

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pada era sekarang penggunaan internet dapat dikatakan sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia secara luas, bahkan di seluruh dunia. Pada era ini yang serba digital internet sangat diperlukan, hingga manusia pun bergantung pada nya. Masyarakat modern saat ini sangat bergantung dengan internet dikarenakan banyak sisi kegiatan dalam kehidupan yang dilakukan dengan teknologi, terutama teknologi internet. Ketergantungan internet ini tidak hanya menjangkit remaja dan anak muda saja melainkan para orang tua pun sudah banyak yang ketergantungan dan kecanduan menggunakan internet. Hal ini dikarenakan internet memberikan sejuta kemudahan dalam hidup, salah satunya adalah kegiatan berbelanja yang bisa dilakukan dari rumah dan tidak perlu bertatap muka dengan penjual. Perkembangan internet sudah merajalela, namun masih banyak orang yang belum dapat memakai atau mengaksesnya, karena belum memiliki sarana untuk mengakses dan minim pengetahuan dalam mengoperasikan komputer maupun gadget.

Dalam dunia perkembangan internet saat ini, hampir segala jenis produk kebutuhan maupun *fashion* dapat diperdagangkan melalui internet. Tidak hanya melalui aplikasi khusus tapi banyak juga orang yang menawarkan produknya melalui sosial media seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan lain-lain. Kegiatan jual beli ini harga yang ditawarkan biasanya ditambah dengan ongkos

kirim, sesuai dengan daerah masing-masing pembeli. Banyak juga yang memberikan diskon atau bahkan gratis ongkir (ongkos kirim) dengan syarat tertentu yang diberlakukan oleh penjual. Dalam jual beli melalui internet ini, konsumen hanya perlu melihat foto atau gambar yang tertera mengenai produk yang ditawarkan dan deskripsi mengenai penjelasan barang yang dijual, memilih yang diinginkan lalu mememesannya melalui *chat* atau dengan langsung men *check out* barang yang dibeli. Pembeli memberikan alamat lengkap dan identitasnya ke dalam form yang telah disediakan dalam media *online* jual beli tersebut.

Kegiatan jual beli *online* atau transaksi ekonomi *online* kini telah di padukan dengan teknologi internet yang kemudian sering di sebut *e-commerce*. *E-commerce* sebagaimana diatur dalam UU No. 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi elektronik pada Pasal 1 angka 2. <sup>1</sup>*E-commerce* atau transaksi *online* merupakan bisnis atau usaha dalam bentuk *online* yang tidak menghadirkan pelaku usaha secara fisik atau nyata. Tentu dengan adanya bentuk usaha seperti ini dapat di katakan lebih mudah secara akses dan pengaturannya. Ketika usaha *online* ini sudah merebak dan berkembang, jarak bukan lah sebuah hambatan untuk pelaku usaha mengibarkan sayap bisnisnya, karena para pelaku usaha dapat menawarkan dan melakukan transaksi tanpa harus bertemu secara tatap muka.

---

<sup>1</sup> Ambar Wariati, 2014, “E-commerce Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen”, Jurnal Ekonomi & Bisnis, Vol. 1. No. 2 ISSN : 2252 – 7885, STIE-AUB, hlm. 1.

*E-commerce* pada dasarnya sama seperti transaksi biasa atau transaksi secara konvensional. Letak perbedaannya adalah pada cara atau alur prosesnya. Pada transaksi elektronik perjanjian dilakukan melalui suatu *platform* dengan menggunakan jaringan internet dan tidak diperlukan adanya pertemuan antara pelaku usaha dan konsumen.<sup>2</sup> Perlu diketahui bahwa dalam transaksi melalui teknologi internet ini, konsumen berada di pihak yang lemah, karena tidak terjadinya tatap muka antara pelaku usaha dan konsumen dan tidak bisa melihat secara langsung barang yang akan dibeli, maka dapat terjadi kekecewaan konsumen ketika barang yang diterima tidak sesuai dengan foto produk yang diiklankan atau deskripsinya. Maka dalam transaksi elektronik memuat beberapa unsur yang harus dipenuhi. Pasal 48 ayat (3) Peraturan Pemerintah No. 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, menyebutkan kontrak elektronik paling tidak harus memuat (a) data identitas para pihak; (b) objek dan spesifikasi; (c) persyaratan transaksi elektronik; (d) harga dan biaya; (e) prosedur dalam hal terdapat pembatalan oleh para pihak; (f) ketentuan yang memberikan hak kepada pihak yang dirugikan untuk dapat mengembalikan barang dan/atau meminta penggantian produk jika terdapat cacat tersembunyi; dan (g) pilihan hukum penyelesaian transaksi elektronik.

Permasalahan-permasalahan yang kerap kali muncul dalam transaksi elektronik adalah adanya ketidaksesuaian produk dengan deskripsi atau spesifikasi yang diterangkan oleh pelaku usaha dalam *platform* media *online*. Sebagai konsumen kita tidak dapat memeriksa secara langsung kondisi barang

---

<sup>2</sup> *Ibid.*, hlm. 3.

yang akan kita beli, apakah layak atau tidak dan sesuai atau tidak. Pihak *platform* sendiri dalam hal ini PT Shopee Indonesia sendiri juga tidak meneliti secara detail dan menyeluruh mengenai barang yang akan dijual oleh pelaku usaha dalam *platform*, dengan barang asli dari produk yang ditawarkan di *platform*-nya. PT Shopee Indonesia sendiri dalam Terms and Conditionsnya tidak mengatur secara jelas bagaimana aturan alur dalam penyelesaian sengketa ketidaksesuaian produk tersebut.

Berdasarkan permasalahan di atas, masih banyak konsumen yang belum memahami bagaimana alur penggantian kerugian apabila terjadi ketidaksesuaian terhadap produk yang dibelinya melalui transaksi jual beli *online* di PT. Shopee Indonesia, terutama apabila pelaku usaha yang menjual produk salah tersebut tidak merespon saat dimintai pertanggungjawaban atas kesalahannya dalam mengirim produk. Konsumen yang ingin mendapatkan hak atas perlindungan konsumen pada dasarnya membutuhkan pendampingan dan saran atau masukan untuk menyelesaikan sengketa ketidaksesuaian produk yang dialaminya, dalam hal ini untuk mengajukan tuntutan kepada pelaku usaha melalui PT Shopee Indonesia dikaitkan dengan *Terms and Condition* dari PT Shopee Indonesia. Maka dalam penelitian ini diupayakan supaya dapat memperjelas bagaimana penggantian kerugian berkaitan ketidaksesuaian produk dalam transaksi jual beli *online* oleh PT. Shopee Indonesia, terutama ketika *seller* atau pelaku usaha tidak merespon konsumen yang mengalami kerugian atas barang tidak sesuai yang dibeli dari tokonya.

Salah satu lembaga perlindungan konsumen yang bertugas untuk menyelesaikan persoalan konsumen adalah Lembaga Konsumen Yogyakarta (LKY). LKY membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen; melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen. Penyelesaian dan pelaksanaan ganti rugi bagi konsumen berkaitan dengan ketidaksesuaian produk dalam transaksi jual beli *online* di aplikasi Shopee Indonesia dapat dilakukan melalui LKY dengan cara konsumen melaporkan pengaduan langsung ke LKY, sehingga persoalan dapat dibantu penyelesaiannya.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dalam penulisan hukum ini rumusan masalahnya adalah Bagaimana pelaksanaan ganti rugi bagi konsumen berkaitan dengan ketidaksesuaian produk dalam transaksi jual beli *online* di aplikasi Shopee Indonesia Melalui Lembaga Konsumen Yogyakarta?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tujuan dari penulisan hukum ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan ganti rugi bagi konsumen berkaitan dengan ketidaksesuaian produk dalam transaksi jual beli *online* di aplikasi Shopee Indonesia Melalui Lembaga Konsumen Yogyakarta.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat secara teoritis untuk bidang hukum khususnya untuk bidang hukum tentang perjanjian jual beli antara pelaku usaha dan konsumen, serta hukum perlindungan konsumen mengenai penggantian kerugian dan peran perusahaan *e-commerce* apabila terjadi ketidaksesuaian produk dalam transaksi jual beli *online*.

## 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

- a. Perusahaan *E-commerce*, diharapkan agar dapat lebih memperhatikan konsumen dalam hal penggantian kerugian atas ketidaksesuaian barang agar dapat membuat kebijakan yang lebih tegas mengenai aturan dan hukum untuk melindungi konsumen secara luas.
- b. Bagi para pelaku usaha atau penjual, diharapkan agar dapat lebih memperhatikan mengenai hak-hak dan kewajiban masing-masing pelaku usaha maupun dari sisi konsumen, agar tercipta suatu keseimbangan dalam aktivitas jual beli.
- c. Bagi para konsumen, agar lebih mengerti dan luas wawasan mengenai apa hak-hak dan kewajibannya sebagai konsumen dan lebih mawas diri dalam melakukan aktivitas jual beli melalui situs elektronik *online* (*E-commerce*).
- d. Masyarakat, untuk menambah wawasan bagi masyarakat umum mengenai penyelesaian penggantian kerugian yang dapat dilakukan oleh PT. Shopee Indonesia

ketika terjadi ketidaksesuaian produk yang di alami oleh konsumen dalam transaksi jual beli *online*.

- e. Penulis, untuk meningkatkan pemahaman serta kemampuan penulis dalam bidang hukum perlindungan konsumen dan hukum teknologi informasi terkait penggantian kerugian atas ketidaksesuaian produk yang dialami konsumen dalam transaksi jual beli *online*.

#### **E. Keaslian Penelitian**

Penulisan penelitian ini merupakan asli hasil karya sendiri tanpa ada unsur kesengajaan dalam meniru, memplagiasi atau menjiplak karya orang lain dengan tema dan isi yang sama. Sebagai pembanding, terdapat 3 skripsi dengan tema yang sama yaitu sebagai berikut :

1. Zain Ma'ruf Yasin, 11340078, Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2018, menulis skripsi dengan judul "Pelaksanaan Perlindungan Konsumen Jual Beli *Online* Di Lembaga Konsumen Yogyakarta". Rumusan masalah dari skripsi tersebut adalah (1) Bagaimanakah pelaksanaan perlindungan konsumen jual beli *online* di Lembaga Konsumen Yogyakarta?; (2) Apakah perlindungan konsumen jual beli *online* di Lembaga Konsumen Yogyakarta sudah sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?

Hasil penelitian milik Zain Ma'ruf Yasin adalah sebagai berikut:  
Hasil dari penelitian yang penyusun dapatkan dari lapangan adalah perlindungan yang diberikan oleh LKÝ kepada konsumen jual beli *online*

dilakukan melalui tiga cara yakni pendidikan, konsultasi, dan advokasi. Pendidikan dilakukan oleh LKY sebagai upaya untuk memberdayakan konsumen agar mengerti terhadap hak-hak yang dimilikinya. Konsultasi sebagai bentuk bantuan yang diberikan kepada konsumen yang berupa saran terhadap permasalahan yang terjadi. Advokasi adalah bantuan yang diberikan untuk membantu konsumen menyelesaikan masalahnya. Berdasarkan penelitian terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen jual beli *online* di LKY penyusun dapat menyimpulkan bahwa LKY sudah mampu memberikan perlindungan kepada konsumen jual beli *online* sesuai dengan tugasnya sebagai LPKSM sesuai dengan Pasal 44 ayat (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Namun terdapat beberapa hal yang harus lebih ditingkatkan khususnya pemberian bantuan oleh LKY kepada konsumen yang mengajukan gugatan, dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa LKY belum mampu secara maksimal memberikan bantuan serta perlindungan kepada konsumen yang memerlukan. Perlindungan yang diberikan oleh LKY terhadap konsumen jual beli *online* belum mampu memberikan hasil seperti yang diharapkan. Selain itu juga perlindungan konsumen dalam bidang pendidikan dan pemberdayaan konsumen perlu ditingkatkan lagi agar dapat menciptakan perlindungan konsumen secara maksimal sesuai dengan tujuan dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Letak perbedaannya adalah Jika Zain Ma'ruf Yasin menitikberatkan pada persoalan bagaimana cara dari Lembaga



Konsumen Yogyakarta memberikan pendidikan dan memberi wawasan bagi konsumen untuk mengerti apa saja hak-haknya sebagai konsumen, serta untuk memberdayakan konsumen agar dapat memanfaatkan haknya sebagaimana mestinya. Sedangkan skripsi penulis memfokuskan pada persoalan bagaimana pelaksanaan ganti rugi bagi konsumen yang mengalami ketidaksesuaian produk pada saat melakukan pembelian melalui e-commerce melalui LKY (Lembaga Konsumen Yogyakarta).

2. Bayu Adi Nugroho, C.100 090 073, Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2014, menulis skripsi dengan judul “ Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Dalam Perjanjian Jual Beli Melalui Internet (*E-commerce*) Studi Kasus di Distro Anyway Yogyakarta. Rumusan masalah dari skripsi tersebut adalah : Pertama, bagaimana bentuk dan isi dari Perjanjian jual beli melalui Internet di Distro Anyway Yogyakarta? Kedua, bagaimana perlindungan Hukum terhadap konsumen pada saat perjanjian Jual beli dilakukan secara On line di Distro Anyway Yogyakarta? Ketiga, apakah Hambatanhambatan yang dihadapi dalam hal perlindungan terhadap konsumen dalam melakukan perjanjian jual beli melalui internet (*e-commerce*) di Distro Anyway Yogyakarta?

Hasil penelitian milik Bayu Adi Nugroho aalah sebagai berikut : Berdasarkan pembahasan terhadap hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Undang-undang perlindungan konsumen No 8 Tahun 1999 belum dapat melindungi konsumen dalam transaksi *e-commerce* karena keterbatasan pengertian pelaku usaha yang hanya khusus berada di

wilayah negara Republik Indonesia. Dan keterbatasan akan hak-hak konsumen yang diatur dalam undang-undang tersebut. Dalam skripsi milik Bayu Adi Nugroho menekankan atau menitikberatkan pada bagaimana isi dalam perjanjian jual-beli *online* dan kesesuaian substansi dalam undang-undang dengan kenyataan yang terjadi, sedangkan skripsi penulis menekankan mengenai bagaimana pelaksanaan ganti rugi bagi konsumen yang mengalami ketidaksesuaian produk pada saat melakukan pembelian melalui *e-commerce* melalui LKY (Lembaga Konsumen Yogyakarta).

3. Ajeng Putri Arum Larasati, 02011381419321, Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya Palembang, 2018, menulis skripsi dengan judul “ Perlindungan Hukum bagi Konsumen Dalam Perjanjian *E-commerce* yang Mencantumkan Klausula Baku Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.” Rumusan masalah dari skripsi tersebut adalah : (1) Apakah pencantuman klausula baku pada perjanjian *e-commerce* diperbolehkan dalam ketentuan-ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen? ; (2) Bagaimanakah perlindungan hukum bagi konsumen dalam perjanjian *e-commerce* yang mencantumkan klausula baku ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen?.

Hasil penelitian milik Ajeng Putri Arum Larasati adalah sebagai berikut: Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pencantuman klausula baku diperbolehkan jika dilihat dari ketentuan Pasal 1320 j.o Pasal 1338

KUH Perdata, namun ketentuan mengenai bagaimana suatu klausula baku diperbolehkan untuk dicantumkan terdapat dalam ketentuan Pasal 18 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang di mana memberikan batasan-batasan aturan mengenai pencantuman klausula baku. Namun dalam praktiknya masih terdapat pelaku usaha yang di mana memiliki posisi ekonomi yang kuat dan pada umumnya lebih sering membuat klausula baku lalu mencantumkan klausula baku tersebut tanpa mengindahkan ketentuan Pasal 18 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen maka diperlukan suatu upaya perlindungan hukum bagi pihak yang memiliki posisi ekonomi yang lemah atau yang biasanya dipegang oleh konsumen. Konsumen perlu mendapatkan upaya perlindungan hukum baik upaya perlindungan hukum preventif dan upaya perlindungan hukum represif untuk mempertahankan atau membela hak-haknya apabila dirugikan oleh pihak pelaku usaha. Dalam skripsi milik Ajeng Putri Arum Larasati menekankan atau menitikberatkan pada penerapan klausula baku yang berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, sedangkan skripsi penulis menekankan mengenai bagaimana pelaksanaan ganti rugi terhadap konsumen yang mengalami ketidaksesuaian produk pada saat melakukan pembelian melalui *e-commerce*

## F. Batasan Konsep

Untuk mempermudah pemahaman dalam penulisan hukum ini, maka berikut penulis sampaikan batasan-batasan konsep atau pengertian-pengertian istilah sebagai berikut:

1. Pengertian pelaksanaan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, secara hemat bisa diartikan sebagai suatu penerapan. Penerapan terhadap suatu kegiatan yang sudah direncanakan atau disusun sebelumnya secara matang dan sedemikian rupa. Pelaksanaan ini dikaitkan dengan penggantian kerugian terhadap ketidaksesuaian produk dalam transaksi jual beli *online* dapat dikatakan sebuah tindakan tegas dari sebuah kesalahan yang telah terjadi. Mengganti langsung apa yang sudah seharusnya diterima atau menjadi hak dari konsumen yang merasa dirugikan tersebut.
2. Ganti rugi memiliki pengertian membayar segala kerugian karena musnahnya atau rusaknya barang-barang milik kreditur akibat kelalaian debitur. Jika dikaitkan dengan ganti rugi konsumen akibat ketidaksesuaian produk dalam transaksi jual beli *online*, maka ganti rugi ini dapat dilakukan dalam berbagai bentuk. Bisa ganti rugi berupa pengembalian uang maupun penukaran barang sesuai pesanan yang sesungguhnya.
3. Ketidaksesuaian produk dapat diartikan sebagai suatu penyimpangan yang muncul dari standar yang sudah ditetapkan. Ketidaksesuaian ini paling sering terjadi pada produk atau jasa baik yang berasal dari *supplier* maupun dari sistem internal. Ketidaksesuaian ini sering terjadi bukan hanya karena *human error* saja mengingat banyak pelaku usaha yang sudah mengandalkan kecanggihan teknologi di masa kini.

4. *E-commerce* adalah satu set teknologi dinamis, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen serta komunitas tertentu melalui transaksi elektronik berupa perdagangan jasa maupun informasi yang dilakukan melalui media elektronik. Dalam penelitian *E-commerce* yang dikaitkan adalah PT. Shopee Indonesia. Pada penulisan ini PT Shopee Indonesia memiliki kewajiban untuk bertanggungjawab apabila konsumen ingin mengganti produk yang tidak sesuai jika *seller* di mana konsumen tersebut membeli tidak merespon konsumen dengan baik.
5. Lembaga Konsumen Yogyakarta merupakan lembaga non pemerintah yang membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen; melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen. Pada penulisan ini Lembaga Konsumen Yogyakarta menjadi wadah atau perantara bagi kosumen yang ingin mengadukan keluhannya berkaitan dengan permasalahan ketika melakukam jual-beli *online* melalui *e-commerce*, salah satunya adanya ketidaksesuaian produk.

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian yuridis empiris. Jenis penelitian ini fokusnya adalah pada keadaan nyata atau keadaan yang sebenarnya yang terjadi di dalam masyarakat untuk kemudian diketahui fakta-fakta atau kebenaran yang dibutuhkan dalam hal ini berkaitan dengan perlindungan Konsumen, mengenai

pertanggungjawaban pihak *e-commerce* dalam memberikan ganti kerugian atas ketidaksesuaian produk yang dikeluhkan konsumen dalam bisnis atau transaksi melalui *Platform Online : shopee* di Indonesia.

Penelitian ini akan dilakukan melalui wawancara dengan narasumber guna memperoleh informasi mengenai fakta yang sebenarnya terjadi di lapangan, dengan terlebih dahulu mempersiapkan pedoman wawancara, yaitu pertanyaan-pertanyaan untuk mewawancarai narasumber, yaitu pihak Lembaga Konsumen Yogyakarta (LKY). Alasan menjadikan LKY sebagai narasumber adalah karena LKY yang menangani keluhan dan laporan konsumen terkait ketidaksesuaian produk pada *platform online* Shopee.

## 2. Sumber Data

Data yang dibutuhkan dan digunakan dalam penelitian hukum metode empiris adalah data sekunder. Data sekunder terdiri dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.

### a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan: Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen khususnya Pasal 4 yang menjelaskan perihal hak-hak yang dimiliki dan seharusnya didapatkan oleh konsumen dalam hal bertransaksi dengan pelaku usaha. Dalam undang-undang ini juga dibahas tentang hak dan kewajiban pelaku usaha.

b. Bahan Hukum Sekunder merupakan pendapat hukum dan pendapat non hukum yang dapat memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer. Dapat diperoleh dari:

- 1) Buku-buku ilmiah terkait perlindungan konsumen.
- 2) Jurnal yang memuat penelitian tentang ganti rugi kepada konsumen dan perlindungan konsumen.
- 3) Internet, untuk mencari referensi dan bahan bacaan tentang perlindungan konsumen.

c. Hasil Wawancara dengan Narasumber

Pada penelitian ini, penulis mengumpulkan informasi dengan melakukan wawancara dengan narasumber. Wawancara tersebut perlu dilakukan agar dapat memperoleh data mengenai pelaksanaan ganti rugi berkaitan dengan ketidaksesuaian produk oleh PT Shopee Indonesia terhadap konsumen apabila pelaku usaha atau seller tidak menanggapi konsumen dengan baik, melalui Lembaga Konsumen Yogyakarta. Data primer pada penelitian ini adalah hasil wawancara dengan narasumber.

3. Pengumpulan Data

Dalam memperoleh data dilakukan dengan cara:

- a. Studi lapangan, yaitu kegiatan guna mengungkapkan fakta-fakta secara langsung dari lapangan penelitian dengan melakukan pengamatan ataupun wawancara hingga mendapatkan data dan informasi faktual. Dalam penelitian ini, penulis akan melakukan wawancara yang tertuju kepada pihak yang bersangkutan dari Lembaga Konsumen Yogyakarta.

- b. Studi pustaka, yaitu kegiatan menganalisis bahan hukum sekunder yang berkaitan dengan topik penelitian.

#### 4. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dipilih oleh penulis dalam melakukan penelitian ini adalah Lembaga Konsumen Yogyakarta.

#### 5. Narasumber

Narasumber yang akan diwawancarai dalam penelitian ini adalah pihak yang berkaitan langsung dengan Lembaga Konsumen Yogyakarta di mana pihak terkait akan diwawancarai secara mendalam. Narasumber pada penelitian ini adalah Intan Nur Rahmawati, SH., MH, selaku advokat di Lembaga Konsumen Yogyakarta.

#### 6. Analisis/Metode Analisis

Analisis data adalah kegiatan yang dilakukan oleh peneliti untuk mengonversikan data yang sudah diperoleh selama penelitian berlangsung, menjadi informasi yang dapat dan akan digunakan sebagai bahan untuk mengambil kesimpulan penelitian. Penelitian ini menggunakan metode analisis data kualitatif (deskriptif). Analisis data dalam penelitian ini bermaksud untuk mengelompokkan data-data yang telah diperoleh selama penelitian yang terdiri dari hasil wawancara dengan narasumber dan sebagainya. Analisis data kualitatif dilakukan dengan cara menguraikan data-data yang telah diperoleh selama penelitian dan kemudian akan diolah dengan menggunakan norma hukum, doktrin hukum ataupun teori ilmu hukum.