

KEPAILITAN PERSEROAN TERBATAS DI BIDANG USAHA *E – COMMERCE*

**Muhammad Syahri Ramadhan^a, Muhammad Syaifuddin^a, Theta Murty^a,
Neisa Angrum Adisti^a, M Zainul Arifin^a, Rizka Nurliyantika^a,
M Ardian Nugraha^a, Conie Pania Putri^b**

^aFakultas Hukum Universitas Sriwijaya Email: msyahriramadhan@fh.unsri.ac.id,

^bFakultas Hukum Universitas Kader Bangsa Email: coniepania79@gmail.com

Naskah diterima: 18 September 2020; revisi: 15 Oktober 2020; disetujui: 30 November 2020

DOI: 10.28946/rpt.v9i2.843

Abstrak:

Pada dasarnya perusahaan yang bergerak di bidang e – commerce ini sama seperti perusahaan yang kegiatan bisnisnya masih menggunakan cara – cara konvensional. Di samping itu perusahaan tersebut juga membutuhkan dana untuk melaksanakan kegiatan operasional perusahaan itu sendiri. Perusahaan yang bergerak di bidang e – commerce meskipun kegiatan biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan bisnisnya tidak sebesar dengan perusahaan konvensional, namun perusahaan tersebut tetap saja membutuhkan anggaran untuk menjamin kelangsungan bisnis tersebut. Perusahaan yang bergerak bidang e – commerce tentunya selain mengandalkan kepada modal dasar yang dimiliki, namun perusahaan pasti juga bergantung kepada sumber anggaran lainnya yaitu melalui kegiatan utang. Perusahaan apabila memanfaatkan pola utang ini, ada kemungkinan perusahaan di bidang e – commerce tersebut akan dapat dipailitkan jika ternyata perusahaan tersebut memenuhi syarat untuk dipailitkan sebagaimana diatur dalam Pasal 2 ayat (1) UU No. 37 Tahun 2004 tentang Kepailitan dan Penundaan Kewajiban Pembayaran Utang. Masalah selanjutnya tentunya mengenai mekanisme penentuan harta kekayaan perusahaan di bidang e-commerce tersebut untuk dijadikan boedel/harta pailit. Mengingat aset perusahaan di bidang e-commerce selain berupa benda yang berwujud seperti gedung kantor, uang, kendaraan perusahaan dan semcamnya. Di sisi lain perusahaan juga mempunyai aset dalam bentuk yang tidak berwujud yaitu aplikasi sistem e-commerce itu sendiri. Masalah lainnya ialah Pertanggungjawaban hukum direksi sebagai pengurus perseroan terbatas di bidang usaha e-commerce yang dipailitkan sebagai akibat dari kesalahan/kelalaiannya dalam mengurus perusahaan. Proses kepailitan pada perusahaan di bidang e – commerce pada umumnya sama seperti perusahaan konvensional. Aset perusahaan yang dapat dijadikan sebagai harta pailit selain aset perusahaan pada umumnya, terdapat juga aset data elektronik. Kesalahan atau kelalaian yang dilakukan direksi atas kepailitan yang terjadi di badan hukum perusahaan di bidang e – commerce, seyogianya sudah diatur dalam Pasal 104 ayat (1), (2), dan (3) Undang - Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Kata kunci: Perseroan Terbatas; E-commerce; Kepailitan

Abstract:

Basically, a company engaged in e-commerce is the same as a company whose business activities still use conventional methods. In addition, the company also needs funds to carry out the operational activities of the company itself. Companies engaged in e-commerce even though the activity costs incurred for business activities are not as large as conventional companies, but these companies still need a budget to ensure the continuity of the business. Companies engaged in e-commerce certainly depend not only on the authorized capital they have, but they must also depend on other budget sources, namely through debt activities. If a company utilizes this debt pattern, there is a possibility

that the company in the e-commerce sector will be bankrupt if it turns out that the company meets the requirements for bankruptcy as stipulated in Article 2 paragraph (1) of Law No. 37 of 2004 concerning Bankruptcy and Suspension of Debt Payment Obligations. The next problem is certainly about the mechanism of determining the company's assets in the e-commerce field to be used as a bail out. This is because the company's assets in the field of e-commerce in addition to tangible objects such as office buildings, money, company vehicles and the like. On the other hand the company also has assets in an intangible form, namely the e-commerce system application itself. Another problem is legal accountability the board of directors as the limited liability company in which e-commerce businesses bankruptcy as a result of an error / negligence in processing company. Process of bankruptcy to e - commerce companies in general same as conventional company. Company assets which can be used as assets but generally, company assets there are also assets electronic data. Fault or negligence of the board of directors of bankruptcy is occurring in the e-commerce company should be stipulated in Article 104 (1),(2), and (3 act number 40 year 2007 about limited company.

Keywords: *Limited Liability Company; E-commerce; Bankruptcy*

LATAR BELAKANG

Pada dasarnya didirikannya suatu perusahaan ialah demi mencari keuntungan. Dalam mencapai tujuan tersebut, tentunya perusahaan harus mempunyai strategi bisnis yang sangat baik.¹ Mengingat perkembangan dunia usaha yang dari tahun ke tahun begitu pesat, ditambah lagi dengan perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (selanjutnya disingkat IPTEK) yang semakin canggih dan membuat aktivitas masyarakat menjadi efisien. Perkembangan IPTEK itu sendiri pada akhirnya juga berdampak kepada kegiatan usaha suatu perusahaan. Adapun salah dampak perkembangan IPTEK terhadap kegiatan usaha suatu perusahaan tersebut salah satunya ialah *Electronic Commerce* (selanjutnya disingkat *e-commerce*). *E – commerce* adalah Sekumpulan individu atau organisasi yang melaksanakan kegiatan bisnis dengan memanfaatkan data digital salah satu contohnya pemanfaatan internet sebagai sarana transaksi perdangan bagi pihak produsen maupun konsumen.²

E – commerce merupakan sarana baru dalam dunia perdagangan yang memberi kemudahan bagi penjual dan pembeli, yang dimana tanpa harus bertemu langsung secara fisik dalam melakukan transaksi bisnis. Pemanfaatan perangkat digital seperti internet, memang sudah mereduksi sistem transaksi bisnis tradisional yang biasa digunakan masyarakat.³ Aktivitas bisnis selama ini yang biasa dilaksanakan di dunia nyata mulai mengalami banyak perubahan setelah adanya perkembangan *e – commerce* tersebut.⁴ Perubahan tersebut ditandai dengan adanya sejumlah upaya dari sektor aktivitas bisnis yang semula berbasis di dunia nyata (real), kemudian mengembangkannya ke dunia maya (*virtual*).⁵

E – commerce atau perdagangan elektronik merupakan sistem bisnis melalui internet yang selalu mengalami peningkatan bagi peminat yang menggunakannya.⁶ Semakin meningkatnya minat masyarakat terhadap penggunaan *e – commerce* dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, tidak terlepas dari hakekat *e – commerce* itu sendiri, yang dimana

¹ Muhammad Syahri Ramadhan, Yunial Laily, and Irsan, "ANALISIS HUKUM PERJANJIAN KERJA SAMA INVESTASI ANTARA PERSEKUTUAN KOMANDITER DAN INVESTOR ASING MENURUT HUKUM INVESTASI DI INDONESIA," *Jurnal Lex Librum V*, no. Hukum Investasi (2018): 771–80, <http://lexlibrum.id/index.php/lexlibrum/article/view/126>.

² Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasteyo, *Bisnis E-Commerce : Studi Sistem Keamanan Dan Hukum Di Indonesia*, 1st ed. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005).

³ Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasteyo.

⁴ Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasteyo.

⁵ Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasteyo.hlm.3

⁶ Assafa Endeshaw, *Hukum E – Commerce Dan Internet Dengan Fokus Di Asia Pasifik*, I (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007).

dalam pelaksanaannya menekankan kepada prinsip efisiensi. Prinsip efisiensi yang dimaksudkan disini ialah adanya penghematan dari segi waktu, tenaga bahkan biaya bagi para pihak yang melakukan transaksi bisnis dengan memanfaatkan jaringan internet.⁷

Mengingat efisiensi dari segi waktu maupun biaya dalam menerapkan kegiatan *e – commerce* tersebut, maka banyak perusahaan di Indonesia saat ini yang kegiatan bisnisnya memanfaatkan sistem *e – commerce*. Menurut laporan dari PPRO, perusahaan layanan pembayaran terkemuka di dunia tentang pembayaran dan perdagangan online tahun 2018, Indonesia merupakan negara dengan kegiatan perdagangan online atau *e-commerce* tertinggi di dunia dengan mempunyai nilai pertumbuhan mencapai 78% (tujuh puluh delapan persen) per tahun.⁸ Dari segi finansial, meningkatnya pertumbuhan kegiatan *e-commerce* memberi dampak kepada besarnya nilai penjualan online yang menyentuh angka US\$7,62 miliar.⁹

Tingginya pertumbuhan kegiatan *e-commerce* di Indonesia dipengaruhi oleh 5 (lima) faktor, antara lain ialah¹⁰ :

- a) Pasar yang mempunyai orientasi memanfaatkan perangkat *mobile* atau internet terutama yang ada dalam gawai atau *smartphone*.
- b) Konsumen yang mayoritas berasal dari kalangan pemuda yang sudah berkawan erat dengan dunia digital
- c) Peningkatan partisipasi UMKM
- d) Bertumbuhnya investasi
- e) Adanya dukungan atau *support* dari pemerintah terhadap kegiatan *e – commerce* tersebut.

Faktor – faktor inilah yang membuat banyak perusahaan di Indonesia yang usaha bisnisnya dijalankan dengan memanfaatkan sistem *e-commerce*. Pada dasarnya perusahaan tersebut sama seperti perusahaan yang kegiatan bisnisnya masih menggunakan cara – cara konvensional. Di samping itu perusahaan tersebut juga membutuhkan dana untuk melaksanakan kegiatan operasional perusahaan itu sendiri. Perusahaan yang bergerak di bidang *e – commerce* meskipun kegiatan biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan bisnisnya tidak sebesar dengan perusahaan konvensional, namun perusahaan tersebut tetap saja membutuhkan anggaran untuk menjamin kelangsungan bisnis tersebut. Perusahaan yang bergerak bidang *e – commerce* tentunya selain mengandalkan kepada modal dasar yang dimiliki, namun perusahaan pasti juga bergantung kepada sumber anggaran lainnya yaitu melalui kegiatan utang.

Perusahaan apabila memanfaatkan pola utang ini, ada kemungkinan perusahaan di bidang *e – commerce* tersebut akan dapat dipailitkan jika ternyata perusahaan tersebut memenuhi syarat untuk dipailitkan sebagaimana diatur dalam Pasal 2 ayat (1) UU No. 37 Tahun 2004 tentang Kepailitan dan Penundaan Kewajiban Pembayaran Utang. Masalah selanjutnya tentunya mengenai mekanisme penentuan harta kekayaan perusahaan di bidang *e-commerce* tersebut untuk dijadikan objek harta pailit, mengingat aset perusahaan di bidang *e-commerce* selain berupa benda yang berwujud seperti gedung kantor, uang, kendaraan perusahaan dan semcamnya. Di sisi lain perusahaan juga mempunyai aset dalam bentuk yang tidak

⁷ Agus Aryanto, “5 Negara Dengan Pertumbuhan E-Commerce Tertinggi,” *Warta Ekonomi.co.id*, 2018, <https://www.wartaekonomi.co.id/read194905/5-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tertinggi.html>.

⁸ Agus Aryanto.

⁹ Agus Aryanto.

¹⁰ Ning Rahayu, “E-Commerce Tumbuh Pesat Di Indonesia, Ini Faktornya,” *Warta Ekonomi.co.id*, 2019, <https://www.wartaekonomi.co.id/read215780/e-commerce-tumbuh-pesat-di-indonesia-ini-faktornya.html>.

berwujud yaitu aplikasi sistem *e-commerce* itu sendiri. Dari uraian singkat diatas maka penulis merangkum persoalan kepailitan ini menjadi 3 hal, yaitu :

1. Bagaimana proses kepailitan terhadap Badan Hukum Perusahaan di bidang *e – commerce* yang dipailitkan ?
2. Apa saja Aset Badan Hukum Perusahaan di bidang *e – commerce* yang dapat dijadikan *boedel*/harta pailit ?
3. Bagaimana pertanggung jawaban hukum direksi sebagai pengurus perseroan terbatas di bidang usaha *e-commerce* yang dipailitkan sebagai akibat dari kesalahan/kelalaiannya dalam mengurus perusahaan ?

Metode

Sifat penelitian ini adalah penelitian hukum normatif yang didukung wawancara dengan narasumber. Jenis penelitian hukum ini adalah penelitian hukum yang dilakukan dengan meneliti bahan pustaka atau data sekunder.¹¹ Wawancara dengan narasumber maksudnya guna mendukung dan melengkapi informasi terkait dengan bahan pustaka atau data sekunder yang sedang diteliti. Narasumber yang akan diwawancarai ialah *Legal Staff* dari PT. OYO Rooms Indonesia dan Shopee yang berlokasi di kota Jakarta. Data sekunder yang dicari pada penelitian ini lebih diutamakan kepada peraturan perundang – undangan yang berkaitan Kepailitan, Perseroan Terbatas Di Bidang Usaha *E – Commerce*, dokumen – dokumen dan tulisan – tulisan yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

ANALISIS DAN DISKUSI

Proses Kepailitan terhadap Badan Hukum Perusahaan di Bidang *E – Commerce*

Pada umumnya proses kepailitan terhadap Badan Hukum Perusahaan di bidang *e – commerce*, sama halnya seperti pada proses kepailitan di perusahaan lainnya. Hal terpenting dalam proses kepailitan terhadap Badan Hukum Perusahaan di Bidang *E – Commerce* ialah harus memenuhi syarat sahnya kepailitan yang dijelaskan dalam dalam Pasal 2 ayat (1) Undang - Undang Nomor 37 Tahun 2004 tentang Kepailitan dan Penundaan Kewajiban Pembayaran Utang.¹² Adapun syarat untuk dipailitkan terhadap Badan Hukum Perusahaan di Bidang *E – Commerce* antara lain adalah :

1. Adanya Utang

Proses kegiatan utang piutang yang dilaksanakan oleh perusahaan *e – commerce* sama halnya seperti perusahaan konvensional atau perusahaan pada umumnya. Mengingat kegiatan usaha *e – commerce* membutuhkan biaya yang begitu besar, maka perusahaan tersebut dalam melaksanakan kegiatan utang piutang biasanya mengandalkan perusahaan atau pun orang perorangan yang mempunyai harta kekayaan begitu besar. Salah satu contoh perusahaan yang dapat bahkan sering menjadi target untuk melaksanakan kegiatan utang perusahaan ini biasanya perusahaan perbankan dan lembaga pembiayaan¹³.

Adapun objek utang yang dimaksud antara lain ialah terdiri dari :

- a. Benda Bergerak

¹¹ Soerjono Soekanto & Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)* (Jakarta: Rajawali Pers, 2001).

¹² Hadi Shubhan, *Hukum Kepailitan : Prinsip, Norma Dan Praktik Di Peradilan*, 4th ed. (Jakarta: Kencana, 2008).

¹³ Wilma, “Aspek Hukum Perusahaan Di Bidang E-Commerce” (Jakarta, n.d.).

Benda bergerak yang dimaksudkan disini ialah uang maupun fasilitas yang berkaitan dengan kegiatan usaha bisnis e- commerce tersebut seperti mobil dan motor (khususnya bagi perusahaan e – commerce yang bergerak di bidang transportasi seperti Gojek dan grab, apabila kendaraan yang digunakan merupakan bagian aset perusahaan yang diperoleh dari utang, maka hal tersebut juga merupakan objek utang).

b. Benda Tidak Bergerak

Benda tidak bergerak yang dimaksudkan disini ialah benda tetap seperti tanah atau gedung perkantoran. Perlu diketahui, perusahaan di bidang – *e-commerce* meskipun kegiatan bisnisnya mayoritas berada di aspek dunia maya, bukan berarti perusahaan tersebut tidak membutuhkan lahan atau gedung perkantoran. Hal ini dikarenakan, ada beberapa hal terutama dalam aspek administrasi perusahaan harus dilakukan secara konvensional. Di samping itu, adanya perkantoran juga digunakan untuk menampung para pegawai atau tenaga kerja yang bekerja di perusahaan di bidang e – commerce tersebut.

2. Minimal 2 (dua) kreditor

Kreditor adalah pihak yang mempunyai piutang, jika ada kreditor dalam transaksi bisnis, maka tentunya pasti ada debitor. Menurut Pasal 1 angka (2) UU No. 37 tahun 2004 tentang Kepailitan dan Penundaan Kewajiban Pembayaran Utang menyebutkan Kreditor adalah orang yang mempunyai piutang karena perjanjian atau Undang-Undang yang dapat ditagih di muka pengadilan, sedangkan Pasal 1 angka (3) UU No. 37 tahun 2004 tentang Kepailitan dan Penundaan Kewajiban Pembayaran Utang, Debitor adalah orang yang mempunyai utang karena perjanjian atau undang-undang yang pelunasannya dapat ditagih di muka pengadilan. Dalam kasus ini, selaku yang menjadi pihak debitor ialah perusahaan yang bergerak di bidang – *ecommerce* itu sendiri.

Menurut Pasal 2 ayat (1) Undang – Undang Nomor 37 Tahun 2004 tentang Kepailitan dan Penundaan Kewajiban Pembayaran Utang, salah satu syarat yang harus dipenuhi ialah debitor harus mempunyai utang kepada 2 (dua) kreditor atau lebih. Dengan demikian, Undang – Undang Nomor 37 Tahun 2004 tentang Kepailitan dan Penundaan Kewajiban Pembayaran Utang hanya memungkinkan seorang debitor dinyatakan pailit apabila debitor memiliki paling sedikit 2 (dua) kreditor.

Ketentuan aturan di atas juga berlaku badan usaha perseroan terbatas di bidang *e – commerce* selaku sebagai debitor. Mengingat kegiatan usaha dengan memanfaatkan teknologi media elektronik seperti internet sudah menjadi favorit dan pilihan utama para konsumen. Maka naluri memahami kondisi pasar di era saat ini, membuat perusahaan baik perusahaan yang lama (perusahaan konvensional) maupun perusahaan baru berdiri, berlomba – lomba memanfaatkan sarana *e-commerce* sebagai upaya eksistensi perusahaan di khalayak masyarakat selaku konsumen. Mengingat persaingan usaha di bidang *e-commerce* begitu sangat kompetitif, modal besar untuk membangun kegiatan bisnis *e-commerce* memang sangat dibutuhkan. Maka dari itu, sudah sewajarnya jika ada

beberapa perusahaan *e-commerce* yang rela menjadi debitor, dikarenakan harus berutang dengan pihak atau perusahaan lain, agar anggaran perusahaan untuk memperlancar kegiatan bisnisnya berjalan dengan stabil.

Adapun perusahaan yang menjadi kreditor ini dapat saja berasal dari perusahaan sesama di kegiatan *e-commerce*, yang dimana perusahaan *e-commerce* tersebut dapat menjadi kreditor dikarenakan kondisi keuangan atau harta kekayaan perusahaannya lebih baik dibandingkan dengan perusahaan di bidang *e-commerce* yang menjadi debitor. Selanjutnya pihak yang dapat menjadi kreditor atau pihak yang berpiutang ini adalah bank dan lembaga keuangan.

3. Jatuh Waktu dan Dapat Ditagih

Suatu utang yang dilaksanakan badan hukum perusahaan di bidang *e-commerce*, setiap transaksi bisnis apalagi menyangkut utang piutang, tentunya pihak debitor dan kreditor sudah menentukan waktu untuk menyelesaikan proses utang piutang tersebut, meskipun transaksi perjanjian tersebut dilaksanakan melalui media *e-commerce*.¹⁴ Dalam menentukan jatuh tempo ini, harus mengedepankan prinsip proporsionalitas, artinya waktu akhir pembayaran utang harus diberikan masa waktu yang cukup bagi debitor, agar debitor dapat mengoptimalkan waktu yang rasional tersebut untuk berupaya melunasi utang kepada kreditor nantinya. Di sisi lain, waktu yang ditentukan juga jangan terlalu lama, mengingat kreditor mempunyai kepentingan atas objek utang piutang tersebut. Ketentuan jatuh tempo ini merupakan senjata bagi kreditor untuk menagih seluruh utang kepada debitor. Debitor tetap diwajibkan untuk membayar utang kepada kreditor, sekalipun ketentuan jatuh tempo tidak diatur dalam perjanjian dengan alasan debitor sudah melakukan kelalaian.¹⁵

Jatuh waktu dan dapat ditagih ini merupakan 2 (dua) istilah yang mempunyai makna berbeda. Perusahaan pada saat melakukan transaksi bisnis dengan memanfaatkan sarana *e-commerce*, apabila dipenuhi unsur utang piutang, tetapi tidak ditentukan waktu jatuh temponya. Pihak kreditor tetap bisa menagih utang tersebut. Meskipun di sisi lain, waktu dapat ditagih tersebut lebih baiknya sudah ditentukan pada saat melakukan transaksi bisnis. Hal ini demi memudahkan pihak kreditor untuk menagih utang kepada debitor. Penjelasan singkatnya ialah setiap utang yang ditagih, tetapi belum tentu sudah jatuh tempo, sedangkan jika utang sudah ditentukan jatuh tempo, maka sudah pasti utang tersebut dapat ditagih.¹⁶

¹⁴ Imran Nating, *Peranan Dan Tanggung Jawab Kurator Dalam Pengurusan Dan Pemberesan Harta Pailit*, I (Jakarta.: Raja Grafindo Persada, 2004).

¹⁵ Imran Nating.

¹⁶ Imran Nating.

Aset Badan Hukum Perusahaan di bidang *e – commerce* yang dapat dijadikan *boedel/harta pailit*

Di dalam badan hukum perusahaan di bidang *e – commerce*, segala aset dalam perusahaan tersebut pada dasarnya hampir sama dengan halnya dengan perusahaan pada umumnya. Badan Hukum Perusahaan di bidang *e – commerce* tersebut meskipun kegiatan bisnisnya banyak berfokus kepada media elektronik atau online. Pada dasarnya perusahaan tersebut membutuhkan juga aset seperti perusahaan pada umumnya. Bagi badan hukum perusahaan di bidang *e – commerce* berbentuk Perseroan Terbatas (PT), ada juga salah satu aset yang dapat dijadikan sebagai *boedel pailit* yaitu saham perseroan. Pemilik modal yang menanamkan modalnya dalam sejumlah uang ke perseroan disebut sebagai saham.¹⁷ Saham adalah kekayaan pribadi pemegang saham yang bersifat benda bergerak yang hanya dapat dialihkan namun tidak dapat dipegang atau diraba secara fisik.¹⁸ Menurut Pasal 60 ayat (1) Undang – Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas menyebutkan Saham merupakan benda bergerak dan memberikan hak sebagaimana dimaksud dalam Pasal 52 Undang – Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas kepada pemiliknya. Perbedaan mendasar mengenai bentuk aset badan hukum perusahaan di bidang *e – commerce* dibandingkan dengan perusahaan konvensional pada umumnya ialah bahwa data elektronik dalam mengakomodir kegiatan *e – commerce* tersebut dapat dijadikan sebagai objek harta/*boedel pailit*.¹⁹ Adapun data elektronik tersebut terdiri dari²⁰ :

1. Nama Domain

Pasal 1 angka 20 Undang – Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menyebutkan Nama Domain adalah alamat internet penyelenggara negara, Orang, Badan Usaha, dan/atau masyarakat, yang dapat digunakan dalam berkomunikasi melalui internet, yang berupa kode atau susunan karakter yang bersifat unik untuk menunjukkan lokasi tertentu dalam internet. Nama domain adalah suatu alamat dalam jaringan internet, pada jaringan internet tersebut digunakan untuk mempermudah pengguna dan mengingat nama server yang ingin dikunjungi. Nama domain ini tidak berfungsi layaknya seperti pemerintahan dimana tidak adanya suatu kewenangan yang tersentral.²¹

Pemafaatan nama domain menjadi lebih intensif dan nama domain merupakan bagian dari identitas seseorang atau entitas bisnis.²² Hal tersebut secara tidak langsung dapat disimpulkan bahwa dalam penggunaan nama domain telah menjadi bagian dari perlengkapan komunikasi yang digunakan oleh kalangan bisnis untuk mengidentifikasi dirinya, produknya dan segala aktivitasnya serta berfungsi sebagai media dalam transaksi bisnis perdagangan.²³ Dimana Nama domain memiliki keterikatan erat dengan merek, keterikatan ini

¹⁷ M. Yahya Harahap, *Hukum Perseroan Terbatas*, III (Jakarta: Sinar Grafika, 2011).

¹⁸ M. Yahya Harahap.

¹⁹ Wilma, “Aspek Hukum Perusahaan Di Bidang E-Commerce.”

²⁰ Hilman, “Perusahaan Di Bidang E-Commerce Dan Hukum Kepailitan Di Indonesia” (Jakarta, n.d.).

²¹ Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, I (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2003).

²² Edmon Makarim.

²³ Edmon Makarim.

dapat dilihat dalam dunia bisnis atau perekonomian tepatnya perdagangan, banyak pelaku bisnis tertentu bagi pemilik hak atas merek yang dengan sengaja memakai nama domain yang serupa dengan mereknya.²⁴ Tujuan digunakannya nama domain yang serupa dengan mereknya ialah agar mempermudah pelanggan guna mengidentifikasi suatu website yang mereka gunakan berhubungan dengan barang yang diinginkan oleh konsumen. Walaupun keduanya memiliki keterkaitan erat, namun tidak dapat dikatakan bahwa keduanya identik, keduanya memiliki sistem dan syarat-syarat pendaftaran serta pengakuan eksistensinya secara berbeda.²⁵

2. Big Data

Big Data merupakan himpunan data digital yang sangat besar yang dimana dapat dimanfaatkan untuk segala aktivitas dengan menggunakan basis digital termasuk salah satunya perdagangan elektronik atau *e – commerce*²⁶. Big data ini meskipun dari segi proses, begitu kompleks implementasinya. Namun, dari segi hasil terutama di kegiatan bisnis begitu banyak manfaatnya. Terminologi *Big Data* ini sendiri tercipta dari perusahaan pencarian web yang mengelola data dengan agregasi yang terdistribusi sangat besar dan kompleks.²⁷

Pemanfaatan big data dalam dunia internet tidak hanya fokus kepada aspek pemberi informasi saja, tetapi juga dapat dimanfaatkan di aspek bidang bisnis terutama kegiatan perdagangan atau yang biasa dikenal dengan *e-commerce*. Adanya perusahaan *e – commerce* seperti Shoppe, PT. Oyo Rooms Indonesia, maupun Gojek merupakan bagian contoh kongretnya. Layanan sumber informasi yang dapat dilakukan badan hukum di perusahaan *e-commerce* menggunakan manajemen big data diantaranya terdiri dari Konten, Menu Pencarian, *Recommended object*.

Layanan sumber informasi yang diambil dari big data di atas memungkinkan terjadinya dinamika pengaksesan sumber-sumber informasi yang dilayankan oleh perusahaan *e-commerce*. Layanan sumber informasi merupakan hasil analisa data yang diambil dari kombinasi data barang/jasa yang sering dicari, data barang/jasa yang dibeli atau dimanfaatkan, hasil inputan melalui media sosial dan data perilaku pencari informasi melalui katalog online. Sebagai tempat rujukan riset, badan hukum yang bergerak di badan usaha *e-commerce* tersebut perlu menambah layanan yang lebih bagi konsumen. Badan hukum yang bergerak di badan usaha *e-commerce* dapat menyimpan data tersebut untuk kemudian menjadi rujukan bagi konsumen lain yang mungkin akan mengembangkan data yang diperoleh dari perusahaan tersebut. Dengan demikian peran badan hukum yang bergerak di badan usaha *e-commerce* akan semakin terlihat sebagai penunjang kebutuhan hidup yang

²⁴ Hilman, “Perusahaan Di Bidang E-Commerce Dan Hukum Kepailitan Di Indonesia.”

²⁵ Ni Komang Lugra Mega Triayuni Dewi dan Nyoman A. Martana, “Perlindungan Hukum Terhadap Pendaftaran Merek Nama Domain Dalam Tindakan Cybersquatting Di Indonesia,” *Jurnal Ilmu Hukum Kertha Wicara* 8, no. 4 (2019): 1–15.

²⁶ Hilman, “Perusahaan Di Bidang E-Commerce Dan Hukum Kepailitan Di Indonesia.”

²⁷ Ilham Effendi, “Pengertian Big Data,” IT-JURNAL.COM, 2019, <https://www.it-jurnal.com/pengertian-big-data/>.

memberikan layanan tepat bagi konsumennya yang memanfaatkan manajemen big data untuk menjangkau keperluan konsumen di era global ini.

3. *Cost Per Lead (CPL)*

CPL (*Cost Per Lead*) adalah model penetapan harga iklan online, di mana pengiklan tertentu membayar untuk mendaftar dari pelanggan yang tertarik dengan penawaran yang dipromosikan pengiklan. Model ini juga dapat dikenal sebagai pembuatan timbal online atau Biaya pembuatan timbal. CPL merupakan salah satu bentuk periklanan berbasis kinerja. Dalam beberapa hal, ini merupakan jalan tengah antara model periklanan online seperti biaya per tayang (CPM) di mana penerbit tidak secara langsung dihargai atau dihukum terkait dengan bagaimana kinerja lalu lintas itu dan biaya per penjualan di mana penerbit memikul tanggung jawab penuh atas bagaimana lalu lintas mengkonversi. Meskipun mereka tidak dapat mengontrol semua yang terjadi di situs pengiklan.²⁸

Perusahaan yang menghasilkan lead tidak mendapatkan kompensasi secara langsung untuk konversi penjualan lead tersebut. Namun, agar pengiklan tetap membayar untuk arahan dari sumber yang sama, arahan pada akhirnya harus menghasilkan tingkat konversi yang dapat diterima. Model biaya per lead membantu berbagi tanggung jawab untuk kinerja antara penerbit dan pengiklan. Penayang bertanggung jawab untuk menempatkan iklan mereka dari audiens yang tepat dengan cara yang benar untuk menghasilkan respons. Pengiklan bertanggung jawab untuk memaksimalkan konversi prospek menjadi penjualan.²⁹

4. *Placement* iklan

Iklan adalah salah satu jenis promosi yang paling sering dijumpai dan digunakan oleh perusahaan dalam memasarkan merek maupun produknya. Iklan merupakan setiap bentuk komunikasi nonpersonal yang menyangkut suatu organisasi, produk, jasa, maupun ide yang dibayar oleh suatu sponsor. Iklan juga dapat didefinisikan sebagai pesan penawaran produk yang ditujukan kepada masyarakat melalui suatu media. Perkembangan teknologi membantu proses penyebaran informasi. Dunia iklan pun juga mengalami perkembangan. Dahulu iklan hanya disampaikan dengan cara komunikasi secara lisan. Namun dengan adanya perkembangan teknologi sekarang iklan dapat dilakukan melalui berbagai media, seperti media cetak dan media elektronik.³⁰

Perusahaan perlu memperhatikan keadaan masyarakat dalam memasarkan merek maupun produknya melalui iklan. Pada masa revolusi industri 4.0 saat ini, masyarakat lebih menyukai hal-hal yang sederhana, cepat dan mudah. Pencarian informasi juga menjadi lebih mudah karena adanya perkembangan teknologi. Media-media elektronik seperti jaringan internet

²⁸ Rifqi Mulayawan, "Pengertian CPL (Cost Per Lead): Fungsi, Manfaat Dan Cara Menghitungnya" (Jakarta, 2019), <https://rifqimulyawan.com/blog/pengertian-cpl/>.

²⁹ Rifqi Mulayawan.

³⁰ Zhendy Valentina Purnomo, "Product Placement: Film, Program Televisi, Video Games, Atau Musik?," *Jurnal Studi Manajemen* 9, no. 1 (2015): 97–110.

merupakan suatu fasilitas yang wajib dimiliki khususnya perusahaan pemasar harus jeli terhadap fenomena yang sedang terjadi di masyarakat tersebut.³¹

Keempat komponen di atas yaitu Nama Domain, Big data, *Cost Per Lead* (CPL), dan *Placement* iklan merupakan aset badan hukum perusahaan di bidang *e – commerce* yang dapat dijadikan *boedel*/harta pailit.

Pertanggung Jawaban Hukum Direksi Sebagai Pengurus Perseroan Terbatas Di Bidang Usaha E-Commerce Yang Dipailitkan Sebagai Akibat Dari Kesalahan/Kelalaiannya Dalam Mengurus Perusahaan

Pada dasarnya, tanggung jawab direksi sebagai pengurus perseroan terbatas di bidang usaha *e-commerce*, yang sedang pailit sama halnya dengan tanggung jawab direksi yang perusahaannya tidak sedang mengalami kepailitan.³² Kesalahan atau kelalaian yang dilakukan direksi atas kepailitan yang terjadi di badan hukum perusahaan di bidang *e – commerce*, seyogianya sudah diatur dalam Pasal 104 ayat (1), (2), dan (3) Undang - Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang menyebutkan:

- (1) Direksi tidak berwenang mengajukan permohonan pailit atas Perseroan sendiri kepada Pengadilan Niaga sebelum memperoleh persetujuan RUPS, dengan tidak mengurangi ketentuan sebagaimana diatur dalam undang-undang tentang Kepailitan dan Penundaan Kewajiban Pembayaran Utang.
- (2) Dalam hal kepailitan sebagaimana dimaksud pada ayat terjadi karena kesalahan atau kelalaian Direksi dan harta pailit tidak cukup untuk membayar seluruh kewajiban Perseroan dalam kepailitan tersebut, setiap anggota Direksi secara tanggung renteng bertanggung jawab atas seluruh kewajiban yang tidak terlunasi dari harta pailit tersebut.
- (3) Tanggung jawab sebagaimana dimaksud pada ayat (2) berlaku juga bagi anggota Direksi yang salah atau lalai yang pernah menjabat sebagai anggota Direksi dalam jangka waktu 5 (lima) tahun sebelum putusan pernyataan pailit diucapkan

Direksi pada dasarnya tidak dapat juga diminta pertanggungjawaban hukumnya sebagai pengurus perseroan terbatas di bidang usaha *e-commerce* apabila direksi dapat membuktikan jika kepailitan yang terjadi bukan karena kesalahan atau pun kelalaiannya. Hal ini sebagaimana diatur dalam Pasal 104 ayat (4) dan (5) Undang - Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas menyebutkan :

- (4) Anggota Direksi tidak bertanggungjawab atas kepailitan Perseroan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) apabila dapat membuktikan:
 - a. kepailitan tersebut bukan karena kesalahan atau kelalaiannya;
 - b. telah melakukan pengurusan dengan itikad baik, kehati-hatian, dan penuh tanggung jawab untuk kepentingan Perseroan dan sesuai dengan maksud dan tujuan Perseroan;
 - c. tidak mempunyai benturan kepentingan baik langsung maupun tidak langsung atas tindakan pengurusan yang dilakukan; dan
 - d. telah mengambil tindakan untuk mencegah terjadinya kepailitan.
- (5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (2), ayat (3), dan ayat (4) berlaku juga bagi Direksi dari Perseroan yang dinyatakan pailit berdasarkan gugatan pihak ketiga

³¹ Zhendy Valentina Purnomo.

³² Hadi Shubhan, *Hukum Kepailitan : Prinsip, Norma Dan Praktik Di Peradilan*.

Kesimpulan

1. Pada umumnya proses kepailitan terhadap Badan Hukum Perusahaan di bidang e – commerce, sama halnya seperti pada proses kepailitan di perusahaan lainnya. Hal terpenting dalam proses kepailitan terhadap Badan Hukum Perusahaan di Bidang *E – Commerce* ialah harus memenuhi syarat sahnya kepailitan yang diatur dalam Pasal 2 ayat (1) Undang - Undang Nomor 37 Tahun 2004 tentang Kepailitan dan Penundaan Kewajiban Pembayaran Utang yaitu adanya utang, minimal (2) duat atau lebih kreditor, dan jatuh waktu dan dapat ditagih.
2. Pasal 21 Undang - Undang Nomor 37 Tahun 2004 tentang Kepailitan dan Penundaan Kewajiban Pembayaran Utang menyebutkan kepailitan meliputi seluruh kekayaan debitur pada saat putusan pernyataan pailit diucapkan serta segala sesuatu yang diperoleh selama kepailitan. Di dalam badan hukum perusahaan di bidang *e – commerce*, segala aset dalam perusahaan tersebut pada dasarnya hampir sama dengan halnya dengan perusahaan pada umumnya. Perbedaan mendasar mengenai bentuk aset badan hukum perusahaan di bidang *e – commerce* dibandingkan dengan perusahaan konvensional pada umumnya ialah bahwa data elektronik dalam mengakomodir kegiatan *e – commerce* tersebut dapat dijadikan sebagai objek harta/*boedel* pailit. Adapun data elektronik tersebut terdiri dari Nama Domain, Big data, *Cost Per Lead* (CPL), dan *Placement* iklan.
3. Pertanggung jawaban hukum direksi sebagai pengurus perseroan terbatas di bidang usaha *e-commerce* yang dipailitkan sebagai akibat dari kesalahan/kelalaiannya dalam mengurus perusahaannya, akan menjadi tanggung jawab pribadi dari direksi itu sendiri. Hal ini sebagaimana diatur dalam Pasal 104 ayat (1), (2), dan (3) Undang - Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasteyo. *Bisnis E-Commerce : Studi Sistem Keamanan Dan Hukum Di Indonesia*. 1st ed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.
- Agus Aryanto. “5 Negara Dengan Pertumbuhan E-Commerce Tertinggi.” *Warta Ekonomi.co.id*, 2018. <https://www.wartaekonomi.co.id/read194905/5-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tertinggi.html>.
- Assafa Endeshaw. *Hukum E – Commerce Dan Internet Dengan Fokus Di Asia Pasifik*. I. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007.
- Edmon Makarim. *Kompilasi Hukum Telematika*. I. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2003.
- Hadi Shubhan. *Hukum Kepailitan : Prinsip, Norma Dan Praktik Di Peradilan*. 4th ed. Jakarta: Kencana, 2008.
- Hilman. “Perusahaan Di Bidang E-Commerce Dan Hukum Kepailitan Di Indonesia.” Jakarta, n.d.
- Ilham Effendi. “Pengertian Big Data.” *IT-JURNAL.COM*, 2019. <https://www.it-jurnal.com/pengertian-big-data/>.
- Imran Nating. *Peranan Dan Tanggung Jawab Kurator Dalam Pengurusan Dan Pembersan*

- Harta Pailit*. I. Jakarta.: Raja Grafindo Persada, 2004.
- M. Yahya Harahap. *Hukum Perseroan Terbatas*. III. Jakarta: Sinar Grafika, 2011.
- Ni Komang Lugra Mega Triayuni Dewi dan Nyoman A. Martana. “Perlindungan Hukum Terhadap Pendaftaran Merek Nama Domain Dalam Tindakan Cybersquatting Di Indonesia.” *Jurnal Ilmu Hukum Kertha Wicara* 8, no. 4 (2019): 1–15.
- Rahayu, Ning. “E-Commerce Tumbuh Pesat Di Indonesia, Ini Faktornya.” *Warta Ekonomi.co.id*, 2019. <https://www.wartaekonomi.co.id/read215780/e-commerce-tumbuh-pesat-di-indonesia-ini-faktornya.html>.
- Ramadhan, Muhammad Syahri, Yunial Laily, and Irsan. “ANALISIS HUKUM PERJANJIAN KERJA SAMA INVESTASI ANTARA PERSEKUTUAN KOMANDITER DAN INVESTOR ASING MENURUT HUKUM INVESTASI DI INDONESIA.” *Jurnal Lex Librum* V, no. Hukum Investasi (2018): 771–80. <http://lexlibrum.id/index.php/lexlibrum/article/view/126>.
- Rifqi Mulayawan. “Pengertian CPL (Cost Per Lead): Fungsi, Manfaat Dan Cara Menghitungnya.” Jakarta, 2019. <https://rifqimulyawan.com/blog/pengertian-cpl/>.
- Soerjono Soekanto & Sri Mamudji. *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*. Jakarta: Rajawali Pers, 2001.
- Wilma. “Aspek Hukum Perusahaan Di Bidang E-Commerce.” Jakarta, n.d.
- Zhendy Valentina Purnomo. “Product Placement: Film, Program Televisi, Video Games, Atau Musik ?” *Jurnal Studi Manajemen* 9, no. 1 (2015): 97–110.