

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi dan informasi akhir-akhir ini, membawa banyak perubahan dalam dunia bisnis. Salah satu bentuk perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis adalah munculnya sistem transaksi baru yang disebut *e-commerce (electronic commerce)* atau transaksi elektronik. *E-commerce* merupakan model bisnis terbaru yang lebih praktis, melalui media internet, dan tidak menghadirkan pelaku bisnis secara fisik (*non-face*), serta tidak menggunakan tanda tangan asli (*non-sign*).

*E-commerce* juga membawa perubahan terhadap para pelaku bisnis yang selama ini menjalankan usahanya di dunia nyata (*real*), kemudian mengembangkan usaha tersebut ke dunia maya (*virtual*). Perubahan ini ditandai dengan munculnya berbagai “*online shop*” dalam situs-situs internet. Dalam sistem ini, pelaku usaha memasang iklan produk yang dijual pada internet, dan konsumen yang tertarik dengan produk tersebut selanjutnya menghubungi pelaku usaha yang bersangkutan untuk melakukan kesepakatan jual beli, termasuk mengenai cara pengiriman barang dan cara pembayaran. Perubahan drastis ini jelas mempengaruhi gaya hidup manusia yang semula dari alam nyata beralih ke dunia maya. Berbelanja di *online shop* dirasakan lebih mudah dan praktis untuk sebagian besar orang.

Menurut Dr. Hj. Endang Purwaningsih, “secara umum *e-commerce* dapat didefinisikan kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumer*), manufaktur (*manufactures*), *service providers*, dan pedagang perantara (*intermediateries*), dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*komputer network*), yaitu internet.”<sup>1</sup>

Pendapat di atas hampir sama dengan definisi transaksi elektronik yang diatur dalam Pasal 1 ayat (2) Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang dirumuskan sebagai berikut : ”Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya.”<sup>2</sup>

Pengertian transaksi *e-commerce* sebagaimana diuraikan di atas sangat luas karena mencakup semua perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan jaringan komputer atau media internet. Oleh karena itu, untuk membedakannya maka transaksi *e-commerce* dibagi menjadi dua jenis, berdasarkan karakteristiknya yakni:

1. “*Business to Business*, karakteristiknya :
  - a. *Trading partners* yang sudah saling mengetahui dan antara mereka sudah terjalin hubungan yang cukup lama.
  - b. Pertukaran data dilakukan secara berulang-ulang dan berkala dengan format data yang telah disepakati bersama.
  - c. Salah satu pelaku tidak harus menunggu rekan lainnya untuk mengirimkan data.
  - d. Model yang umum digunakan adalah *peer to peer*, di mana *processing intelligence* dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis.
2. *Business to Consumer*, karakteristiknya :
  - a. Terbuka untuk umum, di mana informasi disebarakan untuk umum.

---

<sup>1</sup> Dr.Hj.Endang Purwaningsih,S.H.,M.Hum.,2010.*Hukum Bisnis*, Ghalia Indonesia,Bogor, hlm 57.

<sup>2</sup>Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, 2008, Andi Offset, LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 2008 NOMOR 58., hlm 3.

- b. *Service* yang digunakan bersifat umum sehingga dapat digunakan oleh orang banyak.
- c. *Service* yang digunakan berdasarkan permintaan.
- d. Sering dilakukan sistem pendekatan *client server*.<sup>3</sup>

Berdasarkan perbedaan di atas, dapat dilihat bahwa transaksi *e-commerce* tidak hanya berkaitan dengan perbuatan hukum yang dilakukan antara pelaku usaha yang satu dengan pelaku usaha yang lain (*business to business*), namun juga mencakup perbuatan hukum yang dilakukan antara pelaku usaha dengan konsumen (*business to consumer*). Sebagai contoh perbuatan hukum *business to business* adalah perjanjian kerjasama antara dua pelaku usaha atau lebih melalui media internet untuk memproduksi dan memasarkan suatu barang (produk) tertentu, sedangkan contoh hubungan *business to consumer* adalah perjanjian jual beli antara pelaku usaha dan konsumen melalui internet dengan obyek tertentu yang dapat berupa barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan tertentu.

Fokus penelitian ini adalah transaksi *e-commerce* dalam hubungan antara *Business to Consumer* (B2C), yakni hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen, dengan menekankan perlindungan bagi konsumen terhadap tindakan wanprestasi pelaku usaha.

Perlindungan hukum terhadap konsumen merupakan hal yang penting mengingat posisi tawar konsumen yang lemah dalam suatu hubungan bisnis. Lemahnya posisi tawar pada konsumen dapat disebabkan oleh beberapa hal, antara lain kurangnya wawasan konsumen serta kurang berfungsinya aparat penegak hukum. Aparat penegak hukum masih lemah

---

<sup>3</sup>[jurnal-sdm.blogspot.com/2009/08/e-commerce-definisi-jenis-tujuan.html](http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/08/e-commerce-definisi-jenis-tujuan.html).

dalam mengawasi penerapan peraturan dalam rangka melindungi hak-hak konsumen.

Perlindungan hukum terhadap konsumen itu sendiri dilaksanakan berdasarkan asas-asas perlindungan konsumen sebagaimana yang telah diatur dalam Pasal 2 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang dirumuskan sebagai berikut “Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.”<sup>4</sup> Asas-asas tersebut ditempatkan sebagai dasar baik dalam merumuskan peraturan perundang-undangan maupun dalam berbagai kegiatan yang berhubungan dengan perlindungan terhadap konsumen.

Konsep perlindungan konsumen, di satu sisi, berkaitan erat dengan perlindungan atas hak-hak konsumen. Hak-hak konsumen tersebut telah diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang dirumuskan sebagai berikut :

- 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 mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;

---

<sup>4</sup> Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 1999 NOMOR 42.

- g) Hak untuk diperlakukan dan 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.”<sup>5</sup>

Di sisi lain, perlindungan hukum terhadap konsumen juga berhubungan dengan pelaksanaan kewajiban pelaku usaha. Kewajiban-kewajiban pelaku usaha tersebut juga telah diatur dalam Pasal 7 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, sebagai berikut :

- 1) “Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- 2) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
- 3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 4) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- 5) Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- 6) Memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.”<sup>6</sup>

Pengawasan terhadap pelaksanaan kewajiban pelaku usaha tersebut harus ditingkatkan, dengan demikian hak-hak konsumen akan mudah terpenuhi, karena kewajiban pelaku usaha merupakan hak bagi konsumen.

Namun pada kenyataannya, hak-hak konsumen sering diabaikan oleh

---

<sup>5</sup>Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, .op.cit., hlm 5.

<sup>6</sup>Ibid.

pelaku usaha, dengan kata lain, pelaku usaha belum melakukan kewajibannya kepada konsumen dengan baik. Kelalaian pelaku usaha tersebut dapat tercermin dalam tindakan wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam perjanjian dengan konsumen.

Tindakan wanprestasi atau ingkar janji / tidak memenuhi prestasi dapat berupa 4 macam, yaitu :

- 1) “Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukannya;
- 2) Melaksanakan apa yang dijanjikannya, tetapi tidak sebagaimana yang dijanjikan;
- 3) Melakukan apa yang dijanjikan tetapi terlambat;
- 4) Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya.”<sup>7</sup>

Keempat jenis tindakan wanprestasi tersebut dalam kenyataannya juga sering terjadi, dalam praktek jual beli melalui transaksi *e-commerce*. Misalnya setelah menerima pembayaran, pelaku usaha tidak melakukan pengiriman barang, pelaku usaha mengirim barang yang tidak sesuai dengan iklannya, atau pelaku usaha terlambat mengirim barang kepada konsumen serta berbagai contoh tindakan wanprestasi lainnya. Untuk lebih jelas dapat dilihat dalam contoh kasus yang merupakan hasil wawancara penulis dengan beberapa konsumen *e-commerce* sebagai berikut :

- 1) Johannes Silviano  
“Dalam kasus ini konsumen merasa dirugikan ketika konsumen membeli sebuah produk jaket di internet yang pada saat barang diterima ternyata bahan barang tersebut berbeda dengan yang dipesan oleh konsumen. Konsumen sudah melakukan komplain namun tidak mendapat respon positif dari pelaku usaha yang bersangkutan.”<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup>Dr.Hj.Endang Purwaningsih., Op.Cit. hlm. 69

<sup>8</sup>Wawancara pada tanggal 13 November 2012

2) Valentino Masan

“Dalam kasus ini konsumen dirugikan dalam hal keterlambatan pengiriman barang oleh pelaku usaha *e-commerce*. Konsumen ini tidak melakukan komplain.”<sup>9</sup>

3) Intan Linda Cahyani Sinaga

“Dalam kasus ini, konsumen melakukan transaksi *e-commerce* yang perjanjiannya adalah barang akan dikirim melalui jasa pengiriman JNE sehingga harganya lebih mahal. Namun pada saat pengiriman barang, pelaku usaha tersebut mengirimkan barang melalui pos biasa yang biayanya relatif lebih murah dan jangka waktu yang lebih lama. Konsumen telah berusaha komplain namun pelaku usaha yang bersangkutan tidak menanggapi keluhan konsumen dengan baik.”<sup>10</sup>

Berdasarkan beberapa contoh kasus di atas, dapat dilihat bahwa pelaku usaha yang melakukan wanprestasi tidak bertanggung jawab atas kerugian yang telah dialami oleh konsumen. Pelaku usaha tersebut terkesan mengabaikan hak-hak konsumen. Hal ini jelas bukan perkara sepele, mengingat kerugian yang dialami oleh konsumen bukan dalam jumlah yang sedikit.

Pada kenyataannya, tidak semua pelaku usaha bersikap seperti itu. Ada juga pelaku usaha yang mau bertanggung jawab atas kerugian konsumen. Hal tersebut dilakukan melalui beberapa cara, antara lain, mengganti barang yang rusak dengan barang baru yang sesuai dengan keinginan konsumen, mengembalikan uang konsumen, atau ganti rugi.

---

<sup>9</sup>Wawancara pada tanggal 13 November 2012

<sup>10</sup>Wawancara pada tanggal 13 November 2012

Namun, yang menjadi pertanyaan adalah apakah dengan melakukan hal-hal tersebut sudah cukup untuk membayar kerugian yang dialami oleh konsumen ? Pertanyaan ini jelas harus dicermati, mengingat dalam hal pertanggung jawaban dengan cara mengganti barang yang rusak dengan barang baru biasanya memakan waktu yang cukup lama, dan jangka waktu yang lama tersebut merupakan salah satu hal yang merugikan konsumen. Berhubung dengan hal tersebut, penulis telah mewawancarai seorang konsumen, yaitu Maria Renha Rosari Putri Dore, dan hasil wawancaranya adalah sebagai berikut :

“Dalam kasus ini konsumen membeli sebuah produk sepatu di internet. Setelah barang diterima ternyata ukuran sepatu yang dikirim berbeda dengan ukuran yang dipesan oleh konsumen. Konsumen melakukan komplain kepada pelaku usaha, dan oleh pelaku usaha tersebut konsumen diminta untuk mengirim barang yang salah tersebut kepada pelaku usaha untuk diganti dengan sepatu yang sesuai dengan ukuran konsumen. Kerugiannya adalah jangka waktu yang lama dalam pengiriman barang yang diganti tersebut.”<sup>11</sup>

Contoh-contoh kasus di atas merupakan sebagian kecil dari kasus-kasus wanprestasi pelaku usaha terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce*. Konsumen harus lebih teliti dalam melakukan perjanjian jual beli dalam transaksi *e-commerce*, baik dalam hal informasi tentang suatu produk maupun dalam hal cara pembayaran yang disepakati dengan pelaku usaha.

Berdasarkan uraian contoh kasus di atas, dapat disimpulkan bahwa penggunaan teknologi informasi dalam *e-commerce* belum sesuai dengan tujuan pemanfaatan teknologi informasi dan transaksi elektronik, yang

---

<sup>11</sup>Wawancara pada tanggal 23 November 2013



diatur dalam pasal 4 Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang dirumuskan sebagai berikut :

“Pemanfaatan teknologi informasi dan transaksi elektronik dilaksanakan dengan tujuan untuk :

- a. mencerdaskan kehidupan bangsa sebagai bagian dari masyarakat informasi dunia;
- b. mengembangkan perdagangan dan perekonomian nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat;
- c. meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan publik;
- d. membuka kesempatan seluas-luasnya kepada setiap Orang untuk memajukan pemikiran dan kemampuan di bidang penggunaan dan pemanfaatan Teknologi Informasi seoptimal mungkin dan bertanggung jawab; dan
- e. memberikan rasa aman, keadilan, dan kepastian hukum bagi pengguna dan penyelenggara Teknologi Informasi.”<sup>12</sup>

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di atas, penulis merasa perlindungan hukum bagi konsumen terhadap tindakan wanprestasi pelaku usaha dalam transaksi *e-commerce* ini merupakan topik yang perlu diteliti lagi. Penulis berharap, penulisan hukum ini dapat menjadi salah satu sumber informasi bagi pihak-pihak yang berkaitan dengan hukum perlindungan konsumen, khususnya dalam transaksi *e-commerce*, yakni konsumen, pelaku usaha serta pemerintah sebagai aparat penegak hukum, untuk mengetahui sejauh mana hukum perlindungan konsumen itu diterapkan dalam masyarakat. Dengan demikian, pihak-pihak tersebut dapat mengambil langkah selanjutnya dalam rangka menindak-lanjuti kasus kerugian konsumen akibat tindakan wanprestasi oleh pelaku usaha dalam transaksi *e-commerce* yang masih sering terjadi.

---

<sup>12</sup> Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.,op.,cit hlm. 5.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* apabila pelaku usaha melakukan wanprestasi?
2. Apa saja bentuk pertanggung-jawaban dari pelaku usaha yang telah melakukan wanprestasi terhadap pihak konsumen yang dirugikan dalam transaksi *e-commerce* ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* khususnya terhadap tindakan wanprestasi dari pelaku usaha.
2. Untuk mengetahui bentuk-bentuk pertanggung-jawaban dari pelaku usaha yang telah melakukan wanprestasi terhadap konsumen yang dirugikan dalam transaksi *e-commerce*.

## **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis.

Hasil penelitian ini akan digunakan bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang hukum perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce*, juga untuk menambah wawasan penulis dan pembaca tentang bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi elektronik.

## 2. Manfaat Praktis.

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat berguna bagi masyarakat umum khususnya pihak yang terkait dengan transaksi *e-commerce* yakni pihak konsumen agar lebih berhati-hati lagi dalam melakukan transaksi *e-commerce*. Selain itu juga diharapkan dapat menyadarkan para pelaku usaha yang beritikad buruk agar tidak mengulangi perbuatannya lagi.

## E. Keaslian Penelitian

Ada beberapa karya ilmiah yang mirip dengan judul yang saya teliti, antara lain :

Yang pertama adalah karya ilmiah dengan judul *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Transaksi E-Commerce*, yang ditulis oleh Obbie Octonius Pada Hutapea (0305 08197), dari Fakultas Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Karya ilmiah ini membahas perlindungan konsumen dalam transaksi *E-commerce* dari sudut pandang Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memperoleh data

mekanisme transaksi elektronik, serta data penyelesaian sengketa yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Kedua, karya ilmiah Nur 'Azizatil 'Ajibah ( 97382825 ), Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang berjudul *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Melalui E-Commerce ( Tinjauan Hukum Islam )*. Karya ilmiah ini mengkaji perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* dari sudut pandang Hukum Islam. Dari aspek perkembangan teknologi, bahwa *e-commerce* telah mempunyai infrastruktur untuk menjamin dan melindungi konsumen dalam melakukan transaksi. Dari aspek yuridis, bahwa belum ada undang-undang internasional yang secara spesifik membahas tentang *e-commerce* ini. Etika dan moral dalam transaksi ini menjadi bagian terpenting bagi penjual yang menawarkan produknya, sehingga akan menimbulkan kepercayaan dan jaminan perlindungan terhadap konsumen, termasuk cara penjual memasarkan produk, system pemajangan barang di internet, dan mekanisme jual-belinya yang dilengkapi dengan system keamanannya. Hukum Islam telah menyebutkan beberapa prinsip yang menjadi tolok ukur etika dan moral dalam perdagangan.

Ketiga, karya ilmiah dengan judul *Pembuktian Hukum dalam Kontrak Jual Beli Melalui Transaksi Elektronik*, yang ditulis oleh Elysa Sinaga (0705 09738), Fakultas Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pembuktian hukum

dalam kontrak jual beli transaksi elektronik apabila terjadi sengketa. Hasil penelitian membuktikan bahwa pembuktian hukum dalam kontrak jual-beli transaksi elektronik didasarkan pada ketentuan yang terdapat dalam UU ITE, yang merupakan Lex specialis dari HIR.

Bahwa karya ilmiah yang berjudul “Perlindungan Konsumen terhadap Tindakan Wanprestasi Pelaku Usaha dalam Transaksi *E-commerce*” ini merupakan karya asli penulis dan bukan merupakan duplikasi ataupun plagiasi dari hasil karya penulis lain. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya perbedaan perumusan masalah yang akan dikaji. Karya ilmiah ini mengkaji tentang bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce* apabila pelaku usaha melakukan wanprestasi serta apa saja bentuk pertanggungjawaban dari pelaku usaha yang telah melakukan wanprestasi terhadap pihak konsumen yang dirugikan dalam transaksi *e-commerce*.

#### **F. Batasan Konsep**

1. Perlindungan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti hal atau perbuatan memperlindungi.
2. Konsumen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan transaksi jual beli barang dan/atau jasa melalui *e-commerce*.
3. Perlindungan konsumen adalah upaya untuk melindungi kepentingan – kepentingan konsumen agar tidak terjadi kerugian pada pihak

konsumen akibat wanprestasi pelaku usaha dalam transaksi *e-commerce*.

4. Wanprestasi menurut Salim H.S adalah “tidak memenuhi atau lalai melaksanakan kewajiban sebagaimana yang ditentukan dalam perjanjian yang dibuat antara kreditur dengan debitur.”<sup>13</sup>
5. Pelaku usaha yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pelaku usaha yang menjalankan usahanya melalui media internet. (*E-commerce*)
6. Transaksi *e-commerce* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah hubungan antara *Business to Consumer (B2(C))* yang merupakan satu transaksi bisnis secara elektronik, khususnya yang dilakukan melalui media internet, oleh pelaku usaha dan pihak konsumen untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu, yang obyeknya dapat berupa barang dan jasa baik dalam bentuk berwujud maupun dalam bentuk elektronik atau digital yang telah siap digunakan atau dikonsumsi.

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian.**

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian hukum normatif. Penelitian ini berfokus pada norma hukum positif berupa peraturan perundang-undangan tentang Perlindungan konsumen terhadap tindakan wanprestasi pelaku usaha dalam transaksi *e-commerce*.

---

<sup>13</sup>Salim H.S,2003,*Hukum Kontrak*,Sinar Grafika, Jakarta, Hlm 98.

Penelitian ini memerlukan data sekunder sebagai data utama. Penelitian hukum normatif ini dilakukan dengan cara mendeskripsikan hukum positif, pendapat hukum dan fakta hukum dalam literatur, hasil penelitian, surat kabar, dan internet.

## 2. Sumber Data.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yang terdiri dari :

- a. Bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang perlindungan konsumen terkait dengan tindakan wanprestasi pelaku usaha dalam transaksi *e-commerce*, yang terdiri dari :

- 1) Undang-Undang Dasar Tahun 1945 pasal 28 D ayat (1) yang mengatur tentang setiap orang berhak atas jaminan, perlindungan, dan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang sama di hadapan hukum;
- 2) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata ( KUHPerdata ) Pasal 1320 yang mengatur syarat sahnya perjanjian adalah sepakat mereka yang mengikatkan dirinya, kecakapan untuk membuat suatu perikatan, suatu hal tertentu, suatu sebab yang halal, dan Pasal 1338 ayat (1) yang mengatur mengenai semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya;

3) Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 4 huruf c yang mengatur tentang hak konsumen atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; dan Pasal 7 huruf a yang mengatur mengenai kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;

4) Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 17 ayat (2) yang mengatur tentang para pihak yang melakukan Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib beritikad baik dalam melakukan interaksi dan/atau pertukaran Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik selama transaksi berlangsung.

b. Bahan hukum sekunder yang berupa pendapat hukum dan non hukum, asas-asas hukum, dan faktahukum yang diperoleh dari buku, Kamus Besar Bahasa Indonesia, tesis, artikel, jurnal, serta internet dan wawancara dengan narasumber.

### 3. Cara Pengumpulan Data.

a. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif yang metode pengumpulan datanya adalah dengan melakukan studi kepustakaan, yakni dengan mempelajari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.



- b. Dalam penelitian ini, selain melakukan studi kepustakaan, juga disertai wawancara dengan narasumber yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan secara terbuka.

#### 4. Metode Analisis.

- a. Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan metode deskriptif. Mula-mula data diatur dan disusun secara sistematis agar menjadi kesatuan peristiwa yang utuh sehingga dapat dipelajari secara mendalam. Hasil analisis data merupakan gambaran dan penjelasan yang sistematis tentang data atau informasi obyek penelitian, selanjutnya hasil analisis data mengenai obyek penelitian tersebut akan diambil kesimpulannya.
- b. Bahan hukum sekunder yang berupa pendapat hukum dan non hukum, asas-asas hukum, dan fakta hukum yang diperoleh dari buku, Kamus Besar Bahasa Indonesia, tesis, jurnal, artikel, internet, dan pendapat narasumber tentang perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* terkait tindakan wanprestasi pelaku usaha, akan dideskripsikan dan dicari persamaan dan perbedaan pendapatnya.

#### 5. Proses Berpikir

Dalam penarikan kesimpulan, proses berpikir yang digunakan adalah secara deduktif, yaitu bertolak dari proposisi umum yang telah diyakini kebenarannya yaitu peraturan perundang-undangan yang

berhubungan dengan Perlindungan Konsumen dalam Transaksi *E-commerce* berakhir pada kesimpulan berupa pengetahuan baru yang bersifat khusus yaitu Mengetahui bagaimana Perlindungan Konsumen terhadap Tindakan Wanpretasi Pelaku Usaha dalam melakukan Transaksi *E-commerce*.

## **H. Sistematika Penulisan Hukum**

### **BAB I PENDAHULUAN :**

Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Keaslian Penelitian, Batasan Konsep dan Sistematika Penulisan Hukum.

### **BAB II PEMBAHASAN**

#### **A. PERLINDUNGAN KONSUMEN**

1. Sejarah Perlindungan Konsumen
2. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

#### **B. TINDAKAN WANPRESTASI PELAKU USAHA**

1. Jenis-Jenis Tindakan Wanprestasi Pelaku Usaha
2. Prinsip-prinsip Pertanggungjawaban Pelaku Usaha

#### **C. TRANSAKSI *E-COMMERCE***

1. Pengertian Transaksi *E-commerce*
2. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Apabila Terjadi Wanprestasi Oleh Pelaku Usaha Dalam *E-Commerce*

3. Pertanggungjawaban Pelaku Usaha yang Melakukan Wanprestasi  
dalam *E-Commerce*

BAB III PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

