

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pengaturan Hukum Mengenai *E-commerce* di Indonesia

Kemajuan teknologi dan digitalisasi sudah membawa perubahan besar pada berbagai aspek kehidupan, termasuk pada sektor perdagangan. *E-commerce* atau perdagangan elektronik kini telah menjadi bagian yang sangat penting dalam kegiatan ekonomi di Indonesia. Kemudahan akses, efisiensi, serta luasnya jangkauan pasar menjadikan *e-commerce* sebagai pilihan utama bagi pelaku usaha dan konsumen. Untuk mengatur dan memastikan kelangsungan serta keamanan transaksi dalam *e-commerce*, pemerintah Indonesia telah menerapkan berbagai regulasi hukum. Dasar hukum utama yang mengatur *e-commerce* di Indonesia adalah Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang kemudian diperbarui dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016.

Regulasi *e-commerce* di Indonesia mencakup berbagai aspek penting, antara lain perlindungan data pribadi, hak dan kewajiban pelaku usaha serta konsumen, sistem pembayaran, dan penyelesaian sengketa. Semakin pesatnya pertumbuhan *e-commerce*, regulasi yang ada terus berkembang untuk mengakomodasi dinamika pasar dan tantangan baru, seperti peredaran barang ilegal, persaingan usaha tidak sehat, serta penipuan dalam transaksi online. Oleh karena itu, penting bagi para pelaku usaha dan konsumen untuk memahami ketentuan hukum yang berlaku agar dapat bertransaksi dengan aman dan sesuai dengan regulasi yang ditetapkan.

Dalam kondisi globalisasi dan ekonomi digital, pengaturan hukum mengenai *e-commerce* di Indonesia juga harus selaras dengan standar internasional guna mendukung daya saing serta menarik investasi asing. Dengan regulasi yang jelas dan terstruktur, diharapkan ekosistem *e-commerce* di Indonesia dapat berkembang secara berkelanjutan dan memberikan manfaat bagi seluruh pihak yang terlibat. Mengenai pandangan umum, transaksi jual-beli merupakan salah satu jenis Perjanjian yang diatur dalam buku III Kitab Undang-undang

Hukum Perdata (KUHPerdata) mengklasifikasikan perjanjian ini sebagai perjanjian riil, yang artinya perjanjian tersebut hanya terjadi ketika barang yang menjadi objek perjanjian telah diserahkan. Kehadiran Internet telah mempermudah konsumen dalam mencari barang dan jasa, yang pada gilirannya meningkatkan persaingan dalam perdagangan. Internet juga mendorong penurunan harga dengan menyediakan berbagai pilihan produk dan layanan, serta memberikan kenyamanan berbelanja dari berbagai vendor di seluruh dunia kapan saja dan di mana saja. *E-Commerce* pun telah menjadi alat penting dalam perekonomian negara-negara berkembang.

Selain itu, kemunculan *e-commerce* juga telah membawa dampak terhadap berkembangnya perjanjian elektronik, termasuk dalam konteks afiliasi. Perjanjian elektronik dalam afiliasi memungkinkan pihak-pihak yang terlibat, seperti pemilik platform, penjual, dan pemasar afiliasi, untuk mengikat kerja sama secara sah dan terdokumentasi tanpa perlu adanya pertemuan fisik. Penggunaan tanda tangan elektronik yang diakui secara hukum di Indonesia semakin memperkuat validitas perjanjian tersebut, sesuai dengan ketentuan dalam UU ITE dan regulasi turunannya. Dengan adanya perjanjian elektronik ini, hubungan bisnis dalam *e-commerce* menjadi lebih fleksibel, efisien, serta memiliki kepastian hukum yang lebih baik.

1. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Undang-Undang Dasar 1945 memberikan prinsip umum dari undang-undang turunannya salah satunya untuk mengatur hal-hal baru seperti *e-commerce*. Dalam Undang-Undang Dasar yang berkaitan dengan dasar hukum pengaturan *e-commerce* yakni Pasal 28D ayat (1) ini menjamin kepastian hukum yang adil bagi setiap orang, termasuk dalam transaksi elektronik, tercantum dari isinya “Setiap orang berhak atas pengakuan, jaminan, perlindungan, dan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang sama di hadapan hukum”. Pasal lainnya yakni 28F menyatakan bahwa “setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi, yang relevan dengan transaksi digital dan perlindungan data”. Serta Pasal 33 ayat (4)

menyebutkan bahwa “perekonomian dan sosial adalah modal dasar bagi kemakmuran negara dan diatur oleh negara, diusahakan bersama, dan harus adil bagi semua warga negara.”

a. Pasal 28 D

- 1) Hak atas pengakuan, jaminan, perlindungan, dan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang sama dihadapan hukum;
- 2) Hak untuk bekerja serta mendapat imbalan dan perlakuan yang a dan layak dalam hubungan kerja;
- 3) Hak memperoleh kesempatan yang sama dalam pemerintahan;
- 4) Hak atas status kewarganegaraan.

b. Pasal 28 F :

- 1) Hak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi guna mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya;
- 2) Berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki mengolah dan menyampaikan informasi dengan segala jenis saluran yang tersedia.

c. Pasal 28 J:

Perlindungan serta pemenuhan hak-hak warga negara harus didukung oleh kebijakan pemerintah dalam menerapkan norma-norma dasar yang terdapat dalam UUD 1945.

Dari pasal-pasal di atas yang menjadi dasar penting bagi kepastian hukum dan perlindungan bagi pelaku usaha dan konsumen *e-commerce*, termasuk hak atas kontrak digital. Serta digunakan sebagai landasan pengembangan ekonomi digital, termasuk ekosistem *e-commerce*.

Selain tugas dan tanggung jawab pemerintah, sebagai negara hukum warga negara Indonesia harus diberikan peluang untuk berpartisipasi dalam melindungi dan memenuhi hak-hak mereka. Salah satunya adalah melakukan uji terhadap peraturan perundang-undangan serta keputusan atau tindakan administrasi yang dianggap melanggar hak warga negara dan bertentangan dengan Undang-Undang Dasar 1945.

2. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata)

Transaksi dalam *e-commerce* umumnya berbentuk perjanjian elektronik yang mengikat secara hukum. Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), ketentuan hukum perjanjian dapat ditemukan dalam Buku III, yang secara khusus diatur mulai dari Pasal 1313 hingga Pasal 1352. Sumber hukum perikatan sendiri jika melihat pada KUHPerdata maka terdapat 3 (tiga) sumber yaitu:

- a. Perikatan yang timbul dari persetujuan atau perjanjian(Pasal 1233 KUHPerdata)
- b. Perikatan yang muncul akibat dari Undang-Undang(Pasal 1313 KUHPerdata)
- c. Perikatan yang tidak berasal dari perjanjian, melainkan terjadi karena tindakan melawan hukum (Pasal 1352 KUHPerdata)

Dari ketentuan tersebut dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya terdapat hukum yang mengatur tentang perjanjian. Pada KUH Perdata ditemukan istilah mengenai persetujuan yang maksudnya sama dengan menurut Pasal 1313, perjanjian adalah suatu tindakan di mana satu pihak atau lebih mengikatkan diri mereka kepada pihak lain. Ada pihak-pihak yang terlibat, yaitu minimal dua orang atau lebih yang membuat kesepakatan.

Di dalam suatu perjanjian pada umumnya memuat beberapa unsur yaitu :

- a. Para pihak, yaitu setidaknya terdapat dua individu atau entitas. Pihak yang terlibat sebagai subjek perjanjian dapat berupa orang atau badan hukum. Jika salah satu pihak adalah individu, maka orang tersebut harus sudah dewasa dan memiliki kapasitas untuk melakukan tindakan hukum. Jika perjanjian dibuat oleh badan hukum, maka badan tersebut harus memenuhi syarat-syarat tertentu, seperti memiliki aset yang terpisah, tujuan yang jelas, kepentingan sendiri, dan struktur organisasi;
- b. Persetujuan antara para pihak, sebelum atau saat menyusun perjanjian, para pihak memiliki kebebasan untuk melakukan negosiasi dan tawar-menawar di antara mereka;

- c. Adanya tujuan yang akan dicapai, tujuan tersebut dapat dicapai oleh salah satu pihak atau pihak lain yang terlibat dalam perjanjian. Dalam usaha mencapai tujuan tersebut, para pihak harus mematuhi ketentuan yang ditetapkan tidak boleh bertentangan dengan hukum, norma kesusilaan, dan ketertiban umum;
- d. Ada prestasi yang harus dilaksanakan, dalam perjanjian masing-masing pihak memiliki hak dan kewajiban yang saling berlawanan. Ketika satu pihak memiliki kewajiban untuk memenuhi prestasi, bagi pihak lainnya hal itu menjadi hak, dan sebaliknya;
- e. Ada bentuk tertentu, Perjanjian dapat dibuat secara lisan atau tertulis. Jika perjanjian disusun secara tertulis, maka harus mengikuti ketentuan yang berlaku.

Pada Buku III KUHPerdato mengenai perikatan, didalamnya diatur tentang perjanjian yang sah sesuai pasal 1320 KUH Perdata yakni ada kesepakatan yang berlaku secara hukum antara kedua pihak yang menetapkan hak serta tanggung jawab masing-masing, dalam perjanjian diperlukan syarat sahnya perjanjian yang terdiri dari:

- a. Sepakat mereka yang mengikat dirinya

Kesepakatan para pihak yang mengikatkan diri menunjukkan adanya persetujuan bersama atas kehendak masing-masing, yang tercipta secara bebas tanpa tekanan, kekeliruan, maupun penipuan. Artinya sebuah perjanjian dianggap sah jika dibuat berdasarkan kesepakatan antara afiliator dan platform *e-commerce*, tanpa adanya elemen paksaan, kesalahan, atau penipuan. Ketentuan ini merupakan syarat subjektif dalam sebuah perjanjian.

- b. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan

Para pihak yang membuat perjanjian harus memiliki kecakapan hukum. Menurut KUH Perdata, pihak yang cakap untuk membuat perjanjian adalah mereka yang sudah dewasa (minimal 21 tahun menurut KUHPerdato Pasal 330) dan tidak berada di bawah pengampunan misalnya karena gangguan jiwa atau kebangkrutan.

Membentuk suatu perjanjian berarti menciptakan suatu hubungan hukum. Hubungan hukum ini hanya dapat dilakukan oleh subjek hukum yang memiliki hak dan kewajiban, baik individu maupun badan hukum, dengan ketentuan bahwa pihak tersebut harus memenuhi persyaratan tertentu. Apabila perjanjian dilakukan oleh suatu badan hukum, maka badan tersebut harus memiliki status hukum yang sah. Suatu organisasi, lembaga, atau entitas usaha bisa dianggap sebagai badan hukum apabila telah memenuhi sejumlah ketentuan, di antaranya adalah:

1) Syarat materiil (berdasarkan doktrin)

- a) Memiliki aset yang terpisah yang dibedakan dengan kekayaan anggotanya;
- b) Memiliki tujuan tertentu, baik yang bersifat ideal maupun komersial;
- c) Memiliki hak dan kewajiban yang independen, serta dapat melakukan tuntutan atau dituntut;
- d) Memiliki struktur organisasi yang teratur, yang tercermin dalam Anggaran Dasar atau Anggaran Rumah Tangga.

2) Syarat formal

Ketentuan-ketentuan yang perlu dipenuhi dalam rangka mengajukan permohonan untuk memperoleh status sebagai badan hukum umumnya tercantum dalam peraturan perundang-undangan yang secara khusus mengatur mengenai badan hukum tersebut.

c. Suatu hal tertentu

Perjanjian harus memiliki objek atau pokok perjanjian yang jelas, yaitu hal yang disepakati oleh kedua belah pihak. Perjanjian harus secara jelas menyebutkan hak dan kewajiban afiliator, termasuk besaran komisi, metode pembayaran, serta tanggung jawab dalam mempromosikan produk. Harus ada ketentuan tentang mekanisme penyelesaian sengketa, seperti bagaimana afiliator dapat mengajukan klaim jika terjadi masalah dengan pembayaran komisi. Perjanjian tidak boleh berisi ketentuan yang bersifat ambigu atau merugikan afiliator tanpa alasan yang jelas.

Arti dari “Suatu hal tertentu” berarti objek perjanjian harus jelas, minimal ditentukan jenisnya.⁶¹ Dalam suatu perjanjian, penting untuk menetapkan secara jelas jenis objek yang diperjanjikan. Apabila hal tersebut tidak ditentukan, maka perjanjian dianggap batal menurut hukum. Berdasarkan Pasal 1332 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), hanya barang-barang yang dapat diperjualbelikan yang bisa dijadikan objek perjanjian. Sementara itu, Pasal 1334 KUHPerdata menjelaskan bahwa barang yang belum ada namun akan ada di masa mendatang juga dapat dijadikan objek perjanjian, kecuali jika secara tegas dilarang oleh undang-undang.

d. Suatu sebab yang halal

Sebab yang halal adalah jika tidak dilarang oleh Undang-undang, kesusilaan dan ketertiban umum, ketentuan ini disebutkan pada Pasal 1337 KUHPerdata. Program afiliasi harus sesuai dengan peraturan perundang-undangan, seperti tidak melibatkan penipuan, skema ponzi, atau promosi barang/jasa ilegal. Jika perjanjian afiliasi mengharuskan afiliator untuk melakukan praktik yang melanggar hukum (misalnya menyebarkan informasi menyesatkan untuk meningkatkan penjualan), maka perjanjian tersebut bisa dianggap batal demi hukum.

Pasal 1338 juga menjelaskan akibat dari suatu perjanjian yang dibuat secara sah adalah bahwa perjanjian tersebut mengikat para pihak layaknya undang-undang, dan tidak dapat dibatalkan kecuali atas kesepakatan bersama atau alasan-alasan yang dibenarkan oleh undang-undang. Suatu perjanjian dapat dibatalkan apabila tidak memenuhi syarat subjektif. Syarat subjektif adalah syarat yang berkaitan dengan subjek yang mengadakan perjanjian, yaitu kesepakatan dan kecakapan para pihak. Serta suatu perjanjian dapat batal demi hukum apabila tidak memenuhi syarat objektif, melanggar hukum, atau bertentangan dengan ketertiban umum dan kesusilaan. Alasan batal demi hukum karena melanggar hukum, tidak memenuhi syarat objektif,

⁶¹ Dikha Anugrah et al., “Implementasi Hukum Perikatan Dalam Transaksi E-Commerce Di Indonesia,” *Letterlijk: Jurnal Hukum Perdata* 1, no. 2 (2024): 1–16, <https://doi.org/https://doi.org/10.25134/jise.v1i2.xx>.

bertentangan dengan ketertiban umum, bertentangan dengan kesusilaan, dibuat tanpa causa, dibuat berdasarkan causa yang palsu atau terlarang, tidak memenuhi syarat objek tertentu.

Singkatnya perjanjian yang tidak memenuhi syarat subjektif dapat dibatalkan. Perjanjian yang tidak memenuhi syarat objektif batal demi hukum. Perjanjian yang batal demi hukum dianggap tidak pernah ada. Perjanjian yang dapat dibatalkan dianggap sah selama tidak ada permohonan pembatalan. Demikian pula dalam perjanjian *e-commerce*, suatu kesepakatan yang dilakukan melalui internet dianggap sah apabila memenuhi ketentuan yang berlaku bagi kontrak elektronik. Keharusan perjanjian *e-commerce* memenuhi syarat sah perjanjian sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1320 KUHPerdara.⁶²

Perjanjian berfungsi sebagai landasan untuk mewujudkan kesepakatan antara pihak *e-commerce* dan afiliator. Namun, jika dalam pelaksanaannya afiliator tidak memperoleh haknya berupa komisi, maka afiliator memiliki hak untuk menanyakan serta menuntut pertanggung jawaban kepada pihak *e-commerce* atas kejelasan hak tersebut. Hal ini dikarenakan ketidaksesuaian antara pelaksanaan dan isi perjanjian, khususnya terkait syarat dan ketentuan yang ditetapkan oleh *e-commerce* dalam program afiliasi mereka.

Sesuai pasal 1239 “Tiada suatu perikatan pun yang dapat dituntut pelaksanaannya, selain apabila si berutang telah dinyatakan lalai untuk memenuhi perikatannya.” Jika *e-commerce* berjanji memberikan dashboard laporan komisi secara real-time, tapi sistem tidak disediakan atau rusak dalam waktu lama, maka ini adalah wanprestasi non-uang. Pasal 1243 KUHPerdara tentang ganti rugi karena Wanprestasi isi pasalnya “Ganti rugi karena tidak dipenuhinya suatu perikatan (janji) barulah dapat dituntut jika Debitur tidak memenuhi kewajibannya; Setelah dinyatakan lalai (dengan surat peringatan atau somasi); Tetap tidak melaksanakan prestasi itu.” Pasal ini mengatur tentang syarat untuk menuntut ganti rugi. Jadi kalau seseorang ingkar janji,

⁶² Desi Syamsiah, “Kajian Terkait Keabsahan Perjanjian E-Commerce Bila Ditinjau Dari Pasal 1320 Kuhperdata Tentang Syarat Sah Perjanjian,” *Jurnal Inovasi Penelitian* 2, no. 1 (2021): 327–32, <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/1443/1120>.

baru bisa diminta ganti rugi kalau sudah diingatkan secara resmi (misalnya lewat surat somasi), dan tetap tidak menjalankan kewajibannya.

Pasal 1266 KUHPerdata tentang pembatalan perjanjian oleh hakim “Jika dalam perjanjian tidak disebutkan bahwa perjanjian batal otomatis jika salah satu pihak ingkar janji, maka pembatalan harus dimintakan kepada hakim.” Pasal ini menegaskan bahwa suatu perjanjian tidak bisa langsung dianggap batal begitu saja hanya karena salah satu pihak wanprestasi. Harus minta pembatalan ke pengadilan, kecuali kalau dalam perjanjiannya sudah disepakati bahwa perjanjian batal otomatis. Pasal 1237 “Jika suatu barang tertentu sudah dijanjikan dalam perjanjian (misalnya sudah dibeli), maka risiko kerusakan atau kehilangan berpindah ke pembeli sejak saat itu, meskipun belum diserahkan.” Jika afiliator sudah mengarahkan pembeli ke *e-commerce* dan transaksi terjadi, tetapi *e-commerce* gagal mengirim produk dan pelanggan membatalkan pesanan. Risiko kerugian atas barang bukan tanggung jawab afiliator, karena tanggung jawab sudah berpindah ke *e-commerce* sebagai pemilik barang. Afiliator tidak bisa dimintai tanggung jawab atas hal di luar kendalinya, karena ia bukan penjual langsung.

3. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) Nomor 11 Tahun 2008, yang kemudian direvisi melalui Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016, yang kemudian direvisi lagi pada perubahan kedua melalui Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024. *E-commerce* dikategorikan sebagai bagian dari transaksi elektronik yang dilakukan melalui sistem elektronik. Pasal 1 Ayat (2) UU ITE mendefinisikan transaksi elektronik sebagai tindakan hukum yang dilakukan melalui komputer, jaringan komputer, atau media elektronik lainnya.

Pasal 1 angka 17 UU ITE juga menjelaskan mengenai kontrak elektronik. Kontrak elektronik merupakan kesepakatan antara para pihak yang dibuat melalui sistem elektronik. Dengan kata lain, perjanjian elektronik disusun

ketika suatu transaksi elektronik atau tindakan hukum dilakukan menggunakan komputer, jaringan komputer, atau media elektronik lainnya. Transaksi elektronik dapat berlangsung berdasarkan kontrak elektronik maupun bentuk perjanjian lainnya sebagai wujud persetujuan antara pihak-pihak yang terlibat.

Dari definisi ini, *e-commerce* dapat dipahami sebagai segala bentuk transaksi perdagangan barang atau jasa yang dilakukan melalui internet dengan menggunakan sistem elektronik sebagai sarana utama. Isi Pasal 9 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik tentang kewajiban pelaku usaha dalam *e-commerce* yakni pengusaha yang memasarkan produk lewat sistem elektronik wajib memberikan informasi yang akurat dan menyeluruh mengenai ketentuan kontrak, produsen, serta produk yang ditawarkan. Dapat diartikan bahwa platform *e-commerce* yang menjalankan program afiliasi wajib memberikan informasi yang jelas kepada afiliator, termasuk syarat dan ketentuan program afiliasi. Jika terjadi perubahan sepihak yang merugikan afiliator tanpa pemberitahuan yang jelas, afiliator dapat menuntut perlindungan berdasarkan pasal ini.

Dalam UU ITE juga diatur mengenai keabsahan transaksi elektronik tercantum pada Pasal 11 UU ITE menegaskan bahwa transaksi elektronik memiliki kekuatan hukum yang sah. Artinya perjanjian yang dilakukan melalui media elektronik dianggap sama dengan kontrak tertulis, dengan memenuhi unsur perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdara yaitu kesepakatan para pihak (kedua belah pihak setuju dengan ketentuan transaksi), kecakapan hukum (para pihak memiliki kapasitas hukum untuk melakukan transaksi), objek yang jelas (barang atau jasa yang diperjualbelikan harus jelas), sebab yang halal (transaksi tidak boleh bertentangan dengan hukum atau norma yang berlaku). Dengan pengakuan ini, transaksi yang dilakukan melalui platform *e-commerce* dianggap memiliki kekuatan hukum yang sama dengan transaksi konvensional. Perjanjian antara afiliator dan *e-commerce* yang dilakukan secara digital memiliki kekuatan hukum yang sah. Jika terjadi sengketa, afiliator dapat

menggunakan dokumen elektronik (misalnya kontrak afiliasi, bukti komisi, dan kebijakan *e-commerce*) sebagai bukti hukum.

Dalam transaksi *e-commerce*, tanda tangan elektronik sering digunakan sebagai bentuk autentikasi atau persetujuan. UU ITE mengatur tanda tangan elektronik dalam Pasal 11 dan Pasal 12, yang menyatakan bahwa tanda tangan elektronik memiliki kekuatan hukum dan akibat hukum yang sah jika memenuhi persyaratan:

- a. Data pembuat tanda tangan elektronik hanya terkait dengan dirinya sendiri;
- b. Data dalam tanda tangan elektronik dapat mengidentifikasi pembuatnya.;
- c. Setiap perubahan terhadap tanda tangan elektronik dapat dideteksi;
- d. Tanda tangan elektronik dibuat menggunakan metode yang dapat dijamin keasliannya.

Pasal 17 mengenai perlindungan dalam transaksi elektronik penyelenggara sistem elektronik untuk pelayanan publik wajib menyelenggarakan sistem elektronik secara andal, aman, dan bertanggung jawab. Sehingga dalam relevansi pasal tersebut bahwa platform *e-commerce* harus menjaga keamanan data afiliator dan memastikan bahwa sistem pembayaran komisi berjalan transparan. Jika afiliator mengalami kerugian akibat sistem yang tidak aman (misalnya, pemotongan komisi tanpa alasan jelas atau akun afiliator diretas karena keamanan yang lemah), maka afiliator bisa meminta perlindungan berdasarkan pasal ini.

Pasal 19 mengenai tanggung jawab platform *E-Commerce* "Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik bertanggung jawab atas kerugian yang dialami oleh pihak lain akibat kesalahan, kelalaian, dan/atau tindakan yang dilakukan dalam pengoperasian sistem elektroniknya."

Dalam sistem hukum Indonesia yang menganut prinsip negara hukum (*rechtsstaat*) sebagaimana diamanatkan dalam Pasal 1 ayat (3) UUD 1945, ditegaskan bahwa "Negara Indonesia adalah negara hukum". Artinya, seluruh aspek kehidupan, termasuk hubungan hukum dalam ekosistem digital seperti afiliasi, harus tunduk pada hukum dan dijamin perlindungan hukumnya oleh

negara. Prinsip negara hukum menekankan supremasi hukum, kepastian hukum, serta perlindungan terhadap hak-hak warga negara, termasuk hak ekonomi dalam hubungan keperdataan digital. Selanjutnya dalam afiliasi, terjadi hubungan hukum antara afiliator dan penyedia layanan (*merchant/platform*) yang berbasis pada perjanjian (kontrak). Oleh karena itu, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) Buku III tentang Perikatan menjadi dasar hukum utama yang relevan. Pasal 1233 KUH Perdata menyatakan bahwa perikatan lahir dari persetujuan atau undang-undang. Sementara Pasal 1320 menetapkan syarat sah perjanjian, yaitu kesepakatan, kecakapan, objek tertentu, dan sebab yang halal. Dengan terpenuhinya unsur-unsur ini, maka perjanjian afiliasi menjadi sah dan mengikat, serta menjadi dasar klaim perlindungan hukum bagi afiliator jika terjadi pelanggaran hak, seperti tidak dibayarkannya komisi atau pemutusan kerja sama secara sepihak.

Selain itu, karena hubungan afiliasi berlangsung melalui platform digital, maka Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik juga menjadi dasar penting untuk memberikan pengakuan hukum atas kontrak elektronik dan menetapkan bahwa dokumen elektronik sah sebagai alat bukti hukum. Hal ini memperkuat legalitas hubungan afiliator dengan *e-commerce* yang sering dilakukan tanpa tanda tangan fisik. Lebih jauh, UU ITE juga mengatur tentang perlindungan data pribadi dan keamanan sistem elektronik, yang penting untuk mencegah kerugian afiliator akibat penyalahgunaan informasi pribadi atau gangguan sistem.

4. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan mengatur berbagai aspek terkait perdagangan, termasuk perdagangan melalui sistem elektronik atau *e-commerce*. Undang-undang ini mendefinisikan perdagangan melalui sistem elektronik sebagai perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui perangkat dan prosedur elektronik. Juga mengatur kewajiban pelaku

usaha *e-commerce* terkait penyampaian informasi dan data produk. Berikut pasal-pasal yang berkaitan dengan *e-commerce* :

- a. Pasal 1 angka 1 yakni Perdagangan merupakan rangkaian aktivitas yang melibatkan transaksi Barang dan/atau Jasa, baik di tingkat domestik maupun lintas negara, yang bertujuan untuk mengalihkan hak atas Barang dan/atau Jasa guna memperoleh imbalan atau kompensasi. Pasal 1 angka 14 “Pelaku Usaha merupakan individu Warga Negara Indonesia atau entitas usaha, baik berbadan hukum maupun tidak, yang didirikan dan beroperasi dalam yurisdiksi Negara Kesatuan Republik Indonesia serta menjalankan kegiatan di sektor perdagangan.” Serta Pasal 1 angka 24 Perdagangan melalui Sistem Elektronik adalah Perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik.
- b. Pasal 2 Kebijakan Perdagangan disusun berdasarkan asas kepentingan nasional; kepastian hukum; adil dan sehat; keamanan berusaha; akuntabel dan transparan; kemandirian; kemitraan; kemanfaatan; kesederhanaan; kebersamaan; dan berwawasan lingkungan.
- c. Pasal 3 Pengaturan kegiatan Perdagangan bertujuan: a. mendorong pertumbuhan ekonomi nasional; b. memperluas penggunaan serta perdagangan produk dalam negeri; c. memperbesar peluang usaha dan menciptakan lapangan kerja; d. memastikan kelancaran distribusi serta ketersediaan barang kebutuhan pokok dan penting; e. mengembangkan fasilitas, sarana, dan prasarana perdagangan; f. memperkuat kemitraan antara usaha besar, koperasi, UMKM, serta sektor publik dan swasta; g. meningkatkan daya saing produk dan pelaku usaha nasional; h. memperbaiki citra produk lokal, memperluas akses pasar, dan mendorong ekspor nasional; i. mengembangkan perdagangan produk berbasis ekonomi kreatif; j. memperkuat perlindungan konsumen; k. meningkatkan penerapan Standar Nasional Indonesia (SNI); l. memperkuat perlindungan terhadap sumber daya alam; dan m.

meningkatkan pengawasan atas barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

- d. Pasal 4 ayat (1) huruf e bahwa lingkup pengaturan perdagangan salah satunya Perdagangan melalui Sistem Elektronik
- e. Bab VIII Pasal 65 mengenai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik
 - (1) Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar.
 - (2) Setiap Pelaku Usaha dilarang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1).
 - (3) Penggunaan sistem elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib memenuhi ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik.
 - (4) Data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit memuat:
 - a) identitas dan legalitas Pelaku Usaha sebagai produsen atau Pelaku Usaha Distribusi;
 - b) persyaratan teknis Barang yang ditawarkan;
 - c) persyaratan teknis atau kualifikasi Jasa yang ditawarkan;
 - d) harga dan cara pembayaran Barang dan/atau Jasa; dan
 - e) cara penyerahan Barang.
 - (5) Dalam terjadi sengketa dalam transaksi perdagangan melalui sistem elektronik, pihak individu atau badan usaha yang terlibat dapat menyelesaikannya melalui jalur pengadilan atau alternatif mekanisme penyelesaian sengketa lainnya
 - (6) Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak menyediakan data dan/atau informasi secara lengkap dan benar sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi administratif berupa pencabutan izin.

Dari beberapa pasal yang terkait dari pengaturan hukum mengenai *e-commerce* di Indonesia Pasal 65 Undang-Undang Perdagangan menegaskan perlunya perlindungan konsumen melalui informasi yang benar dan produk yang sesuai standar. Dalam konteks afiliasi di *e-commerce*, afiliator berperan sebagai pihak yang merekomendasikan atau mempromosikan produk kepada konsumen. Karena itu, afiliator wajib memastikan bahwa informasi yang diberikan tentang produk atau jasa itu jujur, jelas, dan tidak menyesatkan, sebagaimana diatur dalam Pasal 65.

5. Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik

Pada Peraturan ini mengatur dasar-dasar hukum tentang bagaimana sistem elektronik dan transaksi digital dijalankan di Indonesia, termasuk aspek perlindungan data, keamanan sistem, hak dan kewajiban penyelenggara sistem elektronik, serta perlindungan konsumen. Dalam konteks perlindungan hukum bagi afiliator di platform *e-commerce* di Indonesia, Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik menjadi salah satu dasar hukum utama. Beberapa ketentuan yang relevan adalah:

- a. Pasal 1 angka 4 yang dimaksud bahwa Penyelenggara Sistem Elektronik merupakan setiap individu, instansi penyelenggara negara, badan usaha, atau anggota masyarakat yang secara mandiri maupun bersama-sama menyediakan, mengelola, dan/atau mengoperasikan Sistem Elektronik bagi kepentingan sendiri maupun pihak lain.
- b. Pasal 3 ayat (1) Setiap Penyelenggara Sistem Elektronik harus menyelenggarakan Sistem Elektronik secara andal dan aman serta bertanggung jawab terhadap beroperasinya Sistem Elektronik sebagaimana mestinya. Artinya, semua aktivitas di platform *e-commerce*, termasuk program afiliasi, dianggap sah secara hukum asalkan dilakukan dengan prinsip keandalan, keamanan, dan tanggung jawab.

- c. Pasal 14 ayat (1) bahwa Penyelenggara Sistem Elektronik wajib melaksanakan prinsip perlindungan Data Pribadi dalam melakukan pemrosesan Data Pribadi. Dalam hal ini Afiliator sebagai pengguna layanan wajib diberikan jaminan perlindungan atas data pribadinya yang diserahkan ke platform *e-commerce*. Tidak boleh ada penyalahgunaan tanpa izin.
- d. Pasal 19 ayat (1) bahwa Penyelenggara Sistem Elektronik harus menerapkan tata kelola Sistem Elektronik yang baik dan akuntabel. Pasal 19 ayat (2) Tata kelola sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit memenuhi persyaratan: a. tersedianya prosedur atau petunjuk dalam penyelenggaraan Sistem Elektronik yang didokumentasikan dan/atau diumumkan dengan bahasa, informasi, atau simbol yang dimengerti oleh pihak yang terkait dengan penyelenggaraan Sistem Elektronik tersebut; b. adanya mekanisme yang berkelanjutan untuk menjaga kebaruan dan kejelasan prosedur pedoman pelaksanaan;
- e. Pasal 25 bahwa Penyelenggara Sistem Elektronik berkewajiban untuk menyajikan kembali Informasi dan/atau dokumen elektronik secara lengkap, sesuai dengan format serta jangka waktu penyimpanan yang ditetapkan oleh peraturan perundang-undangan.
- f. Pasal 28 ayat (1) berbunyi Penyelenggara Sistem Elektronik wajib melakukan edukasi kepada Pengguna Sistem Elektronik. Ayat (2) Edukasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit mengenai hak, kewajiban, dan tanggung jawab seluruh pihak terkait, serta prosedur pengajuan komplain.
- g. Pasal 31 bahwa Penyelenggara Sistem Elektronik wajib melindungi penggunaannya dan masyarakat luas dari kerugian yang ditimbulkan oleh Sistem Elektronik yang diselenggarakannya.

Pada Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019, setiap penyelenggaraan sistem elektronik harus dilaksanakan secara andal, aman, dan bertanggung

jawab. Oleh sebab itu, transaksi keikutsertaan afiliator dalam program afiliasi diakui sah dan dilindungi hukum.

Dalam hal ini platform *e-commerce* wajib menjalankan program afiliasi mereka dengan sistem yang transparan, tertib, dan bisa dipertanggung jawabkan, termasuk kepada afiliator. Afiliator berhak mendapat informasi yang jelas dan mudah dipahami tentang aturan main program afiliasi (misalnya: syarat pembayaran komisi, kapan komisi cair, hak dan kewajiban afiliator). Jika platform tidak memberikan prosedur yang jelas, atau mengubah aturan sepihak tanpa pemberitahuan, afiliator bisa menganggap platform melanggar prinsip tata kelola berdasarkan Pasal 19. Hal ini juga melindungi afiliator agar tidak dirugikan oleh ketidakjelasan atau perubahan sepihak dalam program afiliasi.

6. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

Pada peraturan ini mengatur seluruh kegiatan perdagangan yang dilakukan melalui sistem elektronik, termasuk platform *e-commerce* dan semua pihak yang terlibat di dalamnya, seperti pelaku usaha, konsumen, dan penyelenggara sarana perantara. Afiliator dapat dikategorikan sebagai pelaku usaha di bidang pemasaran (*digital marketing*) atau perantara dalam perdagangan elektronik. Karena itu, afiliator tunduk pada aturan perdagangan elektronik ini dan berhak atas perlindungan yang diatur di dalamnya. Berikut beberapa pasal yang relevan dengan penelitian :

- a. Pasal 3 menyatakan Dalam melakukan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, para pihak harus memperhatikan prinsip: a. iktikad baik; b. kehati-hatian; c. transparansi; d. keterpercayaan; e. akuntabilitas; f. keseimbangan; dan g. adil dan sehat.
- b. Pasal 4 ayat (1) PMSE dapat dilakukan oleh Pelaku Usaha, Konsumen, Pribadi, dan instansi penyelenggara negara sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang selanjutnya disebut para pihak.

- c. Pasal 13 ayat (1) 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 peraturan perundang-undangan.
- d. Pasal 27 ayat (1) Pelaku Usaha wajib menyediakan layanan pengaduan bagi Konsumen. Artinya pasal ini mencegah adanya komplain salah sasaran kepada afiiator.
- e. Pasal 29 ayat (1) Bukti transaksi PMSE dapat digunakan sebagai alat bukti dalam prosedur hukum dan tidak dapat ditolak penggunaannya dalam persidangan hanya karena bentuknya yang elektronik. Sehingga dapat dikatakan pula kontrak elektronik antara afiliator dan *e-commerce* dapat dijadikan sebagai alat bukti di Pengadilan sesuai lanjutan isi Pasal 30.
- f. Pasal 35 bahwa Setiap pihak yang membuat, menyediakan media, dan/atau mendistribusikan Iklan Elektronik wajib menjamin bahwa isi iklan tidak melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan serta bertanggung jawab atas materi yang disampaikan. Hal ini menjadi salah satu kewajiban seorang afiliator dan *e-commerce*.
- g. Pasal 47 ayat (1) Kontrak Elektronik dapat terbentuk melalui interaksi dengan sistem transaksi otomatis yang dioperasikan oleh Pelaku Usaha. (2) Para pihak tidak dapat menyangkal validitas Kontrak Elektronik yang dibuat secara otomatis, kecuali dapat dibuktikan sistem otomatis tersebut tidak berjalan sebagaimana mestinya. (3) Dalam hal Pelaku Usaha menggunakan perangkat lunak penerjemah otomatis, segala kerugian yang timbul akibat penggunaan perangkat penerjemah otomatis tersebut merupakan tanggung jawab Pelaku Usaha.

- h. Pasal 50 menyatakan bahwa PMSE dapat menggunakan mekanisme Kontrak Elektronik atau mekanisme kontraktual lainnya sebagai perwujudan kesepakatan para pihak.
- i. Pasal 52 Kontrak Elektronik sah dan mengikat para pihak apabila: a. sesuai dengan syarat dan kondisi dalam Penawaran Secara Elektronik; b. informasi yang tercantum dalam Kontrak Elektronik sesuai dengan informasi yang tercantum dalam Penawaran Secara Elektronik; c. terdapat kesepakatan para pihak, yaitu syarat dan kondisi penawaran yang dikirimkan oleh pihak yang menyampaikan penawaran, diterima dan disetujui oleh pihak yang menerima penawaran; d. dilakukan oleh subjek hukum yang cakap atau yang berwenang mewakili sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; terdapat hal tertentu; dan f. objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, dan ketertiban umum. Dari pasal ini artinya kontrak elektronik harus transparansi dan sesuai syarat sah perjanjian. Sehingga calon afiliator tidak ada kekeliruan apabila adanya suatu perkara dalam menjalankan kontrak tersebut.
- j. Pasal 53 ayat (1) menyatakan Informasi yang terdapat dalam Kontrak Elektronik harus sesuai dengan penawaran dan mencakup setidaknya: a. identitas pihak-pihak yang terlibat; b. spesifikasi Barang dan/atau Jasa yang telah disepakati; c. legalitas Barang dan/atau Jasa; d. nilai transaksi Perdagangan; e. syarat dan jangka waktu pembayaran; f. prosedur operasional untuk pengiriman Barang dan/atau Jasa; g. prosedur pengembalian Barang dan/atau Jasa jika terdapat ketidaksesuaian antara yang diterima dan yang disepakati; h. prosedur jika terjadi pembatalan oleh pihak-pihak yang terlibat; dan i. pilihan hukum untuk penyelesaian sengketa dalam PMSE. Ayat (2) Kontrak Elektronik dilarang mencantumkan klausula baku yang merugikan Konsumen sebagaimana diatur dalam Undang-Undang mengenai Perlindungan Konsumen.

Dalam pasal ini sudah jelas dilarang adanya klausula baku atau

perjanjian yang dibuat dengan sepihak yang merugikan salah satu pihak dan itu bukan hanya untuk konsumen tetapi pengguna yang terlibat dari perjanjian afiliasi yaitu afiliator.

- k. Pasal 57 ayat (3) menyatakan Kerugian akibat terjadinya kesalahan teknis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sepenuhnya menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha. Artinya pihak *e-commerce* wajib bertanggungjawab salah satunya dalam pencairan komisi yang tidak sesuai.
- l. Pasal 72 ayat (1) Dalam hal terjadi sengketa dalam PMSE, para pihak dapat menyelesaikan sengketa melalui pengadilan atau melalui mekanisme penyelesaian sengketa lainnya. Ayat (2) Penyelesaian sengketa PMSE sebagaimana dimaksud ayat (1) dapat diselenggarakan secara elektronik (*online dispute resolution*) sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Dari perspektif teori negara hukum, keberadaan dasar hukum di atas menunjukkan peran negara dalam:

- a. Menjamin bahwa hubungan hukum dalam masyarakat, termasuk digital, tunduk pada hukum (supremasi hukum),
- b. Memberikan kepastian hukum melalui pengakuan kontrak digital dan mekanisme penyelesaian sengketa,
- c. Melindungi hak-hak warga negara, termasuk afiliator, dari tindakan semena-mena oleh pihak yang lebih dominan secara ekonomi atau sistem digital.

Dalam pengawasan dan pengaturan aktivitas *e-commerce* (termasuk program afiliasi), terdapat beberapa lembaga yang berwenang, baik di tingkat nasional maupun sektoral yakni Kementerian Perdagangan (Kemendag) Dasar Hukum Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Kemendag dapat membekukan izin usaha platform *e-commerce* yang melanggar aturan PMSE. Selanjutnya Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) Dasar Hukum Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Kominfo

berwenang memblokir situs/aplikasi e-commerce yang melanggar hak afiliator atau gagal melindungi data pribadi. Selanjutnya Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Mengawasi e-commerce di bidang keuangan digital, seperti fintech, marketplace investasi, atau afiliasi produk finansial. Melindungi hak-hak afiliator yang memasarkan produk jasa keuangan (contoh: afiliasi asuransi digital).

B. Perlindungan Hukum Bagi Afiliator Pada *E-commerce* di Indonesia

1. Hubungan Hukum antara Afiliator, Produsen dan *E-commerce*

Menurut Prof. Soeroso, hubungan hukum adalah suatu ikatan antara dua pihak atau lebih yang menghasilkan hak dan kewajiban bagi masing-masing pihak, di mana hak dan kewajiban tersebut tercantum dalam suatu bentuk kontrak.⁶³ Keterikatan yang muncul antara dua pihak memiliki dua aspek dalam hubungan hukum, di antaranya adalah hak dan kewajiban. Hukum merupakan kumpulan peraturan atau sumber yang menjadi dasar dalam menetapkan kewajiban kepada suatu pihak, yang kemudian dari pelaksanaan kewajiban tersebut akan timbul hak yang layak diperoleh, sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat oleh pihak-pihak yang terlibat di dalamnya.

Pada penelitian ini terdapat tiga pihak yang terlibat yakni pihak *e-commerce* sebagai penyedia tempat berjualan, produsen sebagai pelaku usaha yang memberikan produk, dan afiliator yang menjadi promotor atau orang yang mempromosikan produk dari produsen melalui pendaftaran program afiliasi di *e-commerce*. Akan tetapi pemilik produk terkadang melakukan sistem *endorse* atau kegiatan promosi produk atau jasa dengan dukungan dari tokoh terkenal. Contohnya kepada konten creator yang memiliki status kepopuleritasan diatas rata-rata banding dengan konten kreator pada umumnya. Pada penelitian ini tidak berkaitan dengan produk yang di *endorse* tetapi berkaitan dengan produk yang dijual dengan program afiliasi yang pada umumnya sering digunakan. Pihak yang pertama adalah seorang afiliator yang bergabung dengan program afiliasi *e-commerce* yang memiliki tanggung jawab untuk membuat konten dan melakukan pemasaran produk

⁶³ Dewa Gede Ari Yudha, "Hubungan Hukum Antara Pelaku Usaha Dengan Konsumen" 5, no. 1 (2017): 1–5.

yang akan dijual pada platform tersebut. Pihak kedua adalah seorang pemilik produk yang mempunyai modal produk dan stok produk tersebut, pada dasarnya afiliator tidak menyimpan stok dagang yang akan dijual pada platform *e-commerce* karena afiliator memang hanya memiliki kewajiban untuk membuat konten saja. Tidak seperti pemilik produk, yang bertanggung jawab atas ketersediaan produk dan kualitas produk tersebut.

a. Hubungan Hukum Afiliator dengan Produsen:

- 1) Perjanjian Afiliasi (*Affiliate Agreement*): Afiliator umumnya memiliki kontrak dengan produsen atau perusahaan yang memiliki program afiliasi.
- 2) Komisi dan Pembayaran: Afiliator berhak menerima komisi berdasarkan penjualan yang terjadi melalui tautan afiliasi.
- 3) Hak dan Kewajiban: Afiliator harus mengikuti kebijakan promosi yang telah ditetapkan produsen, seperti larangan melakukan klaim palsu atau menggunakan praktik pemasaran yang menyesatkan
- 4) Tanggung Jawab Hukum: Jika afiliator menggunakan metode promosi yang melanggar hukum (misalnya, *spamming* atau *misleading advertising*), produsen bisa membatalkan perjanjian atau bahkan menuntut afiliator.

b. Hubungan Hukum Afiliator dengan *E-Commerce*:

- 1) Afiliator sering kali bekerja dengan *e-commerce* yang menyediakan program afiliasi, seperti Shopee Affiliate, Tokopedia Affiliate, Tiktok Affiliate, atau Lazada Affiliate.
- 2) Hubungan ini diatur dalam perjanjian antara afiliator dan *e-commerce*, mencakup mekanisme pembayaran komisi dan aturan promosi.
- 3) Afiliator tidak memiliki hubungan langsung dengan produsen jika produk dijual melalui *e-commerce*, kecuali jika ada perjanjian khusus.

Hubungan hukum antara pihak afiliator dengan pemilik produk terikat dengan hubungan kontrak yang disetujui oleh kedua belah pihak dalam bentuk formil. Kontrak yang dibuat dengan bentuk formil itu memiliki tiga tahap yang melengkapi satu sama lain dimulai dari tahap penawaran atau

penerimaan, tahap penyesuaian kehendak dari pihak yang bersangkutan, dan yang terakhir adalah tahap perjanjian yang dilaksanakan dengan kesepakatan kedua belah pihak. Kontrak yang dibuat ini mengakibatkan hubungan hukum yang terdiri dari perjanjian satu sama lain yang harus di wujudkan, agar tidak terjadi kesalahpahaman antara pihak pertama dengan pihak kedua.

Pembentukan kontrak yang paling utama adalah perlu adanya keabsahan yang harus dipenuhi. Perjanjian kontrak terdiri dari persyaratan seperti kesepakatan, kecakapan, suatu hal tertentu dan suatu sebab yang halal berdasarkan pasal 1320 KUHPdata. Adapun faktor yang menjadi alasan utama yang diperlukan dalam membentuk hubungan hukum yang baik yaitu:

a. Kepastian Hukum

Kepastian hukum memberikan jaminan bahwa setiap pihak memiliki hak dan kewajiban yang jelas. Mencegah terjadinya perselisihan akibat interpretasi aturan yang berbeda. Contoh dalam *e-commerce* yaitu penggunaan kontrak elektronik yang sah dan mengikat (PP Nomor 80 Tahun 2019 Pasal 15). Kepastian hukum dalam perlindungan konsumen agar tidak terjadi penyalahgunaan (Pasal 10).

b. Kesepakatan yang Jelas dan Tertulis

Hal ini menghindari konflik akibat kesalahpahaman dalam hubungan bisnis. Memberikan perlindungan hukum jika terjadi pelanggaran seperti dalam *e-commerce* perjanjian afiliasi antara afiliator dan produsen atau *e-commerce*. Syarat & ketentuan (*terms & conditions*) dalam kontrak elektronik (Pasal 16).

c. Keseimbangan Hak dan Kewajiban

Agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan atau dieksploitasi dalam hubungan hukum dan menjaga keadilan dalam transaksi. Contoh dalam *e-commerce* hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar dan hak pelaku usaha untuk mendapatkan pembayaran yang sah. Kewajiban *e-commerce* untuk menyediakan layanan pengaduan konsumen (Pasal 11).

2. Bentuk Perjanjian atau Persetujuan Afiliasi

Peneliti dalam penelitian ini memperoleh 3 narasumber yang merupakan afiliator dari *e-commerce* di Indonesia diantaranya Shopee, TiktokShop, dan Lazada. Peneliti melakukan penelitian dengan 3 narasumber yang mempunyai beberapa faktor yang diperlukan agar dapat memenuhi alasan observasi penelitian berdasarkan penentuan perkara dengan pertimbangan tertentu. Faktor-faktor yang dijadikan indikasi penelitian sebagai berikut:

- 1) Pernah atau sedang bergabung menjadi anggota afiliasi dalam program afiliasi Shopee, TiktokShop, dan Lazada.
- 2) Mendapatkan komisi 1% hingga 10% dari penjualan per-produk
- 3) Pengalaman penjualan
- 4) Menjalani program afiliasi lebih dari satu bulan
- 5) Pernah mengalami atau sedang mengalami permasalahan dalam bidang afiliasi.
- 6) Memiliki perjanjian kerja atau perikatan antara afiliator dan pihak *e-commerce*.

Berdasarkan beberapa informasi yang dijadikan objek penelitian, peneliti akan menjelaskan pembahasan dan hasil penelitian yang peneliti telah lakukan. Peneliti akan menjelaskan hasil penelitian sesuai dengan penelitian yang berjudul “Perlindungan Hukum Bagi Afiliator Pada *E-commerce* di Indonesia”. Hasil dari penelitian ini berlandaskan pada tujuan awal penelitian yaitu untuk mengetahui dan memahami pengaturan mengenai *e-commerce* di Indonesia serta untuk menganalisa perlindungan hukum bagi afiliator pada *e-commerce* di Indonesia. Penelitian ini diperoleh dari data melalui teknik pengumpulan wawancara dan dokumentasi secara daring. Berikut informasi yang dijadikan objek wawancara dalam penelitian ini :

a. Afiliator Shopee

Informasi identitas narasumber yang dijadikan objek wawancara pada tanggal 3 Februari 2025 dalam penelitian ini adalah Afiliator dengan inisial AD merupakan afiliator Shopee yang berasal dari Majalengka. AD telah membuat konten penjualan produk di *e-commerce*

sejak awal tahun 2024. AD dipercaya untuk memasarkan produk anak-anak di akun sosial media yang ditautkan yaitu Facebook. AD tidak diminta untuk melakukan promosi yang khusus, cukup dengan pemasaran yang pada umumnya digunakan. Pada awalnya AD mengatakan bahwa pekerjaan yang dilakukan tidak terdapat masalah, akan tetapi seiring berjalanya waktu semakin pelanggan bertambah banyak sehingga pada saat itulah timbul masalah yang berkaitan dengan penjualan produk. AD mengalami masalah pada proses pencairan komisi yang mana tidak tepat waktu, dan tidak seperti sebelumnya. Komisi yang didapatkan AD biasanya dicairkan 1 minggu 2x yaitu dihari Rabu dan Jum'at akan tetapi masalah yang pernah AD alami komisi tersebut tidak dapat dicairkan di hari itu akan tetapi telat 1 hari dari hari yang ditetapkan pihak Shopee.

Bentuk perjanjian yang dibuat oleh AD dan pihak Shopee dalam program Shopee berupa persetujuan AD dalam memenuhi syarat dan ketentuan dalam aplikasi tersebut, yang mana dapat dikatakan sebagai perjanjian baku yang dibuat oleh salah satu pihak saja. Perjanjian atau persetujuan tersebut disebut sebagai perjanjian elektronik. Menurut AD sebagai afiliator Shopee syarat dan ketentuan tersebut mudah cukup dengan menggunakan kartu identitas berupa KTP dan NPWP sebagai syarat pencairan komisi yang didapatkan.

Pada platform Shopee tidak menampilkan salinan perjanjian akan tetapi langsung pada syarat yang harus disetujui oleh calon afiliator agar dapat mendaftar program tersebut. Berikut cara kerja Shopee Affiliate :

1) Registrasi Sebagai Anggota Shopee Affiliate

Langkah pertama adalah mendaftarkan diri melalui pengisian formulir pendaftaran. Kunjungi situs affiliate.shopee.co.id dan masuk ke akun Shopee yang sudah terdaftar. Isi semua informasi yang diminta dalam formulir pendaftaran hingga selesai.

2) Pilih Produk yang Ingin Dipromosikan

Tidak semua produk di Shopee dapat dipromosikan. Shopee memiliki persyaratan tertentu yang harus dipenuhi. Produk yang dapat dipromosikan harus berasal dari Shopee Mall, Shopee Supermarket, Star+, dan Star Seller.

3) **Bagikan Tautan Afiliasi Produk Melalui Media Sosial**

Langkah selanjutnya adalah membagikan tautan produk afiliasi ke akun media sosial pribadi kamu. Kamu dapat menyertakan tautan tersebut di bio TikTok atau swipe up link di Instagram.

4) **Dapatkan Komisi**

Komisi akan didapatkan apabila link yang dibagikan tersebut apabila konsumen membeli produk pada link tersebut. Pihak Shopee Affiliate akan membayarkan komisi setiap hari Rabu dan Jum'at.

b. Afiliator TiktokShop

Berikut adalah hasil wawancara pada tanggal 27 Februari 2025 dengan identitas seorang afiliator TiktokShop yang berinisial DF asal dari Ciamis, beliau merupakan afiliator TiktokShop dengan fokus pemasaran produk daster. DF sudah bergabung menjadi afiliator TiktokShop kurang lebih 2 tahun akan tetapi dalam proses menjadi afiliator yang sukses DF mengalami beberapa masalah dari mulai akun Tiktok yang tidak dapat beroperasi untuk kebutuhan konten karena beberapa kali terkena pelanggaran, dan bahkan sering kali sampel produk yang ia dapatkan tidak sesuai dengan motif yang ada di etalase produk. Sehingga para konsumen seringkali menyalahkan dirinya. Bukan karena hal itu juga komisi yang didapatkan seringkali turun dari yang awalnya 8% per produk sekarang hanya mendapatkan 5% per produk. Sehingga promosi yang dilakukan DF yaitu dengan cara live Tiktok dikarenakan hal tersebut memudahkannya untuk mendapatkan banyak konsumen yang membeli dan komisi yang didapatkan lebih besar. Masalah-masalah tersebut seringkali membuat bingung DF untuk mengajukan keberatan apakah ke pihak Tiktok Shopnya atau ke pihak produsen karena

menurutnya hak yang didapatkan seorang Afitiator tidak adil dengan kinerja yang dilakukannya.

Menjadi afiliator TikTok Shop menurut DF sekarang lebih mudah dibandingkan kebijakan yang dulu. Akan tetapi DF menyarankan agar membaca terlebih dahulu kebijakan-kebijakan Tiktok Shop sebelum mendaftar karena kebijakan aplikasi Tiktok Shop ini seringkali berubah-ubah dari mulai pencairan komisi hingga prosedur promosi produk. Berikut syarat dan ketentuan untuk mendaftar Afiliate Tiktok ditahun 2025. Syaratnya hanya dua yaitu patuhi pedoman komunitas, dan berusia 18 tahun dengan ketentuan kreator yang memiliki 600 pengikut dan memposting di Tiktok selama 28 hari maka komisi akan masuk melalui tab showcase atau fitur yang memungkinkan pelanggan berbelanja langsung dari akun penjual atau kreator. Fitur ini ditandai dengan ikon keranjang kuning di halaman profil akun TikTok.

Berbeda dari aplikasi lain Tiktok membagi affiliate menjadi dua yakni :⁶⁴

1) Sebagai Penjual

Terdapat 3 (tiga) tipe program afiliasi yang dapat dimanfaatkan, yaitu: pertama, program toko yang menerapkan komisi seragam untuk seluruh produk; kedua, program dengan skema komisi bervariasi yang terbuka bagi seluruh kreator; dan ketiga, program khusus yang bersifat tertarget, di mana hanya kreator terpilih yang diundang untuk bergabung. Adapun langkah-langkah pelaksanaannya adalah sebagai berikut:

- a) Akses situs seller-id.tiktok.com;
- b) Masuk ke akun TikTok Shop yang telah dibuat sebelumnya;
- c) Setelah berhasil masuk, navigasikan ke halaman TikTok Shop Affiliate;
- d) Klik pada menu Program, lalu masuk ke Program Toko, dan pilih tombol Buat;

⁶⁴ Sampoerna University, "Pengertian TikTok Affiliate, Cara Kerja Dan Strategi Promosi," Sampoerna University, 2024, <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/news/pengertian-tiktok-affiliate-cara-kerja-dan-strategi-promosi>.

- e) Tentukan jenis komisi dan persentase komisi yang akan diberikan;
- f) Setelah itu, pilih Kirim;
- g) Selanjutnya, TikTok Affiliate Log In akan aktif dan dapat segera digunakan.

2) Sebagai Kreator

Seorang kreator dapat memulai program afiliasi dengan mencari produk yang paling sesuai dengan minat pengikutnya. Setelah itu, kreator dapat menghubungi penjual untuk memperoleh sampel produk dan mulai memproduksi konten. Berikut ini adalah beberapa tahapan yang bisa diikuti untuk memulai program TikTok Affiliate sebagai seorang kreator:

- a) Masuk ke akun TikTok;
- b) Akses pengaturan dan privasi, dan pastikan menu TikTok Shop ada di bagian monetisasi;
- c) Klik pada TikTok Shop;
- d) Tambahkan produk yang ingin dimasukkan ke dalam toko dengan menekan menu Tambahkan Produk Afiliasi;
- e) Pilih produk yang akan dijual dan sambungkan dengan tautan *e-commerce*;
- f) Beberapa komisi yang akan diperoleh akan muncul di layar saat memilih produk.

Sama seperti halnya platform Shopee, TikTok Shop juga tidak menampilkan salinan perjanjian afiliator dengan pihak *e-commerce* akan tetapi langsung pada form pendaftaran yang menyatakan setuju atau tidak.

c. Afiliator Lazada

Terakhir narasumber afiliator Lazada yang diwawancarai tanggal 1 Maret 2025 dengan inisial T berasal dari Majalengka, T merupakan afiliator yang fokus pemasaran pada produk hijab dan *beauty* dengan membagikan link produk di sosial media yaitu Instagram dan Facebook.

T sudah hampir 1 tahun bergabung pada program Afiliasi Lazada. Menurutnya bergabung dengan program afiliasi menambah pemasukan yang lumayan menggiurkan. Namun, T juga pernah mengalami masalah pada pengiriman barang dari pihak toko ke konsumen yang telat sehingga konsumen komplek terhadapnya. Bukan hanya itu produk dari toko atau produsen seringkali tidak sesuai dan yang menjadi takutnya popularitas T menjadi afiliator buruk untuk memasarkan produk-produk lagi. Perjanjian yang dilakukan T adalah dengan mendaftar pada program Lazada Affiliate berikut formulir pendaftaran Lazada Affiliate.

Calon anggota afiliasi yang telah mengajukan pendaftaran akan melalui proses seleksi terlebih dahulu oleh pihak Lazada untuk memastikan apakah memenuhi syarat sebagai mitra afiliasi. Setelah calon tersebut menerima konfirmasi dari Lazada mengenai diterimanya registrasi, maka saat itu juga terbentuk hubungan kontraktual antara kedua belah pihak. Dengan demikian, Lazada berhak memperoleh kinerja atau hasil yang telah disepakati dalam kontrak, sementara afiliasi wajib melaksanakan tanggung jawab sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan dalam perjanjian tersebut.⁶⁵ Pada platform Lazada terdapat salinan perjanjian antara afiliator dengan pihak *e-commerce* akan tetapi isinya tidak lengkap, tidak adanya hak-hak afiliator yang seharusnya tertulis akan tetapi hanya kewajibannya saja dan hak-hak pihak *e-commerce* nya.

3. Perlindungan Afiliator dalam Perjanjian Afiliasi

Pelindungan hukum terhadap afiliator (afiliasi) tergantung dengan kasus yang dialami afiliator. Namun, jika terjadi komplain barang konsumen dalam konteks program afiliasi pada platform afiliasi lainnya tergantung pada

⁶⁵ Atsna Farihatul Ulya, "Perlindungan Hukum Terhadap Afiliasi Dalam Praktik Program Afiliasi Lazada.Co.Id Pada Komunitas Lazabot (Kajian Perspektif Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Dan Hukum Islam)," *Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang* (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2020), <https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798><https://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002><http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049><http://doi.wiley.com/10.1002/anie.197505391><http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205>

perjanjian dan hukum yang mengatur hubungan antara platform afiliasi dan afiliator. Namun, setelah penelitian wawancara dengan 3 narasumber ternyata kasus yang sering muncul adalah dalam pembayaran komisi, komplain produk dari konsumen ke Afiliator dan Kebijakan *E-commerce* yang berubah-ubah sehingga merugikan Afiliator. Afiliator memiliki beberapa tingkat perlindungan hukum terhadap masalah-masalah tersebut. Adapun perlindungan hukum yang tersedia bagi afiliator sebagai berikut:⁶⁶

a. Perjanjian Afiliasi

Dalam perjanjian afiliasi antara afiliator dan platform afiliasi biasanya terdapat ketentuan mengenai kewajiban dan tanggung jawab masing-masing pihak. Afiliator mungkin dilindungi dari tanggung jawab langsung atas komplain barang konsumen yang tidak sesuai, jika perjanjian tersebut secara tegas menyatakan bahwa platform afiliasi bertanggung jawab atas layanan pelanggan, pengiriman produk, dan masalah terkait barang yang terjual. Akan tetapi seharusnya untuk kasus komplain barang kepada afiliator yang tidak sesuai dengan informasi produk yakni menurut Pasal 19 Ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang bertanggung jawab atas kerugian konsumen adalah pelaku usaha. Artinya bukan afiliator, kecuali afiliator dengan sengaja menyebarkan informasi yang menyesatkan. Afiliator dapat menggunakan dasar hukum ini untuk menolak tanggung jawab dan mengarahkan konsumen agar menuntut *e-commerce* atau penjual resmi.

Dalam perjanjian afiliasi, seharusnya terdapat beberapa klausul yang mengatur terkait pencairan komisi dan penyelesaiannya jika terjadi perbedaan jumlah atau kendala dalam pembayaran. Dengan ketentuan pembayaran yang memuat bagaimana komisi dihitung (persentase atau nominal tetap), menyebutkan syarat transaksi yang valid untuk mendapatkan komisi (misalnya, tidak ada pembatalan/pengembalian barang) dan jadwal pencairan komisi (misalnya, setiap minggu atau bulan).

⁶⁶ Ailsa Salsabila Putri and Diman Ade Mulada, "Aspek Hukum Transaksi Jual Beli Dengan Sistem Affiliate Pada Program Shopee Affiliate Dalam Perspektif Hukum Positif Di Indonesia," *Jurnal Commerce Law* 4, no. 1 (2024): 1–7, [https://doi.org/https://doi.org/10.29303/](https://doi.org/https://doi.org/10.29303/.....)

Bukan hal itu saja akan tetapi harus memuat opsi pembayaran yang digunakan (transfer bank, e-wallet, atau lainnya), mata uang yang digunakan dalam pemberian komisi. Apabila terdapat kasus pencairan komisi yang tidak sesuai dengan waktu yang dicantumkan dalam perjanjian afiliasi meskipun afiliator bukan konsumen, jika penundaan komisi disebabkan oleh kebijakan sepihak yang merugikan, maka afiliator bisa berargumen bahwa ini termasuk klausul baku yang merugikan satu pihak, yang dilarang oleh Pasal 18 Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan ini dikaitkan dengan isi Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 28 Ayat 1 jika *e-commerce* memberikan informasi yang menyesatkan mengenai pencairan komisi dalam sebuah perjanjian afiliasi (misalnya, awalnya dijanjikan dalam 7 hari tetapi terus ditunda tanpa kejelasan), maka ini bisa termasuk dalam penyebaran informasi yang menyesatkan, yang dapat dikenai sanksi dalam UU ITE.

Pada perjanjian afiliasi juga harus adanya penyelesaian sengketa komisi dengan bagaimana proses yang harus dilakukan afiliator jika komisi tidak sesuai. Jangka waktu maksimal untuk mengajukan keluhan dan waktu respon dari pihak *e-commerce*. Penyelesaiannya melalui mediasi atau arbitrase jika terjadi perselisihan besar. Pada perubahan komisi harus adanya kejelasan apakah *e-commerce* dapat mengubah skema komisi secara sepihak atau harus ada pemberitahuan terlebih dahulu. Hak afiliator untuk berhenti bekerja sama jika perubahan tidak menguntungkan. Serta adanya klausul *Force Majeure* yaitu menjelaskan situasi tertentu (seperti masalah teknis atau hukum) yang bisa menyebabkan keterlambatan pembayaran komisi.

b. Tautan Afiliasi

Afiliator mempromosikan produk melalui tautan afiliasi yang disediakan oleh platform afiliasi. Jika komplain muncul terkait produk atau layanan yang dibeli melalui tautan afiliasi tersebut, afiliator mungkin dapat menunjukkan bahwa mereka hanya bertindak sebagai perantara

antara konsumen dengan *e-commerce* dan oleh karena itu, tanggung jawab utama atas kualitas produk atau layanan berada pada pihak *e-commerce* dan produsen.

c. Pemisahan Usaha

Jika afiliator adalah entitas bisnis yang terpisah dari *e-commerce*, mereka mungkin memiliki perlindungan tambahan berdasarkan prinsip hukum entitas terpisah. Prinsip hukum entitas terpisah (*separate legal entity*) adalah konsep dalam hukum bisnis yang menyatakan bahwa suatu perusahaan atau badan usaha memiliki kepribadian hukum yang berbeda dari pemilik atau pihak lain yang terlibat dengannya. Dalam afiliasi *e-commerce*, jika afiliator adalah sebuah entitas bisnis yang terpisah (misalnya berbentuk PT, CV, atau badan hukum lainnya), maka prinsip ini memberikan perlindungan tambahan, seperti tanggung jawab terbatas. Jika terjadi perselisihan terkait pembayaran komisi, tanggung jawab hanya berada pada perusahaan afiliator, bukan pemilik atau direktornya secara pribadi. *E-commerce* tidak bisa langsung menuntut pemilik afiliator secara pribadi, kecuali dalam kasus tertentu misalnya penipuan.

Selanjutnya perlindungan hukum dalam kontrak, sebagai entitas bisnis afiliator dapat lebih kuat dalam menegosiasikan perjanjian afiliasi dengan *e-commerce*. Jika ada pelanggaran kontrak oleh *e-commerce*, afiliator dapat menuntut secara hukum sebagai badan usaha, bukan sebagai individu. Akan tetapi jika afiliator perorangan maka dapat diadakan terlebih dahulu pada pusat bantuan yang ada pada aplikasi *e-commerce* tersebut. Namun, masih belum adanya tindakan yang puas maka dapat dilihat dari contoh salinan perjanjian elektronik Lazada Affiliate Pasal 15 berbunyi “Setiap sengketa yang timbul dari atau berhubungan dengan pelaksanaan, pelanggaran, penghentian, atau ketidakberlakuan perjanjian ini akan diupayakan penyelesaiannya melalui musyawarah secara itikad baik oleh Para Pihak dalam jangka waktu paling lama tiga puluh (30) hari, atau dalam jangka waktu lain yang disepakati bersama.” Ini berarti bahwa, dalam kasus komplainpun atau tuntutan hukum dari konsumen mungkin

diarahkan terutama pada *e-commerce* yang kemudian akan diteruskan pada produsen sebagai entitas yang menjual produk, bukan pada afiliator yang hanya melakukan pemasaran.

Akan tetapi apabila dalam isi perjanjian afiliasi tidak tercantumnya hak-hak afiliator dalam program afiliasi maka sesuai pasal 1320 KUHPerdata mengenai syarat sah perjanjian yakni kesepakatan para pihak, kecakapan untuk membuat perjanjian, suatu hal tertentu dan suatu sebab yang halal maka dapat dikatakan ada ketidakjelasan dalam objek perjanjian, yang bisa menyebabkan perjanjian dianggap tidak sah atau batal demi hukum. Jika dalam perjanjian afiliasi tidak ada ketentuan yang jelas mengenai hak afiliator, maka perjanjian tersebut berpotensi tidak sah atau dapat dibatalkan karena tidak memenuhi syarat Pasal 1320 KUH Perdata, terutama dalam hal objek perjanjian yang tidak jelas (Pasal 1333 KUH Perdata) dan kemungkinan adanya ketidakseimbangan dalam kesepakatan. Afiliator yang merasa dirugikan dapat menuntut haknya berdasarkan prinsip keadilan dalam hukum perdata dan meminta revisi atau pembatalan perjanjian yang merugikan.

4. Penyelesaian Sengketa

Perlindungan hukum pada program afiliasi didasarkan pada perjanjian kerjasama yang telah disepakati oleh para pihak yang bersangkutan. Sehingga semua syarat dan ketentuan yang terdapat dalam klausula perjanjian tersebut menjadi undang-undang bagi para pihak sesuai dengan ketentuan pada pasal 1338 KUH Perdata yang menyebutkan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Melengkapi pernyataan tersebut peneliti ingin memaparkan bahwa perikatan yang disepakati para pihak menimbulkan tanggung jawab hukum berupa pelaksanaan prestasi yang harus dipenuhi dalam KUHPerdata termuat pada pasal 1234 yang menyebutkan bahwa “perikatan ditujukan untuk memberikan sesuatu untuk berbuat sesuatu atau untuk tidak berbuat sesuatu”. Maksudnya Pasal 1234 KUH Perdata menegaskan bahwa setiap perikatan dalam

perjanjian afiliasi harus memiliki kewajiban yang jelas, baik dari pihak *e-commerce* maupun afiliator. Jika salah satu pihak melanggar kewajiban ini, maka pihak yang dirugikan dapat menuntut haknya berdasarkan hukum perdata.

Unsur kesalahan dalam menyediakan ketersediaan stok oleh produsen atau informasi produk yang tidak sesuai tentu menghambat proses transaksi. Pembelian online dikenal sebagai transaksi yang mudah bagi para pelanggan untuk berbelanja lewat platform aplikasi yang dimiliki, maka apabila terjadi permasalahan yang ada dalam penelitian tentu akan mempengaruhi reputasi dari berbagai pihak yang terlibat dalam penjualan suatu produk yakni *E-commerce*, Produsen dan Afiliator. Karna dalam kasus tersebut Produsen dalam penelitian ini memiliki peran yang sangat penting dalam memproduksi produk yang diminati oleh pelangganya, sehingga dengan adanya kewajiban yang tidak dilakukan dengan baik perjanjian yang telah disepakati dengan *e-commerce* dapat dikatakan sebagai sebuah prestasi yang dilakukan tidak sempurna atau bisa juga dikatakan sebagai wanprestasi dan ini berdambak juga bagi afiliator yang menjadi promotor dalam sebuah produk dari konsumen yang tidak sesuai informasinya.

Menurut Prof. Subekti, wanprestasi terjadi apabila debitur tidak melakukan apa yang sudah dijanjikannya, maka seorang debitur dikatakan wanprestasi jika ia lalai atau ingkar janji serta melakukan sesuatu yang tidak boleh dilakukannya. Apabila merujuk pada pasal 1338 KUH Perdata bahwa perjanjian berlaku sebagai undang-undang bagi para pembuatnya, berarti peraturan yang dibuat dalam kontrak kerja antara afiliator dan *e-commerce* menjadi dasar hukum yang dapat dikaji dan di teliti dalam penelitian ini.⁶⁷

Mengingat program afiliasi pada beberapa sampel platform afiliasi dimulai dengan perjanjian kerja sama antara *e-commerce* dan pembuat konten, yang menetapkan hak dan kewajiban yang harus dilakukan, sehingga ditakutkan

⁶⁷ Haris Budiman, Iman Jalaludin Rifai, and Vika Nur Senda, "Sosialisasi Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Pada Masyarakat Kadugede, Kuningan, Jawa Barat," *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 6, no. 03 (2023): 323–30, <https://doi.org/10.25134/empowerment.v6i03.8886>.

ada perselisihan di masa depan antara para pihak apabila tidak dilakukan dengan benar. Oleh karena itu, ketentuan mengenai penyelesaian sengketa perlu dicantumkan dalam perjanjian, termasuk mengenai penggantian biaya, kerugian, dan bunga akibat wanprestasi. Hal ini sesuai dengan Pasal 1243 KUH Perdata, yang menyatakan bahwa kewajiban tersebut berlaku apabila debitur tetap lalai meskipun telah dinyatakan wanprestasi, atau apabila prestasi hanya dapat dipenuhi setelah melewati batas waktu yang ditentukan.

Walaupun pada pasal yang diatas tersebut tidak mengatur khususnya mengenai kerjasama pada *e-commerce*. Tetapi secara tidak langsung mengatur mengenai perjanjian afiliasi karena pada dasarnya hubungan kerjasama diawali dengan perjanjian atau perikatan yang telah disepakati oleh para pihak. Sehingga pasal tersebut mampu memberikan perlindungan hukum kepada pihak afiliasi untuk mendapatkan ganti rugi atau solusi akibat kerugian permasalahan komisi yang telat cair. Akan tetapi dari penelitian yang dilakukan penulis bahwa dari ketiga platform *e-commerce* yaitu Shopee, TikTok Shop dan Lazada ada dua platform yang tidak dimunculkannya salinan perjanjian antara afiliator dengan pihak *e-commerce* sehingga menurut KUHPerdata hal tersebut dapat dibatalkan sesuai pasal 1320 KUHPerdata yang mana afiliator tidak mengetahui dengan jelas isi perjanjian afiliasi.

Secara hukum, banyak pandangan solusi yang dapat digunakan sebagai resolusi permasalahan, dimulai dari jalur litigasi atau non litigasi dan juga ada jalur arbitrase atau mediasi. Apabila menggunakan jalur mediasi, para pihak akan didorong untuk menyetujui suatu kesepakatan damai secara sukarela sementara arbitrase akan menghasilkan keputusan hukum yang mengikat. Permasalahan dalam penelitian ini, penyelesaian sengketanya apabila pihak afiliator tidak tertarik untuk membawa permasalahan ini pada jalur litigasi melainkan non litigasi. Penyelesaian di luar pengadilan melalui penyerahan sengketa secara sukarela kepada pihak ketiga yang netral yaitu individual atau arbitrase sementara. Pada sisi lain pihak *e-commerce* mencatumkan pada kontrak kerja untuk menyelesaikan suatu perkara apabila timbul suatu perkara

tersebut dengan diselesaikan melalui jalur mediasi. Dengan begitu perkara keterlambatan komisi dapat diselesaikan melalui proses memperoleh kesepakatan para pihak dengan dibantu oleh mediator. Dipastikan bahwa pihak afiliator jangan sampai dijadikan korban saat terjadi permasalahan dalam program afiliasi hal ini didukung oleh pernyataan bahwa konsumen mengeluh pada pihak afiliator walaupun afiliator tersebut bukan penyebab masalah tersebut. Sehingga peneliti beranggapan bahwa yang terbebani hanya afiliator saja.

Langkah terbaik dalam melindungi seorang afiliator berdasarkan hukum yang ada adalah melalui perlindungan hukum preventif. Perlindungan hukum preventif adalah upaya pencegahan terjadinya pelanggaran hukum. Perlindungan ini diberikan oleh pemerintah dan tersedia dalam peraturan perundang-undangan. Dengan demikian, perlindungan hukum pada program afiliasi *e-commerce* didapatkan dalam bentuk perlindungan hukum preventif yang diatur dalam KUHPerdara yang berisi mengenai penggantian biaya, kerugian dan bunga karena tidak dipenuhinya suatu perikatan. Sedangkan perlindungan hukum represif yaitu perlindungan hukum yang dilakukan ketika sudah terjadi perselisihan. Dalam teori negara hukum, suatu negara harus menjamin adanya perlindungan hukum bagi setiap warga negara, termasuk afiliator dalam *e-commerce*. Negara hukum (*Rechtsstaat*) menurut teori Friedrich Julius Stahl memiliki beberapa prinsip utama, di antaranya supremasi hukum yakni semua tindakan harus berdasarkan hukum. Perlindungan Hak Asasi Manusia termasuk hak ekonomi afiliator. Pembagian kekuasaan agar tidak terjadi penyalahgunaan wewenang. Serta peradilan yang independen hal ini untuk menyelesaikan sengketa secara adil. Dalam hal ini, perlindungan hukum bagi afiliator adalah bentuk konkret dari prinsip perlindungan hak asasi manusia dalam bidang ekonomi, karena afiliator memiliki hak untuk mendapatkan pembayaran yang adil, transparansi dalam sistem afiliasi, dan kebebasan dari praktik yang merugikan. Selain keterkaitan dari teori negara hukum teori perlindungan hukum juga menjadi salah satu teori yang berhubungan dengan judul penelitian ini.

Perlindungan hukum bagi afiliator dalam program afiliasi *e-commerce* dapat dikategorikan ke dalam dua jenis perlindungan hukum yakni :

a. Perlindungan Hukum Preventif

Perlindungan ini bertujuan mencegah terjadinya pelanggaran hak afiliator. Dalam hukum perdata, hal ini dapat ditemukan dalam KUH Perdata, terutama dalam pasal-pasal terkait perikatan dan perjanjian, seperti Pasal 1234 KUH Perdata yang mengatur bahwa perikatan bisa berupa kewajiban memberikan sesuatu, melakukan sesuatu, atau tidak melakukan sesuatu. Pasal 1243 KUH Perdata mengatur tentang penggantian biaya, kerugian, dan bunga jika salah satu pihak tidak memenuhi kewajibannya. Pasal 1320 KUH Perdata mengenai syarat sah perjanjian, termasuk kejelasan hak dan kewajiban afiliator. Peraturan ini bertujuan mencegah penyalahgunaan dalam program afiliasi *e-commerce*, seperti pemotongan komisi sepihak atau sistem yang tidak transparan. Afiliator dapat menggunakan aturan ini untuk menegosiasikan perjanjian yang adil sebelum terjadi sengketa. Dalam kasus-kasus yang dialami oleh afiliator berkaitan dengan perjanjian afiliasi yang mana pada kenyataannya pihak *e-commerce* seperti Shopee dan TikTok Shop tidak mencantumkan salinan perjanjian afiliasi antara afiliator dan *e-commerce* sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua *e-commerce* tersebut itu tidak memberikan bentuk perlindungan hukum preventif untuk para afiliator. Berbeda dengan platform Lazada yang mencantumkan salinan perjanjian afiliasi walaupun perjanjian tersebut baku tetapi platform Lazada memberikan bentuk perlindungan hukum preventif bagi afiliatornya.

b. Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan hukum represif, yang bertujuan menyelesaikan sengketa dan memberikan pemulihan hak. Bentuk perlindungan ini bisa berupa Gugatan perdata jika *e-commerce* melanggar perjanjian afiliasi, afiliator bisa menuntut penggantian kerugian berdasarkan Pasal 1243 KUH Perdata menyatakan bahwa “Penggantian biaya, kerugian, dan bunga karena tidak dipenuhinya suatu perikatan, barulah mulai diwajibkan, apabila si

berutang, setelah dinyatakan lalai memenuhi perikatannya, tetap melalaikannya, atau jika sesuatu yang harus diberikan atau dibuat hanya dapat diberikan atau dibuat dalam tenggang waktu yang telah dilampaui”. Dengan demikian, jika *e-commerce* gagal memenuhi kewajibannya sesuai dengan perjanjian afiliasi misalnya dengan tidak membayarkan komisi atau mengubah ketentuan sepihak tanpa persetujuan afiliator dapat mengajukan gugatan perdata untuk menuntut penggantian kerugian. Namun, gugatan ini hanya dapat diajukan setelah afiliator dapat membuktikan adanya kelalaian dari *e-commerce* serta menunjukkan bahwa hak-hak mereka telah dilanggar sesuai dengan ketentuan dalam perjanjian dan hukum yang berlaku. Selanjutnya Laporan ke otoritas berwenang apabila ada dugaan pelanggaran hukum oleh *e-commerce*, afiliator dapat melaporkan ke Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) atau Otoritas Jasa Keuangan (OJK) jika berkaitan dengan transaksi keuangan. Mekanisme penyelesaian sengketa online sebagian platform *e-commerce* menyediakan jalur penyelesaian sengketa internal untuk menangani keluhan afiliator. Seperti pada platform Shopee, TikTok Shop, dan Lazada semua aplikasi tersebut memberikan informasi dalam menyelesaikan masalah yang terjadi dalam *e-commerce* mereka seperti pemberian layanan *help center* pada setiap aplikasinya.