

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat, maka perdagangan yang pada awalnya dilakukan secara bertemu langsung dan bertatap muka antarpada pihaknya juga mengalami perubahan. Perkembangan teknologi tersebut diantaranya adalah dengan ditemukannya *internet*, yaitu teknologi yang memungkinkan kita melakukan pertukaran informasi dengan siapa pun dan di manapun orang tersebut berada tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Perkembangan *internet* menyebabkan terbentuknya sebuah arena baru yang lazim disebut dengan dunia maya. Setiap individu memiliki hak dan kemampuan untuk berhubungan dengan individu yang lain tanpa batasan apa pun yang menghalanginya.¹

Sistem perdagangan dengan memanfaatkan sarana *internet*, yang selanjutnya disebut *e-commerce* telah mengubah wajah bisnis di Indonesia. Selain disebabkan oleh adanya perkembangan teknologi informasi, *e-commerce* lahir atas tuntutan masyarakat terhadap pelayanan serba cepat, mudah dan praktis melalui

¹ Jual beli atau perdagangan dewasa ini sangat pesat kemajuannya, perkembangan tersebut tidak hanya pada apa yang diperdagangkan tetapi juga pada tata cara dari perdagangan itu sendiri. Pada awalnya perdagangan dilakukan secara barter antara dua belah pihak yang langsung bertemu dan bertatap muka yang kemudian melakukan suatu kesepakatan mengenai yang akan dipertukarkan tanpa ada suatu perjanjian. Setelah ditemukannya alat pembayaran, lambat laun barter berubah menjadi kegiatan jual-beli sehingga menimbulkan perkembangan tata cara perdagangan. Tata cara perdagangan kemudian berkembang dengan adanya suatu perjanjian di antara kedua belah pihak yang sepakat mengadakan suatu perjanjian perdagangan yang di dalam perjanjian tersebut mengatur mengenai apa hak dan kewajiban di antara kedua belah pihak. Heru Kuswanto, *Keabsahan Perjanjian Jual Beli Benda Bergerak melalui Internet (Tinjauan dari Buku III KUH Perdata dan UU No 11 Tahun 2008)*, Jurnal Fakultas Hukum, Vol. XX No.20 Tahun 2011, hlm. 56.

internet masyarakat memiliki ruang gerak yang lebih luas dalam memilih produk (barang dan jasa) yang akan dipergunakan tentunya dengan berbagai kualitas dan kuantitas sesuai dengan yang diinginkan.²

Teknologi informasi dan komunikasi saat ini sedang mengarah kepada konvergensi yang memudahkan kegiatan manusia sebagai pencipta, pengembang dan pengguna teknologi itu sendiri. Salah satunya dapat dilihat dari perkembangan media *internet* yang sangat pesat. *Internet* sebagai suatu media informasi dan komunikasi elektronik telah banyak dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan, antara lain untuk menjelajah (*browsing, surfing*), mencari data dan berita, saling mengirim pesan melalui *email*, dan perdagangan. Kegiatan perdagangan dengan memanfaatkan media *internet* ini dikenal dengan istilah *electronic commerce*, atau disingkat *e-commerce*.³

Salah satu bentuk penggunaan teknologi *internet* yang aktual adalah *Electronic Commerce (E-Commerce)* atau koersial elektronik. Sebelum dikenal *E-commerce*, terlebih dahulu dikenal *Elektronik Data Interchange (EDI)* yaitu jaringan data kepabeanan, yang dipergunakan oleh aparat bea dan cukai yang penggunaannya mampu memproses surat menyurat serta proses birokrasi manusia dalam ekspor impor secara elektronik diberbagai negara.⁴

² Dikdik M. Arif Mansur & Elisatris Gultom, *Cyber Law (Aspek Hukum Teknologi Informasi)*, PT. Refika Aditama, Bandung, 2005, hlm. 144.

³ Ahmad M. Ramli, *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia*, PT. Refika Aditama, Bandung, 2004, hlm.1.

⁴ Operasional EDI dirasa sangat rumit dan memerlukan kecanggihan peralatan serta infrastruktur agar bisa berhubungan antara satu dengan lainnya. Karena itu EDI hanya dipergunakan secara amat terbatas oleh instansi-instansi resmi yang mampu membiayai operasional sistem EDI. Evi Retnowulan, *Tinjauan Hukum Jual Beli Secara Online*, Jurnal Hukum, Vol. XIX, No. 19, Fakultas Hukum Universitas Narotama Surabaya, Oktober 2010, hlm. 18.

Electronic Commerce (e-commerce) merupakan transaksi perdagangan yang melibatkan individu-individu, organisasi-organisasi atau badan, berdasarkan pada proses 3 data digital termasuk teks, atau jaringan tertutup seperti *American On Line (AOL)* yang mempunyai jalur ke jaringan terbuka.⁵ *E-commerce* (pada dasarnya merupakan dampak dari teknologi informasi dan telekomunikasi. Secara *significant* ini mengubah cara manusia melakukan interaksi dengan lingkungannya, yang dalam hal ini terkait dengan mekanisme dagang. Semakin meningkatnya dunia bisnis yang mempergunakan *internet* dalam melakukan aktivitas sehari-hari secara tidak langsung menciptakan sebuah domain dunia baru yang kerap diistilahkan dengan *cyber space* atau dunia maya. Saat ini transaksi *e-commerce* telah menjadi bagian dari perniagaan nasional dan internasional. Contoh untuk membayar zakat atau berkorban pada saat Idul Adha, atau memesan obat-obatan yang bersifat sangat pribadi, orang cukup melakukannya melalui *internet*. Bahkan untuk membeli majalah orang juga dapat membayar tidak dengan uang tapi cukup dengan mendebit pulsa seluler melalui fasilitas SMS.⁶

Kenyataan ini menunjukkan bahwa konvergensi di bidang telematika berkembang terus tanpa dapat dibendung, seiring dengan ditemukannya Hak Cipta dan paten baru di bidang teknologi informasi.⁷

Berbeda dengan dunia nyata, *cyber space* memiliki karakteristik yang unik. Karakteristik unik tersebut memperlihatkan bahwa seorang manusia dapat dengan mudah berinteraksi dengan siapa saja didunia sejauh yang bersangkutan

⁵ Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2005, hlm. 1.

⁶ Ahmad M. Ramli, *op.cit.*, hlm. 2.

⁷ *Ibid.*, hlm. 3.

dapat terhubung ke *Internet*. Hilangnya batas dunia yang memungkinkan seseorang berkomunikasi dengan orang lain secara efisien dan efektif secara langsung mengubah cara perusahaan melakukan bisnis dengan perusahaan lain atau konsumen.

Peter Fingar mengungkapkan bahwa :

“Pada prinsipnya *e-commerce* menyediakan infrastruktur bagi perusahaan untuk melakukan ekspansi proses bisnis internal menuju lingkungan eksternal tanpa harus menghadapi rintangan waktu dan ruang (*time and space*) yang selama ini menjadi isu utama. Peluang untuk membangun jaringan dengan berbagai intuisi lain harus dimanfaatkan karena dewasa ini persaingan sesungguhnya terletak bagaimana sebuah perusahaan dapat memanfaatkan *e-commerce* untuk meningkatkan kinerja dalam bisnis inti yang digelutinya.”⁸

Dalam undang-undang KUHPerdato tidak ada peraturan tentang perjanjian jual beli melalui internet ini, namun buku ke III KUHPerdato tidak menutup adanya kemungkinan timbulnya perjanjian-perjanjian yang baru dengan perkembangan zaman, namun perjanjian yang timbul itu harus berpedoman dalam KUHPerdato, perjanjian yang tidak tertera dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata ini disebut juga dengan perjanjian Innominaat (perjanjian tidak bernama, karena tidak diatur dalam KUHPerdato).⁹

Transaksi bisnisnya melalui *e-commerce* untuk lebih menyadari akan segala hak-hak dan kewajiban-kewajibannya yang dimiliki, dan pula hak dan kewajiban pelaku usaha seperti dapat dibaca dari konsideran Undang-undang ini di mana dikatakan bahwa untuk meningkatkan kesadaran, pengetahuan,

⁸ Ricardus Eko Indrajit, *E-commerce Kiat dan Strategi di Dunia Maya*, PT Elek Medis Komputindo Jakarta, 2001. hlm.2.

⁹ R. Subekti dan R. Tjitrosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, Pradnya Paramitha, Jakarta, 1986. hlm.144.

kepedulian, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya, serta menumbuh kembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggungjawab.¹⁰

Dalam *e-commerce* terdapat sebuah proses yang dinamakan transaksi. Secara hukum transaksi adalah bagian kesepakatan perjanjian, sedangkan perjanjian adalah bagian dari perikatan. Yang dimaksud dengan perikatan dalam buku ke III BW itu adalah suatu hubungan hukum antara dua orang yang member hak pada yang satu untuk menuntut barang sesuatu dari yang lainnya.¹¹

Pada Pasal 1457 BW memberikan pengertian tentang perjanjian jual beli sebagai berikut: “Perjanjian jual beli adalah suatu persetujuan yang mengikat pihak penjual berjanji menyerahkan sesuatu/barang/benda (zaak), dan pihak yang lain yang bertindak sebagai pembeli mengikat diri berjanji untuk membayar harga”.¹² Di dalam perjanjian itu pihak penjual berkewajiban untuk menyerahkan obyek jual beli kepada pembeli dan berhak menerima harga dan pembeli berkewajiban untuk membayar harga dan berhak menerima obyek tersebut.¹³

Suatu kontrak atau perjanjian harus memenuhi syarat sahnya perjanjian, yaitu kata sepakat, kecakapan, hal tertentu dan suatu sebab yang halal, sebagaimana ditentukan dalam Pasal 1320 KUH Perdata. Dengan dipenuhinya empat syarat sahnya perjanjian tersebut, maka suatu perjanjian menjadi sah dan mengikat secara hukum bagi para pihak yang membuatnya.¹⁴

¹⁰ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2000, hlm. 1-2.

¹¹ R. Subekti, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, PT. Intermasa, Jakarta, 2001, hlm 122.

¹² Yahya Harahap, *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, PT. Alumni, Bandung, 1986, hlm. 181

¹³ Salim HS, *Hukum Kontrak Teori & Teknik Penyusunan Kontrak*, Sinar Grafika, Jakarta, 2006, hlm. 49.

¹⁴ Suharnoko, *Hukum Perjanjian (Teori dan Analisa Kasus)*, Prenada Media, 2004, hlm. 1.

Suatu perjanjian terjadi karena adanya seseorang yang berjanji kepada seseorang lain atau dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal. Sebagai perwujudan tertulis dari perjanjian, kontrak adalah salah satu dari dua dasar hukum yang ada selain Undang-Undang (Perikatan adalah suatu keadaan hukum yang mengikat satu atau lebih subjek hukum dengan kewajiban-kewajiban yang berkaitan satu sama lain.¹⁵

Salah satu keuntungan menggunakan *internet* adalah dapat digunakan sebagai media perdagangan. Keuntungan ini mendapat respon positif dari masyarakat dan pelaku bisnis *online* khususnya untuk bertransaksi jual beli via *internet* atau *online*. Bertransaksi *online* ini dianggap praktis, cepat, dan mudah. Selain itu juga dapat meminimalisir pengeluaran dan memaksimalkan dalam meraih keuntungan. Alasan tersebut yang membuat banyak mahasiswa mulai mencoba bisnis via *online*.

Pemanfaatan media *e-commerce* dalam dunia perdagangan sangat membawa dampak pada masyarakat internasional pada umumnya dan masyarakat Indonesia pada khususnya. Bagi masyarakat Indonesia hal ini terkait masalah hukum yang sangat penting. 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 2008 lalu mengeluarkan peraturan khusus yang mengatur transaksi melalui *internet* yaitu Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008

¹⁵ Budiman N.P.D.Sinaga, *Hukum Kontrak dan Penyelesaian Sengketa dari Perspektif Sekretaris*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2005, hlm 45.

tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang untuk selanjutnya disingkat UU ITE.

Dalam Pasal 1 butir 2 UUIITE, 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.

Pra kontrak dalam transaksi bisnis yang menggunakan *e-commerce* biasanya akan didahului oleh penawaran jual, penawaran beli, sebelum itu dapat saja terjadi penawaran secara *online*, misalnya melalui *website*, situs *internet* atau melalui *posting* di *mailing list* dan *news group* atau melalui undangan para *customer* melalui model *business to business*. Penawaran merupakan suatu "*invitation to enter into a binding agreement*".¹⁶ Tawaran merupakan suatu tawaran jika pihak lain menganggap atau memandangnya sebagai suatu tawaran, suatu perbuatan seseorang beralasan bahwa perbuatan itu sendiri sebagai ajakan untuk masuk kedalam suatu ikatan kontrak, maka hal ini dapat dianggap sebagai suatu tawaran. Dalam transaksi bisnis yang menggunakan *e-commerce* khususnya jenis *business to customer* yang melakukan penawaran adalah *merchant* atau produsen/penjual, para *merchant* atau penjual tersebut memanfaatkan *website* untuk menjajakan produk dan jasa pelayanan.¹⁷

¹⁶ Mariam Darus Badruzaman, *E-commerce Tinjauan Dari Hukum Kontrak Indonesia*, Jurnal Hukum Bisnis XII, Tahun 2001, hlm. 33.

¹⁷ Para penjual ini menyediakan semacam *storefront* yang berisikan *catalog* produk dan pelayanan yang diberikan dan para pembeli seperti berjalan-jalan di depan toko-toko dan melihat-lihat barang-barang dalam etalase, keuntungannya melakukan belanja di toko *online* ini adalah kita dapat melihat dan berbelanja kapan saja dan di mana saja tanpa dibatasi oleh jarak lintas suatu daerah, kota bahkan negara dan jam buka serta tutup toko, dan kita juga tidak akan risih dengan penjaga toko yang mengawasi kegiatan.

Salah satu nama *Online shop* yaitu “*Tyesscarf*” yang bergerak pada bidang usaha *online shop* yang menjual hijab muslimah pada akun *Instagram*. *Tyesscarf* mulai berdiri sejak tahun 2013. Hijab yang jual *tyesscarf* diproduksi sendiri mulai dari pemilihan barang hingga siap dijual.

Online shop lainnya yaitu *Valisca.Bomber* yang menjual jaket jenis bomber khusus wanita. *Valisca.Bomber* berperan sebagai *reseller* pertama. *Reseller* adalah menjual kembali sebuah barang dari *supplier* tanpa adanya stok barang dengan komisi yang telah ditentukan sendiri dari *supplier*, akan tetapi sebagai syarat menjadi *reseller* diharuskan untuk membeli produk *supplier* terlebih dahulu. Agar tetap eksis dan dapat bersaing dengan *online shop* sejenisnya, dengan melakukan kegiatan promosi keahlian *celebrity endorse* dan melakukan sistem *dropship*.¹⁸

Melakukan transaksi dengan toko *online* akan mempertimbangkan ketidakpastian dan resiko jika dibandingkan dengan transaksi jual beli secara tradisional. Faktor keamanan transaksi masih menjadi kendala utama mengapa penetrasi transaksi *online* masih sangat kecil di Indonesia. Tingkat kepercayaan pembeli juga berpengaruh terhadap persepsi resiko transaksi.

Dalam penelitian ini, salah satu *merchant* atau penjual dalam *online shop* adalah *Yaa-Razzaq Collections*. *Online shop* ini merupakan salah satu toko jual beli *online* yang ada di kota pekanbaru *Yaa-Razzaq Collections* berdiri pada tahun 2014 di Pekanbaru yang merupakan sebuah *online shop* yang bergerak dalam bidang perdagangan dalam bentuk penjualan baju gamis muslimah beserta hijab.

¹⁸ Evi Retnowulan, *Op. Cit.*, hlm. 21.

Yaa-Razzaq Collections di dirikan oleh Lily Novianti yang berasal dari hobi memakai dan mengoleksi pakaian gamis muslimah berkembang menjadi usaha yang menguntungkan. Tata cara dan bentuk perjanjian yang ada pada *online shop Yaa-Razzaq Collections* adalah dengan cara *costumer* berkunjung ke *online shop* ini yang berada di jejaring *social Instagram*. Untuk melihat dan memilih produk yang diinginkan, lalu *costumer* setuju untuk membeli produk tersebut dan *merchant Yaa-Razzaq Collections* memberikan instruksi pembelian *online* dengan cara menghubungi *contact person* yang telah dicantumkan dalam Bio yang terdapat di *Instagram*.

Setelah itu prinsip pembayaran tidak jauh beda dengan dunia nyata, hanya saja semua metode yang ditawarkan menggunakan teknologi *Internet*. Cara pembayaran yang digunakan antara lain melalui ATM (*Automatic Teller Mecine*). Dahulu pertemuan antara pihak merupakan syarat sah yang mutlak untuk terjadinya suatu perjanjian jual beli dalam perdagangan konvensional. Saat ini pertemuan para pihak secara langsung dalam jual beli tidak dapat lagi disebutkan sebagai suatu syarat mutlak terjadinya perjanjian, pada masa sekarang ruang lingkup jual beli sangat luas yang tidak mengharuskan para pihak untuk bertemu secara langsung, mereka dapat melakukan perjanjian dengan berlainan wilayah ataupun luar Negara sekalipun, dengan menggunakan dan memanfaatkan teknologi informasi yang berbasis *internet*. Adapun cara pembayaran lain yang diterapkan oleh *Online shop* ini ialah *Cash On Delivery (COD)* yaitu sebuah sistem transaksi jual beli yang dilakukan dengan bertatap muka (bertemu) langsung antara pembeli dan penjual setelah terjadi kesepakatan. Secara sederhana

yaitu sistem jual beli dengan bertemu muka, cek kondisi barang dan kelengkapan, negoisasi, kemudian bayar. Cara pembayaran ini hanya terjadi untuk konsumen yang berada dalam satu wilayah dengan *online shop* ini (hanya di Kota Pekanbaru saja) dengan kata lain di sini terjadi perbuatan perjanjian jual beli secara langsung bukan melalui *online*.

Dalam jual beli yang dilakukan pada *online shop* tersebut tentu akan menimbulkan suatu permasalahan antara penjual dan pembeli, karena sifatnya yang maya dan tidak terdapat pertemuan secara langsung antara penjual dengan pembeli. Dalam prakteknya transaksi yang terjadi dalam *online shop* tersebut juga telah ada kesepakatan bersama antara penjual dan pembeli atau suatu perjanjian bersama oleh pengguna forum mengenai transaksi yang akan dilakukan.

Dalam perjanjian tersebut telah diatur bagaimana proses pengiriman barang, sistem pembayaran, atau jumlah pemesanan yang dapat dilakukan. Namun walaupun begitu dalam prakteknya masih terdapat perselisihan yang terjadi dalam forum tersebut. Beberapa bentuk perselisihan tersebut antara lain barang yang terlambat, rusak, atau hilang. Adanya wanprestasi tersebut menjadikan penjual memiliki kewajiban untuk memenuhi tanggung jawabnya yaitu mengganti kerugian sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Begitu pula dengan wanprestasi yang dilakukan oleh pembeli, pembeli mulanya memesan barang yang diinginkan dan penjual segera memberikan format pemesanan serta nomor rekening penjual untuk dilakukannya pembayaran. Namun yang dikirimkan oleh pembeli merupakan bukti transfer pembayaran palsu. Hal ini tentu akan merugikan penjual jika penjual tidak cermat dalam

meneliti apakah si pembeli telah benar-benar membayarkan sejumlah uang. Penjual yang telah memeriksa dan mengetahui bahwa dia baru saja ditipu, tidak tinggal diam. Penjual tersebut mengunggah *screen capture* percakapan di *online shop*-nya yang dilakukan oleh si pembeli yang menipu ia tadi untuk menimbulkan rasa malu dan jera karena di bukti *screen capture* tertera lengkap nama dan alamat pembeli tersebut serta mengingatkan kepada sesama penjual untuk lebih berhati-hati menghadapi pembeli. Karena merasa malu dan jera nama pembeli tersebut tertera jelas di halaman *Online shop*, pembeli tersebut meminta maaf dan berjanji menepati prestasi untuk melakukan pembayaran dengan sesungguhnya dan bukti yang asli.

Permasalahan dalam hal ini adalah faktor Keamanan, Pengetahuan Teknologi *Internet*, Kualitas Layanan, dan Persepsi Resiko dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian melalui situs jejaring sosial. Mengingat semakin banyaknya para konsumen yang melakukan pembelian secara *online* mengalami penipuan. Oleh karena itu kepercayaan dan kemudahan bertransaksi yang ditawarkan oleh *e-commerce* menjadi modal utama untuk dapat menarik para pelanggan.

Melakukan transaksi dengan toko *online* akan mempertimbangkan ketidakpastian dan resiko jika dibandingkan dengan transaksi jual beli secara tradisional. Faktor keamanan transaksi masih menjadi kendala utama mengapa penetrasi transaksi *online* masih sangat kecil di Indonesia. Tingkat kepercayaan pembeli juga berpengaruh terhadap persepsi resiko transaksi.

Persepsi resiko konsumen merupakan hal yang lebih dahulu diperhatikan dalam kaitannya dengan transaksi pembelian secara *online*. Resiko memiliki dampak terhadap sikap dan tingkah laku seseorang dalam melakukan transaksi dengan pihak lain. Tingkat resiko adalah faktor yang penting dalam membentuk sikap konsumen dan tingkah laku dalam segala macam transaksi bisnis. Tingkat resiko yang tinggi akan membuat konsumen tidak nyaman dalam menggunakan *e-commerce*.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk mengetahui dan mengkaji lebih lanjut mengenai perjanjian jual beli *online* yang akan penulis tuangkan dalam penulisan ilmiah dengan judul **”Perjanjian Jual Beli *Online* Ditinjau Dari Aspek Hukum Perdata (Studi Kasus *e-commerce* pada *Online shop Yaa-Razzaq Collections*)”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan dalam perjanjian jual-beli *online*?
2. Hambatan apa yang dihadapi oleh para pihak yang melakukan perjanjian jual-beli *online*?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Dalam setiap penelitian tentu terdapat tujuan dan manfaat yang hendak di capai, demikian pula dengan penelitian ini.

1. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan serta manfaat dalam penulisan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui pelaksanaan dalam perjanjian jual-beli *online*.
- b. Untuk mengetahui hambatan yang dihadapi oleh para pihak yang melakukan perjanjian jual-beli *online*.

2. Manfaat Penelitian

Sedangkan manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Merupakan informasi bagi penulis/mahasiswa/dosen/praktisi hukum dalam memahami tinjauan aspek hukum perjanjian perdata mengenai jual-beli *online*.
- b. Menambah ilmu pengetahuan bagi penulis tentang tinjauan aspek hukum perjanjian perdata yang berlaku di dalam jual-beli *online*.

D. Tinjauan Kepustakaan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) tanggung jawab adalah kewajiban menanggung segala sesuatunya bila terjadi apa-apa boleh dituntut, dipersalahkan, dan diperkarakan. Dalam kamus hukum, tanggung jawab adalah suatu keseharusan bagi seseorang untuk melaksanakan apa yang telah diwajibkan kepadanya.¹⁹ Menurut hukum tanggung jawab adalah suatu akibat atas konsekuensi kebebasan seorang tentang perbuatannya yang berkaitan dengan etika atau moral dalam melakukan suatu perbuatan.²⁰ Selanjutnya menurut Titik Triwulan pertanggungjawaban harus mempunyai dasar, yaitu hal yang

¹⁹ Andi Hamzah, *Kamus Hukum*, Ghalia, Indonesia, 2005, hlm. 36.

²⁰ Soekidjo Notoatmojo, *Etika dan Hukum Kesehatan*, Rineka Cipta, Jakarta, 2010, hlm. 12.

menyebabkan timbulnya hak hukum bagi seorang untuk menuntut orang lain sekaligus berupa hal yang melahirkan kewajiban hukum orang lain untuk memberi pertanggungjawabannya.²¹

Menurut Abdulkadir Muhammad teori tanggung jawab dalam perbuatan melanggar hukum (*tort liability*) dibagi menjadi beberapa teori, yaitu :

1. Tanggung jawab akibat perbuatan melanggar hukum yang dilakukan dengan sengaja (*intertional tort liability*), tergugat harus sudah melakukan perbuatan sedemikian rupa sehingga merugikan penggugat atau mengetahui bahwa apa yang dilakukan tergugat akan mengakibatkan kerugian.
2. Tanggung jawab akibat perbuatan melanggar hukum yang dilakukan karena kelalaian (*negligence tort liability*), didasarkan pada konsep kesalahan (*concept of fault*) yang berkaitan dengan moral dan hukum yang sudah bercampur baur (*interminglend*).
3. Tanggung jawab mutlak akibat perbuatan melanggar hukum tanpa mempersoalkan kesalahan (*strick liability*), didasarkan pada perbuatannya baik secara sengaja maupun tidak sengaja, artinya meskipun bukankesalahannya tetap bertanggung jawab atas kerugian yang timbul akibat perbuatannya.²²

Menurut hukum perdata dasar pertanggungjawaban dibagi menjadi dua macam, yaitu kesalahan dan risiko. Dengan demikian dikenal dengan pertanggungjawaban atas dasar kesalahan (*liability without based on fault*) dan pertanggungjawaban tanpa kesalahan yang dikenal (*liability without fault*) yang dikenal dengan tanggung jawab risiko atau tanggung jawab mutlak (*strick liability*).²³

²¹ Titik Triwulan dan Shinta Febrian, *Perlindungan Hukum bagi Pasien*, Prestasi Pustaka, Jakarta, 2010, hlm. 48.

²² Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perusahaan Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2010, hlm. 503.

²³ Prinsip dasar pertanggung jawaban atas dasar kesalahan mengandung arti bahwa seseorang harus bertanggung jawab karena ia melakukan kesalahan karena merugikan orang lain. Sebaliknya prinsip tanggung jawab risiko adalah bahwa konsumen penggugat tidak diwajibkan lagi melainkan produsen tergugat langsung bertanggung jawab sebagai risiko usahanya.

Pertanggungjawaban Pidana, dalam istilah asing disebut juga *Teorekenbaardheid* atau *criminal responbility*, yang menjurus pemidanaan pelaku dengan maksud untuk menentukan apakah seseorang terdakwa atau tersangka dipertanggungjawabkan atas suatu tindak pidana yang terjadi atau tidak.²⁴ Pertanggungjawaban pidana adalah pertanggungjawaban orang terhadap tindak pidana yang dilakukannya. Tegasnya, yang dipertanggungjawabkan orang itu adalah tindak pidana yang dilakukannya. Dengan demikian, terjadinya pertanggungjawaban pidana karena telah ada tindak pidana yang dilakukan oleh seseorang.²⁵ Pertanggungjawaban pidana diartikan sebagai diteruskannya celaan yang objektif yang ada pada perbuatan pidana dan secara subjektif yang ada memenuhi syarat untuk dapat dipidana karena perbuatannya itu.²⁶

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. Sedangkan untuk perjanjian yang lebih khusus diatur dalam bab V sampai dengan Bab XVIII.

Perjanjian akan menimbulkan suatu perikatan yang dalam kehidupan sehari-hari sering diwujudkan dengan janji atau kesanggupan yang diucapkan atau ditulis. Hubungan hukum dalam perjanjian bukanlah hubungan hukum yang

²⁴ Untuk dapat dipidananya si pelaku, disyaratkan bahwa tindak pidana bahwa yang dilakukannya itu haruslah memenuhi unsur-unsur yang telah ditentukan oleh undang-undang. Dilihat dari kemampuan bertanggungjawab, maka seseorang yang mampu bertanggungjawab dapat dipertanggungjawabkan atas perbuatannya.

²⁵ Chairul Huda, *Dari Tiada Pidana Tanpa Kesalahan Menuju Kepada Tiada Pertanggungjawaban Pidana Tanpa Kesalahan*, Kencana, Jakarta, 2011, hlm. 70-71.

²⁶ Dasar adanya perbuatan pidana adalah asas legalitas, sedangkan dasar dapat dipidananya pembuat adalah kesalahan. Ini berarti bahwa pembuat perbuatan pidana hanya akan dipidana jika ia mempunyai kesalahan dalam melakukan perbuatan pidana tersebut. Kapan seseorang dikatakan mempunyai kesalahan menyangkut masalah pertanggungjawaban pidana. Roeslan Saleh, *Perbuatan Pidana dan Pertanggungjawaban Pidana*, Bina Aksara, Jakarta, 1993, hlm. 75.

dilakukan oleh pihak-pihak yang berkeinginan untuk menimbulkan hubungan hukum tersebut.²⁷

Mengenai transaksi umumnya orang akan mengatakan bahwa hal tersebut adalah perjanjian jual beli antar para pihak yang bersepakat untuk itu. Dalam lingkup hukum, sebenarnya istilah transaksi adalah keberadaan suatu perikatan ataupun hubungan hukum yang terjadi antara para pihak. Jadi jika berbicara mengenai transaksi sebenarnya adalah berbicara tentang aspek materiil dari hubungan hukum yang disepakati oleh para pihak (Pasal 1320 jo Pasal 1338 KUH Perdata), sehingga sepatutnya bukan berbicara mengenai perbuatan hukumnya secara formil, kecuali untuk melakukan hubungan hukum yang menyangkut benda tidak bergerak.

Secara etimologis, jual beli berarti menukar harta dengan harta. Sedangkan, secara terminologi, jual beli memiliki arti penukaran selain dengan fasilitas dan kenikmatan. Perjanjian jual beli telah diatur dalam Pasal 1457 KUH Perdata yang menentukan jual beli adalah suatu persetujuan yang mengikat penjual berjanji menyerahkan sesuatu barang/benda (zaak) dan pihak lain yang bertindak. Sebagai pembeli mengikat diri berjanji untuk membayar harga. Wirjono Prodjodikoro mengatakan “jual beli adalah persetujuan di mana suatu pihak mengikat diri untuk berwajib menyerahkan suatu barang, dan pihak lain berwajib membayar harga,yang dimufakati mereka berdua”.²⁸

²⁷ Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004, hlm. 216.

²⁸ Wirjono Prodjodikoro, *Hukum Perdata Tentang Persetujuan-Persetujuan Tertentu*, Sumur, Bandung, 1991, hlm.17.

Sepanjang mengenai benda tidak bergerak, maka hukum akan mengatur mengenai perbuatan hukumnya itu sendiri yakni harus dilakukan secara terang dan tunai. Oleh karena itu, keberadaan ketentuan-ketentuan hukum mengenai perikatan sebenarnya tetap valid karena ia akan mencakup semua media yang digunakan untuk melakukan transaksi itu sendiri. Namun dalam prakteknya seringkali disalahpahami oleh masyarakat bahwa yang namanya “transaksi” dagang harus dilakukan secara “hitam di atas putih” atau dikatakan di atas kertas dan harus bertanda tangan serta bermaterai. Padahal hal tersebut sebenarnya adalah dimaksudkan agar ia lebih mempunyai nilai kekuatan pembuktian, jadi fokusnya bukanlah formil kesepakatannya, melainkan materiil hubungan hukumnya itu sendiri. 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 computer dengan sistem komunikasi yang berdasarkan atas jaringan dan jasa telekomunikasi, yang selanjutnya difasilitasi oleh keberadaan jaringan *computer global internet*. Oleh karena itu, syarat sahnya perjanjian juga akan tergantung kepada esensi dari sistem elektronik itu sendiri. Sehingga perjanjian dapat dikatakan sah apabila dapat dijamin bahwa komponen dalam sistem elektronik itu dapat dipercaya dan/atau berjalan sebagaimana mestinya.

Istilah perjanjian merupakan terjemahan dari kata *overeenkomst* (Belanda) yang diterjemahkan dengan persetujuan / perjanjian.⁸ Pasal 1313 KUH Perdata berbunyi “Perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu pihak atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih.”

Syarat sahnya perjanjian diatur di dalam Pasal 1320 KUH Perdata, antara lain:

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan
3. Suatu hal tertentu
4. Suatu sebab yang halal

Dua syarat pertama disebut syarat subjektif karena mengenai para pihak dalam suatu perjanjian. Sedangkan dua syarat yang terakhir disebut syarat objektif karena mengenai perjanjiannya sendiri atau objek dari perjanjian yang dilakukan.

Perjanjian elektronik dalam transaksi elektronik, harus memiliki kekuatan hukum yang sama dengan kontrak konvensional. Sebagaimana ditentukan pada Pasal 18 ayat (1) UUIITE yang berbunyi Transaksi Elektronik yang dituangkan ke dalam Kontrak Elektronik mengikat para pihak. *E-commerce* adalah suatu proses membeli dan menjual produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan computer sebagai perantara transaksi bisnis. *E-commerce* juga dapat diartikan bahwa adanya transaksi jual beli antara pelaku usaha dengan konsumen yang pembelian dan pemesanan barangnya melalui media *online*. Di dalam pengertian lain, *e-commerce* yakni transaksi komersial yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, pelayanan dan peralihan hak.²⁹

²⁹ *Aspek-aspek Hukum Tentang Pemalsuan Tanda Tangan Digital dalam E-commerce*, <http://elib.unikom.ac.id> diakses pada hari kamis tanggal 14 April 2016 pukul 21:07 WIB.

Menurut Onno. W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, mendefinisikan *e-commerce* sebagai salah satu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan melalui elektronik.³⁰

Dari berbagai definisi, terdapat kesamaan. Kesamaan tersebut memperlihatkan bahwa *e-commerce* memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Terjadi transaksi antara dua belah pihak.
2. Adanya pertukaran barang, jasa atau informasi.
3. *Internet* merupakan medium utama dalam proses atau mekanisme perdagangan tersebut.³¹

Pada dasarnya syarat sahnya perjanjian jual beli yakni sudah tertuang di dalam Pasal 1320 KUHPPerdata, hal ini juga dapat menjadi acuan syarat sahnya suatu perjanjian jual beli melalui *e-commerce*. Karena *e-commerce* juga merupakan kegiatan jual beli yang perbedaannya dilakukan melalui media *online*. Hanya saja dalam jual beli melalui *e-commerce* dilakukan melalui media *internet* yang bisa mempercepat, mempermudah dan transaksi jual beli tersebut.

Dalam UU ITE juga menambahkan beberapa persyaratan lain, misalnya:

- a. Beritikad baik (Pasal 17 ayat 2)
- b. Ketentuan mengenai waktu pengiriman dan penerimaan Informasi dan/atau Transaksi Elektronik (Pasal 8)
- c. Menggunakan Sistem Elektronik yang andal dan aman serta bertanggung jawab jawab (Pasal 15)³²

³⁰ Onno. W. Purbo, *Mengenal E-commerce*, PT. Elekmedia Komputindo, Jakarta, 2000, hlm.42

³¹ Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis e-commerce perspektif Islam*, Magistra Insania Press, Yogyakarta, 2004, hlm.17.

³² Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Dalam perjanjian *e-commerce*, terdapat proses penawaran dan proses persetujuan jenis barang yang dibeli maka transaksi antara penjual (*seller*) dengan pembeli (*buyer*) selesai. Penjual menerima persetujuan jenis barang yang dipilih dan pembeli menerima konfirmasi bahwa pesanan atau pilihan barang telah diketahui oleh penjual. Setelah penjual menerima konfirmasi bahwa pembeli telah membayar harga barang yang dipesan, selanjutnya penjual akan melanjutkan atau mengirimkan konfirmasi kepada perusahaan jasa pengiriman untuk mengirimkan barang yang dipesan ke alamat pembeli. Setelah semua proses terlewati, di mana ada proses penawaran, pembayaran, dan penyerahan barang maka perjanjian tersebut dikatakan selesai seluruhnya atau perjanjian tersebut berakhir.

Dalam dunia *e-commerce* dikenal dua pelaku, yaitu *merchant*/pelaku usaha yang melakukan penjualan dan *buyer/customer*/konsumen yang berperan sebagai pembeli. Selain pelaku usaha dan konsumen, dalam transaksi jual beli melalui media *internet* juga melibatkan provider sebagai penyedia jasa layanan jaringan *internet* dan bank sebagai sarana pembayaran.

Seorang pembeli berkewajiban untuk membayar harga barang yang telah dibelinya dari penjual sesuai dengan jenis barang dan harga yang telah disepakati antara *merchant* dan *costumer* tersebut. Selain itu, pembeli juga wajib mengisi data identitas diri yang sebenar-benarnya dalam formulir penerimaan. Di sisi lain, *costumer* memiliki hak untuk mendapatlan informasi secara lengkap terhadap barang yang dibelinya itu. Pembeli juga berhak mendapatkan perlindungan hukum atas perbuatan *merchant* yang tidak beritikad baik.

Bank sebagai perantara dalam transaksi elektronik, berfungsi sebagai penyalur dana atas pembayaran suatu produk dan pembeli kepada penjual produk tersebut. Karena mungkin saja pembeli yang berkeinginan untuk membeli produk dari penjual melalui *internet* berada pada lokasi yang berjauhan yang terletak pada lokasi yang berbeda sehingga pembeli bermaksud harus menggunakan fasilitas bank untuk melakukan pembayaran atas produk yang telah dibelinya dari penjual misalnya dengan proses penransferan dari rekeing pembeli kepada rekening penjual (*Account to Account*).

Provider merupakan pihak lain dalam transaksi jual beli secara elektronik, dalam hal ini *provider* memiliki kewajiban untuk menyediakan layanan *internet* 24 jam. Kepada calon pembeli untuk dapat melakukan transaksi jual beli secara elektronik melalui media *internet* dengan penjual yang menawarkan produk lewat *internet*, dalam hal ini terdapat kerjasama antara penjual dengan provider dalam menjalankan usaha melalui *Internet*.

Pelaksanaan transaksi jual beli secara elektronik ini dilakukan dalam beberapa tahap :

1. Penawaran, yang dilakukan oleh *merchant* melalui *website* pada *internet*, *merchant* menyediakan *storefront* ang berisi *catalog* produk dan pelayanan yang akan diberikan.
2. Penerimaan, dapat dilakukan tergantung dengan penawaran yang terjadi.
3. Pembayaran, dapat dilakukan langsung ataupun tidak langsung, misalnya melalui fasilitas *internet*, namun tetap bertumpu pada keuangan nasional, yang mengacu pada sistem keuangan local. Klasifikasi pembayaran dapat dilakukan dengan cara:
 - a. Transaksi model ATM
 - b. Pembayaran dua belah pihak tanpa perantara
 - c. Pembayaran dengan pihak ketiga, yang menyangkut dengan pembayaran debet, kredit, cek masuk.

4. Pengiriman, merupakan suatu proses yang dilakukan setelah pembayaran atas barang yang ditawarkan oleh penjual kepada pembeli, dalam hal ini pembeli berhak atas penerimaan barang yang dimaksud sesuai dengan perjanjian yang terjadi.

Dalam beberapa referensi yang penulis gunakan sebagai acuan dalam penulisan penelitian ini, terdapat beberapa referensi yang membahas tentang perjanjian *online* yang dapat dijadikan sebagai perbandingan dalam pembahasan penelitian ini, di antaranya ialah yang ditulis oleh Arjuna Silaban, mengenai “Analisis tentang Perjanjian Jual Beli *On-line* (*E-commerce*)”.³³ Yang menjelaskan bahwa pelaksanaan transaksi perjanjian jual beli *online* sama halnya dengan perjanjian biasa, perbedaannya dalam perjanjian *online* tidak harus bertemu secara langsung atau yang disebut dengan *face to face*, cukup dengan menggunakan layanan *internet* saja. Serta dalam perjanjian *online* terdapat beberapa hak dan kewajiban yaitu :

1. Hak dan Kewajiban Konsumen

- a. Hak Konsumen

Pengertian konsumen di dalam Undang-undang No. 8 tahun 1999, yang disebut juga UUPK (Undang-undang Perlindungan Konsumen) yakni “konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”³⁴

³³ Arjuna Silaban, *Analisis tentang Perjanjian Jual Beli On-line (E-commerce)*, Skripsi, Fakultas Hukum Universitas Islam Riau, Pekanbaru, 2014, hlm. 16

³⁴ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT Raja Grafindo Persada, 2008, hlm. 4

b. Kewajiban Konsumen

Pasal 5 UU Nomor 8 tahun 1999 menyatakan kewajiban konsumen, salah satunya yaitu membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.

2. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

a. Hak Pelaku Usaha

Pasal 6 UU Nomor 8 tahun 1999 menyatakan hak pelaku usaha, yaitu hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

b. Kewajiban Pelaku Usaha

Pasal 7 UU Nomor 8 tahun 1999 menyatakan kewajiban pelaku usaha, 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.

E. Konsep Operasional

Agar mempermudah untuk memahami serta unuk menghindari penafsiran yang berbeda-beda tentang judul penelitian ini, maka penulis merasa perlu memberikan batasan terhadap judul penelitian di atas.

Perjanjian adalah suatu peristiwa seseorang yang berjanji kepada orang lain atau di mana dua orang itu saling berjanji untuk melakukan suatu hal.³⁵

Jual beli adalah persetujuan saling mengikat antara penjual dan pembeli, penjual sebagai pihak yang menyerahkan barang, dan pembeli sebagaimana pihak yang membayar harga barang yang telah dibelinya,³⁶ atau jual beli adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah diperjanjikan.

E-commerce adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumer*), dalam penelitian ini dalam perjanjian jual beli di *Online shop Yaa-Razzaq Collections*.

Online shop Yaa-Razzaq Collections merupakan salah satu toko jual beli *online* yang ada di kota pekanbaru *Yaa-Razzaq Collections* berdiri pada tahun 2014 di Pekanbaru yang merupakan sebuah *online shop* yang bergerak dalam bidang perdagangan dalam bentuk penjualan baju gamis muslimah beserta hijab. *Yaa-Razzaq Collections* di dirikan oleh Lily Novianti yang berasal dari hobi memakai dan mengoleksi pakaian gamis muslimah berkembang menjadi usaha yang menguntungkan. Tata cara dan bentuk perjanjian yang ada pada *online shop Yaa-Razzaq Collections* adalah dengan cara *costumer* berkunjung ke *online shop* ini yang berada di jejaring *social Instagram*. Untuk melihat dan memilih produk yang diinginkan, lalu *costumer* setuju untuk membeli produk tersebut dan *merchant Yaa-Razzaq Collections* memberikan instruksi pembelian *online* dengan

³⁵ R. Subekti, *Op.,Cit*, hlm.75.

³⁶ *Ibid.*, hlm. 196

cara menghubungi *contact person* yang telah di cantumkan dalam Bio yang terdapat di *Instagram*.

F. Metodologi Penelitian

Agar penelitian ini lebih tepat dan terarah, maka diperlukan suatu metode penelitian untuk mendapatkan data berupa fakta dari penelitian ini. Metode yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Jenis dan Sifat Penelitian

Adapun jenis penelitian ini adalah tergolong pada penelitian lapangan yang disebut *observational research* secara *survey*, di mana dalam penelitian ini penulis langsung meneliti ke lokasi penelitian dengan mempergunakan alat pengumpul data yaitu berupa data wawancara. Sifat penelitian ini adalah, Deskriptif artinya suatu penelitian yang bermaksud memberikan uraian yang jelas tentang suatu kejadian atau kenyataan yang terjadi secara sistematis terhadap perjanjian yang dilakukan melalui perdagangan *internet (e-commerce)*.

2. Lokasi Penelitian

Sesuai dengan judul penelitian ini, maka penelitian ini dilakukan di Pekanbaru tepatnya pada Penjual atau *merchant* yang memiliki jaringan *e-commerce* yakni pemilik *Online shop Yaa-Razzaq Collections* yaitu *online shop* yang ada di jejaring *social Instagram* yang menjual pakaian gamis muslimah beserta hijab serta.

3. Populasi dan Responden

Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah :

- a. Para pihak penjual/ *merchant* yang memiliki *Online shop Yaa-Razzaq Collections* sebanyak 1 orang.
- b. Pihak pembeli/*costumer* sebanyak 11 orang yang bernama Dian Puteri, Siti Sarah, Hanifah Karin, Dina, Shintya, Winda, Carissa, Aminah, Isabella dan Laras. Adapun yang melakukan perjanjian *e-commerce* dengan *Online shop Yaa-Razzaq Collections* pada bulan Juli - September tahun 2016.
- c. Pihak Bank selaku yang digunakan Penjual/*merchant* untuk melakukan transaksi elektronik sebanyak 1 Bank.
- d. Pihak jasa pengiriman yang digunakan Penjual/*merchant* untuk melakukan pengiriman barang kepada pembeli/*costumer* sebanyak 1 Jasa Pengiriman.
- e. Pihak Penjual Tyesscarf
- f. Pihak Penjual Valisca.Bomber

Penulis menggunakan metode sensus yaitu dengan cara mengambil seluruh populasi untuk dijadikan responden, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel I.1
Populasi dan Responden terkait dengan *E-commerce*
pada *Online shop* Yaa-Razzaq Collections

No	Kriteria Populasi	Responden	Sensus	Persentase
1	Pihak penjual yang terkait dalam <i>e-commerce</i> pada <i>Online shop</i>	1	1	100 %
2	Pihak pembeli yang terkait dalam <i>e-commerce</i> pada <i>Online shop</i>	11	11	100 %
3	Pihak Bank yang terkait dalam <i>e-commerce</i> pada <i>Online shop</i>	1	1	100 %
4	Pihak jasa pengiriman yang terkait dalam <i>e-commerce</i> pada <i>Online shop</i>	1	1	100 %
5	Pihak Penjual Tyesscraf	1	1	100 %
6	Pihak Penjual Valisca.Bomber	1	1	100 %
Jumlah		16	16	100 %

Data bulan Juli-September 2016

4. Data dan Sumber Data

a. Data primer

Yaitu data yang diperoleh langsung dari responden yakni para Pihak penjual dan pembeli yang melakukan perjanjian dalam transaksi perdagangan yang dilakukan melalui *Internet (e-commerce)*. Yang berhubungan langsung dengan masalah pokok yang dibahas. Dengan teknik wawancara.

b. Data Sekunder

Bahan-bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan-bahan hukum primer berupa buku-buku, teori-teori, atau pendapat-pendapat para ahli yang berkaitan dengan permasalahan pokok.

5. Alat Pengumpul Data

Sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian ini adalah Wawancara, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara penulis mengadakan Tanya jawab secara langsung kepada siapa yang menjadi responden.

6. Analisis Data

Setelah diperoleh data melalui alat Pengumpul data yang telah ditetapkan, kemudian data tersebut penulis sajikan dalam bentuk uraian kalimat. Setelah data tersebut disajikan kemudian data tersebut dianalisa dengan cara membandingkan antara data primer dan data sekunder sehingga diperoleh hasil perbandingan antara teori dan praktek, selanjutnya penulis menarik kesimpulan dalam penelitian ini dengan metode induktif yaitu menyimpulkan hal-hal umum kepada yang khusus