatakan ada pada waktu pihak lain mulai menulis surat penerimaan (*Expedition Theory*).³⁰ *Verzend theorie* (teori saat mengirim surat penerimaan), menurut teori ini perjanjian terjadi pada saat surat penerimaan dikirimkan kepada Penawar, (*Transmission Theory*). Persetujuan harus dilaksanakan dengan iktikad baik. Berdasarkan Pasal ini, terdapat tiga asas hukum perdata yang berkaitan dengan perjanjian, yaitu:³¹

1. Asas kebebasan berkontrak, yang berarti para pihak memiliki kebebasan untuk menentukan isi, objek, bentuk, dan syarat-syarat perjanjian sesuai dengan kehendak mereka, selama tidak bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan, dan ketertiban umum.
2. Asas *pacta sunt servanda*, yang berarti perjanjian yang dibuat secara sah mengikat para pihak dan harus ditepati sesuai dengan apa yang disepakati. Perjanjian berlaku

³⁰ Hetty Hasanah, *Op.Cit.* Hlm. 41-41.

³¹ *Ibid.* Hlm. 6

sebagai undang-undang bagi para pihak dan memiliki kekuatan hukum memaksa.

3. Asas iktikad baik, yang berarti perjanjian harus dilaksanakan dengan niat baik, jujur, adil, dan bertanggung jawab oleh para pihak. Para pihak tidak boleh melakukan perbuatan yang merugikan, menyalahgunakan, atau menghalangi hak dan kewajiban yang timbul dari perjanjian.

1.7.2 Tinjauan Umum tentang *E-commerce*

1.7.2.1 Pengertian *E-commerce* Secara Umum

Perkembangan teknologi sangat pesat di era industri 4.0 saat ini terutama pada pemanfaatan teknologi yang telah mendorong pertumbuhan bisnis yang pesat, karena berbagai informasi dapat disajikan melalui hubungan jarak jauh dan mereka yang ingin mengadakan transaksi tidak harus bertemu muka, akan tetapi cukup melalui peralatan komputer dan telekomunikasi yang akan berdampak pada kegiatan perdagangan. Kegiatan perdagangan dengan memanfaatkan media internet ini dikenal dengan istilah *electronic commerce*, atau disingkat *e-commerce*. *E-commerce* adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *service providers* dan

pedagang perantara (*intermediateries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer network*) yaitu internet.³²

Secara singkat *e-commerce* dapat dipahami sebagai jenis transaksi kegiatan perdagangan baik barang maupun jasa lewat media elektronik.³³ Dalam usaha bidang operasionalnya *e-commerce* ini dapat berbentuk B to B (*Business to Business/Bisnis untuk Bisnis*) atau B to C (*Business to Consumers/Bisnis untuk Konsumen*) atau C to C (*Consumer to Consumer/Konsumen untuk Konsumen*).³⁴

E-commerce saat ini telah berkembang pesat menjadi aplikasi yang mudah dipahami dengan transaksi yang jauh lebih praktis dibanding dengan pembelian secara langsung yang biasa dilakukan. Seperti *Tokopedia, Lazada, BliBli, dan Shopee*. Penggunaan aplikasi *e-commerce* tersebut berpeluang berjualan *online* yang akan membantu beberapa bisnis yang menghasilkan lebih banyak *Income* dan membantu perkembangan bisnis secara cepat. Banyak sekali manfaat yang dirasakan dengan menggunakan *e-commerce* dalam berwirausaha adalah sebagai berikut:³⁵

- a) Memanfaatkan iklan digital, seperti *Google Ads* atau *Facebook Ads*, dapat mempermudah promosi produk.

³² Abdul Halim Barkatullah. (2020). *Hukum Transaksi Elektronik*. Bandung: Nusa Media. Hlm. 11.

³³ Manap Solihat, Dedi Sandika. (2022). *E-commerce di Industri 4.0*. Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia, 16(2). Hlm. 275.

³⁴ Lathifah Hanim. (2014). *Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam E-commerce Sebagai Akibat dari Globalisasi Ekonomi*. Jurnal Pembaharuan Hukum, 1(2). Hlm. 192.

³⁵ Manap Solihat. *Op.Cit.* Hlm. 279.

Dengan hadir di berbagai *platform* media sosial, *situs e-commerce* memiliki kesempatan lebih besar untuk menarik perhatian masyarakat dan mendorong mereka mengunjungi situs tersebut.

- b) *E-commerce* memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian produk secara *online* dari mana saja dan kapan saja, yang berkontribusi pada peningkatan omzet bisnis.
- c) Penggunaan *e-commerce* memfasilitasi perluasan pasar ke tingkat nasional dan global, yang pada gilirannya dapat menarik jumlah pelanggan yang lebih besar.
- d) Kepercayaan konsumen cenderung meningkat dengan *e-commerce* karena *platform* ini biasanya menawarkan tingkat keamanan yang lebih tinggi dalam transaksi dibandingkan dengan toko *online* biasa.
- e) Proses retur produk yang tidak memenuhi standar menjadi lebih efisien sebab semua informasi transaksi tersimpan dengan rapi dalam catatan pembelian pelanggan.

1.7.2.2 Pengaturan Hukum *E-commerce* di Indonesia berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Perdagangan dengan sarana elektronik saat ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008, yang diubah dengan

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik atau untuk selanjutnya disebut UU ITE, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang perdagangan, dan Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik atau untuk selanjutnya disebut PP PSTE. Namun, peraturan tersebut belum komprehensif, karena belum mencapai masalah utama penggunaan *e-commerce*, yaitu kontrak elektronik, pembayaran elektronik dan jaminan keamanan, penyelesaian sengketa, perbatasan nasional dan undang-undang yang digunakan, perlindungan konsumen, perpajakan, dan yang paling penting, harmonisasi sistem hukum.³⁶

Pengaturan transaksi *e-commerce* dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 termasuk gerbang harmonisasi hukum konvensional dan hukum pada era digital, dengan diakuinya *e-document* sekaligus sebagai perluasan hukum acara yang berlaku di Indonesia. Akan tetapi diakui bahwa informasi dan transaksi elektronik masih memerlukan peraturan sebagai petunjuk pelaksanaan dalam penerjemahan implementasi transaksi elektronik itu sendiri. Pengaturan transaksi *e-commerce* dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Informasi dan Transaksi Elektronik dapat dijabarkan pada Pasal 17 Ayat (3) mengatur pelaksanaan

³⁶ Margaretha Rosa Anjani, Budi Santoso. (2018). *Urgensi Rekonstruksi Hukum E-commerce di Indonesia*. Jurnal Law Reform, 14(1). Hlm. 91.

transaksi elektronik, memastikan bahwa prosedur yang diikuti sesuai dengan standar hukum yang berlaku. Pasal 18 Ayat (1) dan (3) mengatur kontrak elektronik dan penyelesaian sengketa, memberikan kerangka kerja bagi perjanjian yang dibuat secara elektronik dan mekanisme penyelesaian masalah yang mungkin timbul. Pasal 19 mendefinisikan sistem elektronik sebagai sarana utama dalam menjalankan transaksi elektronik, sementara Pasal 21 dan 22 mengatur peran agen elektronik sebagai perantara, memfasilitasi interaksi antara pembeli dan penjual dalam ekosistem digital. Regulasi ini dirancang untuk menciptakan lingkungan yang aman dan efisien bagi semua pihak yang terlibat dalam transaksi elektronik.³⁷

1.7.2.3 Asas-Asas Hukum *E-commerce* atau Hukum Transaksi Elektronik

Asas-asas hukum *e-commerce* diambil dari adanya prinsip-prinsip hukum yang harus ditaati oleh para pelaku usaha dan konsumen dalam melakukan transaksi perdagangan secara elektronik. Beberapa asas-asas hukum *e-commerce* yang umum dikenal adalah:³⁸

1. Asas kebebasan berkontrak, yaitu asas yang mengakui hak dan kewenangan para pihak untuk menentukan isi dan bentuk

³⁷ Lathifah Hanim. *Op.Cit.* Hlm. 197.

³⁸ Abdul Halim Barkatullah, *Op.Cit.* Hlm. 28.

perjanjian sesuai dengan kehendak mereka, selama tidak bertentangan dengan hukum, kesusilaan, dan ketertiban umum.

2. Asas itikad baik, yaitu asas yang mengharuskan para pihak untuk bersikap jujur, adil, dan saling menghormati hak dan kewajiban dalam melakukan transaksi elektronik, serta tidak melakukan penipuan, pemalsuan, atau tindakan merugikan pihak lain.
3. Asas perlindungan konsumen, yaitu asas yang menjamin hak dan kepentingan konsumen dalam transaksi elektronik, seperti hak mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan lengkap, hak memilih barang dan jasa, hak mengajukan pengaduan, dan hak mendapatkan ganti rugi.
4. Asas kepastian hukum, yaitu asas yang menjamin adanya aturan hukum yang jelas, tegas, dan dapat diterapkan secara konsisten dalam mengatur transaksi elektronik, serta adanya lembaga hukum yang berwenang untuk menyelesaikan sengketa yang timbul.

1.7.2.4 Jenis-Jenis *E-commerce*

Transaksi bisnis elektronik (*e-commerce*), sebagai bagian dari *e-business* (bisnis yang dilakukan dengan *transfer* elektronik), definisinya dapat dirumuskan berdasarkan terminologi perdagangan elektronik (*e-commerce*). Secara umum *e-commerce* dapat

didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan barang atau jasa (*trade of goods and service*) dengan menggunakan media elektronik. Selain yang telah disebutkan di atas, bahwa kegiatan perniagaan tersebut merupakan bagian dari kegiatan bisnis (*e-commerce is apart of e-business*). Transaksi *e-commerce* melibatkan beberapa pihak, baik yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung, diantaranya:³⁹

1. Penjual (*merchant*)
2. Konsumen atau *card holder*
3. Bank atau *e-payment*
4. *Provider*
5. *Certification Authorities*

Rayport dan Jaworski berpendapat bahwa ada 4 (empat) jenis kategori aplikasi *e-commerce*, yaitu:⁴⁰

- a. *Business to Business* (perusahaan ke perusahaan)
- b. Aplikasi *e-commerce* B2B mencakup seluruh rentang transaksi elektronik yang berlangsung antar perusahaan. *E-commerce* B2B ini mencakup berbagai kegiatan termasuk interaksi antara pembeli dan penjual, manajemen pemasok, manajemen inventaris, manajemen saluran, manajemen

³⁹ Hetty Hassanah. (2015). *Analisis Hukum tentang Perbuatan Melawan Hukum dalam Transaksi Bisnis Secara Online (E-commerce) berdasarkan Burgerlijke Wetboek dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*. Jurnal Wawasan Hukum, 32(1). Hlm. 44-45.

⁴⁰ *Ibid.* Hlm. 45.

pembayaran, serta layanan dan dukungan. Inisiatif *e-commerce* B2B ini termasuk yang diinisiasi oleh *platform* seperti Chemdex, FastParts, dan FreeMarkets.

c. *Business to Consumer* (perusahaan ke konsumen)

E-commerce Business to Consumer merujuk pada pertukaran yang terjadi antara perusahaan dengan konsumen. Pelopor-pelopor kategori *e-commerce business to consumer* ini antara lain adalah *Amazon.com*, *Yahoo.com* dan *Schwab.com*. Transaksi-transaksi yang sama seperti yang terjadi dalam konteks *e-commerce Business to Consumer* juga terjadi dalam *e-commerce business to consumer* ini. Transaksi-transaksi tersebut antara lain meliputi: aktivitas penjualan, pencarian konsumen serta pelayanan dan dukungan (*service and support*) bagi para konsumen.

d. *Consumer to Consumer* (konsumen ke konsumen)

Pertukaran *Consumer to Consumer* ini mencakup transaksi-transaksi yang terjadi antara dan diantara konsumen dengan konsumen. Pertukaran tersebut bisa melibatkan atau tidak melibatkan pihak ketiga, seperti yang terjadi dalam pertukaran lelang melalui situs *eBay*.

e. *Consumer to business* (konsumen ke perusahaan)

Dalam hubungan *consumer to business* ini konsumen-konsumen dapat mengikat diri bersama-sama untuk membentuk dan menjadikan diri mereka sebagai kelompok pembeli untuk suatu perusahaan. Dalam melakukan aktivitas-aktivitasnya tersebut para konsumen itu bisa didorong oleh orientasi ekonomi atau oleh orientasi sosial.

1.7.2.5 Konsep *E-commerce* dalam Hukum Keperdataan

Pemanfaatan *e-commerce* dalam sektor perdagangan merupakan hal yang sangat berdampak pada pengaruh bisnis yang lebih besar. Namun dalam penggunaan *e-commerce* tersebut harus mengikuti aspek-aspek hukum untuk menanggulangi hal-hal yang bertentangan atau bahkan merugikan bagi penggunanya. Salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan hukum kontrak di Indonesia adalah perkembangan di bidang perdagangan.⁴¹ Dalam pandangan umum, transaksi jual-beli merupakan salah satu jenis Perjanjian yang diatur dalam buku III KUHPerdata perjanjian ini termasuk salah satu perjanjian riil artinya perjanjian ini yang baru terjadi kalau barang yang menjadi pokok perjanjian telah diserahkan. Dalam kaitannya suatu perjanjian yang terjadi dalam transaksi *e-commerce* tetap mengacu pada Pasal 1320 KUHPerdata. Pasal 1320 KUHPerdata mengatur agar suatu perjanjian oleh hukum dianggap sah sehingga mengikat kedua belah pihak, maka perjanjian tersebut

⁴¹ Lathifah Hanim, *Op.Cit.* Hlm. 192.

harus memenuhi syarat-syarat sahnya perjanjian. Sebagaimana diketahui hukum perjanjian Indonesia menetapkan bahwa perjanjian tersebut bersifat onligatoir. Ini berarti bahwa kontrak, atau lebih tepatnya komitmen baru, menciptakan hak dan kewajiban bagi para pihak yang melakukannya. Ini berarti bahwa bahkan jika ada kontrak penjualan, hak atas barang yang diperdagangkan tidak ditransfer sebelum *leverage* atau transfer kepemilikan.⁴²

Kontrak elektronik tercantum dalam Pasal 18 UU ITE, kontrak komersial elektronik berlaku jika ada kesepakatan antara para pihak. Transaksi elektronik yang termasuk dalam kontrak elektronik mengikat para pihak. Kontrak *e-commerce* harus memuat sekurang-kurangnya identitas para pihak, spesifikasi barang dan/atau jasa yang disepakati, legalitas barang dan/atau jasa, nilai transaksi komersial, syarat pembayaran, prosedur operasional penyediaan barang dan/atau jasa, serta tata cara pengembalian barang dan/atau apabila terjadi ketidaksesuaian. Kontrak perdagangan elektronik dapat menggunakan tanda tangan elektronik dan harus dibuat dalam bahasa Indonesia.

1.7.2.6 Manfaat Penggunaan *E-commerce*

Manfaat yang dapat diperoleh dari *e-commerce* bagi organisasi menurut Suyanto adalah:⁴³

⁴² Lathifah Hanim. *Op.Cit.* Hlm. 197.

⁴³ Rose Rahmiadi. (2015). *Penggunaan E-commerce dalam Bisnis sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Perusahaan. Padang: In Proceedings Seminar Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.* Hlm. 346.

1. Memperluas *market place* hingga ke pasar nasional dan internasional.
2. Menurunkan biaya pembuatan, pemrosesan, pendistribusian, penyimpanan dan pencarian informasi yang menggunakan kertas.
3. Memungkinkan pengurangan *inventory* dan *overhead* dengan menyederhanakan *supply chain* dan management tipe “*pull*”.
4. Mengurangi waktu antara *outlay* modal dan penerimaan produk dan jasa.
5. Mendukung upaya-upaya *business process reengineering*.
6. Memperkecil biaya telekomunikasi
7. Akses informasi lebih cepat.

Selain manfaat bagi perusahaan, menurut Suyanto, *e-commerce* juga memiliki manfaat bagi konsumen yang memungkinkan pelanggan membeli tak terbatas waktu 24 jam sehari dari hampir semua tempat dengan fasilitas Wi-Fi atau melakukan transaksi lain di hampir semua tempat 24 jam sehari.⁴⁴ Hal tersebut juga dapat memberikan lebih banyak pilihan kepada pelanggan dan akses pengiriman menjadi sangat cepat. Pelanggan bisa menerima informasi yang relevan secara detail dalam hitungan detik, bukan lagi hari atau minggu serta memberi tempat bagi para pelanggan lain

⁴⁴ *Ibid.* Hlm. 347.

di *electronic community* dan bertukar pikiran serta pengalaman. *E-commerce* juga memudahkan persaingan yang pada akhirnya akan menghasilkan diskon secara substansial. Sejauh perkembangan *e-commerce*, pengguna atau orang dapat melakukan aktivitas untuk bekerja di dalam rumah dan tidak harus keluar rumah untuk berbelanja. Ini berakibat menurunkan arus kepadatan lalu lintas di jalan serta mengurangi polusi udara.