

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi dalam era globalisasi dewasa ini makin berkembang pesat membuat masyarakat makin dipermudah dalam melakukan segala jenis aktivitas.

Perkembangan zaman oleh karena perkembangan teknologi tersebut dapat dirasakan di berbagai negara yang ada di dunia, termasuk Indonesia antara lain melalui radio, satelit, dan internet.<sup>1</sup> Internet adalah singkatan dari *Interconnected Networking* yang apabila diartikan dalam Bahasa Indonesia berarti rangkaian komputer yang terhubung di dalam beberapa rangkaian jaringan. Manfaat dari adanya internet sendiri yakni memberikan kemudahan sarana untuk berkomunikasi yang lantas dapat dimanfaatkan untuk mencari dan menyebarkan informasi.

Transaksi secara elektronik atau *e-commerce* adalah bisnis yang aktivitas jual-belinya dilakukan secara *online* sehingga dalam prosesnya tidak menghadirkan pelaku usaha secara fisik.<sup>2</sup> *E-commerce* juga didefinisikan dalam Pasal 1 Ayat (2) UU Nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang berbunyi, “*Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya*”. Menurut data yang didapat dari SimilarWeb, aktivitas tertinggi *e-commerce* di Indonesia pada Kuartal III di bulan Agustus tahun 2022 mencapai angka 190,7 juta kunjungan. Angka ini meningkat 11,37% dibanding bulan

---

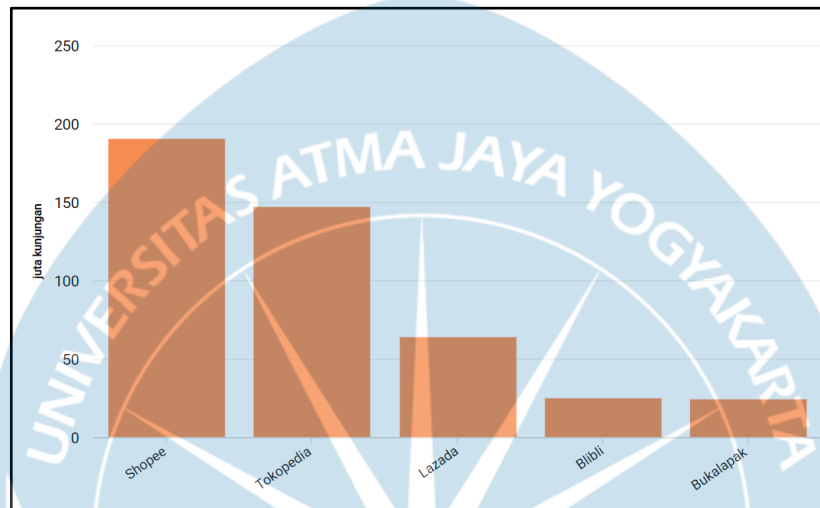
<sup>1</sup> “Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi di Indonesia”, KOMPAS.com, URL: <https://bit.ly/KOMPAS-Perkembangan-TI-Indonesia>, diakses pada tanggal 7 November 2022

<sup>2</sup> Ambar Wariati, “*E-Commerce* dalam Perspektif Perlindungan Konsumen”, Jurnal Ekonomi & Bisnis, Vol. 1 No. 2, STIE-AUB, 2014, hlm. 1

sebelumnya, kunjungan *e-commerce* terbanyak berjumlah 171,2 juta kunjungan.<sup>3</sup> Data ini membuktikan bahwa perkembangan *e-commerce* makin pesat seiring dengan meningkatnya *acceptance* dan *preference* masyarakat dalam bertransaksi secara *online*.

**Gambar 1.1**

**Grafik Kunjungan Bulanan E-Commerce di Indonesia Kuartal III pada Agustus 2022**



Sumber: <https://www.similarweb.com/>

Keunggulan *e-commerce* memang memiliki sistem keamanan yang lengkap serta fasilitas jual beli *online* yang lebih baik dibandingkan dengan transaksi konvensional.<sup>4</sup> Namun, pihak konsumen cenderung berada pada posisi yang lemah. Hal ini telah dijabarkan dalam penjelasan atas UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada bagian ke-I UMUM yang berbunyi, “*Konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh para pelaku usaha melalui kiat promosi, cara penjualan, serta penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen*”. Selain itu, pelaku usaha tentu sangat memahami mengenai barang/jasanya. Sedangkan, konsumen sama sekali tidak memahami apa saja proses

<sup>3</sup> “Ini Situs E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak per Agustus 2022”, URL: <https://bit.ly/DataKunjunganE-CommerceSimilarWebviaKatadata>, diakses pada 3 November 2022

<sup>4</sup> Amalia Desiani, “Implementasi Asas Itikad Baik dalam Perlindungan Konsumen atas Pembatalan Transaksi yang Dilakukan oleh Situs Belanja Elektronik”, *Acta de Journal* Vol. 2 No. 1, 2018

yang dilakukan oleh pelaku usaha guna menyediakan barang/jasa yang dikonsumsi.<sup>5</sup> Faktor-faktor yang menjadi kelemahan konsumen antara lain kemampuan keuangan, kemampuan dalam tawar menawar<sup>6</sup>, dan tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah.<sup>7</sup>

Pasal 4 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memaparkan Hak Konsumen, tiga di antaranya adalah hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, hak untuk mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan, dan hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Ketidaksesuaian tersebut adalah kondisi produk yang diterima oleh konsumen tidak memiliki indikasi similaritas dengan spesifikasi, informasi, dan/atau deskripsi yang diterangkan oleh pelaku usaha, salah satunya melalui informasi sebagai deskripsi produk. Terkait dengan produk tidak sesuai, Pasal 28 Ayat (1) UU ITE mengatur mengenai perbuatan yang dilarang dalam bertransaksi elektronik yang berbunyi, *“Setiap orang dilarang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik”*.

Namun, fakta yang terjadi di lapangan masih berbanding terbalik dengan peraturan yang berlaku; produk yang diterima konsumen tidak sesuai dengan informasi yang diterangkan oleh pelaku usaha. Hal ini dialami oleh konsumen bernama Didik Darmawan. Konsumen tersebut memesan alat penyemprot seharga Rp69.000 pada toko

---

<sup>5</sup> M. Syamsudin, “Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha”, Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), URL: <https://bit.ly/HakKewajibanKonsumendanPelakuUsaha-BPKN>, diakses pada 7 November 2022

<sup>6</sup> Mutia Rahma Wardani, Joko Priyono, Fifiana Wisnaeni, “Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik melalui Instagram”, Jurnal Notarius, Vol. 3 No. 2, 2020, hlm. 861

<sup>7</sup> Salamiah, “Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Kegiatan Jual-Beli”, Jurnal Al’ Adl, Vol. VI No. 12, Juli-Desember 2014, hlm. 43

*online* yang bernama Pusat *Hardware* di *marketplace* JD.id. Didik memesan barang tersebut pada tanggal 6 Juni 2020 untuk dikirim ke Kabupaten Bandung dan toko *online* tersebut berdomisili di Depok. Pada proses pembayaran hingga proses pengiriman semuanya berjalan lancar, tetapi ketika barang telah diterima ternyata barang tersebut tidak sesuai dengan gambar atau informasi yang ditampilkan oleh penjual di *marketplace*, bahkan kualitas barangnya cenderung buruk.<sup>8</sup>

Gojek merupakan perusahaan aplikasi transportasi *online* yang juga termasuk dalam kategori *e-commerce*, yaitu sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani angkutan melalui jasa ojek di bawah PT Aplikasi Karya Anak Bangsa. Saat ini, Gojek telah tersedia di 167 kota dan kabupaten di Indonesia.<sup>9</sup> Gojek tidak hanya memiliki layanan ojek *online* tetapi terdapat beberapa *sub brand* layanan lainnya, salah satunya adalah layanan *Go-Food* sebagai layanan pesan-antar makanan (*online food delivery*). Sistem pemesanan melalui *Go-Food* secara sederhana yakni konsumen memilih makanan sesuai dengan keinginannya dengan memilih restoran dan/atau menu makanan, kemudian *request* akan diteruskan ke mitra usaha (*merchant*), dan pesanan makanan/minuman tersebut diantar oleh *driver* (pengemudi) Gojek kepada konsumen.

Ketidaksesuaian antara produk makanan dan/atau minuman dengan informasi yang disediakan pelaku usaha juga pernah dialami oleh konsumen *Go-Food*, ketidaksesuaian tersebut tidak hanya terdapat pada kualitas, namun juga pada kuantitasnya. Seperti pengurangan jumlah komposisi/kondimen, perbedaan warna yang kontras, hingga penyajian yang tidak *well-prepared*.<sup>10</sup> Hal ini berkaitan dengan

---

<sup>8</sup> Sapta Abi Pratama, "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen atas Barang Tidak Sesuai Gambar pada Transaksi di *Marketplace*", *Proceeding: Call for Paper (2nd National Conference on Law Studies: Legal Development Towards A Digital Society Era)*, 2020, hlm. 184

<sup>9</sup> "Kini Gojek Hadir di 167 Kota dan Kabupaten di Indonesia", *Website Gojek Indonesia*, November 2018, URL: <https://www.gojek.com/blog/gojek/go-jek-dimana-mana/>, diakses pada 19 Februari 2023

<sup>10</sup> "10 Ekspektasi vs Realita Beli Makan di Ojek *Online*, Apes Banget!", Muhammad Bimo Aprilianto, *IDNTimes*, April 2021, URL: <https://bit.ly/IDNTimes-non-conforming-items-Go-Food>, diakses pada 7 November 2022

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengenai larangan perbuatan bagi pelaku usaha dan tanggung jawab pelaku usaha. Larangan perbuatan bagi pelaku usaha diatur dalam Pasal 8 huruf (d) yang berbunyi, “*Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut*”. Selanjutnya tanggung jawab pelaku usaha diatur pada Pasal 19 Ayat (1) yang berbunyi, “*Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan*”.

PT Aplikasi Karya Anak Bangsa (Gojek) tidak melakukan *screening* terhadap pelaku usaha secara mendetail dan menyeluruh mengenai kesesuaian informasi makanan/minuman pada layanan *Go-Food* dengan kondisi asli dari makanan/minuman yang akan dijual oleh mitra usaha (*merchant*) *Go-Food*. Dalam *Terms and Conditions*-nya, Gojek juga tidak mengatur secara jelas bagaimana pertanggungjawaban kepada konsumen *Go-Food* apabila pesanan makanan/minuman tidak sesuai dengan informasi pada layanan *Go-Food* yang disediakan oleh mitra usaha (*merchant*).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, perlu dilakukan penelitian untuk dapat mengetahui pertanggungjawaban PT Aplikasi Karya Anak Bangsa (Gojek) dalam hal pesanan makanan/minuman tidak sesuai dengan informasi yang disediakan oleh mitra usaha (*merchant*) pada layanan *Go-Food*. Maka, penulis merumuskan judul penelitian **“PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS PRODUK YANG TIDAK SESUAI DENGAN INFORMASI DI APLIKASI *ONLINE FOOD DELIVERY* (STUDI KASUS PEMESANAN MAKANAN/MINUMAN PADA *GO-FOOD*).”**

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana bentuk pertanggungjawaban PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa (Gojek) dalam hal pesanan makanan/minuman tidak sesuai dengan informasi yang disediakan oleh mitra usaha (*merchant*) pada layanan *Go-Food*?

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bentuk pertanggungjawaban PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa (Gojek) dalam hal pesanan makanan/minuman tidak sesuai dengan informasi yang disediakan oleh mitra usaha (*merchant*) pada layanan *Go-Food*.

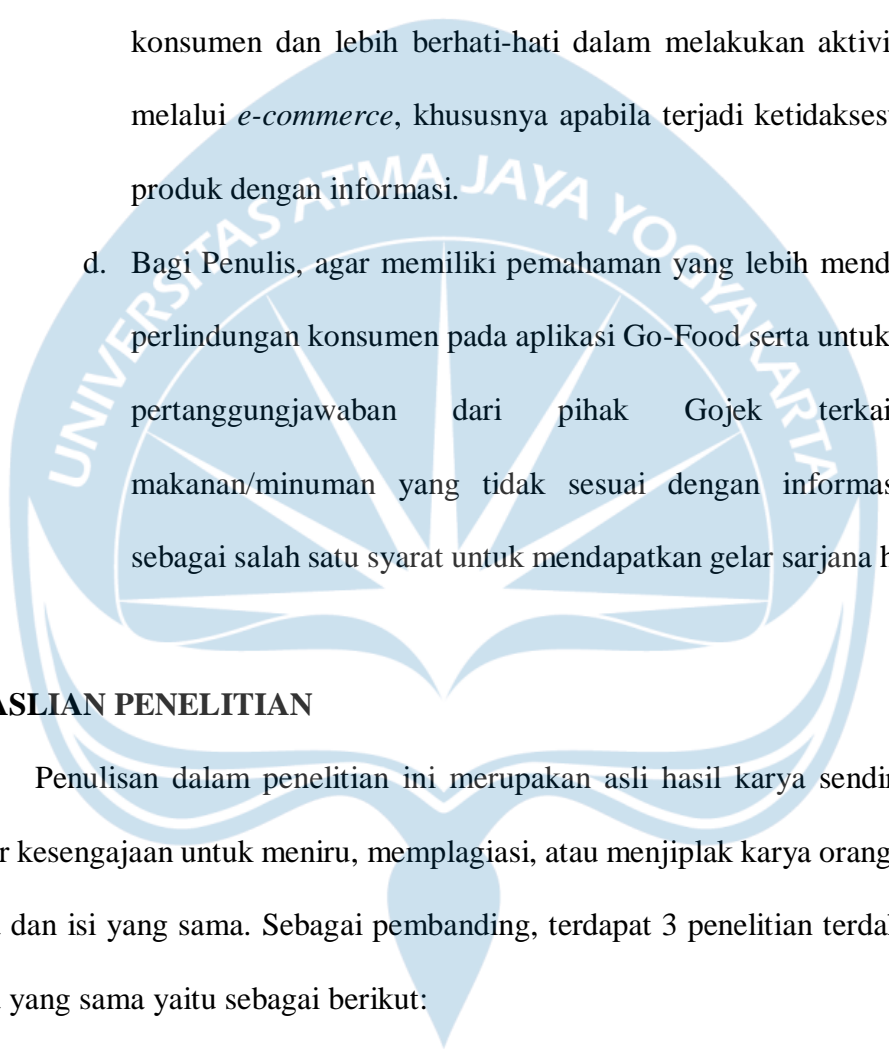
## **D. MANFAAT PENELITIAN**

### 1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi bidang hukum ekonomi dan bisnis khususnya dalam hal perlindungan konsumen terkait pertanggungjawaban perusahaan *e-commerce* apabila terjadi ketidaksesuaian produk dalam transaksi jual beli *online*.

### 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Perusahaan *E-Commerce*, agar dapat lebih memperhatikan konsumen melalui pertanggungjawaban atas ketidaksesuaian antara produk dengan informasi serta dapat membuat kebijakan yang lebih tegas untuk turut melaksanakan perlindungan konsumen.

- 
- b. Bagi Pelaku Usaha, agar mengetahui akibat dari memperdagangkan produk makanan/minuman yang tidak sesuai dengan informasi, spesifikasi, dan/atau deskripsi, khususnya ketidaksesuaian antara produk dengan informasi.
  - c. Bagi Konsumen, agar teredukasi mengenai hak-haknya sebagai konsumen dan lebih berhati-hati dalam melakukan aktivitas jual-beli melalui *e-commerce*, khususnya apabila terjadi ketidaksesuaian antara produk dengan informasi.
  - d. Bagi Penulis, agar memiliki pemahaman yang lebih mendalam terkait perlindungan konsumen pada aplikasi Go-Food serta untuk mengetahui pertanggungjawaban dari pihak Gojek terkait produk makanan/minuman yang tidak sesuai dengan informasi sekaligus sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana hukum (SH).

## **E. KEASLIAN PENELITIAN**

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

1. Pelaksanaan Ganti Rugi bagi Konsumen Berkaitan dengan Ketidaksesuaian Produk dalam Transaksi Jual-Beli *Online* di Aplikasi Shopee Indonesia melalui Lembaga Konsumen Yogyakarta (LKY)
  - a. Identitas Penulis
    - 1.) Nama: Gabriella Maylenia Tri Eriyana
    - 2.) NPM: 180513078



3.) Institusi: Universitas Atma Jaya Yogyakarta

b. Rumusan Masalah

Bagaimana pelaksanaan ganti rugi bagi konsumen berkaitan dengan ketidaksesuaian produk dalam transaksi jual-beli *online* di aplikasi Shopee Indonesia Melalui Lembaga Konsumen Yogyakarta?

c. Hasil Penelitian

Penyelesaian dan pelaksanaan ganti rugi bagi konsumen berkaitan dengan ketidaksesuaian produk dalam transaksi jual-beli *online* di aplikasi Shopee Indonesia melalui Lembaga Konsumen Yogyakarta dilaksanakan dengan proses mediasi antara konsumen dan pelaku usaha serta platform *e-commerce* dalam hal ini Shopee Indonesia. LKY melakukan mediasi dan mencari jalan penyelesaian yang *win-win solution*. Sejauh ini LKY tidak memiliki jalur proses hukum untuk menyelesaikan persoalan tersebut. Tetapi mengajak kedua belah pihak untuk menyelesaikan permasalahan secara kekeluargaan dan kebijaksanaan kedua belah pihak.

2. Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi *E-Commerce* (Studi Kasus *E-Commerce* melalui Sosial Media Instagram)

a. Identitas Penulis

1.) Nama: Muhammad Khadafi

2.) NPM: 1111048000085

3.) Institusi: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah

Jakarta



b. Rumusan Masalah

- 1.) Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam bertransaksi melalui media Instagram?
- 2.) Apa saja bentuk tanggung jawab pelaku usaha terkait memenuhi hak konsumen dalam transaksi jual beli pada media Instagram?

c. Hasil Penelitian

- 1.) Perlindungan konsumen terhadap tindakan penipuan jual beli *online* (melalui Instagram) / wanprestasi dalam transaksi *e-commerce*, khususnya dalam hal pengaturan tentang perlindungan konsumen terhadap tindakan wanprestasi pelaku usaha dalam *e-commerce* masih perlu dibenahi lagi. Pada dasarnya, belum ada ketentuan yang mengatur secara khusus mengenai perlindungan konsumen terhadap tindakan penipuan jual-beli online (melalui instagram) / wanprestasi dalam transaksi *e-commerce*. Selama ini peraturan yang digunakan untuk melindungi hak-hak konsumen adalah Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, namun peraturan ini tidak secara khusus mengatur mengenai hak-hak konsumen dalam *e-commerce*. Dengan kata lain, konsumen sulit menggugat pelaku usaha *e-commerce* dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen karena pelaku usaha *e-commerce* sangat sulit dijangkau.

2.) Tanggung jawab pelaku usaha yang melakukan penipuan jual-beli *online* (melalui Instagram) / wanprestasi terhadap konsumen yang menjadi korban pada umumnya dapat berupa dua bentuk, yaitu pengembalian uang dan penggantian barang baru. Pada kenyataannya, penggantian barang dengan barang yang baru tersebut biasanya membutuhkan waktu yang lama, sehingga konsumen sering merasa diabaikan kepentingannya. Hal terpenting yang perlu diperhatikan konsumen yang mengalami kerugian adalah berani melakukan komplain kepada pelaku usaha yang bersangkutan, karena dengan melakukan komplain konsumen telah berusaha untuk menuntut dan memperjuangkan haknya.

3. Perlindungan Konsumen dalam Jual-Beli Pesanan Go-Food di Bukittinggi (Studi Analisis Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam)

a. Identitas Penulis

1.) Nama: Maulana Putra

2.) NPM: 1215076

3.) Institusi: Institut Agama Islam Negeri (IAIN)  
Bukittinggi

b. Rumusan Masalah

1.) Bagaimana perlindungan konsumen dalam jual-beli pesanan *Go-Food* menurut Hukum Islam?

2.) Bagaimana perlindungan terhadap konsumen dalam jual-beli pesanan *Go-Food* menurut UU Perlindungan Konsumen?

c. Hasil Penelitian

1.) Perlindungan Konsumen menurut Hukum Islam secara garis besar terbagi menjadi perlindungan konsumen secara umum, hak ganti rugi (hak dhaman), dan hak pilih (hak khiyar). Jika ditinjau dari Hukum Islam, bentuk perlindungan konsumen yang diterapkan dalam jual-beli pesanan *Go-Food* sudah sejalan dengan perlindungan konsumen yang diatur dalam hukum Islam, walaupun belum sepenuhnya. Hak konsumen itu adalah hak untuk mendapatkan informasi yang benar, karena *driver* tidak memberitahukan konsumen penyebab harga dari *driver* bisa berbeda dengan yang ada di aplikasi. Penyebab dari belum jalannya hak itu karena pada dasarnya *driver* tidak mengetahui apa saja yang menjadi hak konsumen dan *driver* hanya mengetahui bahwa tugasnya hanyalah menerima dan mengantarkan pesanan.

2.) Perlindungan Konsumen dalam jual beli pesanan *Go-Food*, pada dasarnya berkaitan dengan hak-hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 UUPK. Secara umum, hak-hak konsumen ini sudah direalisasikan dalam layanan *Go-Food* seperti, hak untuk mendapatkan informasi yang benar, hak mendapatkan

keamanan produk, hak memilih sesuai nilai tukar yang wajar, hak untuk didengar pendapat dan keluhan, dan hak mendapatkan ganti rugi. Tetapi, hak-hak itu belum sepenuhnya direalisasikan seperti halnya mendengarkan pendapat dan keluhan konsumen. Karena Gojek hanya memiliki *costumer service* yang berpusat di Jakarta, maka akan sulit bagi pihak Gojek mendengar dan menjawab pendapat dan keluhan konsumen jika semua ditampung di satu tempat, sehingga hak konsumen untuk menyampaikan pendapat dan keluhan tidak tersampaikan.

## **F. BATASAN KONSEP**

### **1. Perlindungan Konsumen**

Perlindungan konsumen dalam penelitian ini mengacu pada bentuk pertanggungjawaban PT Aplikasi Karya Anak Bangsa terhadap konsumen dalam hal jual-beli menggunakan sistem *e-commerce* di aplikasi Gojek pada layanan *Go-Food*.

### **2. Produk Tidak Sesuai**

Produk tidak sesuai dapat dideskripsikan sebagai adanya suatu penyimpangan yang muncul dari standar yang sudah ditetapkan. Hal ini kerap terjadi pada produk atau jasa baik yang berasal dari *supplier* maupun dari sistem internal. Terjadinya produk tidak sesuai ini bukan hanya disebabkan oleh ketidaksengajaan (*human error*) saja, namun juga dapat berasal dari faktor niat

dan kesengajaan pelaku usaha untuk mengelabui konsumen demi meraih keuntungan melalui kecanggihan teknologi pada masa sekarang.<sup>11</sup>

### 3. Informasi

Informasi adalah bentuk deskripsi produk agar calon konsumen mengetahui seperti apa kondisi produk yang nantinya akan didapatkan, sehingga memberikan informasi yang juga secara tidak langsung menjadi produk yang dijanjikan oleh pelaku usaha.

### 4. Makanan/Minuman

Definisi menurut KBBI tentang makanan adalah segala sesuatu yang dapat dimakan dan minuman adalah segala sesuatu yang dapat diminum. Yaitu terdiri dari semua bahan, baik dalam bentuk alamiah maupun dalam bentuk buatan yang dapat dikonsumsi makhluk hidup, dalam hal ini adalah manusia.

### 5. *Online Food Delivery*

*Online food delivery* adalah proses pemesanan makanan/minuman lewat situs web atau aplikasi peranti bergerak tempat makan itu sendiri, atau lewat situs web atau aplikasi peranti bergerak kumpulan tempat makan. Konsumen dapat memilih makanan yang akan dipesan atau diambil. Dalam penelitian ini, *online food delivery* yang digunakan sebagai objek penelitian adalah layanan *Go-Food*.

---

<sup>11</sup> Ni Putu Shinta Kurnia Dewi & I Nyoman Gatrawan, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha atas Informasi Suatu Produk melalui Iklan yang Mengelabui Konsumen", Jurnal FH Universitas Udayana, 2015, hlm. 1

## G. METODE PENELITIAN

### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan penulis dalam penyusunan penulisan hukum ini adalah Penelitian Hukum Normatif. Penelitian Normatif adalah penelitian yang dilakukan dan berfokus pada norma hukum positif berupa peraturan perundang-undangan. Dalam penelitian ini, penulis berfokus pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dan peraturan perundang-undangan lainnya yang sedikit banyak berkaitan dengan penulisan ini serta dikaitkan dengan informasi yang didapatkan langsung dari *website* resmi PT Aplikasi Karya Anak Bangsa (Gojek).

### 2. Sumber Data

Data yang dibutuhkan dalam penelitian normatif ini adalah data sekunder sebagai data utama sebagai berikut.

#### a. Bahan Hukum Primer

Dokumen yang memiliki daya mengikat bagi subyek hukum, berupa peraturan perundangan-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen *Go-Food* atas produk makanan/minuman yang tidak sesuai dengan informasi, yaitu:

- 1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- 2) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan

- 3) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik
- 4) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan melalui Sistem Elektronik
- 5) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- 6) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- 7) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

b. Bahan Hukum Sekunder

Dokumen hukum yang tidak memiliki daya mengikat bagi subyek hukum, berupa pendapat hukum yang diperoleh dari buku, jurnal, internet, dan fakta hukum yang berkaitan dengan perlindungan konsumen *Go-Food* atas produk makanan/minuman yang tidak sesuai dengan informasi.

3. Cara Pengumpulan Data

Studi kepustakaan (*library research*) yang dilakukan dengan mempelajari bahan hukum primer berupa beberapa peraturan perundang-undangan dan bahan hukum sekunder berupa buku, jurnal, internet, dan fakta hukum yang terkait dengan perlindungan konsumen *Go-Food* atas produk makanan/minuman yang tidak sesuai dengan informasi.

4. Analisis Data

Menganalisis peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan penulisan ini dengan membandingkan antara bahan hukum primer dan bahan



hukum sekunder untuk menemukan kesenjangan yang ada. Bahan hukum sekunder digunakan untuk mengkaji bahan hukum primer.

