**KEPAILITAN PERSEROAN TERBATAS DI BIDANG USAHA *E – COMMERCE***

Muhammad Syahri Ramadhan

Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya

[msyahriramadhan@fh.unsri.ac.id](mailto:msyahriramadhan@fh.unsri.ac.id)

Muhammad Syaifuddin

Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya

[syaifuddin.unsri@yahoo.co.id](mailto:syaifuddin.unsri@yahoo.co.id)

**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. Hal ini 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.

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.*

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

**Pendahuluan**

Pada dasarnya didirikannya suatu perusahaan ialah demi mencari keuntungan. Dalam mencapai tujuan tersebut, tentunya perusahaan harus mempunyai strategi bisnis yang sangat baik.[[1]](#footnote-2) 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 transaksi perdagangan yang melibatkan individu – individu dan organisasi – organisasi atau badan, berdasarkan pada proses dan transmisi data digital, termasuk teks, suara atau jaringan tertutup seperti *American On Line (AOL)* yang mempunyai jalur ke jaringan terbuka.[[2]](#footnote-3)

E – commerce merupakan penemuan baru dalam bentuk perdagangan yang dinilai lebih dari perdagangan pada umumnya. Prinsip perdagangan dengan sistem pembayaran tradisional yang dikenal adalah perdagangan di mana penjual dan pembeli bertemu secara fisik atau secara langsung kini berubah menjadi konsep telemarketing yakni perdagangan jarak jauh dengan menggunakan media internet di mana suatu perdagangan tidak lagi membutuhkan pertemuan antar pelaku bisnis.[[3]](#footnote-4) Aktivitas bisnis selama ini yang biasa dilaksanakan di dunia nyata mulai mengalami banyak perubahan setelah adanya perkembangan *e – commerce* tersebut.[[4]](#footnote-5) 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]](#footnote-6)

*E – commerce* atau perdagangan elektronik merupakan sistem bisnis melalui internet yang selalu mengalami peningkatan bagi peminat yang menggunakannya.[[6]](#footnote-7) Semakin meningkatnya minat masyarakat terhadap penggunaan *e – commerce* dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, tidak terlepas dari hakekat *e – commerce itu* sendiri, yang dimana 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]](#footnote-8)

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, 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]](#footnote-9) Dari segi finansial, meningkatnya pertumbuhan kegiatan *e-commerce* memberi dampak kepada besarnya nilai penjualan online yang menyentuh angka US$7,62 miliar.[[9]](#footnote-10)

Tingginya pertumbuhan kegiatan *e-commerce* di Indonesia dipengaruhi oleh 5 (lima) faktor, antara lain ialah[[10]](#footnote-11) :

1. Pasar yang mempunyai orientasi memanfaatkan perangkat*mobile* atau internet terutama yang ada dalam gawai atau *smartphone.*
2. Konsumen yang mayoritas berasal dari kalangan pemuda yang sudah berkawan erat dengan dunia digital
3. Peningkatan partisipasi UMKM
4. Bertumbuhnya investasi
5. 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 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 memenuhu 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. Hal ini 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. 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 *boede*l/harta pailit ?
3. Bagaimana pertanggung jawaban hukum direksi sebagai pegurus perseroan terbatas di bidang usaha *e-commerce* yang dipailitkan sebagi 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]](#footnote-12) 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 diatur dalam Pasal 2 ayat (1) Undang - Undang Nomor 37 Tahun 2004 tentang Kepailitan dan Penundaan Kewajiban Pembayaran Utang[[12]](#footnote-13). 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 pembiayaan[[13]](#footnote-14).

Adapun objek utang yang dimaksud antara lain ialah terdiri dari :

1. Benda Bergerak

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).

1. 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.

1. **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 Kewaijban 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 Kewaijban Pembayaran Utang hanya memungkinkan seorang debitor dinyatakan pailit apabila debitur 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 prusahaan untuk memperlancar kegiatan bisnisnya berjalan dengan stabil.

Adapun perusahaan yang 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 peihak yang dapat menjadi kreditor atau pihak yang berpiutang ini adalah bank dan lembaga keuangan.

1. **Jatuh Waktu dan Dapat Ditagih**

Suatu utang yang dilaksanakan badan hukum perusahaan di bidang e – commerce, dikatakan jatuh dan harus dibayar jika utang tersebut sudah waktunya untuk dibayar terhadap kreditur. Dalam perjanjian biasanya diatur kapan suatu utang harus dibayar.[[14]](#footnote-15) Adapun penentuan waktu akhir pembayaran utang yang disepakati oleh pihak debitur maupun kreditur ini harus dilandasi rasional dan itikad baik. Maksudnya ialah penentuan jatuh waktu tempo ini didasari atas bahwa debitur diberikan waktu untuk melakukan usaha agar dapat melunasi utang terhadap kreditur sampai dengan batas waktu yang ditentukan tersebut. Di sisi lain, kreditur juga tidak merasa rugi atas pemberian jatuh waktu terhadap debitur tersebut.

Jika utang tersebut jatuh tempo, kreditur memiliki hak untuk menagih seluruh jumlah yang terutang dan jatuh tempo pada debitur. Akan tetapi, jika suatu perjanjian tidak mengatur ketentuan mengenai jatuh tempo utang, utang ini sudah waktunya untuk dibayar setelah pemberitahuan adanya kelalaian diberikan kepada debitur.[[15]](#footnote-16) Dalam pemberitahuan ini, suatu jangka waktu yang wajar harus diberikan kepada debitur untuk melunasi utang nya.

Terhadap istilah jatuh waktu dan dapat ditagih, Sutan Remy Sjahdeni[[16]](#footnote-17) berpendapat bahwa kedua istilah itu berbeda pengertian dan kejadiannya. Suatu utang dapat saja telah dapat ditagih tetapi belum jatuh waktu.[[17]](#footnote-18) Utang yang telah jatuh waktu dengan sendirinya menjadi utang yang telah dapat ditagih, namun utang yang telah dapat ditagih belum tentu merupakan utang yang telah jatuh waktu. Utang hanyalah jatuh waktu apabila menurut perjanjian kredit atau perjanjian utang piutang telah sampai jadwal waktunya untuk dilunasi oleh debitur sebagaimana ditentukan di dalan perjanjian itu.[[18]](#footnote-19)

**Aset Badan Hukum Perusahaan di bidang *e – commerce* yang dapat dijadikan *boede*l/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 sebagi *boedel* pailit yaitu saham perseroan. Pemilik modal yang menanamkan modalnya dalam sejumlah uang ke perseroan disebut sebagai saham[[19]](#footnote-20). Saham adalah kekayaan pribadi pemegang saham yang bersifat benda bergerak yang hanya dapat dialihkan namun tidak dapat dipegang atau diraba secara fisik.[[20]](#footnote-21) 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[[21]](#footnote-22). Adapun data elektronik tersebut terdiri dari[[22]](#footnote-23) :

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.[[23]](#footnote-24)

Pemafaatan nama domain menjadi lebih intensif dan nama domain merupakan bagian dari identitas seseorang atau entitas bisnis.[[24]](#footnote-25) Hal tersebut secara tidak langsung dapat disimpulkan bahwa dalam penggunaan nama domain telah menjadi bagian dari perlengkapan komunikasi yang digunakan oleh kalangan bisnis untuk mengidentifikasikan dirinya, produknya dan segala aktivitasnya serta berfungsi sebagai media dalam transaksi bisnis perdagangan.[[25]](#footnote-26) Dimana Nama domain memiliki keterikatan erat dengan merek, keterikatan ini 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[[26]](#footnote-27). Tujuan digunakannya nama domain yang serupa dengan mereknya ialah agar mempermudahkan pelanggan guna mengidentifikasi suatu website yang mereka gunakan berhubungan dangan barang yang diingikan 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.[[27]](#footnote-28)

1. Big Data[[28]](#footnote-29)

Big Data adalah istilah umum untuk segala kumpulan himpunan data dalam jumlah yang sangat besar dan kompleks sehingga menjadikannya sulit untuk ditangani atau di proses jika hanya menggunakan manajemen basis data biasa atau aplikasi pemroses data tradisional. Big Data menjamin pemrosesan solusi data dengan varian baru maupun yang sudah ada untuk memberikan manfaat nyata bagi bisnis. Namun pengolahan data dengan ukuran dan kompleksitas besar tetap sekedar solusi teknologi kecuali jika dikaitkan dengan tujuan bisnis. Hal terpenting dari Big Data bukanlah sekedar kemampuan teknis untuk mengolah data melainkan manfaat yang dapat disadari oleh perusahaan dengan menggunakan *Big Data Analytics* Terminologi *Big Data* diyakini berasal dari perusahaan pencarian web yang mengolah data dengana gregasi yang terdistribusi sangat besar dan tidak terstruktur.[[29]](#footnote-30)

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

1. *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[[30]](#footnote-31).

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[[31]](#footnote-32).

1. *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[[32]](#footnote-33).

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 merupakan suatu fasilitas yang wajib dimiliki khususnya perusahaan pemasar harus jeli terhadap fenomena yang sedang terjadi di masyarakat tersebut[[33]](#footnote-34).

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 *boede*l/harta pailit.

**Pertanggung Jawaban Hukum Direksi Sebagai Pengurus Perseroan Terbatas Di Bidang Usaha *E-Commerce* Yang Dipailitkan Sebagi 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.[[34]](#footnote-35) 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 :

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

**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 menyatakan 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**

1. **Buku**

Endeshaw, Assafa, *Hukum E – commerce dan Internet dengan Fokus di Asia Pasifik*, Cetakan I, Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Halim Barkatullah, Abdul dan Teguh Prasteyo*, Bisnis E-Commerce : Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Cetakan I, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2005.

Harahap, M. Yahya, 2011, *Hukum Perseroan Terbatas*, Cetakan Ketiga, Sinar Grafika, Jakarta.

Makarim, Edmon, 2003, *Kompilasi Hukum Telematika*, Divisi Buku Perguruan Tinggi, RajaGrafindo Persada, Jakarta.

Nating, Imran*,* 2004, *Peranan dan Tanggung Jawab Kurator Dalam Pengurusan dan Pemberesan Harta Pailit*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Remy Sjahdeini, Sutan, 2009, Hukum Kepailitan: Memahami Undang – Undang Nomor 37 Tahun 2004 Tentang Keapilitan, Cetakan III, Edisi Baru, Pustaka Utama Grafiti, Jakarta.

Shubhan, Hadi, 2008, *Hukum Kepailitan : Prinsip, Norma dan Praktik di Peradilan*, Kencana, Jakarta.

Soekanto, Soerjono, *Pengantar Penelitian Hukum*, Universitas Indonesia Press, Tahun 1986, Jakarta.

.

1. **Jurnal**

Komang Lugra Mega Triayuni Dewi, Ni dan Nyoman A. Martana, 2019, Perlindungan Hukum Terhadap Pendaftaran Merek Nama Domain Dalam Tindakan Cybersquatting Di Indonesia, Jurnal ilmu Hukum Kertha Wicara, Vol 8 No 4 (2019), Universitas Udayana, Bali.

Ramadhan, Muhammad Syahri, Yunial Laily, dan 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.

Valentina Purnomo, Zhendy, 2015, Product Placement: Film, Program Televisi, Video Games, Atau Musik ?, *Jurnal Studi Manajemen*, Vol.9, No 1, April 2015,Universitas Trunojoyo, Madura.

1. **Internet**

<https://rifqimulyawan.com/pengertian-cpl.html>

<https://www.it-jurnal.com/pengertian-big-data/>

1. **Peraturan Perundang – Undangan**

Undang - Undang Nomor 37 Tahun 2004 tentang Kepailitan dan Penundaan Kewajiban Pembayaran Utang

Undang – Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas

Undang – Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

1. **Wawancara**

Hilman (Staf PT OYO Rooms Indonesia), 2019, Perusahaan di Bidang E-Commerce dan Hukum Kepailitan di Indonesia, *Wawancara*, Palembang, 25 Oktober.

Wilma (Staf PT Shopee), 2019, Aspek Hukum Perusahaan di Bidang E-Commerce, *Wawancara*, Palembang, 7 November.

1. Muhammad Syahri Ramadhan, Yunial Laily, dan 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. [↑](#footnote-ref-2)
2. Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasteyo*, Bisnis E-Commerce : Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Cetakan I, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2005, hlm. 2. [↑](#footnote-ref-3)
3. *Ibid*. [↑](#footnote-ref-4)
4. *Ibid.* [↑](#footnote-ref-5)
5. *Ibid*, hlm. 3 [↑](#footnote-ref-6)
6. Assafa Endeshaw, *Hukum E – commerce dan Internet dengan Fokus di Asia Pasifik*, Cetakan I, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, hlm. 58. [↑](#footnote-ref-7)
7. Misalkan dalam perjanjian jual beli barang yang menggunakan pola *e – commerce* tersebut, adanya penawaran dan penerimaan atas suatu barang yang diperjanjikan cukup melalui penggunaan internet saja, tanpa harus bertemu secara fisik antara pihak pembeli dan penjual. Jika telah timbul kesepakatan antara pihak penjual dan pembeli. Maka pihak pembeli akan membayar biaya ata barang tersebut cukup melalui lewat rekening penjual saja, tanpa harus bertemu langsung dengan pihak penjual. Sebaliknya, pihak penjual akan menyerahkan barang tersebut melalui via pos atau perusahaan jasa pengiriman, tanpa bertemu langsung dengan pihak pembeli. [↑](#footnote-ref-8)
8. 5 Negara dengan Pertumbuhan E-Commerce Tertinggi, <https://www.wartaekonomi.co.id/read194905/5-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tertinggi.html> diakses pada Selasa 26 Maret 2019 Pukul 11:53 WIB. [↑](#footnote-ref-9)
9. *Ibid.* [↑](#footnote-ref-10)
10. E-Commerce Tumbuh Pesat di Indonesia, Ini Faktornya, <https://www.wartaekonomi.co.id/read215780/e-commerce-tumbuh-pesat-di-indonesia-ini-faktornya.html> diakses pada Selasa 26 Maret 2019 Pukul 12:13 WIB. [↑](#footnote-ref-11)
11. Soerjono Soekanto & Sri Mamudji, 2001, *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*, Rajawali Pers, Jakarta, hlm. 13 – 14. [↑](#footnote-ref-12)
12. Hadi Shubhan, 2008, *Hukum Kepailitan : Prinsip, Norma dan Praktik di Peradilan*, Cetakan Keempat, Kencana, Jakarta. Hlm. 79. [↑](#footnote-ref-13)
13. Wilma (Staf PT Shopee), 2019, Aspek Hukum Perusahaan di Bidang E-Commerce, *Wawancara*, Palembang, 7 November. [↑](#footnote-ref-14)
14. Irman nating*,* 2004, *Peranan dan Tanggung Jawab Kurator Dalam Pengurusan dan Pemberesan Harta Pailit*, Raja Grafindo Persada, Jakarta. hlm. 26. [↑](#footnote-ref-15)
15. *Ibid* [↑](#footnote-ref-16)
16. Sutan Remy Sjahdeni,2009, *Hukum Kepailitan: Memahami Undang – Undang Nomor 37 Tahun 2004 Tentang Kepailitan*, Cetakan III, Edisi Baru, Pustaka Utama Grafiti, Jakarta. hlm. 68. [↑](#footnote-ref-17)
17. Pada perjanjian kredit perbankan, kedua hal tersebut jelas dibedakan. Utang yang telah jatuh waktu ialah utang yang dengan lampaunya waktu penjadwalan yang ditentukan di dalam perjanjian kredit itu, menjadi jatuh waktu dan karena itu pula kreditur berhak untuk menagihnya, dalam Sutan Remy Sjahdeni, *Ibid*. [↑](#footnote-ref-18)
18. Irman nating, *op. Cit*, hlm. 27. [↑](#footnote-ref-19)
19. M. Yahya Harahap, 2011, *Hukum Perseroan Terbatas*, Cetakan Ketiga, Sinar Grafika, Jakarta, hlm. 257. [↑](#footnote-ref-20)
20. *Ibid.* [↑](#footnote-ref-21)
21. Wilma (Staf PT Shopee), 2019, Aspek Hukum Perusahaan di Bidang E-Commerce, *Wawancara*, Palembang, 7 November. [↑](#footnote-ref-22)
22. Hilman (Staf PT OYO Rooms Indonesia), 2019, Perusahaan di Bidang E-Commerce dan Hukum Kepailitan di Indonesia, *Wawancara*, Palembang, 25 Oktober. [↑](#footnote-ref-23)
23. Edmon Makarim, 2003, *Kompilasi Hukum Telematika*, Divisi Buku Perguruan Tinggi, RajaGrafindo Persada, Jakarta, hlm. 287. [↑](#footnote-ref-24)
24. *Ibid.* [↑](#footnote-ref-25)
25. *Ibid.* [↑](#footnote-ref-26)
26. Hilman (Staf PT OYO Rooms Indonesia), 2019, Perusahaan di Bidang E-Commerce dan Hukum Kepailitan di Indonesia, *Wawancara*, Palembang, 25 Oktober [↑](#footnote-ref-27)
27. Ni Komang Lugra Mega Triayuni Dewi dan Nyoman A. Martana, 2019, Perlindungan Hukum Terhadap Pendaftaran Merek Nama Domain Dalam Tindakan Cybersquatting Di Indonesia, *Jurnal* ilmu Hukum Kertha Wicara, Vol 8 No 4 (2019), Universitas Udayana, Bali, hlm. 5 – 6. [↑](#footnote-ref-28)
28. Hilman (Staf PT OYO Rooms Indonesia), 2019, Perusahaan di Bidang E-Commerce dan Hukum Kepailitan di Indonesia, *Wawancara*, Palembang, 25 Oktober [↑](#footnote-ref-29)
29. Ilham Effendi, Pengertian Big Data, diakses melalui <https://www.it-jurnal.com/pengertian-big-data/> pada jumat, 08 november 2019 Pukul 11. 31 WIB. [↑](#footnote-ref-30)
30. Rifqi Mulayawan, Pengertian CPL (Cost Per Lead): Fungsi, Manfaat dan Cara Menghitungnya, diakses melalui <https://rifqimulyawan.com/pengertian-cpl.html> pada Kamis 14 November 2019, Pukul 10:22 WIB. [↑](#footnote-ref-31)
31. *Ibid.* [↑](#footnote-ref-32)
32. Zhendy Valentina Purnomo, 2015, Product Placement: Film, Program Televisi, Video Games, Atau Musik ?, *Jurnal* Studi Manajemen, Vol.9, No 1, April 2015,Universitas Trunojoyo, Madura, hlm. 101. [↑](#footnote-ref-33)
33. *Ibid.* [↑](#footnote-ref-34)
34. Hadi Shubhan, *op.cit*, hlm. 232. [↑](#footnote-ref-35)