

ABSTRAK

Perdagangan yang dilakukan melalui sistem elektronik saat ini menjadi cara perdagangan yang semakin populer di masyarakat. Hal ini didorong oleh maraknya penggunaan komputer dan gawai (*smartphone*) di masyarakat yang terhubung ke internet semakin canggih dan tersebar layanan jaringan sistem elektronik yang dapat diakses oleh masyarakat seperti halnya melalui *platform* perdagangan melalui sistem elektronik. Disamping kemudahan tersebut, platform juga rentan terhadap penyalahgunaan oleh pemilik akun dan/atau pengunggah yang dengan sengaja memasukkan data dan/atau informasi yang melanggar hukum, baik untuk mencari keuntungan maupun tujuan lain (perbuatan yang dilarang). Penyalahgunaan oleh pemilik akun dan/atau pengunggah dapat di atas dapat merugikan penyedia platform dapat dipersepsikan terlibat atas perbuatan yang melanggar hukum tersebut. Persepsi ini akan menjadi momok bagi penyedia platform apabila tidak dilakukan penempatan pada posisi yang tepat, sehingga dapat berpengaruh pada kelangsungan bisnis layanannya.

Penelitian ini bertujuan untuk; memahami mekanisme pengawasan yang dilakukan oleh penyedia *platform* sertamemahami tanggungjawab yang harus dilakukan oleh penyedia *platform* terhadap penjualan minuman keras melalui *e-commerce* di Indonesia.

Metode pendekatan yang dilakukan di dalam penelitian ini adalah yuridis normatif. Data dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari bahan hukum primer, sekunder, dan juga tersier. Selanjutnya data-data tersebut dianalisis dengan menggunakan metode analisis data kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak adanya suatu alur atau SOP penanganan terkait aduan yang sudah diadukan selanjutnya ditegaskan bahwa penyedia platform tidak memiliki kewajiban untuk mempertanggung jawabkan kesalahan dan/atau kelalaian yang dilakukan oleh para penggunanya.

Kata Kunci :E-Commerce, Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 5 Tahun 2016, Minuman Beralkohol