

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dan kemajuan teknologi informasi yang demikian pesat telah menyebabkan perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Berbagai aktivitas yang sebelumnya dilakukan secara konvensional kini beralih ke platform digital, memungkinkan orang untuk bertransaksi, berkomunikasi, dan mengakses informasi dengan cepat dan mudah. Teknologi ini tidak hanya mempermudah kehidupan sehari-hari, tetapi juga mengubah secara mendasar cara orang menjalankan bisnis, berinteraksi, dan membentuk hubungan sosial maupun profesional.

Kemajuan teknologi informasi tersebut yang menjadikan teknologi sebagai kebutuhan masyarakat salah satunya dalam sektor bisnis. Kemajuan teknologi mempermudah kegiatan jual beli masyarakat Indonesia dengan munculnya situs-situs jual beli online yang mempermudah proses transaksi tanpa adanya pertemuan antara penjual dan pembeli secara langsung.¹ Bukan hanya dalam jual beli dalam promosi pun untuk menarik para konsumen kini banyak *e-commerce* yang membuat program afiliasi untuk mempermudah jangkauan bisnis mereka.

E-commerce adalah semua kegiatan transaksi online berbasis teknologi *digital* yang menghubungkan konsumen, perusahaan, dan masyarakat umum.² Salah satu aplikasi *e-commerce* dengan pengguna terbanyak yaitu Shopee dan TiktokShop. Shopee merupakan platform belanja online yang memungkinkan pengguna untuk berbelanja, menjual produk, dan berinteraksi dengan penjual.³ Sedangkan Tiktok Shop adalah fitur di aplikasi TikTok yang memungkinkan

¹ Tutik Mustajibah, "Dinamika E-Commerce Di Indonesia Tahun 1999-2015," *E-Journal Pendidikan Sejarah* Vol. 10, no. 3 (2021):hlm 3–11.

² Indra Wulan, Safuan Safuan, and Erwin Erwin, "Tinjauan Pustaka Dampak Keandalan E-Servqual Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam E-Commerce," *Jesya* Vol.7, no. 2 (2024): hlm 1911–25, <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i2.1734>.

³ Shopee, "*Shopee*," [shopee.co.id](https://help.shopee.co.id/portal/4/article/73401-%5BBaru-di-Shopee%5D-Apa-itu-Shopee), n.d., <https://help.shopee.co.id/portal/4/article/73401-%5BBaru-di-Shopee%5D-Apa-itu-Shopee>. Diakses 5 Desember 2024

pengguna untuk berjualan dan mempromosikan produk mereka. Fitur ini tersedia untuk pengguna TikTok dengan akun bisnis.⁴

TikTok dan Shopee merupakan platform *e-commerce* yang paling banyak digunakan. Berdasarkan data Similar Web, TikTok mencatat 92,2 juta pengguna aktif harian, sedangkan Shopee menjadi yang paling sering diakses di Indonesia dengan 33,27 juta kunjungan dan tingkat pengguna sebesar 83,4%.⁵ Pada program afiliasi tersebut secara langsung mendorong lahirnya bentuk-bentuk perbuatan hukum baru, khususnya dalam hal perjanjian dan transaksi yang dilakukan secara digital atau elektronik.

Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) jumlah pengguna internet Indonesia tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023.⁶ Di Indonesia, upaya untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi ini diwujudkan melalui peraturan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Adanya Undang-undang tersebut bertujuan untuk mengatur berbagai aspek terkait informasi dan transaksi elektronik di Indonesia tertuang Pasal 4 UU ITE menyatakan bahwa penggunaan teknologi informasi dan transaksi elektronik bertujuan untuk mencerdaskan bangsa, mendorong pertumbuhan perdagangan dan ekonomi, meningkatkan efisiensi layanan publik, memberikan kesempatan luas bagi masyarakat dalam mengembangkan gagasan dan kemampuan di bidang teknologi informasi secara optimal dan bertanggung jawab, serta menjamin rasa aman, keadilan, dan kepastian hukum bagi para pengguna dan penyelenggaranya.

Program afiliasi merupakan program sarana pemasaran yang dilakukan dengan cara mempromosikan secara online oleh seorang afiliator untuk menarik

⁴ Universitas Bakrie, “Kenalan Dengan TikTok Shop, Social Commerce Yang Sedang Naik Daun,” Universitas Bakrie, 2021, <https://bakrie.ac.id/articles/591-kenalan-dengan-tiktok-shop-social-commerce-yang-sedang-naik-daun.html#>. Diakses 5 Desember 2024

⁵ Agus Supriyanto et al., “Penjualan Melalui Tiktok Shop Dan Shopee: Menguntungkan Yang Mana?,” *BUSINESS: Scientific Journal of Business and Entrepreneurship* 1 (2023): 1–16, <https://journal.csspublishing/index.php/business>.

⁶ APJII org, “APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang,” [apjii.or.id](https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang), 2024, <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>. diakses tanggal 9 November 2024

perhatian pelanggan. Afiliator dapat mengikuti program tersebut dengan syarat-syarat yang telah disetujui sebelumnya dengan pihak *e-commerce* atau melalui *brand* langsung. Dengan adanya persetujuan tersebut dapat dikatakan bahwa telah terjadinya suatu perjanjian elektronik. Perjanjian elektronik (*e-contract*) merupakan bentuk kesepakatan yang dibuat, disepakati, dan disimpan dalam media elektronik. Kehadirannya didorong oleh kebutuhan akan efisiensi dan fleksibilitas dalam era digital. Dengan perjanjian elektronik, pihak-pihak yang terlibat dapat menyepakati berbagai hal tanpa harus bertemu langsung, sehingga menghemat waktu dan biaya. Hal ini menjadi sangat relevan dalam berbagai bidang, seperti perdagangan elektronik (*e-commerce*), pemasaran afiliasi, layanan keuangan digital, hingga pengadaan barang dan jasa secara daring.

Seorang afiliator berperan penting sebagai pihak ketiga yang membantu mempromosikan produk atau layanan suatu perusahaan kepada khalayak luas melalui platform digital, seperti situs web, media sosial, atau aplikasi lainnya. Peran ini menjadi kunci dalam strategi pemasaran berbasis afiliasi, di mana afiliator mendapatkan komisi atas transaksi yang berhasil dilakukan melalui tautan atau kode khusus yang mereka bagikan. Afiliator wajib mematuhi syarat dan ketentuan yang telah disetujui dalam perjanjian elektronik dengan penyedia produk atau jasa. Ini mencakup penggunaan materi promosi yang disetujui dan menjaga reputasi merek perusahaan. Serta Afiliator harus memastikan bahwa informasi yang mereka bagikan kepada publik sesuai dengan fakta dan tidak menyesatkan.

Namun, dalam perjanjian elektronik yang dilakukan afiliator dengan pihak pemberi jasa ada saja masalah yang dapat merugikan afiliator seperti wanprestasi. Perjanjian elektronik antara afiliator dan perusahaan sering kali tidak seimbang, dengan ketentuan yang lebih menguntungkan pihak perusahaan. Afiliator yang berada di posisi tawar yang lemah sering kali harus menerima perjanjian yang kurang melindungi hak mereka, termasuk ketentuan pemutusan kerja sama sepihak, batasan komisi, atau kurangnya perlindungan dari risiko hukum. Afiliator terkadang dirugikan dalam pemberian komisi bahkan dalam penyediaan barang yang tidak sesuai dengan apa yang mereka sediakan.

Kasus-kasus yang dialami afiliator jarang terselesaikan dikarenakan masih banyaknya afiliator yang belum memahami bagaimana pengaduan hal tersebut dilakukan. Bahkan masih banyaknya korban afiliasi yang menerima komisi yang tidak sesuai dengan penawaran di awal gabung. Contoh kasus yang dialami seorang afiliator inisial NZ di video yang diunggahnya di tiktok, NZ mengungkapkan kekesalannya mengenai kebijakan program afiliasi di Shopee yang mana NZ tidak mendapatkan komisi yang layak dari pihak Shopee. NZ menunjukkan metrik komisi, pendapatan omsetnya mencapai 10 juta akan tetapi komisi yang didapatkan hanya Rp 45.000,00 (Empat puluh lima ribu rupiah). NZ juga mengalami hal yang sama di Tiktok, yang mana video yang NZ buat dan baru FYP (*For Your Page*) yaitu halaman yang muncul di rekomendasi atau halaman awal di Tiktok. FYP berisi video-video pendek yang direkomendasikan oleh Tiktok kepada pengguna berdasarkan minat dan ketertarikan mereka. Akan tetapi Tiktok menurunkan komisi setelah video tersebut FYP dimana kebijakan Tiktok ini berubah-ubah sehingga merugikan pihak Afiliator.⁷

Penelitian ini membandingkan dengan penelitian lainnya, pertama penelitian Dea Mahara Saputri (2022) dengan hasil penelitian perlindungan hukum terhadap perjanjian dalam transaksi elektronik di *e-commerce* masih belum optimal, khususnya untuk produk dengan nilai ekonomi rendah. Dalam situasi seperti ini, konsumen kerap kali harus menerima kerugian sebagai bagian dari risiko yang melekat pada transaksi digital. Oleh karena itu, penting bagi kedua belah pihak untuk menunjukkan itikad baik dalam menjalankan isi perjanjian. Di sisi lain, pelaku usaha juga disarankan mencantumkan klausul-klausul yang memperkuat hak-hak konsumen, agar tercipta keseimbangan posisi antara penjual dan pembeli.⁸

Penelitian kedua dari Fathur Rahman (2022) dengan hasil penelitian bahwa kerja sama dalam program *affiliate marketing* antara Shopee dan para afiliator diperbolehkan sepanjang memenuhi syarat-syarat yang sesuai dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi Islam. Mekanisme pemberian komisi yang diterapkan

⁷ Nia Zayn, *Program Affiliate*, 2023, <https://vt.tiktok.com/ZSjHtj76j/>. diakses 10 November 2024

⁸ Dea Mahara Saputri, "Kepastian Terhadap Perlindungan Hukum Atas Perjanjian Elektronik Pada E-Commerce" 5, no. 2 (2022): 159–168.

oleh Shopee kepada afiliator sejalan dengan konsep akad samsarah dan wakalah bil ujah dalam Islam. Sistem afiliasi yang digunakan oleh Shopee merupakan model berbasis komisi *pay per sale*, di mana pemasar akan menerima imbalan berdasarkan hasil penjualan produk yang berhasil mereka promosikan atas nama merchant atau pemilik produk.⁹

Penelitian ketiga dari Syirtu Fil Laely dan Muh. Iman (2023) dengan hasil penelitian permasalahan terkait komisi afiliator timbul akibat adanya unsur kelalaian atau tindakan disengaja dari pihak Shopee selaku penyelenggara dan penyedia layanan program Shopee Affiliate. Oleh karena itu, dalam kasus ini, afiliator yang mengalami kerugian memiliki hak untuk mengajukan tuntutan terhadap Shopee atas dugaan wanprestasi yang telah dilakukan dan menuntut pertanggungjawaban atas kerugian yang ditimbulkan.¹⁰

Penelitian keempat dari Vernanda Diah Pitaloka dan Noor Fatimah Mediawati (2023) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa perjanjian afiliasi TikTok Shop memberikan perlindungan hukum yang memadai bagi afiliasi terkait pembayaran komisi sebelum maupun setelah jual beli dengan Tokopedia, dengan afiliasi memiliki hak untuk mengajukan gugatan dalam kasus pelanggaran. Dengan Alternatif penyelesaian sengketa melalui mekanisme seperti pengaduan di *Seller Center* dan dukungan pelanggan. Berdasarkan Pasal 1320 KUHPdata, perjanjian ini bersifat mengikat dan menjamin hak serta kewajiban yang jelas bagi kedua belah pihak.¹¹

Penelitian kelima dari Nabela Dwi Karina, Darmansyah, Dudi Awalludin, Asep Samsul Bakhri (2023) dengan hasil penelitian Menurut hasil penelitian diketahui bahwa variabel *Affiliate Marketing*, Penjualan, serta Perilaku Konsumen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen itu

⁹ Fathur Rahman, "Praktik Affiliate Marketing Pada Platform E-Commerce Dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah," *Istidlal: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam* 6, no. 1 (2022): 24–37, <https://doi.org/10.35316/istidlal.v6i1.407>.

¹⁰ Syirtu Fil Laely and Muh Iman, "*Tanggung Gugat Penyedia Layanan Terhadap Afiliator Terkait Wanprestasi Dalam Perjanjian Afiliasi (Studi Kasus Afiliator Shopee Id: 11377610190)*," *Indonesian Journal of Law and Justice* 1, no. 2 (2023): 17, <https://doi.org/10.47134/ijlj.v1i2.2037>.

¹¹ Vernanda Diah Pitaloka and Noor Fatimah Mediawati, "Analisis Skema Perjanjian TikTok Sebelum Dan Sesudah Akuisisi Tokopedia Terkait Keterlambatan Pencairan Komisi Analysis of TikTok Agreement Scheme Before and After Tokopedia Acquisition Regarding Delays in Commission Disbursement," 2023, 1–9.

sendiri. Data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring menunjukkan bahwa *affiliate marketing* memberikan dampak positif terhadap perilaku konsumen.¹²

Berdasarkan uraian permasalahan yang telah dijelaskan di atas dan dari penelitian-penelitian sebelumnya maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Perlindungan Hukum Bagi Afiliator Pada *E-commerce* di Indonesia”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaturan hukum mengenai *e-commerce* di Indonesia?
2. Bagaimana perlindungan hukum bagi afiliator pada *e-commerce* di Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian yang dapat disusun sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan memahami pengaturan mengenai *e-commerce* di Indonesia
2. Untuk menganalisa perlindungan hukum bagi afiliator pada *e-commerce* di Indonesia.

D. Kegunaan Penelitian

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat bermanfaat dalam aspek teori dan praktik:

1. Kegunaan Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi perkembangan ilmu hukum pada umumnya dan khususnya hukum perjanjian serta memberikan pemahaman mendalam tentang perlindungan hukum bagi afiliator pada *e-commerce* di Indonesia. Ini mencakup aspek-aspek seperti kepastian hukum,

¹² Nabela Dwi Karina, Darmansyah, and Dudi Awalludin, “Pengaruh *Affiliate Marketing* Dalam Peningkatan Penjualan Pada Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumen,” *Prosiding Seminar Nasional Inovasi Dan Adopsi Teknologi (INOTEK)* Vol.3, no. 1 (2023):hlm 80–89, <https://doi.org/10.35969/inotek.v3i1.304>. diakses 22 November 2024

keadilan, serta keseimbangan hak dan kewajiban antara para pihak dalam perjanjian elektronik. Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai referensi akademik bagi mahasiswa, dosen, peneliti, dan praktisi hukum yang ingin mendalami isu perlindungan hukum dalam perjanjian elektronik, khususnya dalam pemasaran afiliasi atau transaksi digital lainnya.

2. Kegunaan Secara Praktis

Diharapkan dapat memberikan wawasan kepada afiliator mengenai hak-hak mereka dalam perjanjian elektronik, sehingga mereka dapat memahami posisi hukumnya dengan lebih baik dan melindungi diri dari potensi risiko hukum, seperti pemutusan kontrak sepihak atau ketentuan perjanjian yang merugikan. Diharapkan juga dapat meningkatkan kesadaran hukum bagi pelaku usaha, afiliator, dan konsumen mengenai pentingnya mematuhi regulasi dalam perjanjian elektronik, sehingga dapat mengurangi potensi pelanggaran hukum dan menciptakan ekosistem digital yang lebih aman.

E. Kerangka Teori

1. Landasan Teori

a. Teori Negara Hukum

Indonesia dikenal sebagai negara hukum yang sering diistilahkan dengan *rechtstaat* atau *the rule of law*. Ketentuan bahwa Indonesia merupakan negara hukum tercantum dalam Pasal 1 ayat (3) UUD 1945, yang menjadi landasan hukum tertinggi dalam sistem hukum nasional. Salah satu unsur penting dalam demokrasi adalah jaminan perlindungan terhadap hak asasi manusia (HAM), di mana setiap warga negara berhak untuk memperoleh dan menikmati hak-hak dasarnya secara bebas dalam kehidupan bermasyarakat.¹³

Namun, makna atau penafsiran terhadap istilah negara hukum mengalami perbedaan antara masa sebelum dan sesudah amandemen dilakukan. Sebelum amandemen UUD 1945, “Indonesia adalah negara yang berdasar atas negara hukum”. Sementara itu, pasca amandemen UUD

¹³ Atika Thahira, “Penegakan Hukum Administrasi Lingkungan Hidup Ditinjau Dari Konsep Negara Hukum,” JCH (Jurnal Cendekia Hukum) vol.5, no. 2 (2020):hlm 260, <https://doi.org/10.33760/jch.v5i2.229>.

1945, rumusan yang digunakan adalah “Negara Indonesia adalah negara hukum”. Secara prinsip, kedua rumusan tersebut memiliki tujuan yang serupa, yakni menyatakan bahwa Indonesia adalah negara yang berdasarkan hukum. Konsep *rechtsstaat* banyak dianut oleh negara-negara di kawasan Eropa Kontinental yang menggunakan sistem hukum civil law. Sementara itu, *the rule of law* lebih banyak diterapkan di negara-negara dengan tradisi hukum Anglo-Saxon yang mengadopsi sistem *common law*. Dalam penerapannya, sistem *civil law* lebih menekankan pada administrasi serta keberlakuan norma-norma hukum, sedangkan *common law* berfokus pada peran lembaga peradilan. Rechtsstaat menonjolkan asas *wetmatigheid* atau supremasi hukum tertulis yang kemudian berkembang menjadi *rechtmatigheid*, yakni setiap tindakan harus sesuai dengan hukum. Di sisi lain, hukuman menekankan prinsip persamaan di hadapan hukum (*equality before the law*) dan memungkinkan hakim untuk membuat hukum untuk mencapai keadilan.¹⁴

Menurut Prof. Dr. Mohammad Mahfud M.D. Negara hukum adalah negara yang menempatkan hukum sebagai kekuasaan tertinggi untuk membatasi kekuasaan pemerintah. Menurutnya, ciri-ciri negara hukum memiliki beberapa aspek penting yang harus terpenuhi, yaitu:

1) Supremasi Hukum

Negara hukum menempatkan hukum sebagai aturan tertinggi yang mengatur penyelenggaraan negara. Segala bentuk tindakan yang dilakukan oleh pemerintah maupun warga negara wajib berlandaskan pada ketentuan hukum yang berlaku, bukan kekuasaan semata. Afiliator, sebagai bagian dari ekosistem *e-commerce*, memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari praktik yang tidak adil, termasuk penipuan, pelanggaran kontrak, atau penyalahgunaan data.

2) Keadilan Berdasarkan Nilai Ketuhanan dan Moral

¹⁴ Oksidelfa Yanto, *Negara Hukum Kepastian, Keadilan, Dan Kemanfaatan Hukum* (Bandung: Penerbit Pustaka Reka Cipta, 2020).

Pemahaman terhadap hukum tidak dapat dibatasi pada aspek formal semata, melainkan harus mencakup nilai-nilai keadilan, ketuhanan, dan moralitas, yang secara fundamental bersumber dari Pancasila sebagai dasar filsafat negara Indonesia.

3) Jaminan Hak Asasi Manusia

Negara hukum harus melindungi dan menjamin hak-hak asasi setiap warga negara. Konstitusi dan hukum tidak boleh melanggar hak-hak ini, tetapi justru memperkuatnya.

4) Pembagian Kekuasaan

Kekuasaan negara harus dibagi secara jelas untuk menghindari terjadinya otoritarianisme. Prinsip ini melibatkan legislatif, eksekutif, dan yudikatif yang bekerja secara seimbang dan independen.

5) Peradilan yang Bebas dan Tidak Memihak

Lembaga peradilan harus independen dari pengaruh pihak manapun, sehingga dapat menjalankan tugasnya secara adil dan objektif.

Teori ini sangat berhubungan dengan penelitian ini karena Afiliator dalam *e-commerce* sering berada dalam posisi yang lemah karena ketergantungan mereka pada kebijakan platform, yang terkadang sepihak. Teori negara hukum menegaskan pentingnya perlindungan hukum untuk mencegah penyalahgunaan kekuasaan oleh platform *e-commerce*. Hal ini sejalan dengan tujuan utama negara hukum, yaitu menciptakan keadilan, kejelasan hukum, dan perlindungan hak-hak individu.

b. Teori Perlindungan Hukum

Dalam bahasa Inggris, istilah perlindungan hukum dikenal sebagai *legal protection*, dalam bahasa Belanda disebut *rechts bescherming*. Secara etimologis, istilah ini terdiri dari dua kata, yaitu "perlindungan" dan "hukum". Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, "perlindungan" memiliki beberapa makna, di antaranya: (1) tempat untuk berlindung, (2) tindakan atau perbuatan dalam melindungi, serta (3) proses atau cara untuk

memberikan perlindungan.¹⁵ Hetty Hasanah mengatakan bahwa perlindungan hukum adalah segala bentuk tindakan atau upaya untuk memastikan kepastian hukum sehingga para pihak yang terkait dilindungi sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Perlindungan hukum adalah jaminan yang diberikan oleh hukum untuk melindungi hak dan kepentingan seseorang dari tindakan yang melawan hukum. Perlindungan ini diberikan oleh lembaga hukum seperti pengadilan, pemerintah, atau lembaga lainnya yang berwenang.

Teori Perlindungan Hukum mengkaji secara mendalam konsep, prinsip, serta mekanisme yang disusun untuk memastikan jaminan atas perlindungan hak-hak individu dan kelompok dalam tatanan sistem hukum. Perlindungan hukum meliputi langkah-langkah preventif maupun represif yang bertujuan untuk menjamin tercapainya keadilan, kepastian hukum, serta perlakuan yang setara bagi seluruh pihak yang terlibat. Menurut Shidarta perlindungan hukum ada dua kategori utama, yaitu:

- 1) Perlindungan Hukum Preventif

Perlindungan ini merujuk pada upaya yang dilakukan untuk mencegah terjadinya pelanggaran hukum atau kejahatan sebelum hal tersebut terjadi. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk menciptakan situasi yang aman dan menghindari potensi ancaman terhadap hak-hak individu maupun masyarakat.

- 2) Perlindungan Hukum Represif

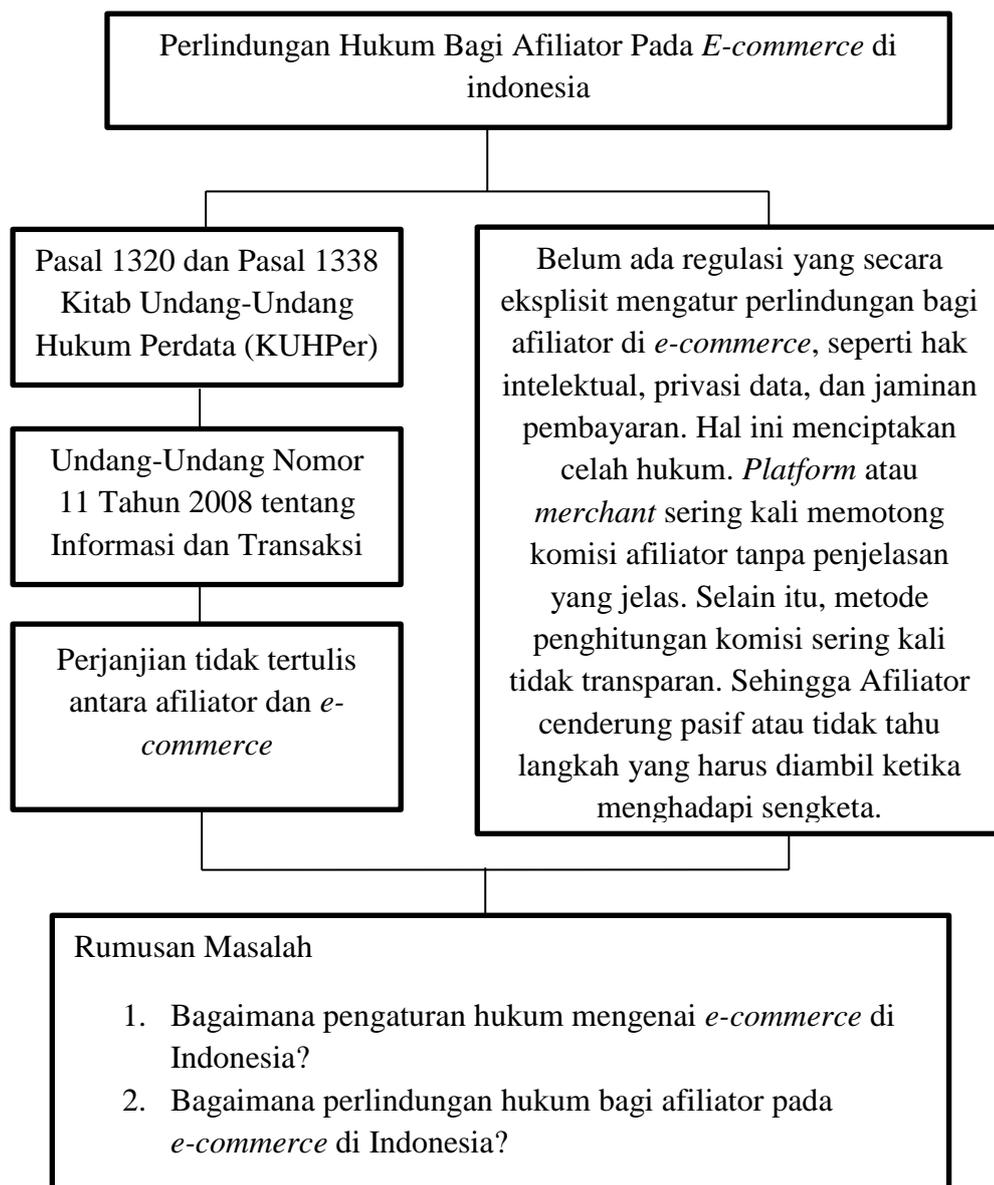
Perlindungan hukum yang mengacu pada perlindungan yang diberikan setelah terjadinya pelanggaran, berupa sanksi seperti denda, hukuman penjara, atau hukuman tambahan lainnya, yang diberikan setelah terjadinya sengketa atau pelanggaran hukum.

Hubungan teori perlindungan hukum dengan judul penelitian ini adalah untuk memastikan afiliator mendapatkan haknya secara adil dan terlindungi dari tindakan yang merugikan. Afiliator sering kali berada pada

¹⁵ Chandra Adi Gunawan Putra, I Nyoman Putu Budiarta, and Ni Made Puspasutari Ujjanti, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perspektif Kesadaran Hukum Masyarakat," *Jurnal Konstruksi Hukum* 4, no. 1 (2023): 13–19, <https://doi.org/10.22225/jkh.4.1.6180.13-19>.

posisi yang rentan karena ketergantungan mereka pada kebijakan platform *e-commerce* yang cenderung dominan. Teori perlindungan hukum relevan dalam memastikan posisi afiliator dilindungi dari praktik yang tidak adil, seperti pemutusan kontrak sepihak, pembayaran komisi yang tidak transparan, atau penyalahgunaan data pribadi. Negara juga harus menetapkan aturan dan standar yang jelas untuk melindungi afiliator. Misalnya, kontrak afiliasi harus memuat hak dan kewajiban yang seimbang, serta larangan bagi platform untuk mengubah kebijakan secara sepihak.

2. Landasan Konseptual



Pada landasan konseptual peneliti menjelaskan beberapa kata kunci atau istilah yang relevan dengan penelitian untuk menghindari kekeliruan saat menggunakannya. Istilah-istilah diantaranya :

a. Perlindungan Hukum

Satjipto Rahardjo mengartikan perlindungan hukum dipahami sebagai suatu bentuk jaminan terhadap kepentingan individu melalui pemberian hak asasi manusia secara layak, guna memungkinkan setiap orang bertindak sesuai dengan kepentingannya. Perlindungan hukum menggambarkan peran hukum dalam mencapai berbagai tujuan, seperti keadilan, manfaat, dan kepastian hukum.¹⁶

b. Afiliator

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), afiliator adalah orang yang mempromosikan produk dan jasa suatu brand dengan menggunakan tautan tertentu dan media sosial. Afiliator bekerja sama dengan brand dalam program afiliasi, yaitu dengan membagikan link pembelian produk di media sosial. Jika ada konsumen yang membeli melalui link tersebut, afiliator akan mendapatkan komisi dari *seller* atau pemilik toko.¹⁷

c. *E-commerce*

E-commerce atau Perdagangan Elektronik merujuk pada proses jual beli produk, layanan, atau informasi melalui jaringan komputer (internet). Dalam *e-commerce*, biaya operasional bisnis dapat ditekan karena interaksi antara penjual dan pembeli berlangsung secara daring, yang juga meningkatkan efisiensi pengiriman dan produktivitas. Proses bisnis dalam *e-commerce* tidak melibatkan penggunaan kertas, karena dilengkapi

¹⁶ Muhammad Qustulani, *Modul Matakuliah Perlindungan Hukum & Konsumen, PSP Nusantara Press 2018*, 2018.

¹⁷ Tim Konten Jobstreet, "Apa Itu Afiliator? Ketahui Tugas Dan Keuntungannya," Jobstreet, accessed November 19, 2024, <https://id.jobstreet.com/id/career-advice/article/apa-itu-afiliator-ketahui-tugas-dan-keuntungannya>.

dengan fasilitas pertukaran data elektronik seperti email dan transfer uang elektronik.¹⁸

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan memuat uraian dan penjelasan secara singkat dan sistematis mengenai keseluruhan karya ilmiah. Adapun penulisan karya ilmiah ini berisi :

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini adalah mengenai pendahuluan yang terdiri atas latar belakang, penelitian yang berjudul “Perlindungan Hukum Bagi Afiliator Pada Perjanjian Elektronik” dengan rumusan masalah bagaimana pengaturan hukum mengenai perjanjian elektronik dan bagaimana perlindungan hukum bagi afiliator pada perjanjian elektronik. Tujuan penelitiannya yaitu untuk mengetahui, memahami dan menganalisa mengenai perjanjian elektronik dan perlindungan hukum bagi afiliator pada perjanjian elektronik. Kegunaan penelitian dalam penelitian ini ada kegunaan secara teoritis dan kegunaan secara praktis. Kerangka teori dalam penelitian ini memuat landasan teori yaitu teori negara hukum dan teori perlindungan hukum. Landasan konseptual memuat mengenai kata kunci dari perlindungan hukum, afiliator, dan perjanjian elektronik.

Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini adalah mengenai tinjauan pustaka yang memuat teori-teori yang telah dipaparkan dalam kerangka teori baik itu landasan teori maupun landasan konseptual yang kemudian dikembangkan menjadi lebih spesifik lagi. Memuat definisi dari konsep dasar yaitu perjanjian elektronik, afiliator, perlindungan hukum sebagai landasa konseptual. Kemudian memuat landasan-landasan hukum yang sesuai penelitian ini.

Bab III Metode Penelitian

Bab yang terdiri dari metode pendekatan, tahapan penelitian ,teknik pengumpulan data dan menjelaskan mengenai hasil data yang dikumpulkan. Metode pendekatan penelitian ini menggunakan yuridis empiris dengan tahap

¹⁸ Dedi Sandika Manap Solihat, “E-Commerce Di Industri 4.0,” Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia 16, no. 2 (2022): 273281, <https://doi.org/10.32812/jibeka.v16i2.967>.

penelitian yaitu tahap persiapan dengan mengidentifikasi masalah, penyusunan kerangka teori, dan penyusunan instrumen penelitian. Teknik pengumpulan yang digunakan adalah dengan mengumpulkan data primer yakni berupa wawancara atau observasi kepada afiliator serta data sekunder yakni bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan dan bahan hukum sekunder dengan alat pengumpulan berupa studi kepustakaan atau studi dokumen dan lokasi penelitian berupa platform *e-commerce* besar di Indonesia, seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, dan lainnya. Penelitian dapat dilakukan secara daring karena kebanyakan afiliator bekerja secara online

Bab IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Pada bab ini adalah mengenai hasil penelitian dan pembahasan dari informasi penelitian yang penulis peroleh dari metode penelitian yang kemudian dituangkan menjadi informasi-informasi yang sesuai dengan pembahasan yang penulis ingin sampaikan kepada pembaca. Pembahasan mengenai pengaturan perjanjian elektronik dan menganalisa mengenai perlindungan hukum bagi afiliator pada perjanjian elektronik.

Bab V Penutup

Pada bagian penutup yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang memuat poin-poin penting yang telah dipaparkan di hasil penelitian dan pembahasan. Serta berisi saran yang dapat mengembangkan karya ilmiah ini menjadi penelitian lain selanjutnya oleh peneliti lain.