

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan Hukum di Indonesia saat ini cukup terasa, seiring pertumbuhan penduduk dan perkembangan sosial kemasyarakatan. Berbagai macam masalah masyarakat yang menuntut dan mengharuskan hukum bergerak maju sebagai pengendali sosial untuk menjadi garda terdepan dalam menciptakan masyarakat yang tertib, maju dan sejahtera, Semakin berkembangnya teknologi tersebut semakin juga membuat daya pikir masyarakat banyak berubah, khususnya pada kegiatan perekonomian. Bentuk kegiatan perekonomian yang terpengaruh adalah kegiatan jual beli dalam memperoleh penghasilan atau pendapatan atau keuntungan. Di zaman sekarang setelah hadirnya media sosial tersebut ada banyak teknik marketing yang dapat digunakan. Salah satu teknik marketing yang baru adalah *endorsment*.

Teknologi informasi melalui internet telah mengubah unsur-unsur dunia fisik ke dunia maya (*cyber space*). Berbagai perubahan yang demikian cepatnya dalam bidang teknologi juga membawa pengaruh yang cukup signifikan pada kegiatan perdagangan yang semula dilakukan melalui kontak secara fisik, kini kegiatan perdagangan sudah banyak yang dilakukan secara elektronik atau dikenal dengan Electronic Commerce (*E- Commerce*), yaitu transaksi Perdagangan melalui media

elektronik¹. Fungsi utama internet adalah sebagai media untuk mencari berbagai macam informasi di seluruh dunia, tanpa batasan ruang dan waktu.² Namun, kemampuan internet saat ini tidak hanya membuka informasi sebesar-besarnya, namun juga sebagai lahan masyarakat untuk menghasilkan keuntungan, melalui bisnis online (*online shop*) misalnya.

Bisnis online pada dasarnya sama seperti kegiatan bisnis yang dikenal sehari-hari. Adapun perbedaannya adalah dalam bisnis online segala kegiatan bisnis dilakukan secara online dengan menggunakan aplikasi- aplikasi dan media sosial yang disediakan internet, Online shop sendiri bisa dijalankan melalui aplikasi dan media sosial seperti Shopee, lazada, tokopedia, zalora, olx, facebook, instagram dan lain-lain, yang akan dibahas peneliti dalam penelitian ini khususnya instagram.

Instagram merupakan aplikasi yang digunakan untuk mengupload foto video dan menambahkan filter, namun karena melesatnya pengguna instagram saat ini instagram tidak hanya dipakai sebagai aplikasi photo / video tetapi juga menjadikan peluang bagi para online shop untuk lahan promosi dan untuk berjualan.

Banyaknya bermunculan akun online shop tersebut kemudian membuat persaingan usaha dan bisnis semakin tinggi di antara para pedagang, sebab calon pembeli mempunyai banyak pilihan tempat untuk berbelanja melalui Instagram. Maka, para pemilik online shop pun berlomba-lomba menarik perhatian konsumen dengan berbagai cara. Salah satu cara yang banyak digunakan oleh pemilik bisnis

¹ Mieke Komar Kantaatmadja Dkk, *Cyberlaw Suatu Pengantar*, Bandung: Elips, 2002, Hlm 28.

² Budi Sutedjo Dharma Oetomo, *Pengantar Teknologi Informasi Internet Konsep Dan Aplikasi*, Yogyakarta Andi, 2007, Hlm. 1.

online shop saat ini agar mendapat perhatian konsumen ialah dengan menggunakan jasa artis di Instagram, atau biasa disebut “*selebgram*” untuk mempromosikan barang dagangan di online shop miliknya, hal inilah yang disebut dengan endorse atau endorsement. Pada umumnya, pihak yang meng-endorse akan memilih kalangan orang-orang terkenal seperti artis atau selebritis. Sudah dapat dipastikan bahwa akun media sosial mereka memiliki jumlah pengikut (*followers*) yang sangat banyak. Sehingga ketika mempromosikan suatu produk/jasa, maka akan cenderung lebih mudah dilihat bahkan dibeli oleh pengikutnya.

Endorsement merupakan salah satu cara promosi / periklanan modern pada zaman sekarang, sistem ini didasari oleh perjanjian endorsement antara pemilik bisnis online shop dengan selebgram / artis yang akan di gunakan. pada praktiknya, *olshop* / pemilik bisnis akan melakukan penawaran kepada artis untuk meng-endorse barang / jasa dagangannya, pemilik bisnis yang nantinya menggunakan jasa endorse ini disebut endorsee sedangkan pihak selebgram/artis yang akan meng-endorse disebut endorse, endoser dapat menolak ataupun menerima tawaran *endorse*, apabila selebgram bersedia biasanya akan mengajukan syarat dan ketentuan untuk melakukan endorse, dan pihak online shop harus menghormati syarat dan ketentuannya, setelah terdapat kesepakatan kedua belah pihak, maka timbullah hak dan kewajiban oleh para pihak yang harus dilaksanakan sesuai dengan kesepakatan.

Istilah hukum perjanjian atau kontrak merupakan terjemahan dari bahasa Inggris yaitu *contract law*³ menurut R. Setiawan, perjanjian adalah suatu perbuatan hukum dimana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya atau saling mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih⁴, kitab dalam Undang – Undang Hukum Perdata Pasal 1338 ayat (1) yang dikenal dengan *asas kebebasan berkontrak* yaitu suatu asas yang menyatakan bahwa setiap orang pada dasarnya boleh dan bebas untuk membuat suatu perjanjian sesuai dengan kehendak dan kepentingan mereka, perjanjiannya berbentuk lisan ataupun tulisan. Dan perjanjian endorsement ini dibuat dalam bentuk tulisan di *direct message* Instagram, dan itu sah menurut Pasal 1320 Kitab Undang – Undang Hukum Perdata.

Hal ini proses terjadinya perjanjian antara selebgram sebagai pemberi jasa endorse dan olshop sebagai konsumen, untuk memenuhi suatu keadilan maka harus melaksanakan hak dan kewajibannya, Undang – Undang Perlindungan Konsumen telah memberikan aturan mengenai hak dan kewajiban konsumen yang diatur dalam Pasal 4 dan Pasal 5 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen selanjutnya disebut (UUPK). Dan mengenai hak dan kewajiban pelaku usaha, dalam pasal tersebut masih sering terjadi kelalaian dalam pelaksanaan.

Pada praktiknya, pemilik bisnis (*Endorsee*) sebagai pihak pengguna jasa *endorse (konsumen)* sering kali menderita kerugian yang disebabkan oleh

³Salim H.S, Hukum Kontrak , *Teori & Teknik Penyusunan Kontrak*, Cet II, Jakarta : Sinar Grafika,2004 Hlm. 3

⁴ R. Setiawan, *Pokok – Pokok Hukum Perikatan*, Cet I, Bandung: Bina Cipta, 1979, Hlm. 49

Endorser (*selebgram/artis*) Selain Endorsee hanya dapat menerima bagaimana cara pemasaran yang dilakukan oleh *Endorser* saja, realitas pun memperlihatkan bahwa konsumen dalam transaksi bisnis elektronik selalu menanggung beban risiko yang ditanggung oleh produsen atau pelaku usaha, khusus dalam hal ini dikarenakan adanya perjanjian baku yang ditulis secara sepihak oleh pelaku usaha. Kedudukan yang tidak seimbang antar para pihak pun memungkinkan timbulnya pelanggaran atau penyalahgunaan hak oleh salah satu pihak⁵

Wanpretasi adalah dimana salah satu pihak telah melakukan perbuatan yang tidak sesuai dengan hak dan kewajiban yang telah mereka sepakati atau dengan kata lain ketiadaan pelaksanaan janji⁶. Sebagai contoh adanya praktek dilapangan selebgram sebagai pelaku usaha yang menjual jasanya sebagai endoser, tidak melaksanakan apa yang diperjanjikan dikesepakatan awal hingga membuat resah para *Online shop* yang tidak mempunyai kekuatan dalam perjanjian yang dibuat oleh sepihak, dan *Online shop* hanya menyepakati karena membutuhkan jasa selebgram untuk mempromosikan / mengendorse barang yang ia jual, dan adanya ketakutan terhadap *Online shop* yang akan melakukan jasa *endorse* selebgram.

Di dalam prakteknya, perjanjian endorsement saat ini juga menimbulkan banyak masalah, salah satunya adalah yang terjadi pada pelaku usaha (*olshop*) @mozaikartbandung_ dimana tindakan tindakan dari selebgram berinisial A.M tidak sesuai dengan isi perjanjian, *Online shop*@mozaikartbandung_ ini telah mengirim barang dan melakukan pembayaran untuk endorse di selebgram yang

⁵Imam Sjahputra, *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik*, Bandung: Pt Alumni , 2010, Hlm. 1.

⁶Wirjono Prodjodikor, *Asas – Asas Hukum Perjanjian*, Cet 10, Bandung, Bale Bandung, 1986, Hlm. 44

berinisial A.M, akan tetapi A.M tidak melakukan endorse itu dengan berbagai alasannya hingga sampai saat ini belum dilakukan. Hal tersebut bertentangan dengan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi sebagai berikut:

“Kewajiban pelaku usaha adalah:

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.”

Melihat pada Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bahwa pihak A.M menimbulkan rasa ketidakadilan bagi pihak @mozaikartbandung_ yang kemudian selebgram berinisial A.M ini tidak bertanggung jawab atas hal - hal yang tidak terduga dan diluar perjanjian tersebut. Hal ini juga yang disebabkan dibuatnya perjanjian sepihak, sehingga menimbulkan ketidakseimbangan dalam keadilan bagi para pihak. Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Perjanjian Endorsement di Media Sosial Instagram dihubungkan**

Dengan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan perjanjian *endorsement* di media sosial instagram?
2. Bagaimana Perlindungan Hukum bagi *online shop* pada perjanjian *endorsement* di media sosial instagram?
3. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha/jasa apabila terjadi wanprestasi dihubungkan dengan pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pelaksanaan perjanjian *endorsement* di media sosial instagram.
- b. Untuk mengetahui perlindungan hukum bagi *online shop* pada perjanjian *endorsement* di media sosial instagram.
- c. Untuk mengetahui tanggung jawab pelaku usaha/jasa apabila terjadi wanprestasi dihubungkan dengan pasal 7 Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

D. Kegunaan penelitian

1. Kegunaan teoritis

Hasil penelitian ini dapat disumbangkan terhadap perkembangan ilmu hukum khususnya Hukum Perdata sehingga dapat memberikan bahan, masukan, serta referensi bagi penelitian yang dilakukan selanjutnya.

2. Kegunaan praktis

Meberikan sumbangan pemikiran bagi masyarakat khususnya para pelaku perjanjian *endorsement* diantaranya:

- a) Para pihak (*selebgram & Online shop*)
- b) Masyarakat

E. Kerangka pemikiran

Indonesia merupakan negara yang berlandaskan pada hukum. Dasar yuridis Indonesia dikatakan sebagai negara hukum tertuang dalam Pasal 1 ayat (3) UUD 1945 perubahan ke-4 disebutkan bahwa “*Negara Indonesia adalah negara hukum*”. Ketentuan Pasal tersebut merupakan landasan konstitusional bahwa Indonesia adalah negara yang berdasarkan atas hukum, hukum ditempatkan sebagai satu – satunya aturan main dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara (*Supremacy of law*). Dikarenakan Indonesia merupakan negara hukum oleh sebab itu di perlukannya ada peraturan mengenai kegiatan *endorsment* tersebut. Harus adanya hukum yang jelas untuk mengatur kegiatan tersebut sehingga tidak adanya pihak yang hanya diuntungkan akan kegiatan tersebut dan adanya pihak dirugikan. Apabila hukum

tersebut telah tercapai maka keadilan juga akan tercapai didalamnya. Maka akan adanya kesetaraan terhadap hak dan kewajiban setiap masyarakat. Seperti yang ada dalam Undang – Undang Dasar Tahun 1945, Pasal 28D ayat (1) menyebutkan bahwa “setiap orang berhak atas pengakuan, jaminan, perlindungan dan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang sama dihadapan hukum”. Ini merupakan dasar dan untuk menjamin setiap warna negara termasuk orang yang tidak mampu, untuk mendapatkan akses terhadap keadilan agar hak – hak mereka atas pengakuan, jaminan, perlindungan dan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang sama dihadapan hukum dan dapat diwujudkan dengan baik. Posisi dan kedudukan seseorang di depan hukum menjadi sangat penting dalam mewujudkan tatanan sistem hukum serta keadilan bagi masyarakat

Menurut Hans Kelsen, hukum adalah sebuah sistem norma. Norma adalah pernyataan yang menekankan aspek “*seharusnya*” atau *das sollen*, dengan menyertakan beberapa peraturan tentang apa yang harus dilakukan. Norma-norma adalah produk dan aksi manusia yang deliberatif. Undang-Undang yang berisi aturan-aturan yang bersifat umum menjadi pedoman bagi individu bertingkah laku dalam bermasyarakat, baik dalam hubungan dengan sesama individu maupun dalam hubungannya dengan masyarakat. Aturan-aturan itu menjadi batasan bagi masyarakat dalam membebani atau melakukan tindakan

terhadap individu. Adanya aturan itu dan pelaksanaan aturan tersebut menimbulkan kepastian hukum⁷.

Menurut Utrecht, kepastian hukum mengandung dua pengertian, yaitu pertama, adanya aturan yang bersifat umum membuat *individu* mengetahui perbuatan apa yang boleh atau tidak boleh dilakukan, dan kedua, berupa keamanan hukum bagi individu dari kesewenangan pemerintah karena dengan adanya aturan yang bersifat umum itu individu dapat mengetahui apa saja yang boleh dibebankan atau dilakukan oleh Negara terhadap individu.⁸

Kepastian hukum merupakan jaminan mengenai hukum yang berisi keadilan. Norma-norma yang memajukan keadilan harus sungguh-sungguh berfungsi sebagai peraturan yang ditaati. Menurut Gustav Radbruch keadilan dan kepastian hukum merupakan bagian-bagian yang tetap dari hukum. Beliau berpendapat bahwa keadilan dan kepastian hukum harus diperhatikan, kepastian hukum harus dijaga demi keamanan dan ketertiban suatu negara. Akhirnya hukum positif harus selalu ditaati. Berdasarkan teori kepastian hukum dan nilai yang ingin dicapai yaitu nilai keadilan dan kebahagiaan⁹.

Permasalahan hukum pada skripsi ini dikaji oleh penulis menggunakan beberapa landasan pemikiran terutama tentang tujuan hukum. Teori hukum yang penulis gunakan adalah teori kepastian hukum. Kepastian adalah perihal (keadaan) yang pasti, ketentuan atau ketetapan. Hukum secara hakiki harus pasti dan adil. Demikian juga dengan kegiatan yang dilakukan dalam *endorsment*,

⁷10 Peter Mahmud Marzuki, *Pengantar Ilmu Hukum*, Jakarta, Kencana, 2008, hlm.158

⁸Riduan Syahrani, *Rangkuman Intisari Ilmu Hukum*, Bandung, Penerbit Citra Aditya Bakti, 1999, hlm. 23.

⁹*Ibid*, hlm. 95

perlunya ada kepastian hukum didalamnya dimana dapat melindungi setiap kegiatan yang dilakukan oleh para pelaku dalam kegiatan transaksi tersebut. Semua manusia memerlukan kepastian hukum sehingga setiap haknya dapat terlindungi. Pasti sebagai pedoman kelakuan dan adil karena pedoman kelakuan itu harus menunjang suatu tatanan yang di nilai wajar. Hanya karna bersifat adil dan dilaksanakan dengan pasti hukum dapat menjalankan fungsinya. Kepastian hukum merupakan pertanyaan yang hanya bisa di jawab secara normatif bukan sosiologi¹⁰.

Teori selanjutnya adalah teori keadilan yang dimana dicetuskan oleh Aristoteles. Pada dasarnya pandangan keadilan ini merupakan suatu pemberian hak persamaan tapi bukan persamarataan. Aristoteles membedakan hak persamaanya sesuai dengan hak proposional. Kesamaan hak di pandangan manusia sebagai suatu unit atau wadah yang sama. Inilah yang dapat dipahami bahwa semua orang atau setiap warga negara dihadapan hukum sama. Kesamaan proposional memberi tiap orang apa yang menjadi haknya sesuai dengan kemampuan dan prestasi yang telah dilakukanya¹¹.

Lebih lanjut, keadilan menurut pandangan Aristoteles dibagi kedalam dua macam keadilan, keadilan “*distributief*” dan keadilan “*commutatief*”. Keadilan distributief ialah keadilan yang memberikan kepada tiap orang porsi menurut pretasinya. Keadilan commutatief memberikan sama banyaknya kepada

¹⁰Dominikus Rato, *Filsafat Hukum Mencari* ,Memahami dan MemahamiHukum, Yogyakarta,Laksbang Pressindo, 2010, hlm. 59.

¹¹L.J. Van Apeldoorn, *Pengantar Ilmu Hukum*, Jakarta, Pradnya Paramita, 1996, hlm. 11- 12.

setiap orang tanpa membeda-bedakan prestasinya dalam hal ini berkaitan dengan peranan tukar menukar barang dan jasa¹².

Teori keadilan tersebut juga di perlukan dalam kegiatan endorse, yang dimana dalam kegiatan tersebut harus dilakukan dengan jujur. Apabila dilakukan dengan jujur dan terbuka maka tidak akan adanya para pihak yang akan dirugikan khususnya konsumen. Apabila pihak tidak dirugikan maka mereka mendapatnya hak – hak mereka. Apabila perolehan hak terpenuhi maka dapat di katakan adil untuk para pihak. Keadilan juga harus ada diberikan kepada para konsumen. Yang seharusnya konsumen berhak mengetahui tentang kebenaran dari produk yang dipromosikan tersebut. Seperti yang ada daalam Undang – undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik disebutkan bahwa para pelaku usaha tersebut juga dalam melakukan iklan atau promosi dilarang memproduksi iklan yang dapat mengelabui konsumen. Karena apabila iklan tersebut dibuat dengan tidak jujur maka konsumen dapat dirugikan atas tindakan tersebut. Karena konsumen tidak mengetahui tentang kebenaran atas produk yang dipromosikan yang dapat menimbulkan kerugian terhadap konsumen. Sehingga keadilan sangat di perlukan oleh para pihak agar hak – hak nya tetap terlindungi dan tidak adanya para pihak yang di rugikan secara sepihak dan tidak ada pihak yang diuntungkan.

¹²*Ibid*, hlm.12

Kerangka konseptual adalah penggambaran antara konsep-konsep khusus yang merupakan kumpulan dalam arti yang berkaitan dengan istilah yang akan diteliti atau diuraikan dalam penulisan ini¹³.

Pasal 7 Undang–Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa sebagai berikut:

“Kewajiban pelaku usaha adalah :

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.”

F. Langkah – Langkah penelitian

1. Metode penelitian

Deskriptif analitis

Metode penelitian dilakukan dengan cara deskriptif analisis, yaitu menggambarkan, menganalisa, mengklarifikasi dan mengkontruksi gejala-gejala atau fenomena-fenomena yang didasarkan atas hasil pegamatan dan beberapa kejadian dan masalah aktual dengan realita yang ada. Data yang

¹³H. Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta, Sinar Grafika, 2015, hlm 96.

digambarkan dalam hal ini berupa data primer, data sekunder, data tersier. Data primer berupa data yang di Konstitusikan Negara Indonesia dan peraturan Perundang-undangan terkait dengan penyebab terjadinya penyelundupan bidang impor. data sekunder berupa data hasil wawancara atau sebagainya. Data tersier merupakan data yang didapatkan dari media lain seperti hasil dokumentasi, artikel-artikel, dan pencarian pada internet.¹⁴

2. Pendekatan penelitian

Yuridis normatif

Pendekatan Yuridis normatif yaitu adalah pendekatan yang dilakukan berdasarkan bahan hukum utama dengan cara menelaah teori-teori, konsep-konsep, asas-asas hukum serta peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan penelitian ini. Pendekatan ini dikenal pula dengan pendekatan kepustakaan, yakni dengan mempelajari buku-buku, peraturan perundang-undangan dan dokumen lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

Penulis memilih pendekatan yuridis empiris karena disamping melalui pendekatan yuridis, penelitian ini juga memerlukan data yang ada dilapangan berdasarkan pengalaman – pengalaman nyata yang kemudiandipergunakan untuk menganalisis data dan membuat kesimpulan mengenai masalah yang diteliti.

3. Sumber Data

¹⁴Drs. Beni Ahmad Saebani, M, Si , *Metode Penelitian Hukum*, CV Pustaka Setia Bandung. 2009, hlm57.

Sumber data merupakan bagaimana cara untuk memperoleh data. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber data yang terdiri dari :

a. Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari keterangan-keterangan dan pendapat pihak terkait serta kenyataan-kenyataan yang ada di lapangan melalui

1) Wawancara dan

2) Observasi

b. Data Sekunderdata yang diperoleh melalui studi kepustakaan yaitu dengan menelaah literature, artikel, serta peraturan perundang-undangan yang berlaku yang terdiri dari:

1) Bahan hukum primer

Bahan hukum primer mencakup norma atau kaedah dasar peraturan dasar, peraturan perundang-undangan, bahan hukum yang digunakan yaitu:

a) Undang-Undang Dasar tahun 1945

b) Kitab Undang Undang Hukum Perdata

c) Undang –Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

d) Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

2) Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah data yang diperoleh melalui bahan kepustakaan baik dari buku literatur, hasil karya ilmiah dan hasil penelitian yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

3) Bahan Hukum Tersier

Bahan Hukum Tersier adalah data yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer atau bahan hukum sekunder anatara lain kamus, jurnal, media masa dan internet.¹⁵

4. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah:

a) Studi pustaka, yaitu teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan yang berkaitan dengan suatu penelitian.¹⁶

b) Penelitian Lapangan

Penelitian lapangan dilakukan melalui:

1) Wawancara, yaitu pengumpulan data secara langsung kepada responden dan informan dalam bentuk tanya jawab yang berkaitan dengan pokok permasalahan.

2) Observasi, yaitu aktifitas terhadap suatu proses atau objek dengan maksud merasakan, memahami sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya, untuk mendapatkan informasiinformasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan suatu penelitian.

c) Studi Dokumentasi

¹⁵ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI-Press, Jakarta, 1986, cetakan ketiga. hlm. 61.

¹⁶ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI-Press, Jakarta, 1986, cetakan ketiga. hlm. 62.

Studi Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang diperoleh dari buku, internet, atau dokumen lain yang dapat menunjang bagi penelitian.

5. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari data primer dan data sekunder akan diolah dan dianalisis berdasarkan rumusan masalah yang telah diterapkan sehingga diharapkan dapat diperoleh gambaran yang jelas. Analisis data yang digunakan adalah analisis data yang berupaya memberikan gambaran secara jelas dan konkrit terhadap objek yang dibahas secara kualitatif dan selanjutnya data tersebut disajikan secara deskriptif yaitu menjelaskan, menguraikan, dan menggambarkan sesuai dengan permasalahan yang erat kaitannya dengan penelitian ini.

