

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam era globalisasi ini, karena perkembangan teknologi informasi dan komunikasi akan berjalan sesuai dengan ilmu pengetahuan. Kegiatan perdagangan di Indonesia telah berkembang sangat pesat. Hal ini ditandai dengan digunakannya media internet sebagai media bertransaksi ketika melakukan aktivitas perdagangan. Internet membawa perekonomian dunia memasuki babak baru yang lebih populer dengan istilah *digital economic* atau ekonomi digital.¹ Teknologi informasi atau information technology (IT) telah mengubah masyarakat, telah menciptakan jenis-jenis dan peluang-peluang bisnis baru, serta menciptakan jenis pekerjaan dan karier baru dalam pekerjaan manusia.²

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi harus dimaknai sebagai motivasi bagi manusia untuk mengevaluasi dan mempelajari teknologi ini sebagai dasar untuk belajar sepanjang hayat. Perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi menyebabkan dunia menjadi tanpa batas (*borderless*) dan menyebabkan perubahan sosial secara signifikan berlangsung demikian cepat. Namun demikian, walaupun pada awalnya diciptakan untuk

¹ Richardus Eko Indrahit, *E-commerce: Kiat dan Strategi Bisnis Di Dunia Maya*, PT.Elex Media Komputindo, Jakarta, hlm.33.

² Sutan Remy Sjahdeini, *Hukum Siber Sistem Pengamanan E-commerce*, makalah dalam Seminar tentang Peran Penegak Hukum Dalam Kaitannya Dengan transaksi Perbankan yang diselenggarakan oleh Bank Mandiri pada hari Kamis, 18 Januari 2001 di Mandiri Club Jakarta hlm.1.

menghasilkan manfaat positif, tetapi juga memungkinkan digunakan untuk hal negatif. Salah satu perkembangan teknologi informasi dan komunikasi antara lain adalah teknologi dunia maya atau disebut internet (*interconnection network*). Internet sebagai suatu media informasi dan komunikasi elektronik telah banyak dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan, antara lain untuk menjelajah (*browsing*), mencari data dan berita, saling mengirim pesan melalui email, komunikasi melalui jejaring sosial, dan termasuk untuk perdagangan. Kegiatan perdagangan dengan memanfaatkan media internet ini dikenal dengan istilah electronic commerce, atau disingkat *e-commerce*.

E-commerce merupakan suatu proses jual beli barang dan jasa yang dilakukan melalui jaringan komputer, yaitu internet. Jual beli secara online dapat mengefektifkan dan mengefisiensikan waktu sehingga seseorang dapat melakukan transaksi jual beli dengan setiap orang dimanapun dan kapanpun. Semua transaksi jual beli melalui internet ini dilakukan tanpa ada tatap muka antara para pihaknya, mereka mendasarkan transaksi jual beli tersebut atas rasa kepercayaan satu sama lain, sehingga perjanjian jual beli yang terjadi diantara para pihak pun dilakukan secara elektronik. Melalui *e-commerce* semua formalitas-formalitas yang biasa digunakan dalam transaksi konvensional dikurangi, di samping tentunya konsumen pun memiliki kemampuan untuk mengumpulkan dan membandingkan informasi seperti barang dan jasa secara lebih leluasa tanpa dibatasi oleh batas wilayah (*borderless*). *E-commerce* tidak hanya memberikankemudahan bagi konsumen, namun perkembangan ini memudahkan produsen dalam memasarkan produk yang berpengaruh pada penghematan biaya dan waktu.

Perkembangan *e-commerce* tidak terlepas dari kemajuan pertumbuhan internet dikarenakan *e-commerce* berjalan melalui jaringan internet. Pertumbuhan pengguna internet yang meningkat tajam merupakan suatu kenyataan yang menyebabkan internet berkembang menjadi salah satu media yang efektif bagi perusahaan maupun perseorangan untuk memperkenalkan dan menjual barang atau jasa kepada konsumen.

Pemanfaatan teknologi *e-commerce* ini telah mendorong pertumbuhan bisnis yang amat pesat, karena berbagai informasi dapat disajikan dengan modern, mudah di akses dan dapat digunakan sebagai bahan untuk melakukan langkah-langkah bisnis selanjutnya. Pihak-pihak yang terkait dalam transaksi tidak perlu bertemu langsung (*face to face*) dan tidak perlu menggunakan tanda tangan asli ketika melakukan transaksi (*nonsign*), tetapi cukup melalui peralatan komputer dan telekomunikasi. Berbagai kemudahan yang ditawarkan *e-commerce* antara lain : bagi konsumen yaitu harga lebih murah dan belanja cukup pada suatu tempat, bagi pelaku usaha yaitu lebih efisien, sedangkan bagi manajemen yaitu dapat meningkatkan pendapat serta loyalitas.

Meskipun banyaknya tawaran kemudahan dalam *e-commerce*, transaksi *e-commerce* ini sendiri dalam prakteknya sering terjadi berbagai permasalahan hukum. Permasalahan hukum ini timbul dikarenakan para pihak mendasarkan transaksi jual beli tersebut atas rasa kepercayaan satu sama lain, sehingga perjanjian jual beli yang terjadi diantara para pihak pun dilakukan secara elektronik pula baik melalui *email* atau cara lainnya.

Oleh karena itu, tidak ada berkas-berkas perjanjian seperti halnya pada transaksi jual beli konvensional. Kondisi seperti ini tentu saja dapat menimbulkan berbagai akibat hukum dengan segala konsekuensinya, diantaranya apabila muncul suatu perbuatan yang melawan hukum dari salah satu pihak dalam sebuah transaksi jual beli secara elektronik (*e-commerce*), akan menyulitkan bagi pihak yang dirugikan untuk menuntut segala kerugian yang timbul dan disebabkan perbuatan melawan hukum. Hal ini disebabkan dari awal hubungan hukum yang terjadi diantara kedua pihak tersebut tidak secara langsung berhadapan, dapat dimungkinkan pihak yang telah melakukan perbuatan melawan hukum tadi berada di sebuah negara yang sangat jauh sehingga untuk melakukan tuntutan dirasa sangat sulit untuk dilakukan tidak seperti tuntutan yang dapat dilakukan dalam hubungan hukum konvensional.

Dalam realitanya, dampak negatif dari *e-commerce* cenderung lebih merugikan pihak konsumen. Beberapa karakteristik khas *e-commerce* akan menempatkan pihak konsumen pada posisi yang lemah atau dirugikan seperti:³

1. Konsumen sulit memperoleh jaminan untuk mendapatkan *local follow up service or repair*;
2. Produk yang dibeli konsumen ada kemungkinan tidak sesuai atau tidak kompatibel persyaratan lokal (*local requirements*).

Pentingnya permasalahan hukum di bidang *e-commerce* adalah terutama dalam memberikan perlindungan terhadap para pihak yang melakukan transaksi melalui internet. Mengingat pentingnya hal tersebut, maka Indonesia pada tahun

³ Budi Agus Riswandi, *Hukum dan Internet di Indonesia*, UII Press, Yogyakarta, hlm.62-63.

2008 lalu mengeluarkan peraturan khusus yang mengatur transaksi melalui internet yaitu Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan Transaksi Elektronik yang untuk selanjutnya disingkat UU ITE. Dalam Pasal 1 butir 2 UU ITE disebutkan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer atau media elektronik lainnya. Transaksi jual beli secara elektronik merupakan salah satu perwujudan ketentuan tersebut.

Perjanjian *e-commerce* yang dilakukan oleh para pihaknya bukan seperti layaknya perjanjian pada umumnya, tetapi perjanjian tersebut dapat dilakukan meskipun tanpa adanya pertemuan langsung antara kedua belah pihak, namun perjanjian antar para pihak tersebut dilakukan secara elektronik. Perjanjian diantara para pihaknya dilakukan dengan mengakses halaman *website* tersebut berisi klausul atau perjanjian yang dibuat oleh pihak pertama (penjual) dan pihak yang lain (pembeli) dengan cara menekan tombol yang disediakan sebagai tanda tangan seperti perjanjian pada umumnya, tetapi menggunakan tanda tangan elektronik atau *digital signature*. Dengan demikian para pihak tidak perlu bertemu langsung untuk mengadakan suatu perjanjian.

Pengaturan mengenai perjanjian di Indonesia hanya mengatur pada perjanjian pada umumnya, hal tersebut diatur dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Menurut Pasal 1313 KUHPdata, “Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih lainnya”. Beberapa sarjana mendefinisikan kembali pengertian perjanjian, antaranya ialah:

1. Subekti, mendefinisikan perjanjian sebagai suatu peristiwa dimana seorang berjanji kepada seorang yang lain atau dimana dua orang itu berjanji untuk melakukan suatu hal.⁴
2. Wirjono Projodikoro, mendefinisikan bahwa perjanjian adalah suatu hubungan hukum mengenai harta benda kekayaan dua pihak, dalam mana satu pihak berjanji atau dianggap berjanji untuk melakukan sesuatu hal, sedang pihak yang lain berhak menuntut pelaksanaan perjanjian tersebut.⁵

Menurut Subekti, suatu perjanjian dianggap sah apabila memenuhi syarat subjektif dan syarat objektif. Syarat subjektif karena mengenai orang-rangnya atau subjeknya yang mengadakan perjanjian, sedangkan dua syarat terakhir dinamakan syarat-syarat objektif karena mengenai perjanjiannya sendiri atau obyek dari perbuatan hukum yang dilakukan itu. Pemenuhan atas syarat tersebut berakibat pada perjanjian yang telah dibuat menjadi sah. Perjanjian juga mengikat bagi para pihak mengenai hak dan kewajibannya, sehingga pemenuhan syarat sahnya suatu perjanjian mutlak untuk dipenuhi. Hal ini kelak apabila dikemudian hari terjadi suatu permasalahan atau sengketa maka penyelesaiannya dapat didasarkan pada perjanjian yang telah disepakati.

Mengenai peraturan yang mengatur tentang hak pembeli sesuai dengan di dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Bab III Pasal 4, hak konsumen yaitu :⁶

⁴Subekti, *Hukum Perjanjian*, Intermasa, Jkarta, 1987, hlm.1.

⁵Wirjono Projodikoro, *Asas-Asas Hukum Perjanjian*, Sumur, Jakarta, 1981, hlm.11.

⁶ Dr. Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen*, NusamediaISBN, Banjarmasin, 2010, hlm.33-34.

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Di dalam dunia internet saat ini, banyak situs-situs yang mewadahi masyarakat untuk memperdagangkan barang-barang. Ada situs-situs yang mewajibkan penggunaannya untuk menjadi anggota (member) terlebih dahulu, namun ada juga yang tidak. Salah satunya adalah Pembelian secara online dalam situs Bukalapak.com yang memiliki ribuan member. Menjadi member

Bukalapak.com sangatlah mudah, cukup menggunakan facebook atau dengan google. Namun apa bila tidak memiliki kedua nya bisa daftar sendiri dengan mencantumkan, e-mail, nama lengkap, password bukalapak, jenis kelamin, dan username yang di gunakan untuk nama member. Salah satu keunggulan dari Pembelian secara online Bukalapak.com adalah menawarkan segala macam barang mulai dari yang murah sampai yang mahal yang masih baru atau bekas diperjualbelikan oleh para member.

Barang-barang yang dijual dalam Pembelian secara online Bukalapak.com antara lain buku, perlengkapan bayi, pakaian, sepatu, kendaraan bermotor, alat-alat elektronik, komputer, peralatan rumah tangga, peralatan musik, dan lain-lain. Transaksi perdagangan melalui internet berbeda dengan berbelanja atau melakukan transaksi perdagangan di dunia nyata. Melalui *e-commerce*, contohnya dalam situs Bukalapak.com dimana pihak pembeli (buyer) mengakses internet ke website, yang kemudian pihak pembeli (buyer) mencari barang yang diinginkan. Apabila telah menemukan barang yang diinginkan, ada 2 cara bagi pengguna untuk membeli barang di Bukalapak, yaitu:

1. Tanpa registrasi dengan menggunakan fitur 'Quick Buy';
2. Menggunakan akun yang telah didaftarkan di Bukalapak.

Masalah utamanya adalah ketika pembeli ingin mencairkan uang miliknya yang berada di dalam dompet Bukalapak.com mengalami kendala, mulai dari pengembalian yang berbelit-belit karena keluhan dari pembeli yang mengirimkan keluhannya ke Bukalapak.com melalui email bukan melalui layanan telpon, karena di Bukalapak.com sendiri tidak menyediakan layanan telpon. Dan

email yang di kirim pembeli tidak langsung di respon oleh Bukalapak.com, pembeli bisa menunggu sehari-hari, berminggu atau bahkan bisa sebulan lebih menunggu respon dari Bukalapak.com. Di atas di sebutkan bahwa proses pencairan uang milik pembeli 1x24 jam pun bisa di kembalikan sampai berminggu-minggu maupun berbulan-bulan.

Seharusnya Bukalapak.com mencantumkan ketentuan respon email berapa jam, yang di tentukan adalah sejak transfer email di respon. Apabila pembeli ingin menarik uang milik nya untuk kepentingan lainnya ini jelas merugikan pembeli. Selain itu ada pula pembeli yang mengeluhkan ketika email nya di balas oleh Bukalapak.com yang akan mencairkan dana pembeli tersebut harus menunggu 4 hari setelah email itu di respon, namun kenyataan nya uang pembeli tersebut baru di cairkan sampai sebulan lebih.

Berdasarkan uraian di atas, hal yang menarik untuk dilakukan pengkajian adalah berkaitan dengan akibat-akibat hukum bagi pelaku usaha yang tidak menjalankan ketentuan hukum lembaga sertifikasi yang terkait dengan transaksi dan berkaitan pula dengan perlindungan konsumen. Untuk itu, tulisan ini mengambil judul **“PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PEMBELI DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE MELALUI WEBSITE BUKALAPAK.COM”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan urain dari latar belakang masalah di atas, maka penulis dapat merumuskan suatu permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah perlindungan hukum bagi pembeli didalam transaksi jual beli online melalui website bukalapak.com?
2. Bagaimana penyelesaian atas kerugian yang diderita pembeli didalam transaksi jual beli online melalui website bukalapak.com?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum terhadap pembeli didalam transaksi jual beli online melalui website bukalapak.com.
2. Untuk jelas penyelesaian masalah yang diderita oleh pembeli didalam transaksi jual beli online melalui website bukalapak.com.

D. Tinjauan Pustaka

Hukum Indonesia mengatur perjanjian secara umum di dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata pada Buku III Bab ke dua tentang perikatan-perikatan yang dilahirkan dari kontrak atau perjanjian. Pengertian Perjanjian dapat diketahui dari Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yang menyatakan bahwa suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak yang lain membayar harga yang telah di janjikan.⁷

Berdasarkan pengertian jual beli tersebut, dapat diketahui 2 kewajiban para pihak yaitu:

1. Kewajiban pihak penjual menyerahkan barang yang dijual kepada pembeli.

⁷Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (*Burgerlijk Wetboek*), diterjemahkan oleh R.Subekti dan R.Tjitrosudibio, Cet.28, Pradnya Paramita, Jakarta, 1996.

2. Kewajiban pihak pembeli membayar harga barang yang dibeli kepada penjual.

Berdasarkan Pasal 1233 KUHPdata adanya suatu perikatan adalah lahir karena suatu perjanjian atau karena suatu undang-undang. Selanjutnya di dalam Pasal 1320 KUHPdata dijelaskan bahwa syarat sahnya suatu perjanjian meliputi:

1. Syarat Subjektif (kesepakatan dan kecakapan).
2. Syarat Objektif (suatu hal tertentu dan kausa halal).

Terkait dengan syarat subjektif tersebut, diketahui bahwa subyek hukum yang terlibat dalam sistem sekuriti yang menggunakan digital singature adalah pemegang *digital sertificate* dan *certification authorities* yang bertindak sebagai *issuer* dalam *digital certificate*. Transaksi dengan menggunakan media elektronik (*online contract*) sebenarnya adalah perikatan ataupun hubungan hukum yang dilakukan secara elektronik dengan memadukan jaringan (*networking*) dari sistem informasi berbasis komputer dengan sistem komunikasi yang berdasarkan atas jaringan dan jasa telekomunikasi, yang kemudian difasilitasi oleh keberadaan jaringan komputer global internet. Pada transaksi jual beli secara elektronik, para pihak terkait di dalamnya melakukan hubungan hukum yang dituangkan melalui suatu bentuk perjanjian atau kontrak yang juga dilakukan secara elektronik dan sesuai dengan Pasal 1 butir 17 UU ITE.

Pihak yang terlibat dalam e-commerce tidak hanya dilihat pada statusnya sebagai pihak, melainkan juga melihat kedudukannya dalam perikatan yaitu:⁸

1. Penjual (*merchant*);
2. Pembeli (*buyer* atau konsumen);
3. *Aquirer*;
4. *Account issuer*;
5. *Certification authorities*.

Pengertian konsumen menurut Ketentuan Umum Pasal 1 Ayat 2 Undang-undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah “Setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”. Pengertian konsumen antar negara yang satu dengan yang lainnya tidak sama seperti di Spanyol, konsumen diartikan tidak hanya individu (orang), tetapi juga suatu perusahaan yang menjadi pembeli atau pemakai terakhir dan yang menarik, konsumen tidak harus terikat dalam hubungan jual beli, sehingga dengan sendirinya konsumen tidak identik dengan pembeli.⁹ Sementara itu hak konsumen menurut Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 antara lain ialah hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan

⁸Dikdik M. Arief Mansur dan Elisatris Gultom, *Cyber Law* (Aspek Hukum Teknologi Informasi) Refika aditama, Bandung, 2005.

⁹Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Edisi Revisim Grasindo, Jakarta, 2004, hlm.3.

kondisi serta jaminan yang dijanjikan.¹⁰ Kewajiban konsumen menurut Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 menyatakan bahwa kewajiban konsumen, salah satunya yaitu membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.

Pengertian pelaku usaha adalah berdasarkan Pasal 1 ayat (3) UU No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu “Pelaku usaha adalah setiap perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi “. Hak-hak yang diperoleh pelaku usaha menurut Pasal 6 UU Nomor 8 Tahun 1999 yaitu hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Sedangkan kewajiban pelaku usaha menurut Pasal 7 UU Nomor 8 Tahun 1999 yaitu beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya serta memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.

Terjadinya jual beli dalam *e-commerce* juga sama dengan perjanjian jual beli secara langsung, yaitu pada saat kedua belah pihak sepakat tentang harga dan barang yang diperjualbelikan. Dengan demikian ketentuan mengenai

¹⁰ ABDUL Halim dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-commerce*, Pustaka Pelajar, Jakarta, 2006, hlm.147.

perjanjian jual beli dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata juga berlaku bagi transaksi *e-commerce*. Dengan mengikatkan suatu perjanjian, apabila salah satu pihak (bisa konsumen atau pelaku usaha) tidak melaksanakan kewajibannya (wanprestasi), maka dapat dikenai sanksi sesuai dengan Pasal 1365 yang berbunyi “Tiap perbuatan melanggar hukum, yang membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu mengganti kerugian”.

Validitas dalam *e-commerce* adalah hal yang sangat penting sebab pengertian validitas adalah sejauh mana kebenaran mengenai keberadaan suatu subyek hukum. Konsep validitas dalam *e-commerce* menjadi penting karena dapat mencegah terjadinya penipuan, untuk mengetahui kemana ganti rugi harus diajukan dan menambah kepercayaan konsumen untuk berbelanja. Dalam *e-commerce* banyak cara yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk menunjukkan validitasnya misalnya :

1. Dengan pencantuman alamat. Biasanya website *e-commerce* mencantumkan alamat di website mereka dengan tujuan untuk memberitahu kepada calon konsumen mereka bahwa mereka betul-betul ada, sehingga konsumen merasa aman untuk berbelanja di website tersebut. Selain itu, dengan dicantumkannya alamat penjual maka pembeli mengetahui kemana harus mengajukan ganti rugi apabila terjadi kerusakan terhadap barang yang dibeli atau apabila barang tidak sampai ketangan konsumen.

2. Mencantumkan logo perusahaan. Pencantuman logo perusahaan dalam suatu website menandakan bahwa website tersebut benar-benar ada, karena sudah diotorisasi oleh CA (Certification Authority).

Feedback dari pelanggan merupakan salah satu bentuk validitas yang paling sederhana namun tingkat validitasnya hampir sempurna. Feedback ini diberikan oleh pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan, kecepatan pengiriman barang yang dipesan dan kualitas barang yang dibeli dari suatu website, feedback yang menyatakan kepuasan pelanggan terhadap suatu website dalam dunia internet dikenal dengan istilah *positive feedback*. Semakin banyak konsumen yang puas terhadap suatu website *e-commerce*, semakin tinggi reputasi dan validitas website tersebut, sehingga calon pelanggan akan semakin yakin akan pelayanan website tersebut. Sistem ini sangat bagus, karena pelaku usaha dituntut untuk memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya. Dalam transaksi *e-commerce*, apabila suatu website menerima feedback yang buruk dari pelanggannya maka dapat dipastikan bahwa website tersebut akan sepi oleh pembeli.

E. Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian hukum normatif atau penelitian hukum kepustakaan. Dalam penelitian hukum normatif, yang digunakan bukan objek penelitian akan tetapi fokus penelitian. Adapun metode penelitian yang Penulis gunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Fokus Penelitian

Fokus penelitian yaitu pada akibat hukum pelaku usaha yang tidak menjalankan ketentuan hukum yang berkaitan dengan transaksi jual beli secara online.

2. Sumber Hukum

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu bahan hukum yang diperoleh dari penelitian kepustakaan yang berupa bahan-bahan hukum, yang terdiri dari :¹¹

a. Bahan hukum primer, yaitu bahan hukum yang bersifat mengikat yang terdiri dari :

- 1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik;
- 2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
- 3) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

b. Bahan hukum sekunder, yaitu bahan hukum yang memberikan petunjuk dan kejelasan terhadap bahan hukum primer, yang terdiri dari buku-buku literatur, makalah, artikel, hasil penelitian, dan karya ilmiah lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

c. Bahan hukum tertier, yaitu bahan hukum yang memberi petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, yang terdiri dari :

¹¹ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif, Suatu Tinjauan singkat*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2003, hlm. 13.

1) Kamus Besar Bahasa Indonesia;

2) Kamus Inggris-Indonesia.

3. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Pengumpulan bahan hukum dalam penelitian kepustakaan ini dilakukan dengan cara studi dokumen, yaitu mempelajari, mengkaji, dan menelaah bahan-bahan hukum baik yang berupa bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, bahan hukum tertier.

4. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang digunakan dalam mencari jalan keluar bagi masalah yang diteliti dalam penulisan skripsi ini adalah :

a. Pendekatan perundang-undangan.

Penelitian hukum dalam level dogmatik hukum atau penelitian untuk keperluan praktik hukum dengan menggunakan legislasi dan regulasi.¹²

b. Pendekatan Konsep.

Penelitian dengan pandangan dan doktrin dikaitkan dengan peraturan perundang-undangan terkait.

5. Analisis Bahan Hukum

Metode analisis bahan hukum yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan dianalisis secara kualitatif dengan langkah-langkah sebagai berikut :

¹² Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Ctk. Keenam, Kencana, Jakarta, 2010, hlm. 96-97.

- a. Bahan-bahan hukum yang diperoleh dari penelitian diklasifikasikan sesuai dengan permasalahan dalam penelitian;
- b. Hasil klasifikasi selanjutnya disistematisasikan;
- c. Bahan hukum yang telah disistematisasikan selanjutnya dianalisis untuk dijadikan dasar dalam mengambil keputusan.

F. Sistematika Penulisan

Bab I adalah pendahuluan yang meliputi. Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan sistematika penulisan. Isi dalam bab ini belum menyentuh kepada masalah pokok analisis akan tetapi hanya sebatas konstruksi cara penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam melakukan penelitian.

Bab II adalah kajian teoritis yang berguna sebagai acuan untuk melakukan pembahasan terhadap pokok-pokok permasalahan yang berkaitan dengan tinjauan umum mengenai Pengertian e-commerce, keterkaitan e-commerce dengan syarat sahnya perjanjian sesuai pasal 1320, pengertian dan hak serta tanggungjawab pelaku usaha, pengertian dan hak serta tanggung jawab konsumen, lembaga sertifikasi keandalan, akibat hukum pelaku usaha yang tidak sesuai ketentuan hukum lembaga sertifikasi yang berkaitan dengan transaksi secara online, langkah-langkah hukum yang dapat ditempuh terhadap pelaku usaha yang tidak menjalankan ketentuan hukum lembaga sertifikasi yang berkaitan dengan transaksi secara online.

Bab III adalah Analisis mengenai judul skripsi dan menjawab rumusan masalah.

Bab IV adalah Penutup berisi kesimpulan dan saran.