

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penggunaan internet sebagai media perdagangan terus meningkat dari tahun ketahun, hal ini disebabkan oleh berbagai manfaat yang dapat dirasakan oleh para penjual maupun pembeli. Manfaat dari penggunaan internet sebagai sarana jual beli online dapat mempermudah pencarian akan kebutuhan konsumen tanpa adanya batasan, serta meningkatkan kepuasan konsumen sepanjang menyangkut kecepatan untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan.¹ Pesatnya perkembangan teknologi informasi, yang terlihat pada masifnya penggunaan jaringan internet, turut mendongkrak kebutuhan masyarakat untuk senantiasa melakukan transaksi dagang menggunakan jaringan internet. Berbagai aspek transaksi yang tergolong dalam proses interaksi bisnis konvensional berubah dengan cepat ketika perdagangan secara *face-to-face* mulai digantikan dengan perdagangan online berbasis internet. Transaksi komersil (*profit transaction*) yang biasanya dilakukan secara konvensional, telah bergeser ke arah yang lebih dinamis melalui penggunaan jaringan internet. Transaksi melalui jaringan internet diyakini memudahkan pegiat ekonomi dalam melakukan transaksi serta menjadi solusi dalam terbatasnya ruang dan waktu. Bahkan, dalam hal lain, bentuk transaksi

¹ Richardus Eko Indrajit, *Electronic Commerce Strategi dan Konsep Bisnis di Dunia Maya*, (Jakarta: Aptikom, 2002), hlm. 51.

ini dapat terjadi secara bersamaan tanpa harus ada pertemuan langsung dengan hitungan waktu yang begitu cepat. Pada awalnya internet hanya dapat digunakan sebagai media pertukaran informasi di lingkungan pendidikan (Perguruan Tinggi) dan lembaga penelitian.

Dalam bidang perdagangan, internet mulai banyak dimanfaatkan sebagai media aktivitas bisnis terutama karena perannya terhadap efisiensi. Perdagangan melalui internet ini populer dengan nama *e-commerce*. Namun berbagai kendala muncul sehubungan dengan perkembangan *e-commerce* seperti keterbatasan infrastruktur, ketiadaan undang-undang, jaminan keamanan transaksi dan terutama sumber daya manusia. Setelah internet terbuka bagi masyarakat luas, internet mulai digunakan juga untuk kepentingan perdagangan. Setidaknya ada dua hal yang mendorong kegiatan perdagangan dalam kaitannya dengan kemajuan teknologi yaitu meningkatnya permintaan atas produk-produk teknologi itu sendiri dan kemudahan untuk melakukan transaksi perdagangan.

Tak luput media perdagangan elektronik (*e-commerce*) juga secara khusus mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap perdagangan dan perekonomian dunia. Perdagangan elektronik atau *E-commerce* pada dasarnya adalah merupakan suatu kontak transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet. Dimulai dari pemesanan barang, pembayaran transaksi hingga pengiriman barang dikomunikasikan melalui internet. Transaksi yang dulu dilakukan dengan cara yang konvensional yakni sistem perdagangan dimana penjual dan pembeli harus

bertemu langsung, hingga barang yang akan dijual berada di dekat pembeli, sekarang beralih kepada sistem online dimana pembeli dan penjual tidak harus bertemu langsung, dan barang yang diperjualbelikan hanya berbentuk gambar atau tulisan yang menjelaskan spesifikasi dari barang yang akan dijual. Hal ini memungkinkan transaksi dapat dilakukan setiap saat dalam 24 jam 7 hari dengan mengakses sistem produk yang diinginkan dalam jaringan internet.²

Menarik untuk diketahui bahwa trend berkembangnya sistem belanja online saat ini, lebih banyak menggunakan komunikasi elektronik atau jejaring sosial sebagai media perantara transaksi jual belinya. Sosial media telah menjadi sarana penting dan krusial dalam perdagangan elektronik saat ini. Sosial media yang awalnya lebih sering digunakan sebagai sarana pertemanan, berbagi informasi, dan membentuk jaringan sosial kini bertransformasi menjadi platform jual beli paling efektif di dunia.³

Namun di samping beberapa keuntungan yang ditawarkan seperti yang telah disebutkan diatas, transaksi *e-commerce* juga menyodorkan beberapa permasalahan baik yang bersifat psikologis, hukum maupun ekonomis. Permasalahan yang bersifat psikologis misalnya kebanyakan calon pembeli dari suatu toko online merasa kurang nyaman dan aman ketika pertama kali melakukan keputusan pembeli secara online.⁴

² Adi Nugroho, *E-Commerce Memahami Perdagangan Modern di Dunia Maya*, (Bandung: Informatika, 2008), hlm. 27.

³ *Ibid.*

⁴ Daniel Alfredo Sitorus, “Perjanjian Jual Beli Melalui Internet (E-Commerce) Ditinjau Dari Aspek Hukum Perdata” - Fakultas Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Vol 1. No. 2 (2015), hlm. 35.

Munculnya perkembangan dalam bidang teknologi informasi ini secara langsung sangat mempengaruhi munculnya bentuk - bentuk perbuatan hukum yang baru. Bentuk - bentuk perbuatan hukum baru dapat dilihat dari adanya rezim hukum baru yang dikenal dengan hukum telematika. Hukum ini merupakan perwujudan dari konvergensi hukum telekomunikasi, hukum media dan hukum informatika. Berkembangnya sistem teknologi informasi dapat dilihat dari mudahnya masyarakat untuk mengakses internet dalam kehidupan sehari - hari. Saat ini, internet tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat, baik itu orang dewasa maupun anak di bawah umur. Hal ini dapat dilihat dari data pada tahun 2018 yang disampaikan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau yang biasa disingkat dengan APJII.⁵

No.	Rentang Usia	Persentase
1.	15 tahun sampai dengan 19 tahun	91%
2.	25 tahun sampai dengan 29 tahun	82,9 %
3.	30 tahun sampai dengan 34 tahun	76,5 %
4.	35 tahun sampai dengan 39 tahun	68,5%
5.	50 tahun ke atas	35%

Tabel 1 : Persentase Pemakai Internet Berdasarkan Usia
Sumber: Data Primer APJII Tahun 2022

⁵ <https://apjii.or.id/survei> diakses pada hari Minggu, 8 Januari 2023, 19:10

Masyarakat memanfaatkan internet untuk melakukan kegiatan sehari-hari, salah satunya untuk kegiatan perdagangan, contohnya orang yang melakukan jual beli tiket pesawat melalui aplikasi travel *online*, jual beli barang elektronik, jual beli kebutuhan pokok dan lain sebagainya. Perdagangan dewasa ini, didukung oleh kemajuan teknologi informasi yang telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan jasa yang melintasi batas-batas wilayah suatu negara, sehingga barang atau jasa yang ditawarkan semakin bervariasi. Sebelum adanya perkembangan yang sangat pesat dan canggih seperti saat ini, masyarakat biasanya melakukan transaksi jual beli secara langsung dengan tatap muka. Seiring perkembangan teknologi yang sangat pesat ini, sekarang masyarakat sudah bisa melakukan jual beli secara *online*.

Transaksi melalui jual beli secara *online* ini dilakukan oleh berbagai kalangan, baik orang dewasa maupun anak. Berdasarkan hasil persentase pada tahun 2017, total transaksi jual beli secara *online* yang dilakukan oleh konsumen dewasa maupun konsumen anak mencapai 10,7 persen. Hal ini dikarenakan sebagian besar masyarakat sudah mempunyai media seperti *smartphone* untuk mempermudah mereka melakukan kegiatan jual beli secara *online*. Rata-rata pengguna *smartphone* dalam tiga tahun terakhir mencapai 66,3%. Proporsi ini sangat besar dikarenakan hampir 2/3 dari jumlah masyarakat Indonesia menggunakan *smartphone*. Apabila dibagi berdasarkan jenis kelamin, maka pengguna *smartphone* untuk jenis kelamin

laki-laki mencapai 67,41% dan jenis kelamin perempuan mencapai 65,09%.⁶

Dengan semakin maraknya toko online pada sosial media yang bermunculan di Indonesia, perjanjian jual beli secara online pun telah banyak dilakukan sehingga bentuk jual beli yang terjadi merupakan bentuk atau alur dari pihak penjual selaku penyedia sistem online. Hal ini memberi ruang pada pihak penjual online yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan tindak kejahatan online.

Kejahatan jual beli online tidak terjadi pada 1 media atau aplikasi maupun software saja tetapi berbagai macam media dan aplikasi. Paling banyak terjadi dalam media *Facebook*, *Instagram*, *Whatsapp*, dan situs jual beli *online* seperti *olx*.⁷

Transaksi jual beli secara *online* dapat dilakukan melalui media sosial, salah satunya adalah *facebook*. *Facebook* merupakan aplikasi untuk berbagi foto, video ataupun media untuk melakukan jual beli secara *online*. *Facebook* banyak digunakan oleh berbagai kalangan, sehingga pihak *facebook* mengeluarkan kebijakan terkait usia yang diperbolehkan untuk mendaftar yaitu tidak boleh kurang dari 13 tahun. Kebijakan yang dikeluarkan pihak *facebook* ini mengakibatkan anak yang rentang usianya 13 tahun sampai dengan usia 17 tahun banyak menggunakan aplikasi ini. Mereka memanfaatkan aplikasi *facebook* untuk melakukan berbagai macam kegiatan,

⁶ Sitorus, *op. cit.*, hlm. 190.

⁷ Budi Agus Riswandi, “Aspek Perlindungan Hukum Nasabah Dalam Sistem Pembayaran Internet” – *Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, Jurnal Hukum: UII*, Vol. 8, No. 16, (Juli 2001), hlm. 86.

salah satunya adalah jual beli secara *online*. Dalam hal ini transaksi jual beli juga harus terdapat adanya suatu perjanjian.⁸

Aneka ragam perjanjian yang dibuat dalam media facebook ini disebut dengan nama perjanjian online. Secara online, perjanjian ini sangat banyak digunakan dalam hal jual beli. Perjanjian dengan cara online ini dapat dilakukan melalui media sosial, seperti media Facebook, Instagram, Whatshapp, Michat, Be-talk dan lain-lain. Dari demikan banyaknya media sosial yang tersedia, pada umumnya pihak penjual memasang iklannya di media facebook. Iklan yang dipasang tersebut dapat berupa iklan penjualan di bidang fashion, handphone, alat-alat elektronik, alat rumah tangga, alat - alat otomotif, dan lain sebagainya. Iklan ini akan dishare atau dibagikan kepada seluruh pemakai media sosial tersebut. Dengan harapan agar barang yang dijual laku.⁹ Dengan tujuan mencari peminat pembeli yang cocok dengan barang yang ditawarkan. Setelah menemukan peminat, mulai ada penawaran melalui percakapan di media sosial. Apabila sudah berminat, maka pihak pembeli akan mengadakan pertemuan dengan pihak penjual tersebut. Sebagai tanda jadi, maka pihak calon pembeli memberikan uang tanda jadi kepada pihak penjual. Transaksi jual beli diawali dari adanya kata sepakat oleh para pihak yang hendak mengadakan perjanjian. Kesepakatan - kesepakatan tersebut dituangkan dalam suatu perjanjian. Perjanjian inilah yang kemudian harus ditaati oleh kedua belah pihak baik penjual maupun

⁸ Wahyu Hanggoro Suseno, *Kontrak Perdagangan Melalui Internet ditinjau dari Hukum Prjanjian*, (Surakarta: Visi Media, Surakarta, 2008), hlm. 45.

⁹ *Ibid.*

pembeli. Perjanjian yang dibuat melalui media sosial itu berupa perjanjian lisan. Dimana pihak penjual dan calon pembeli hanya mengadakan kesepakatan melalui percakapan di chatting. Sehubungan dengan itu, perjanjian lisan ini, dalam dunia media sosial adalah suatu perikatan yang didasarkan pada kesepakatan.

Dalam jual beli para pihak telah bersepakat untuk mengikatkan dirinya kepada pihak lain yang menjadi pihak dalam suatu perjanjian. Pihak tersebut adalah pihak penjual dan pihak calon pembeli. Kesepakatan ini, merupakan kesepakatan yang dibuat dengan suatu perikatan dari pihak penjual dan pembeli. Kesepakatan secara lisan itu dijadikan sebagai acuan dalam pelaksanaannya. Dalam suatu perjanjian acuan tersebut dinamakan sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Mengenai transaksi jual beli ini secara umum (*lex generalis*) diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (selanjutnya disebut KUHPerdata) Buku III Tentang Perikatan, khususnya Bab I sampai dengan Bab V dan beberapa pasal yang berkaitan sebagai aturan hukum umum, tetapi secara khusus (*lex specialis*) transaksi jual beli elektronik ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang ITE).¹⁰ Ketentuan tersebut memberikan suatu penjelasan bahwa perjanjian itu dibuat dengan berdasarkan ketaatan bagi para pihak. Dalam prakteknya, perjanjian ini seringkali disalahartikan. Maksudnya, perjanjian yang diucapkan secara lisan

¹⁰ Suseno, *op. cit.*, 2008, hlm. 65.

di media sosial itu sering oleh masyarakat dianggap tidak sah dan sangat diragukan keabsahannya.

Oleh masyarakat, tidak sahnya perjanjian lisan itu dikarenakan tidak ada materainya. Disamping itu, perjanjian itu tidak dibubuhi tanda tangan dari pihak penjual dan pembeli. Sehingga dalam prakteknya, perjanjian di media sosial ini sering dianggap perjanjian yang tidak sah. Oleh sebab itu, perjanjian lisan tersebut dianggap oleh para pihak merupakan perjanjian yang bisa diingkari.¹¹ Para pihak beranggapan demikian karena perjanjian tersebut dianggap perjanjian yang tidak memiliki bukti yang kuat dimata hukum.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka dilakukan penelitian dengan judul ***“TRANSAKSI JUAL BELI MELALUI APLIKASI FACEBOOK DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 11 TAHUN 2008 TENTANG INFORMASI TRANSAKSI ELEKTRONIK”***

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah di atas, maka penulis merumuskan permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian. Rumusan masalah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana transaksi jual beli melalui Aplikasi Facebook ditinjau dari Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Transaksi Elektronik?

¹¹ Dewi, M.N.K, *Penyelesaian Sengketa Dalam Perjanjian Jual Beli Secara Online*, (Makassar: Jurnal Cahaya Keadilan Universitas Indonesia Timur, 2017), hlm. 77.

2. Bagaimana penyelesaian sengketa dalam transaksi jual beli melalui Aplikasi Facebook ditinjau dari Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Transaksi Elektronik?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mendapatkan keterangan atas rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian. Tujuan penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan transaksi jual beli melalui Aplikasi Facebook ditinjau dari Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Transaksi Elektronik.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan penyelesaian sengketa dalam transaksi jual beli melalui Aplikasi Facebook ditinjau dari Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Transaksi Elektronik.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan permasalahan di atas, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperluas ilmu pengetahuan terutama terkait pengembangan ilmu hukum.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi para praktisi, terutama praktisi hukum perdata sebagai bahan penelitian lanjutan untuk memecahkan masalah dalam penerapan aturan hukum. Penelitian

ini diharapkan dapat bermanfaat dan dapat menyadarkan masyarakat agar lebih kritis lagi terhadap segala Tindakan. Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk masyarakat umum seiring perkembangan teknologi yang makin pesat tentang adanya transaksi jual beli online

1.5 Kajian Pustaka

1.5.1 Tinjauan Umum Tentang Transaksi Jual Beli Online

1.5.1.1 Pengertian Transaksi Jual Beli Online

Jual-beli online merupakan transaksi jual-beli melalui media internet antara penjual dan pembeli dipisahkan dengan jarak. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Transaksi Elektronik dalam Pasal 1 poin 17 memberikan pengertian bahwa transaksi elektronik/jual-beli elektronik adalah perjanjian melalui media elektronik, baik internet atau lainnya. Media jual-beli online biasanya sering digunakan oleh para pengusaha untuk memperoleh keuntungan dengan memberikan penawaran berupa barang/benda secara legal. Untuk mengetahui ciri-ciri jual-beli menggunakan media online dapat dilihat dengan cara; Terdapat perjanjian/kontrak yang ditawarkan berupa dagangan; Perjanjian dilakukan melalui internet; Transaksi dilakukan melalui jarak jauh; Perjanjian dibuat dengan jaringan media sosial; Kebebasan dan keterbukaan akses barang/benda yang dijual. Perjanjian *E-commerce* dikenal dua

pelaku yaitu merchant/pelaku usaha yang melakukan penjualan dan *buyer/costumer*/konsumen yang berperan sebagai pembeli. Selain pelaku usaha dan konsumen, dalam transaksi jual beli melalui media internet juga melibatkan provider sebagai penyedia jasa layanan internet dan bank sebagai sarana pembayaran.

Berikut ini adalah bentuk-bentuk transaksi elektronik yang berkembang dalam dunia internet mencakup seperti Kontrak dibuat melalui komunikasi e-mail. Penawaran dan penerimaan dapat dipertukarkan melalui e-mail atau dikombinasikan dengan komunikasi elektronik lainnya, dokumen tertulis, faksimile dan lain-lain; Kontrak yang dibuat melalui website dan jasa online lain, yaitu suatu website yang menawarkan suatu penjualan barang/jasa dan konsumen menerima penawaran dengan mengisi dan transmisi formulir yang terpampang dilayar monitor. Direct online transfer dari informasi dan jasa; Website digunakan sebagai medium of communication dan sekaligus sebagai medium of exchange; Kontrak yang berisi *Electronic Data Interchange* (EDI), yaitu suatu pertukaran informasi bisnis secara elektronik; Kontrak dalam internet dapat bersifat perjanjian lisensi.¹²

¹² Handri Raharjo, *Hukum Perjanjian di Indonesia*, (Jakarta: Buku Kita, 2009), hlm. 41.

1.5.1.2 Pengertian Transaksi Jual Beli

Jual beli adalah suatu perjanjian bertimbang balik dalam mana pihak yang satu (penjual) berjanji untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang, sedang pihak yang lainnya (pembeli) berjanji untuk membayar harga yang terdiri atas sejumlah uang sebagai imbalan dari perolehan hak milik tersebut. Jual beli adalah menukar suatu barang dengan barang yang lain dengan cara tertentu (akad).¹³

Barang yang menjadi objek perjanjian jual beli harus cukup tertentu, setidak-tidaknya dapat ditentukan wujud dan jumlahnya pada saat ia akan diserahkan hak miliknya kepada si pembeli. Dengan demikian adalah sah menurut hukum misalnya jual-beli mengenai panen yang akan diperoleh pada suatu waktu dari sebidang tanah tertentu. Unsur-unsur pokok (essentialia) perjanjian jual beli adalah barang dan harga. Sesuai dengan asas “konsensualime yang menjiwai hukum perjanjian BW, perjanjian jual beli itu sudah dilahirkan pada detik tercapainya sepakat mengenai barang dan harga.

Begitu kedua pihak sudah setuju tentang barang dan harga, maka lahirlah perjanjian jual beli yang sah. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, pasal 1457 menefinisikan,

¹³ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia (Sebagai Pedoman dalam Menghadapi Era Digital Bisnis e-Commerce di Indonesia)*, (Bandung: Nusa Media, 2017), hlm. 33.

“Jual beli adalah suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.”¹⁴

Pengertian jual beli dalam hukum perlindungan konsumen sendiri tidak dijelaskan secara langsung. Dalam sejarahnya perlindungan konsumen pernah secara prinsipal menganut asas *the privity of contract*. Artinya, pelaku usaha hanya dapat dimintakan pertanggungjawaban hukumnya sepanjang ada hubungan kontraktual antara dirinya dan konsumen. Oleh karena itu, tidak mengherankan bila ada pandangan hukum perlindungan konsumen berkolerasi erat dengan hukum perikatan, khususnya perikatan perdata. Jual beli sebelum mencapai kesepakatan, didahului tawar menawar, yang berfungsi sebagai penentu sejak kapan terjadi persetujuan tetap.¹⁵ Sejak terjadinya persetujuan tetap, maka perjanjian jual beli tersebut baru dinyatakan sah dan mengikat sehingga wajib dilaksanakan oleh penjual dan pembeli. Jual beli merupakan perjanjian paling banyak diadakan dalam kehidupan masyarakat. Berdasarkan hal di atas jual beli merupakan suatu perjanjian bertimbal-balik di mana pihak

¹⁴ Aditya Ayu Hakiki, “*Perlindungan Hukum Bagi Pembeli Dalam Sengketa Jual Beli Online*” - *Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surabaya* Vol 1. No. 1 (2017), hlm. 120.

¹⁵ *Ibid.*

penjual berjanji untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang, sedang pihak pembeli berjanji untuk membayar harga yang terdiri atas sejumlah uang sebagai imbalan dari perolehan hak milik tersebut.¹⁶

1.5.1.3 Jenis-Jenis Transaksi Jual Beli

Terdapat 3 jenis transaksi jual beli, yaitu:

1. Transfer, transaksi dengan cara transfer merupakan jenis transaksi yang paling umum dan paling populer digunakan oleh para penjual online;
2. COD (Cash On Delivery), transaksi ini merupakan transaksi yang juga tak kalah populer dengan via transfer, transaksi COD merupakan transaksi secara langsung atau bertemunya penjual dan pembeli;
3. Rekening Bersama (REKBER), transaksi ini merupakan metode pembayaran online yang melibatkan tiga pihak, yakni pembeli, penjual, dan netral. Pihak netral bertanggung jawab atas rekber sehingga proses transaksi antara penjual dan pembeli terjamin kelancarannya.¹⁷

1.5.1.4 Unsur Dalam Transaksi Jual Beli

Pada transaksi jual beli melalui internet, para pihak terkait di dalamnya melakukan hubungan hukum yang

¹⁶ Hakiki, *op. cit.*, hlm. 16.

¹⁷ Enang Hidayat, *Fiqih Jual Beli* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), hlm. 66.

dituangkan melalui suatu bentuk perjanjian atau kontrak yang dilakukan secara elektronik dan sesuai dengan Pasal 1 butir 17 UU Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) disebut sebagai kontrak elektronik yakni perjanjian yang dimuat dalam dokumen elektronik atau media elektronik lainnya. Pelaku usaha yang menawarkan barang atau jasa secara elektronik wajib menyediakan informasi mengenai syarat-syarat kontrak, produsen dan produk secara lengkap dan benar. Berdasarkan pengertian di atas, dapat ditarik beberapa unsur dari *E-commerce*, yaitu:

1. Ada kontrak dagang;
2. Kontrak itu dilaksanakan dengan media elektronik;
3. Kehadiran fisik dari para pihak tidak diperlukan;
4. Kontrak itu terjadi dalam jaringan public;
5. Sistemnya terbuka, yaitu dengan internet atau WWW;
6. Kontrak itu terlepas dari batas, yuridiksi nasional;

Salah satu fenomena mu'amalah dalam bidang ekonomi adalah transaksi jual beli yang menggunakan media elektronik. Aktivitas perdagangan melalui media internet ini populer disebut dengan *electronic commerce (e-commerce)*.¹⁸ *E-commerce* tersebut terbagi atas dua segmen yaitu *business to*

¹⁸ Muhammad Yusuf Ibrahim, "Perjanjian Jual Beli melalui E-Commerce Berdasarkan Pasal 1230 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata" - *Jurnal Ilmiah: FENOMENA*, Volume XIV, No. 2, (November 2016), hlm. 76.

business e-commerce (perdagangan antar pelaku usaha) dan *business to consumer e-commerce* (perdagangan antar pelaku usaha dengan konsumen). Jual beli merupakan salah satu jenis mu'amalah yang diatur dalam Islam. Bentuk *e-commerce* pada dasarnya merupakan model transaksi jual-beli juga yang dikategorikan sebagai jual beli modern karena mengimplikasikan inovasi teknologi. Secara umum perdagangan secara Islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda tersebut sewaktu transaksi, sedangkan *e-commerce* tidak seperti itu. *E-commerce* merupakan model perjanjian jual-beli dengan karakteristik dan aksentuasi yang berbeda dengan model transaksi jual-beli biasa, apalagi dengan daya jangkau yang tidak hanya lokal tapi juga bersifat global. Adaptasi secara langsung ketentuan jualbeli biasa akan kurang tepat dan tidak sesuai dengan konteks *e-commerce*.¹⁹ Oleh karena itu perlu analisis apakah ketentuan hukum yang ada dalam hukum Islam sudah cukup relevan dan akomodatif dengan hakekat *e-commerce* atau perlu pemahaman khusus tentang hukum bertransaksi *e-commerce*. Beberapa permasalahan yang muncul dalam aktivitas *e-commerce*, antara lain:²⁰

¹⁹ Mamesah, Madeline. “Sistem Transaksi Elektronik dalam Perjanjian Jual Beli melalui Media Online”- *Fakultas Hukum Sam Ratulangi*, Vol. X, No. 1, (Januari 2022), hlm. 9.

²⁰ Suseno, *op. cit.*, hlm. 64.

1. Otentikasi subyek yang membuat transaksi melalui internet;
2. Obyek transaksi yang diperjualbelikan;
3. Mekanisme peralihan hak;
4. Hubungan hukum dan pertanggungjawaban para pihak yang terlibat dalam transaksi baik penjual, pembeli, maupun para pendukung seperti perbankan, *internet service provider* (ISP), dan lain-lain;²¹
5. Legalitas dokumen catatan elektronik serta tandatangan digital sebagai alat bukti;
6. Mekanisme penyelesaian sengketa;
7. Pilihan hukum dan forum peradilan yang berwenang dalam penyelesaian sengketa.²²

Meskipun barang yang diperjual belikan dalam transaksi *e-commerce* telah jelas dispesifikan dan telah jelaskan secara detail, namun resiko ketidakcocokan dan kerugian yang akan dialami oleh pembeli masih memungkinkan terjadi. Oleh kerana itu, dalam transaksi ini, pihak penjual memberikan hak kepada pembeli untuk mengembalikan barang dan menerima pembayarannya atau menukarkan barang tersebut sesuai dengan ketentuan yang

²¹ *Ibid*, hlm. 44.

²² *Ibid*.

telah disepakati sebelumnya. Dalam hal ini, konsep hak pengembalian dan penukaran tersebut sejalan dengan konsep khiyar dalam Islam.²³

1.5.1.5 Dasar Hukum Transaksi Jual Beli

Hukum dasar bisnis online sama seperti akad jual beli dan akad Salam, hal ini diperbolehkan dalam Islam. Bisnis Online dinyatakan haram apabila:

1. Sistemnya haram, seperti money gambling. Sebab judi itu haram baik di darat maupun di udara (online);
2. Barang atau jasa yang menjadi objek transaksi adalah barang yang diharamkan;
3. Transaksi yang melanggar perjanjian atau mengandung unsur penipuan;²⁴
4. Hal lainnya yang tidak membawa kemanfaatan tapi justru mengakibatkan kemudharatan.

Menurut Islam, Bisnis Online hukumnya dibolehkan selama tidak mengandung unsur - unsur yang dapat merusaknya seperti riba, kezhaliman, penipuan, kecurangan, dan sejenisnya. Ada dua jenis komoditi yang dijadikan objek transaksi online, yaitu barang atau jasa bukan digital dan

²³ Citra Yustisia Serfiani, *Buku Pintar Bisnis Online dan Transaksi Elektronik* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), hlm. 212.

²⁴ M. Ali Hasan, *Berbagai macam transaksi dalam Islam (Fiqih Muamalah)* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 113.

digital. Transaksi online untuk komoditi bukan digital, pada dasarnya tidak memiliki perbedaan dengan transaksi as-salam dan barangnya harus sesuai dengan apa yang telah disifati ketika bertransaksi. Sedangkan komoditi digital seperti ebook, software, script, dan data yang masih dalam bentuk file (bukan CD) diserahkan secara langsung kepada konsumen, baik melalui email ataupun download.²⁵ Hal ini tidak sama dengan transaksi as-salam tapi seperti transaksi jual beli biasa. Sebagai seorang muslim aktifitas jual beli adalah aktifitas muamalah yang diatur oleh Al-Qur'an dan Sunnah. Karena telah diatur maka sebagai seorang muslim dalam aktifitas jual Ibnu Katsir menjelaskan tentang ayat 29 dari surat Annisa bahwasanya Allah SWT melarang hamba-hambanya yang beriman memakan harta sebagian mereka terhadap sebagian lainnya dengan bathil yaitu dengan berbagai macam usaha yang tidak syar'i seperti riba, judi dan berbagai hal serupa yang penuh tipu daya, sekalipun pada akhirnya cara-cara tersebut berdasarkan keumuman hukum syar'i tetapi diketahui oleh Allah dengan jelas bahwa pelakunya hendak melakukan tipu muslihat terhadap riba.²⁶

²⁵ *Ibid*, hlm. 114.

²⁶ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 68.

Untuk barang yang tidak disyaratkan serah terima tunai dalam jual belinya, yaitu seluruh jenis barang, kecuali emas atau perak dan mata uang maka jual beli melalui internet dapat ditakhrij dengan jual-beli melalui suratmenyurat. Adapun jual-beli melalui telepon merupakan jual-beli langsung dalam akad ijab dan qabul. Sebagaimana diputuskan oleh Majma' Al Fiqh Al Islami (divisi fikih OKI) keputusan No. 52 (3/6) tahun 1990, yang berbunyi, "Apabila akad terjadi antara dua orang yang berjauhan tidak berada dalam satu majlis dan pelaku transaksi, satu dengan lainnya tidak saling melihat, tidak saling mendengar rekan transaksinya, dan media antara mereka adalah tulisan atau surat atau orang suruhan, hal ini dapat diterapkan pada faksmili, teleks, dan layar komputer (internet), maka akad berlangsung dengan sampainya ijab dan qabul kepada masing-masing pihak yang bertransaksi. Transaksi berlangsung dalam satu waktu sedangkan kedua belah pihak berada di tempat yang berjauhan, hal ini dapat diterapkan pada transaksi melalui telepon seluler, maka ijab dan qabul yang terjadi adalah langsung seolah-olah keduanya berada dalam satu tempat.²⁷

Dalam transaksi menggunakan internet, penyediaan aplikasi permohonan barang oleh pihak penjual di situs

²⁷ Al-Fauzan, *Perbedaan antara jual beli dan riba* (Solo: Attibian, 2002), hlm. 55.

merupakan ijab dan pengisian serta pengiriman aplikasi yang telah diisi oleh pembeli merupakan qabul. Adapun barang hanya dapat dilihat gambarnya serta dijelaskan spesifikasinya dengan lengkap, dengan penjelasan yang dapat mempengaruhi harga jual barang.²⁸ Setelah ijab dan qabul berlangsung pihak penjual meminta pembeli untuk mentransfer uang ke rekening bank milik penjual. Setelah uang diterima, penjual mengirim barang kepada pembeli melalui jasa pengiriman barang. Karena fisik barang yang diperjual-belikan tidak dapat disaksikan langsung, hanya sebatas gambar dan penjelasan spesifikasinya, maka jual-beli ini dapat ditakhrij dengan ba'I al ghaib ala ash shifat (jual beli barang yang tidak dihadirkan pada majelis akad atau tidak disaksikan langsung sekalipun hadir dalam majelis, seperti beli barang dalam kardus/kotak, yang hanya dijelaskan spesifikasinya melalui kata-kata).

Pemilik situs belanja di internet bermacam-macam, ada yang memang menjual barang yang telah dimilikinya, dan ada yang tidak memiliki barang yang ditampilkan di situsnya, ia hanya sebatas makelar.²⁹

²⁸ Suhendi, *op. cit.*, hlm. 54.

²⁹ Suhendi, *op. cit.*, hlm. 89.

1.5.1.6 Obyek Perjanjian Jual Beli Melalui Internet

Mengenai suatu hal tertentu, Suatu perjanjian harus mengenai suatu hal tertentu, artinya apa yang dijadikan obyek dalam perjanjian harus jelas. Pasal 1333 KUHPerdara menentukan bahwa suatu perjanjian harus mempunyai pokok suatu benda (zaak) yang paling sedikit dapat ditentukan jenisnya. Suatu perjanjian harus memiliki obyek tertentu. Suatu perjanjian harus mengenai suatu hal tertentu berarti bahwa apa yang diperjanjikan, yakni hak dan kewajiban kedua belah pihak. Barang yang dimaksudkan dalam perjanjian paling sedikit dapat ditentukan jenisnya, seperti halnya barang yang dibutuhkan oleh pembeli baik produk yang digunakan dalam keseharian yang dibutuhkan.³⁰

Istilah barang dimaksud di sini apa yang dalam bahasa Belanda disebut sebagai zaak. Zaak dalam bahasa Belanda tidak hanya berarti barang dalam arti sempit, tetapi juga berarti yang lebih luas lagi, yakni pokok persoalan. Oleh karena itu, objek perjanjian tidak hanya berupa benda tetapi juga bisa berupa jasa. J. Satrio menyimpulkan bahwa yang dimaksud dengan suatu hal tertentu dalam perjanjian adalah obyek

³⁰ Ahmadi Miru, *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 127.

prestasi perjanjian. Isi prestasi tersebut harus tertentu atau paling sedikit dapat ditentukan jenisnya.³¹

1.5.2 Tinjauan Umum Tentang Perjanjian

1.5.2.1 Pengertian Perjanjian

Menurut ketentuan Pasal 1313 KUHPerdara, menerangkan bahwa perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.

Menurut Subekti perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seseorang berjanji kepada seorang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal. Dari peristiwa ini, timbullah suatu hubungan antara dua orang tersebut yang dinamakan perikatan. Perjanjian itu menerbitkan suatu perikatan antara dua orang yang membuatnya. Dalam bentuknya, perjanjian itu berupa suatu rangkaian perkataan yang mengandung janji-janji atau kesanggupan yang diucapkan atau ditulis.³²

Menurut Wirjono Prodjodikoro, suatu perjanjian diartikan sebagai ssuatu perbuatan hukum mengenai harta benda kekayaan antara dua pihak, dalam mana satu pihak berjanji atau dianggap berjanji untuk melakukan suatu hal atau

³¹ Gunawan Widjaya, *Alternatif Penyelesaian Sengketa* (Jakarta: Rajawali Pers, 2001), hlm. 87.

³² R. Subekti, *Hukum Perjanjian* (Jakarta: Intermasa, 1979), hlm. 1.

untuk tidak melakukan suatu hal, sedangkan dari pihak-pihak lain berhak menurut atas dasar pelaksanaan perjanjian itu.³³

1.5.2.2 Akibat Suatu Perjanjian

Menurut ketentuan Pasal 1338 KUHPerdara menyebutkan bahwa: “Semua persetujuan yang dibuat sesuai dengan Undang-undang berlaku sebagai Undang-undang bagi mereka yang membuatnya” Persetujuan itu tidak dapat ditarik kembali selain dengan kesepakatan kedua belah pihak atau karena alasan yang ditentukan oleh Undang-undang.³⁴

1.5.2.3 Syarat Sahnya Perjanjian

Persyaratan suatu perjanjian merupakan hal mendasar yang harus diketahui dan dipahami dengan baik. Suatu perjanjian akan mengikat dan berlaku apabila perjanjian tersebut dibuat dengan sah. Berikut ini akan dibahas mengenai persyaratan yang dituntut oleh Undang-undang bagi perjanjian agar dapat dikatakan sah.³⁵ Terdapat 4 (empat) syarat sahnya perjanjian yang diatur di dalam Pasal 1320 KUHPerdara, yaitu:

1. Kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya

³³ A. Qirom Syamsudin Meliala, *Pokok-pokok Hukum Perjanjian Beserta Perkembangannya* (Yogyakarta: Liberty, 1985), hlm. 7.

³⁴ Agus Yudha Hernoko, *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas dalam Kontra Komersil* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 61.

³⁵ Subekti, *op. cit.*, hlm. 24.

Dalam tercapainya kata sepakat atau kesepakatan dalam mengadakan perjanjian, kedua belah pihak haruslah mempunyai kebebasan kehendak. Artinya, para pihak dalam perjanjian untuk mencapai kata sepakat tersebut tidak dalam keadaan menghadapi tekanan yang mengakibatkan adanya “cacat” bagi perwujudan kehendak tersebut.

Tidak dalam keadaan menghadapi tekanan tersebut dimaksudkan bahwa para pihak dalam mencapai kata sepakat harus terbebas dari kekhilafan (kesesatan), paksaan dan penipuan seperti yang tercantum dalam Pasal 1321 KUHPerdara, yang berbunyi: “Tidak ada sepakat yang sah apabila sepakat itu diberikan karena kekhilafan, atau diperolehnya dengan paksaan atau penipuan.”³⁶

2. Kecakapan untuk membuat suatu perjanjian

Orang yang membuat perjanjian harus cakap menurut hukum. Pada dasarnya, setiap orang adalah cakap menurut hukum, kecuali jika oleh Undang-undang tidak cakap. Dalam Pasal 1330 KUHPerdara disebutkan orang-orang yang dianggap tidak cakap untuk membuat suatu perjanjian, yaitu orang-orang yang belum dewasa, mereka

³⁶ Kartini Muljadi dan Dkk, *Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian, Cetakan Pertama* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 155.

yang ditaruh dibawah pengampuan, dan perempuan yang bersuami. Tetapi pada subjek yang terakhir, yaitu perempuan bersuami telah dihapuskan oleh Surat Edaran Mahkamah Agung No. 3 Tahun 1963, sehingga sekarang kedudukan perempuan yang bersuami diangkat ke derajat yang sama dengan pria dan cakap untuk mengadakan perbuatan hukum.³⁷

3. Suatu hal tertentu

Sebagai syarat ketiga disebutkan bahwa suatu perjanjian harus mengenai suatu hal tertentu, artinya apa yang diperjanjikan hak-hak dan kewajiban kedua belah pihak jika timbul suatu perselisihan. Barang yang dimaksudkan dalam perjanjian paling sedikit harus ditentukan jenisnya. Bahwa barang itu sudah ada atau sudah berada ditangan si berutang pada waktu perjanjian dibuat, tidak diharuskan oleh Undang-undang. Jika jumlahnya tidak perlu disebutkan, asal saja kemudian dapat dihitung atau ditetapkan.

Berdasarkan Pasal 1332 sampai dengan Pasal 1334 KUHPerdara, bahwa suatu perjanjian harus mengenai suatu hal tertentu, artinya bahwa suatu perjanjian haruslah mempunyai objek tertentu, apa yang diperjanjikan atau

³⁷ *Ibid.*, hlm. 156.

barang yang dimaksudkan dalam perjanjian paling sedikit harus ditentukan jenisnya dan tidaklah menjadi halangan bahwa jumlah barangnya tidak tentu, asal saja jumlah itu kemudian dapat ditentukan atau dihitung.³⁸

4. Suatu Sebab yang Halal

Syarat keempat untuk sahnya suatu perjanjian yang diatur di dalam Pasal 1335 sampai dengan Pasal 1337 KUHPerdata adalah mengenai suatu sebab yang halal. Terkait dengan hal ini, Wirjono Prodjodikoro, menyatakan bahwa tidak mungkin ada suatu persetujuan yang tidak memiliki sebab atau causa, oleh karena causa sebetulnya adalah isi dari persetujuan dan tiap-tiap persetujuan tentu mempunyai isi.³⁹

1.5.2.4 Bentuk-Bentuk Perjanjian

Bentuk perjanjian dapat dibedakan menjadi 2 macam, yaitu:

1. Perjanjian Lisan atau tidak tertulis

Yaitu perjanjian yang dibuat oleh para pihak dalam wujud lisan (cukup kesepakatan para pihak). Biasanya berdasarkan perkataan atau ucapan dengan kesepakatan

³⁸ Prodjodikoro, *op. cit.*, hlm. 37.

³⁹ *Ibid.*, hlm. 38.

yang berbentuk kesepakatan yang dilakukan lebih dari satu pihak.⁴⁰

2. Perjanjian Tertulis

Suatu perjanjian yang dibuat oleh para pihak dalam bentuk tulisan. Perjanjian tertulis terbagi menjadi 3 bentuk, yaitu:

- a. Perjanjian di bawah tangan, hanya ditandatangani oleh para pihak yang bersangkutan. Perjanjian semacam ini hanya mengikat para pihak dalam perjanjian, tetapi tidak mempunyai kekuatan mengikat pihak ketiga.
- b. Perjanjian dengan saksi notaris, untuk melegalisasikan tanda tangan para pihak. Fungsi kesaksian notaris atas suatu dokumen hanya untuk melegalisasi kebenaran tanda tangan para pihak.
- c. Perjanjian yang dibuat dihadapan dan oleh notaris, dalam bentuk akta notaris. Akta notaris adalah akta yang dibuat dihadapan dan dimuka pejabat yang berwenang untuk itu. Pejabat yang berwenang adalah notaris, camat PPAT, dan lain-lain. Jenis dokumen ini

⁴⁰ Munir Fuady, *Hukum Kontrak: Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis, Cetakan Kedua* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1999), hlm. 30.

merupakan alat bukti yang sempurna bagi para pihak yang bersangkutan maupun pihak ketiga.⁴¹

1.5.2.5 Subyek dan Obyek Perjanjian

Subekti menguraikan masalah subjek dan objek perikatan dengan istilah personalia dalam perikatan, yaitu tentang pihak-pihak yang terkait dalam suatu perjanjian. Menurut Pasal 1315 KUHPdata, pada umumnya tidak seorang pun dapat mengikatkan diri atas nama sendiri atau meminta ditetapkannya suatu perjanjian, melainkan untuk dirinya sendiri. Secara absolut, perikatan hukum yang dilahirkan oleh suatu perjanjian hanya mengikat orang-orang yang mengadakan perjanjian dan tidak mengikat orang lain yang tidak termasuk ke dalam perjanjian. Suatu perjanjian hanya meletakkan hak dan kewajiban antara para pihak yang membuatnya. Pihak ketiga yang tidak mempunyai hubungan dengan perjanjian tersebut tidak terbebani dalam ikatan hukum, kecuali sengaja melibatkan diri dalam perjanjian melalui surat kuasa, misalnya meminjamkan jaminan untuk pihak debitur. Pihak yang diberi kuasa akan bertindak atas nama pemberi kuasa sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dalam hukum perikatan.⁴²

⁴¹ *Ibid.*, hlm. 31.

⁴² Wawan Muhwan Hariri, *Hukum Perikatan Dilengkapi Hukum Perikatan Dalam Islam* (Bandung: Pustaka Setia, 2011), hlm. 38.

Setiap perikatan yang dibuat melalui perjanjian menimbulkan dua akibat hukum, yaitu kewajiban (obligations) yang ditanggung oleh suatu pihak dan hak atau manfaat yang diperoleh oleh lain pihak, yaitu hak untuk menuntut dilaksanakannya suatu yang disanggupi dalam perjanjian tersebut. Dengan demikian subyek perikatan yang utama adalah para pihak yang melakukan perjanjian, yaitu pihak debitur dan pihak kreditur. Kedua belah pihak berkedudukan sebagai subyek perikatan melakukan perjanjian. Oleh karena itu, keduanya saling mengikatkan diri yang ditujukan pada sudut kewajiban, sedangkan perkataan meminta ditetapkan suatu janji ditujukan pada sudut hak yang diperoleh dari perjanjian tersebut. Dan obyeknya adalah suatu yang diperjanjikan oleh kedua belah pihak. Oleh karena itu, obyek dalam hubungan hukum perihak perjanjian ialah hal yang diwajibkan kepada pihak berwajib (debitur) dan hal terhadap mana pihak berhak (kreditur) mempunyai hak.⁴³

1.5.2.6 Akibat Hukum Perjanjian Yang Sah

Bentuk akibat dari suatu perjanjian yang dibuat secara sah adalah sebagai berikut:

⁴³ R. Wirjono Prodjodikoro, *Azas-Azas Hukum Perjanjian* (Bandung: Mandar Maju, 2011), hlm. 19.

1. Berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya (Pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata), asas janji itu mengikat.
2. Suatu perjanjian hanya berlaku antara pihak yang membuatnya (Pasal 1340 KUH Perdata) dan perjanjian dapat mengikat pihak ketiga apabila telah diperjanjikan sebelumnya (Pasal 1317 KUHPerdata).⁴⁴
3. Konsekuensinya para pihak dalam perjanjian tidak dapat secara sepihak menarik diri dari akibat-akibat perjanjian yang dibuat oleh mereka (Pasal 1338 ayat (2) KUH Perdata).
4. Perjanjian yang diakhiri secara sepihak jika ada alasan-alasan yang oleh undang-undang dinyatakan cukup untuk itu (Pasal 1338 ayat (2) KUH Perdata), yaitu seperti yang termuat dalam Pasal 1571, Pasal 1572, Pasal 1649, Pasal 1813 KUH Perdata.
5. Janji untuk kepentingan pihak ketiga hanya mungkin dalam 2 (dua) hal, yaitu sebagai berikut:
 - a. Jika seseorang memberi sesuatu kepada orang lain.
 - b. Jika seseorang dalam perjanjian membuat suatu janji untuk kepentingan sendiri.⁴⁵

⁴⁴ Djaja S. Meliala, *Hukum Perjanjian Khusus* (Bandung: Nuansa Aulia, Bandung, 2012), hlm. 48.

⁴⁵ *Ibid.*, hlm. 49-50.

6. Dalam pelaksanaan suatu perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik (Pasal 1338 ayat (3) KUH Perdata, jadi itikad baik harus ada sesudah perjanjian itu ada. Aturan Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdata salah satu aturan yang tidak jelas, karena itikad baik merupakan pengertian yang abstrak, sehingga penafsirannya hanya dapat dirumuskan apabila menemukan perkara yang konkret praktik pengadilan memberikan pegangan yang dimaksudkan dengan itikad baik tidak lain bahwa perjanjian harus dilaksanakan secara pantas dan patut.
7. Suatu perjanjian selain mengikat untuk hal-hal yang diperjanjikan juga mengikat hal-hal berikut:
 - a. Segala sesuatu yang menurut sifat perjanjian diharuskan oleh kepatutan, kebiasaan atau undang-undang (Pasal 1339 KUHPerdata.
 - b. Hal-hal yang menurut kebiasaan selamanya disetujui untuk secara diam-diam dimasukkan kedalam perjanjian (Pasal 1347 KUHPerdata).⁴⁶
8. Dalam pemberlakuan unsur-unsur penambah yang menentukan isi perjanjian harus diperhatikan pembatasan umum yakni unsur-unsur penambah baru ditambahkan, kalau sifat perjanjiannya memang membutuhkan

⁴⁶ *Ibid.*, hlm. 51.

penambahan dan yang ditambahkan itu harus sesuai dengan sifat perjanjian yang mau ditambah.

9. Dengan demikian yang menentukan isi suatu perjanjian adalah:
 - a. Undang-undang yang memaksa.
 - b. Kata-kata dalam perjanjian yang bersangkutan.
 - c. Janji yang selalu diperjanjikan.
 - d. Undang-undang yang menambah/mengatur.
 - e. Kebiasaan.
 - f. Kepatutan.⁴⁷
10. Undang-undang yang memaksa berarti kepada para pihak yang membuat perjanjian tidak diberikan kesempatan untuk memilih menggunakan atau mengesampingkan ketentuan yang bersangkutan.
11. Undang-undang yang bersifat menambah atau mengatur berarti kepada para pihak yang membuat perjanjian ketentuan yang bersangkutan boleh secara tegas disingkirkan, tetapi jika para pihak tinggal diam, maka secara otomatis ketentuan yang bersifat mengatur mengisi kekosongan perjanjian yang dibuat tersebut.⁴⁸

⁴⁷ *Ibid.*, hlm. 52-53.

⁴⁸ J. Satrio, *Hukum Perikatan (Perikatan pada umumnya)* (Bandung: Alumni, 1999), hlm.

12. Konsekuensi jika undang-undang yang bersifat memaksa disamping para pihak dalam membuat perjanjian, maka seluruh atau bagian tertentu dari isi perjanjian yang bertentangan dengan undang-undang yang memaksa tersebut menjadi batal.
13. Isi perjanjian salah satunya ditentukan oleh kebiasaan, kebiasaan menurut hukum ada 2 bentuk yakni:
 - a. Kebiasaan menurut Pasal 1339 KUH Perdata, yakni suatu peristiwa yang terjadi berulang-ulang dalam hubungan yang jenis yang berlaku di suatu wilayah.
 - b. Kebiasaan menurut Pasal 1347 KUH Perdata, yakni suatu ketentuan/janji tertentu yang diperjanjikan berulang-ulang dalam perjanjian jenis tertentu (janji yang selalu diperjanjikan).⁴⁹

1.5.3 Tinjauan Tentang Media Online

Media online adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis pada telekomunikasi dan multimedia dengan memiliki informasi yang bersifat update (terbaru), aktual dan menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.

Media online merupakan media yang mempunyai basis teknologi komunikasi interaktif dalam hal ini jaringan komputer, dan oleh karenanya ia memiliki ciri khas yang tidak dimiliki media konvensional

⁴⁹ *Ibid.*, hlm. 37.

lainnya, salah satunya adalah pemanfaatan Internet sebagai wahana di mana media tersebut ditampilkan, sekaligus sarana produksi dan penyebaran informasinya. Oleh karena itu, peranan teknologi komunikasi dalam hal ini internet, sangatlah besar dalam mendukung setiap proses penyelenggaraan media online.

Media Online disebut juga dengan Digital Media adalah media yang tersaji secara online di internet. Pengertian Media Online dibagi menjadi dua pengertian yaitu secara umum dan khusus:

1. Media Online secara umum, yaitu segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet berisikan teks, foto, video, dan suara. Dalam pengertian umum ini, media online juga bisa dimaknai sebagai sarana komunikasi secara online. Dengan pengertian media online secara umum ini, maka email, mailing list (milis), website, blog, whatsapp, dan media sosial (sosial media) masuk dalam kategori media online.
2. Media Online secara khusus yaitu terkait dengan pengertian media dalam konteks komunikasi massa. Media adalah singkatan dari media komunikasi massa dalam bidang keilmuan komunikasi massa mempunyai karakteristik tertentu, seperti publisitas dan periodisitas.⁵⁰

⁵⁰ M. Romli, Asep Syamsul, “*Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*” (Bandung: Nuansa Cendikia, 2012), hlm. 34.

1.5.4 Tinjauan Umum Tentang E-Commerce

1.5.4.1 Pengertian E-Commerce

Sampai saat ini belum ada kesepakatan tentang definisi e-commerce karena masing-masing pihak memberikan suatu definisi yang berbeda-beda, hal ini sejalan dengan perkembangan teknologi yang selalu berkembang sehingga definisi e-commerce akan mengikuti perkembangan teknologi tersebut. Akan tetapi, dalam perkembangan praktik e-commerce merupakan kegiatan yang meliputi tukar menukar informasi, iklan dan transaksi.⁵¹ Untuk memperjelas lingkup e-commerce beberapa definisi dikemukakan baik oleh para akademis maupun organisasi-organisasi internasional, sebagai berikut:

1. Menurut Industri teknologi informasi perdagangan melalui elektronik / E-Commerce sebagai transaksi komersial melalui elektronik. Contohnya transfer, pemasaran.
2. Menurut UNCITRAL (United Nations Commission On International Trade Law) merupakan salah satu komisi dibawah PBB yang Khusus membahas perdagangan internasional. Memberikan pengertian tentang E-

⁵¹ Resa Raditio, *Aspek Hukum Transaksi Elektronik* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hlm. 53.

Commerce yaitu kegiatan yang menggunakan semua jenis informasi dalam bentuk data untuk keperluan komersial.

3. Menurut Kalakota dan Whinston berpendapat definisi E-Commerce adalah merupakan aktifitas pengiriman komunikasi dan informasi produk-produk/jasa atau pembayaran yang dilakukan melalui telpon, jaringan-jaringan komputer atau sarana-sarana elektronik lainnya.⁵²

1.5.4.2 Sejarah Facebook

Facebook merupakan salah satu media sosial terpopuler di dunia. Sebagai media sosial, Facebook adalah media siber yang merupakan klasifikasi dari media baru sedang berkembang dalam studi Ilmu Komunikasi saat ini. Facebook pertama kali diperkenalkan kepada publik oleh Mark Zuckerberg sebagai pendiri bersama beberapa rekan sebagai pendiri bersama di antaranya Dustin Moskovitz, Chris Hughes dan Eduardo Saverin pada tanggal 4 Februari 2004 berupa sebuah situs dengan nama awal TheFacebook. Dalam perjalanan awal, Facebook hanya dapat diakses terbatas oleh anggota asrama dari mahasiswa Harvard University lalu pada 1 Maret 2004 Facebook memperluas jangkauan akses dari Harvard ke Stanford, Columbia dan Yale. Pada 1 Juni 2004,

⁵² Shinta Dewi, “*Cyberlaw Perlindungan Privasi Atas Informasi Dalam E-Commerce*” (Bandung: Widya Padjajaran, 2009). hlm. 56.

Mark bersama rekan memindahkan kantor Facebook dari Harvard ke Palo Alto, California. Dalam kurun waktu tiga bulan setelahnya, Facebook (TheFacebook) melakukan perubahan tampilan dengan meluncurkan Facebook Wall (Dinding Facebook) yang berfungsi untuk meletakkan pesan kepada teman-teman mereka. Belum genap setahun sejak diluncurkan pertama kali, Facebook telah memiliki satu juta pengguna aktif pada 1 Desember 2004.⁵³

Pada 1 Mei 2005, tercatat Facebook telah tumbuh pesat dengan mendukung akses kepada lebih dari 800 jaringan perguruan tinggi di Amerika Serikat dan Kanada. Setelah perguruan tinggi, Facebook menyasar perluasan dengan menambahkan jaringan sekolah menengah atas. Pada 20 September 2005, Facebook melakukan pergantian nama dari nama awal thefacebook.com menjadi facebook.com (Facebook). Sejak didirikan pada 2004 hingga 2017, Facebook telah sangat banyak mengalami perubahan baik dari segi struktur perusahaan maupun segi teknologi yang mana perkembangan itu dapat dilihat di situs resmi Facebook Newsroom dengan alamat <https://newsroom.fb.com/company-info/>. Facebook merupakan sebuah platform teknologi komputer yang berbasis website dan mobile devices. Facebook

⁵³ Azhar Arsyad, *Media Pembelajaran*, (Jakarta: Rajawali Press, 2009), hlm. 3.

sebagai sebuah platform media sosial menawarkan fitur teknologi kepada para pengguna untuk dapat menggunakan dan memanfaatkan secara gratis dan terbuka dalam berbagai kepentingan.⁵⁴

Berikut disajikan fitur teknologi dari Facebook yang dilansir di situs resmi <https://newsroom.fb.com/products/>.

1. Profil, profil adalah tempat di mana kamu dapat mengekspresikan siapa diri kamu dan apa yang sedang terjadi dalam hidup kamu. Kamu dapat memilih apa saja yang ingin kamu bagikan di profil milik kamu, seperti ketertarikan, foto dan video, dan informasi pribadi seperti tempat tinggal saat ini dan kampung halaman.
2. Pembaharuan Berita (News Feed), diperkenalkan pada September 2006 Pembaharuan Berita (News Feed) merupakan fitur yang secara rutin memberikan daftar pembaharuan cerita dari teman, halaman koneksi lainnya seperti grup dan kegiatan. Orang-orang dapat menyukai atau berkomentar terhadap apa yang mereka lihat. Setiap orang dalam Pembaharuan Berita miliknya dapat mempersonalisasikan berdasarkan ketertarikan mereka dan aktifitas yang sedang dibagikan oleh teman mereka.

⁵⁴ Arif S. Sadiman, *Media pendidikan, pengertian, pengembangan, dan pemanfaatan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 6.

3. Pesan Facebook (Messenger), diperkenalkan pada Agustus 2011 Messenger adalah sebuah aplikasi pesan yang membiarkan kamu menghubungi orang secara instan dari telepon mereka. Dengan Pesan Facebook kamu dapat mengirim pesan pribadi dan stiker, mengobrol bersama grup dan membuat telepon gratis bahkan kepada orang yang berada di negara berbeda. Kamu juga dapat mengetahui siapa yang tersedia dalam Pesan Facebook dan siapa yang aktif di Facebook. Pesan Facebook tersedia dalam sistem operasi Android, iOS dan Windows Phone.
4. Grup, diperkenalkan pada September 2004 Lebih dari 1 miliar orang di seluruh dunia menggunakan Grup Facebook setiap bulan. Grup memberikan orang-orang sebuah ruang pribadi untuk berbagi bersama kelompok kecil seperti keluarga, teman sekelas atau teman sepermainan. Pengaturan privasi dapat diubah untuk setiap grup. Bersamaan dalam sebuah grup, anggota dapat meletakkan pembaharuan, berbagi foto dan dokumen serta menyelenggarakan kegiatan.⁵⁵
5. Kegiatan (Events), dengan Kegiatan Facebook (Facebook Events), orang-orang dapat menyelenggarakan

⁵⁵ Sadiman, *op. cit.*, hlm. 35.

perkumpulan, mengatur undangan dan mengirim pemberitahuan serta pengingat kepada teman mereka. Orang-orang dapat menggunakan Kegiatan mengajak teman mereka untuk beragam hal mulai dari pesta makan malam hingga komunitas penggalangan. Lebih dari 550 juta orang menggunakan Kegiatan setiap bulan.

6. Video, apakah tayangan berita terkini, langkah pertama seorang bayi atau menjalankan tantangan teman untuk amal, video adalah satu dari cara yang paling menawan dan mengasyikan untuk memberitahu cerita kamu. Banyak orang bahkan berbagi, menemukan dan menyenangkan dengan video yang mereka perhatikan dalam Pembaharuan Berita (News Feed). Orang-orang menyaksikan lebih dari 100 juta jam untuk video setiap hari di Facebook.
7. Foto, diperkenalkan pada Oktober 2005 Dengan lebih dari 350 juta foto yang diunggah setiap hari, Facebook adalah tempat yang paling populer untuk berbagi foto. Orang-orang dapat mengunggah sebanyak mungkin dari foto yang memiliki resolusi tinggi, membuat album dan memilih audiens mereka. Semuanya sangat mudah untuk menambahkan detil seperti keterangan dan lokasi. Labelkan orang-orang yang teridentifikasi sebagai teman

dalam foto kamu dan secara otomatis dibagikan bersama mereka.

8. Pencarian (Search), diperkenalkan pada Maret 2013 Cari (Search) informasi silang yang telah dibagikan bersama kamu di Facebook. Temukan beragam publikasi dan foto yang telah teman kamu bagi bersama kamu. Hidupkan kembali memori yang paling berkesan dan jelajahi dunia karena kamu telah berteman. Temukan dan berhubungan dengan orang, apakah mereka teman lama atau teman baru.
9. Halaman (Pages), diperkenalkan pada November 2007 Halaman adalah profil umum dari artis, orang terkenal, pelaku bisnis, merek, organisasi dan yang bukan untuk tujuan keuntungan menciptakan kehadiran di Facebook dan berhubungan bersama komunitas Facebook. Ketika seseorang menyukai halaman, mereka dapat memulai melihat pembaharuan dari halaman itu dalam News Feed. Ketika seseorang menyukai atau berkomentar pada publikasi halaman, aktifitas itu dapat dibagikan bersama teman mereka, meningkatkan ekspos dan jangkauan dari halaman tersebut.
10. Instagram, diluncurkan pada Oktober 2010 Instagram membuat kamu lebih mudah untuk mengabadikan apa

yang sedang terjadi dalam dunia kamu dan berbagi momen dengan instan bersama teman dan keluarga, apakah itu video langkah pertama bayi kamu, sebuah pemandangan matahari terbenam yang indah atau sebuah foto teman kamu yang menyelesaikan garis akhir. Instagram menginspirasi kita untuk menjelajahi dan melihat dunia yang berbeda-untuk pergi berpetualang, untuk mengambil momen berulang, untuk mengambil apa yang berada di sekitar kamu dan untuk berbagi apa yang kamu lihat bersama dunia. Ambil sebuah foto atau video, pilih sebuah penyaring dan berbagi.

11. Free Basic by Facebook, diperkenalkan pada 31 Juli 2014
Free Basics by Facebook menyediakan layanan dasar gratis dalam pangsa pasar di mana akses internet kurang terjangkau. Layanan ini menyediakan kepada orang-orang untuk mencari tahu beberapa pilihan mengenai kesehatan, pekerjaan dan informasi situs lokal tanpa tagihan data. Aplikasi ini baru tersedia di sebagian Afrika, Amerika Latin dan Asia, dan akan dilanjutkan ekspansi ke beberapa negara di seluruh dunia.⁵⁶
12. Facebook Lite, diperkenalkan pada 4 Juni 2015
Facebook Lite adalah sebuah versi dari Facebook untuk Android

⁵⁶ Sadiman, *op. cit.*, hlm. 39.

yang menggunakan data lebih sedikit dan dapat berjalan baik dalam berbagai kondisi jaringan. Lebih dari satu juta orang di seluruh dunia mengakses Facebook dari lingkup perangkat telepon bermacam-macam jaringan. Di banyak wilayah, jaringan dapat berjalan lambat dan tidak dapat mendukung semua fungsi yang ada pada Facebook untuk Android. Facebook Lite telah dibuat untuk situasi di atas, memberikan orang-orang pengalaman Facebook yang diandalkan ketika kecepatan data pada kondisi minimum. Facebook Lite memiliki kurang dari 1MB sehingga cepat untuk dipasang dan cepat untuk dibuka. Facebook Lite terdiri dari pengalaman inti Facebook seperti pembaharuan berita, publikasi status, foto, pemberitahuan dan lainnya.⁵⁷

1.5.4.3 Keuntungan dan Kerugian E-Commerce

Dengan terjadinya konvergensi antara teknologi telekomunikasi dengan informatika telah mendorong perkembangan e-commerce dan telah banyak memberikan keuntungan yaitu:

1. Bagi Kalangan Pengusaha
 - a. Dapat memperluas pasar sampai dengan tingkat internasional dengan modal kecil karena melalui

⁵⁷ *Ibid.*

internet para pengusaha dengan mudah, cepat, dan murah bisa mendapatkan lebih banyak konsumen.

- b. Memungkinkan perusahaan untuk menurunkan jumlah persediaan barang dan kelebihan persediaan barang karena penyimpanan barang akan tergantung pada pemesanan konsumen.⁵⁸
- c. Dapat meningkatkan efisiensi perusahaan dengan meningkatkan tingkat produktifitas pegawai-pegawai dibagian penjualan dan administrasi.

2. Bagi Konsumen

- a. Memungkinkan para konsumen untuk berbelanja atau melakukan transaksi lainnya selama 24 jam untuk seluruh lokasi diseluruh dunia.
- b. Memberikan lebih banyak pilihan bagi para konsumen.
- c. Menawarkan barang-barabg atau jasa-jasa dengan harga yang relatif lebih murah.
- d. Didalam sektor jasa pengiriman produk-produk lebih cepat.
- e. Konsumen dapat tukar menukar informasi dengan konsumen lainnya secara interaksi yang ada dalam komunitas tertentu.⁵⁹

⁵⁸ Onno W Purbo dan Dkk, “*Mengenal E-commerce*” (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001), hlm. 81.

⁵⁹ *Ibid.*, hlm. 82.

3. Bagi Masyarakat

- a. Memungkinkan banyak orang untuk bekerja dirumah mereka.
- b. Memungkinkan sejumlah pedagang untuk menjual barang-barang atau jasa mereka dengan harga yang lebih murah.
- c. Menjangkau konsumen yang berada di daerah-daerah terpencil.

Perdagangan elektronik selain memberikan manfaat juga dapat mengakibatkan kerugian yakni:⁶⁰

1. Secara teknis:

- a. Kurang terjaminnya keamanan dan realibilitas sistem termasuk keamanan dan reabilitas standar dan protokol-protokol komunikasi.
- b. Kurang memadainya infrastruktur.

2. Secara Hukum:

- a. Masih ada beberapa permasalahan hukum yang belum terpecahkan, sedangkan peraturan perUndang-Undangan yang dibuat oleh pemerintah negara-negara cenderung belum sempurna untuk dapat menjangkau beberapa permasalahan hukum seperti masalah terjadinya sengketa dalam perdagangan elektronik.

⁶⁰ *Ibid.*, hlm. 83.

- b. Keamanan dan privasi dalam perdagangan elektronik dapat merugikan pihak konsumen terutama dalam akses informasi pribadi konsumen.⁶¹

1.5.4.4 Jenis-jenis Transaksi dalam E-Commerce

Transaksi E-commerce meliputi banyak hal, maka untuk membedakannya perlu dibagi dalam jenis-jenis E-commerce. Jenis-jenis transaksi dari suatu kegiatan E-commerce adalah sebagai berikut:

1. Business to Business (B2B) adalah Transaksi yang terjadi antara perusahaan dalam hal ini, baik pembeli maupun penjual adalah sebuah perusahaan dan bukan perorangan. Biasanya transaksi ini dilakukan karena mereka telah saling mengetahui satu sama lain dan transaksi jual beli tersebut dilakukan untuk menjalin kerja sama antara perusahaan itu.⁶²
2. Business to Consumer (B2C) adalah transaksi antara perusahaan dengan konsumen/individu. Pada jenis ini transaksi disebarluaskan secara umum, dan konsumen yang berinisiatif melakukan transaksi. Produsen harus siap menerima respon dari konsumen tersebut. Biasanya

⁶¹ *Ibid.*, hlm. 84.

⁶² Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2002), hlm. 408.

sistem yang digunakan adalah sistem web karena sistem ini yang sudah umum dipakai dikalangan masyarakat.

3. Consumer to Consumer (C2C) adalah Transaksi jual beli yang terjadi antarindividu dengan individu yang akan saling menjual barang.
4. Consumer to Business (C2B) adalah Transaksi yang memungkinkan individu menjual barang pada perusahaan.⁶³

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan penelitian hukum normatif, yaitu penelitian yang berguna untuk menemukan dan menjawab isu hukum, aturan hukum, prinsip-prinsip hukum ataupun doktrin - doktrin hukum yang dihadapi dilihat dari segi normatif dan untuk menemukan kebenaran apakah aturan hukum telah sesuai dengan norma hukum.⁶⁴ Penelitian dari hukum normatif ini digunakan untuk memecah masalah terhadap issue hukum yang dihadapi dengan hanya meneliti norma hukum-nya saja. Sehingga dari penelitian dengan metode hukum normatif akan menghasilkan preskripsi yang sesuai dan seharusnya menurut hukum.⁶⁵

⁶³ *Ibid.*, hlm. 409.

⁶⁴ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum, Cetakan Pertama* (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 53.

⁶⁵ *Ibid.*

Dalam penelitian ini, metode pendekatan yang digunakan yaitu metode pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), metode pendekatan konseptual (*conceptual approach*).⁶⁶

1. Pendekatan Perundang-Undangan (*statute approach*)

Penelitian yang akan diteliti adalah berbagai aturan hukum yang menjadi fokus sekaligus tema sentral suatu penelitian. Yaitu Undang-Undang yang terdapat pada pasal 1338 KUHPer yang berbunyi “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang – undang bagi yang membuatnya”.

2. Pendekatan Konseptual (*conceptual approach*)

Jenis pendekatan dalam penelitian hukum yang memberikan sudut pandang analisa penyelesaian permasalahan dalam penelitian hukum dilihat dari aspek konsep - konsep hukum yang melatar belakangnya, bahkan dapat dilihat dari nilai - nilai yang terkandung dalam penormaannya.⁶⁷

1.6.2 Sumber dan Jenis Bahan Hukum

Dalam penelitian hukum normatif, data diperoleh langsung dari pihak yang bersangkutan, yaitu berupa perilaku hukum masyarakat yang diteliti secara langsung. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder. Data sekunder antara lain mencakup

⁶⁶ Dendy Satiyawan Iskandar, *Pertanggungjawaban Perdata Konsumen Terhadap Pelaku Usaha Jual Beli Online Di Marketplace Secara Cash On Delivery (Cod)* (Universitas Langlangbuana, 2021), hlm. 42.

⁶⁷ *Ibid.*, hlm. 43-44.

dokumen-dokumen resmi, buku-buku, hasil-hasil penelitian yang berwujud laporan, dan sebagainya. Sumber data atau bahan hukum yang digunakan dalam penulisan proposal skripsi ini adalah:⁶⁸

1. Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang mempunyai otoritas. Bahan hukum primer terdiri dari perundang-undangan, catatan-catatan resmi dan putusan hakim, berupa peraturan perundang-undangan seperti:
 - a. Kitab Undang - Undang Hukum Perdata.
 - b. Kitab Undang - Undang Hukum Dagang.
 - c. Undang - Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.⁶⁹
 - d. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
2. Bahan hukum sekunder adalah semua publikasi tentang hukum yang merupakan bukan dokumen resmi, berupa doktrin-doktrin dan buku-buku yang berkaitan dengan masalah perjanjian jual-beli dan metode penelitian hukum.
3. Bahan hukum tersier terdiri dari bahan hukum yang memberikan petunjuk atau penjelasan bermakna terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Seperti halnya kamus-kamus hukum,

⁶⁸ Johnny Ibrahim, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif* (Malang: Bayumedia, 2008), hlm. 57.

⁶⁹ *Ibid.*, hlm. 58.

ensiklopedia.⁷⁰

1.6.3 Metode Pengumpulan dan Pengolahan Data

Teknik Pengumpulan bahan hukum ini yang dilakukan dalam mencari dan mengumpulkan data yakni dengan melakukan pendekatan kepastakaan, yang mana dalam hal ini dilakukan dengan cara meneliti dan mempelajari bahan-bahan pustaka seperti buku-buku yang terkait dengan perlindungan data pribadi maupun privasi, perundang-undangan, dan dokumen pendukung lainnya yang menunjang dalam penelitian ini.⁷¹

1.6.4 Metode Analisis Data

Menurut Peter Mahmud Marzuki memaparkan metode deduksi sebagaimana silogisme yang diajarkan oleh Aristoteles. Penggunaan metode deduksi ini berpangkal dari pengajuan premis mayor atau pernyataan yang bersifat umum, lalu diajukan premis minor atau pernyataan yang bersifat khusus. Maka dari kedua premis tersebut kemudian ditarik sebuah kesimpulan, yang mana didalam argumentasi hukum sendiri silogisme hukum tidak sesederhana silogisme tradisional. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan logika deduktif, logika deduktif atau pengolahan bahan hukum dengan cara deduktif yaitu menjelaskan suatu hal yang bersifat umum kemudian menarik suatu kesimpulan yang bersifat lebih khusus dan

⁷⁰ *Ibid.*, hlm. 60-61.

⁷¹ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat* (Jakarta: Rajawali, 1985), hlm. 251.

teknik analisis yang digunakan adalah bersifat preskriptif yaitu dengan mengumpulkan seluruh data dari sumber bahan hukum primer, sekunder, dan tersier lalu dipelajari. Selanjutnya dilakukan analisa dengan memaparkan secara lengkap serta sistematis tentang keadaan hukum yang berlaku di tempat tertentu, pada waktu dan peristiwa hukum tertentu pula, dengan maksud untuk memperoleh gambaran (deskripsi) yang lengkap.

1.6.5 Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian bertempat di Perpustakaan atau Ruang Baca Fakultas Hukum Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur dan Perpustakaan Pusat Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

1.6.6 Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini adalah 4 (empat) bulan, yaitu pada bulan Maret 2023, April 2023, Mei 2023, dan Juni 2023 yang dalam jangka waktu tersebut telah meliputi beberapa tahapan mulai dari pendaftaran administrasi, penentuan dosen pembimbing, pengajuan judul, penulisan proposal penelitian, bimbingan mengenai proposal penelitian, pendaftaran ujian proposal, seminar proposal, revisi atau perbaikan proposal, pengumpulan laporan proposal, pengumpulan data lanjutan, pengerjaan skripsi, bimbingan skripsi, pendaftaran ujian skripsi dan ujian lisan.

1.6.7 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terbagi menjadi 4 (empat) bab, yang masing-masing babnya memiliki keterkaitan. Adapun isi dari bab-bab tersebut adalah:

Bab I merupakan bab pendahuluan yang terdiri dari sub bab pertama yang berisi tentang latar belakang, sub bab kedua rumusan masalah, sub bab ketiga tujuan penelitian, sub bab keempat manfaat penelitian, sub bab kelima tentang kajian pustaka, sub bab keenam tentang metode penelitian, serta sub bab terakhir adalah pertanggung jawaban sistematika. Bab I ini menjadi dasar dalam pengerjaan bab-bab selanjutnya.

Bab II membahas mengenai transaksi jual beli melalui Aplikasi Facebook dapat ditinjau dari Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Transaksi Elektronik. Yang dibagi menjadi dua sub bab, sub bab yang pertama membahas mengenai mekanisme transaksi jual beli melalui aplikasi facebook. Sub bab kedua membahas mengenai analisis transaksi jual beli melalui aplikasi facebook ditinjau dari Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008.

Bab III membahas mengenai Penyelesaian Sengketa dalam Transaksi Jual Beli melalui Aplikasi Facebook dengan ditinjau dari Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008, serta penyelesaian sengketa dan upaya hukum apa yang dapat diambil.

Bab IV merupakan bagian akhir dalam penelitian ini. Sebagai penutup, Bab IV berisi tentang kesimpulan dan saran atas hasil

penelitian yang telah dilakukan dan dituangkan dalam bab-bab sebelumnya.