

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

E-Commerce adalah penggambaran tentang aktivitas perdagangan yang berlangsung akibat interkoneksi data-data secara elektronik. Fenomena ini jelas merupakan suatu faktor penting yang membuka peluang konsumen untuk berpartisipasi secara aktif dalam pasar global.¹

Secara sederhana, *e-commerce* adalah bentuk perdagangan yang dilakukan secara online dengan memanfaatkan internet. *E-commerce* bisa dilakukan melalui komputer, laptop, sampai smartphone. Banyak bentuk layanan yang bisa kamu dapatkan dengan memanfaatkan transaksi *e-commerce*, mulai dari pembelian tiket transportasi, pembayaran tagihan seperti listrik dan air, kemudian juga layanan perbankan dan investasi. Transaksi *e-commerce* bisa dalam bentuk bisnis ke bisnis (B2B), bisnis ke konsumen (B2C), konsumen ke konsumen (C2C), dan konsumen ke bisnis (C2B).

Faktor yang juga mendukung perkembangan *E-Commerce* adalah tingkat pengguna perangkat mobile yang terus meningkat, memungkinkan lebih banyak orang untuk mengakses berbagai platform belanja online, mulai dari website toko online, marketplace, media sosial, dan banyak lagi. Kemudian semakin banyaknya

¹ Iman Sjahputra, *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik*, (Bandung: Alumni, 2010), hlm. 14.

jumlah perusahaan teknologi finansial sehingga memungkinkan metode pembayaran yang beragam dan mudah. Kemudian dengan munculnya berbagai aplikasi serta fitur pembayaran dompet online yang dapat digunakan melalui smartphone, masyarakat semakin dimudahkan untuk melakukan transaksi online.

Salah satu *E-Commerce* di Indonesia adalah Shopee. Di mana Shopee adalah *E-Commerce* yang menawarkan berbagai macam kebutuhan pria dan wanita yang menyesuaikan gaya hidup di Indonesia. Sesuatu yang menarik dari Shopee adalah barang yang ditawarkan merupakan barang yang sedang trendi pada saat ini sehingga produk yang ditawarkan oleh Shopee kepada konsumen selalu mengikuti kebutuhan gaya hidup yang semakin modern, dan dalam hal ini Shopee menawarkan berbagai macam produk seperti pakaian wanita, pakaian pria, barang elektronik, alat rumah tangga, kebutuhan olahraga, dll. Hal ini mengakibatkan banyak konsumen yang gemar melakukan transaksi di marketplace Shopee.²

Namun dengan hadirnya *E-Commerce* seperti Shopee tidak menutup kemungkinan akan adanya terjadi pelanggaran yang dapat mengakibatkan kerugian kepada konsumen. Dalam *E-Commerce*, pihak yang melakukan transaksi secara fisik tidak saling bertemu, maka kemungkinan lahirnya berbagai bentuk kecurangan atau kekeliruan menjadi perhatian utama yang perlu penanganan lebih besar. Sisi negatif lainnya yang sering kali tampak dalam transaksi *E-Commerce* adalah apabila barang yang ditawarkan berkualitas rendah atau pelayanan yang

² Tim Kontan, "Riset Snapcart: Shopee Paling Diminati dan Jadi Pilihan Konsumen Belanja", dikutip dari www.kontan.co.id diakses 10 July 2022

diberikan oleh produsen kurang memuaskan, produk yang dipesan tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan, kesalahan dalam pembayaran, ketidaktepatan waktu menyerahkan barang atau pengiriman barang dan hal-hal lain yang tidak sesuai dengan kesepakatan sebelumnya.

Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, salah satu hak dasar konsumen yang harus dilindungi adalah kepastian hukum. Permasalahan dalam kepastian hukum *e-commerce*, misalnya mengenai keabsahan transaksi bisnis dari aspek hukum perdata. Permasalahan lain yang timbul misalnya berkenaan dengan jaminan keaslian data, kerahasiaan dokumen, kewajiban sehubungan dengan pajak, hukum yang ditunjuk jika terjadi pelanggaran perjanjian atau kontrak, masalah yurisdiksi hukum dan juga masalah hukum mana yang harus diterapkan bila terjadi sengketa. Jaminan keamanan transaksi ecommerce sangat diperlukan untuk melindungi konsumen agar semakin menumbuhkan kepercayaan konsumen, dan pada akhirnya diharapkan terjadi peningkatan volume transaksi melalui *e-commerce*.³

Konsumen sebagai pembeli dapat meminta ganti rugi terhadap pelaku usaha, apabila barang/jasa yang diinginkan tidak sesuai dengan perjanjian jual beli sesuai yang tercantum di dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Kosumen di dalam Pasal 7 Huruf g yang menyatakan bahwa:

³ Tim BPKN, "*Kajian Perlindungan E-Commerce di Indonesia*" dikutip dari www.bkpn.go.id diakses pada 18 September 2022, Hlm. 2

“Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.”⁴

Sedangkan pelaku usaha bisa dituntut apabila barang/jasa yang diinginkan oleh konsumen tidak sesuai dengan perjanjian jual beli, sesuai yang tercantum di dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen di dalam Pasal 8 Ayat (2) menyatakan bahwa: “Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.”

Berangkat dari hal tersebut, disini Hukum perlindungan konsumen dipandang semakin terasa penting, mengingat semakin pesatnya laju ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin canggih. Dengan demikian upaya-upaya untuk memberikan perlindungan yang memadai terhadap kepentingan konsumen merupakan suatu hal yang penting dan mendesak untuk segera dicari solusinya, terutama di Indonesia, mengingat sedemikian kompleksnya permasalahan yang menyangkut perlindungan konsumen.

Oleh sebab itu penulis ingin meneliti “Bagaimanakah perlindungan hukum terhadap pembeli dalam transaksi di situs shopee apabila menerima produk yang berbeda dengan yang dideskripsikan?.” Untuk mengetahui seberapa jauh perlindungan hukum terhadap konsumen Transaksi Elektronik. Dan mengetahui “Apa tanggung jawab terhadap pelaku usaha dalam transaksi jual beli secara elektronik?” agar mengetahui apakah terdapat pelanggaran atau tidak di dalam

⁴ Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999

kejadian tersebut. Maka dari itu penulis memilih judul “**ANALISIS YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN MELALUI TRANSAKSI E-COMMERCE DI SHOPEE**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas adapun perumusan masalah yang akan dibahas di dalam skripsi ini antara lain: **Bagaimanakah Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam *E-Commerce (shopee)* Yang Menerima Produk Yang Tidak Sesuai Dengan Yang Diperjanjikan?**

C. Tujuan Penelitian

Tujuan ini dibuat sebagai tugas akhir untuk memperoleh gelar sarjana hukum, dan merupakan sebuah karya ilmiah yang akan bermanfaat untuk berbagai kalangan civitas akademika, pemerintah, dan masyarakat.

Sesuai dengan rumusan masalah, adapun tujuan dari penelitian skripsi ini adalah:

1. Untuk mengetahui upaya perlindungan terhadap konsumen *E-Commerce* yang memperoleh produk yang berbeda dengan yang diperjanjikan dan dideskripsikan
2. Untuk menganalisa bentuk pertanggungjawaban Platform Shopee terhadap konsumen yang menerima produk yang berbeda dengan yang dideskripsikan dan diperjanjikan.

D. Manfaat Penelitian

Dalam penulisan ini akan diuraikan manfaat dari penelitian yang sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Hasil penulisan ini diharapkan dapat berkontribusi sebagai bahan kajian atau referensi terhadap perkembangan hukum yang berkaitan dengan perlindungan terhadap konsumen *E-Commerce* di Indonesia.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian skripsi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi informasi kepada masyarakat, khususnya pihak yang sering terlibat dalam kegiatan transaksi *E-Commerce*, maupun pihak lain yang berhubungan dengan perlindungan konsumen transaksi *E-Commerce*, mengetahui bagaimana bentuk pertanggungjawaban pihak *E-Commerce* apabila terjadi sengketa konsumen dalam transaksi *E-Commerce*, agar masyarakat lebih mengetahui lagi perlindungan konsumen.

E. Kerangka Pemikiran

1. Tinjauan Pustaka

A. Konsumen

Istilah konsumen berasal dari alih bahasa dari kata consumer (*Inggris Amerika*), atau consument/konsument (*Belanda*). Pengertian dari consumer atau consument itu tergantung dalam posisi mana ia berada. Secara harafiah, arti kata consumer adalah (*lawan dari produsen*) setiap orang yang menggunakan barang.

Tujuan penggunaan barang atau jasa nanti menentukan termasuk konsumen kelompok mana pengguna tersebut. Begitu pula Kamus Bahasa Inggris Indonesia memberi arti kata consumer sebagai pemakai atau konsumen.⁵

Pakar masalah konsumen di Belanda, Hondius menyimpulkan, para ahli hukum pada umumnya sepakat mengartikan konsumen sebagai pemakai produksi terakhir dari benda dan jasa. Dengan rumusan itu, Hondius ingin membedakan antara konsumen bukan pemakai akhir (*konsumen antara*) dan konsumen pemakai akhir. Konsumen dalam arti luas mencakup kedua kriteria itu, sedangkan konsumen pemakai dalam arti sempit hanya mengacu pada konsumen pemakai terakhir. Untuk menghindari kerancuan pemakaian istilah “*konsumen*” yang mengaburkan dari maksud sesungguhnya.⁶

Az. Nasution dalam bukunya yang berjudul Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar menegaskan beberapa batasan tentang konsumen, yakni :⁷

- a. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk tujuan tertentu.
- b. Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang/jasa lain untuk diperdagangkan (*tujuan komersial*).

⁵ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Jakarta: Diadit Media, 2002), hlm. 3

⁶ Susanti Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 61- 62.

⁷ Az. Nasution 2, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Jakarta :Daya Widya, 1999), hlm. 13

- c. Konsumen akhir adalah setiap orang alami yang mendapatkan dan menggunakan barang dan/atau jasa, untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan/atau mempunyai sumber daya ekonomi yang cukup, sehingga dapat berperan dalam ekonomi pasar bebas;

Bagi konsumen antara barang atau jasa itu adalah barang atau jasa capital, berupa bahan baku, bahan penolong atau komponen dari produk lain yang akan diproduksinya. Konsumen antara ini mendapatkan barang atau jasa dari pasar industri atau pasar produsen.⁸

Melihat pada sifat penggunaan barang dan/atau jasa tersebut, konsumen antara ini sesungguhnya adalah pengusaha, baik pengusaha perorangan maupun pengusaha yang berbentuk badan hukum atau tidak, baik pengusaha swasta maupun pengusaha publik (perusahaan milik negara), dan dapat terdiri dari penyedia dana (investor), pembuat produk akhir yang digunakan oleh konsumen akhir atau produsen, atau penyedia atau penjual produk akhir seperti supplier, distributor, atau pedagang. Sedangkan konsumen akhir, barang dan/jasa itu adalah barang dan/jasa yang biasanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, atau rumah tangganya. Barang dan/jasa ini umumnya diperoleh di pasar – pasar konsumen.⁹

⁸ Celina Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), hlm. 51

⁹ Ibid.

B. Pelaku Usaha

Pelaku usaha menjadi sorotan sebab menjadi salah satu alasan bagi kerugian yang dialami konsumen. Jika membahas mengenai kajian tentang perlindungan konsumen, maka tidak dapat dipisahkan pula mengenai hak-hak dan kewajiban pelaku usaha. Berdasarkan Directive, pengertian pelaku usaha meliputi pihak yang menghasilkan suatu produk akhir berupa barang-barang manufaktur. Di dalam hal ini, para pelaku usaha bertanggung jawab atas segala kerugian yang timbul dari barang/jasa yang mereka edarkan di kalangan masyarakat luas. Termasuk juga bila kerugian timbul akibat cacatnya barang yang merupakan komponen dalam proses produksinya. Pelaku usaha juga dapat disebut sebagai produsen bahan mentah atau komponen suatu produk, atau dapat disebut siapa saja yang membubuhkan nama, merek, ataupun tanda-tanda lain pada produk menampakkan dirinya sebagai pelaku usaha dalam suatu barang tersebut.¹⁰

Sebelumnya telah dijelaskan bahwa pelaku usaha dan konsumen merupakan bagian penting dari hubungan antara transaksi ekonomi. Menurut UUPK pasal 1 ayat 3 menyatakan bahwa pelaku usaha adalah “setiap orang atau perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”.¹¹ Menurut dari penjelasan definisi pelaku usaha di atas, yang menjadi

¹⁰ Zulham, Hukum Perlindungan Konsumen, (Jakarta : Penadamedia Group, 2013), hlm.22

¹¹ Undang Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

cakupan dalam pelaku usaha adalah perusahaan, BUMN, korporasi, koperasi, importir, pedagang, distributor, dll.¹²

Dengan demikian, dapat dilihat bahwa pelaku usaha yang dimaksudkan dalam UUPK sama dengan cakupan pelaku usaha yang dikenal di Belanda, karena mereka mengenal bahwa pelaku usaha dapat berupa perorangan atau badan hukum. Namun, di dalam pengertian pelaku usaha ini tidaklah mencakup pelaku usaha di luar negeri, karena UUPK membatasi orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun yang bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan di wilayah Republik Indonesia. Pengertian pelaku usaha dianggap bermakna luas dan akan memudahkan konsumen dalam menuntut kerugian yang dialami. Sebab, para konsumen akan tau kepada siapa mereka memberikan tuntutan.

C. E-Commerce

Istilah *E-Commerce (electronic commerce)* merupakan transaksi jual beli produk, jasa dan informasi antar mitra bisnis melalui jaringan komputer yaitu internet. Internet merupakan “*a global network of computer network*” atau jaringan komputer yang sangat besar yang terbentuk dari jaringan-jaringan kecil yang ada di seluruh dunia yang saling berhubungan satu sama lain. Salah satu fungsi internet adalah sebagai infrastruktur utama *E-Commerce*.

¹² Ahmad Miru, Hukum Perlindungan Konsumen, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), hlm.8.

Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik menyebutkan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Transaksi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti, yaitu persetujuan jual-beli (*di perdagangan*) antara dua pihak. Pendapat-pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa transaksi elektronik yang dimaksud disini adalah persetujuan jual-beli dalam perdagangan yang dilakukan antara dua atau lebih pihak melalui jaringan komputer atau media elektronik lainnya dengan cara lebih baik dan efisien.

Electronic Commerce atau yang disingkat dengan *E-Commerce* adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), service providers dan pedagang perantara (*intermediateries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer network*) yaitu internet.

D. Shopee

Shopee merupakan perusahaan e-commerce yang berada di bawah naungan Garena (*berubah nama menjadi SEA Group*), perusahaan internet di Asia Tenggara. Menjalankan bisnis C2C mobile marketplace, Shopee resmi diperkenalkan di Singapura pada tahun 2015 yang diikuti dengan negara Malaysia, Filipina, Taiwan, Thailand, Vietnam, dan Indonesia.

Mengusung visi "Menjadi C2C Mobile Marketplace Nomor 1 di Asia Tenggara", Shopee yang berada di bawah naungan CEO, Chris Feng, pria lulusan terbaik dari Universitas Nasional Singapura yang memungkinkan para penggunanya membeli atau menjual barang melalui aplikasi yang tersedia di platform iOS dan Android.

Shopee Indonesia resmi diperkenalkan di Indonesia pada Desember 2015 di bawah naungan PT Shopee International Indonesia. Sejak peluncurannya, Shopee Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat, bahkan hingga Oktober 2017 aplikasinya sudah didownload oleh lebih dari 43 juta pengguna. Menawarkan one stop mobile experience, Shopee menyediakan fitur live chat yang memudahkan para penjual dan pembeli untuk saling berinteraksi dengan mudah dan cepat.

Shopee Indonesia sebagai sarana jual beli daring yang menyediakan berbagai produk untuk menunjang aktivitas sehari-hari yang mencakup fashion, gadget, alat kosmetik, alat elektronik, hobi dan koleksi, fotografi, perlengkapan olahraga, otomotif, vitamin dan suplemen, perlengkapan rumah, makanan dan minuman, souvenir dan pesta, hingga voucher belanja.

Sebagai anak perusahaan dari SEA Group, Shopee Indonesia mendapatkan dukungan finansial penuh dari SEA Group. Untuk regional Indonesia sendiri, pada saat peluncurannya, Shopee Indonesia mendapatkan dana dari SEA dan beberapa modal ventura, seperti Farallon Capital Management, Hillhouse Capital,

GDP Venture, JG Summit Holdings Inc untuk melakukan penetrasi pada online market di Indonesia.

2. Kerangka Konsep

A. Undang – undang Perlindungan Konsumen

Menurut Menteri Perindustrian dan Perdagangan dengan Surat Keputusan Nomor: 350/MPP/Kep/12/2001 tanggal: 10 Desember 2001, yang dimaksud dengan sengketa konsumen adalah sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen yang menuntut ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau yang menderita kerugian akibat mengkonsumsi barang atau memanfaatkan jasa.

Pengertian Perlindungan Konsumen dalam Pasal 1 Angka 1 UndangUndang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, selanjutnya disingkat UUPK 8/1999 adalah “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.

Hukum perlindungan konsumen tidak sebatas diatur di dalam Undang - Undang Perlindungan Konsumen saja. Hukum perlindungan konsumen juga terdapat dalam hukum umum dan undang - undang lain misalnya Undang - Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Undang - Undang No. 8 Tahun 1995 Tentang Pasar Modal, dan Undang - Undang No. 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan. Hal tersebut

ditegaskan dalam ketentuan Pasal 64 Undang - Undang Perlindungan Konsumen yaitu: ¹³

“Segala ketentuan peraturan perundang-undangan yang bertujuan melindungi konsumen yang telah ada pada saat undang - undang ini diundangkan, dinyatakan tetap berlaku sepanjang tidak diatur secara khusus dan/atau tidak bertentangan dengan undang - undang ini.”

Ada beberapa pakar yang menyebutkan bahwa hukum perlindungan konsumen merupakan cabang dari hukum ekonomi. Alasannya, permasalahan yang diatur dalam hukum konsumen berkaitan erat dengan pemenuhan barang/jasa. Ada pula yang mengatakan bahwa hukum konsumen digolongkan dalam hukum bisnis atau hukum dagang karena dalam rangkaian pemenuhan kebutuhan barang/jasa selalu berhubungan dengan aspek bisnis atau transaksi perdagangan. Serta ada pula yang menggolongkan hukum konsumen dalam hukum perdata, karena hubungan antara konsumen dan produsen/pelaku usaha dalam aspek pemenuhan barang/jasa yang merupakan hubungan hukum perdata.

Hukum perlindungan konsumen dibutuhkan apabila kondisi pihak-pihak yang mengadakan hubungan atau bermasalah dalam bermasyarakat itu tidak seimbang. Dengan adanya hukum yang secara khusus mengatur mengenai perlindungan konsumen, maka terwujudnya kepastian hukum dalam hal pemberian perlindungan kepada konsumen akan terjamin.

¹³ Undang Undang Perlindungan Konsumen No.8 Tahun 1999

Mengingat sifatnya yang seringkali berhubungan dengan bidang atau cabang hukum lainnya, hukum perlindungan konsumen dapat memasuki baik ranah hukum publik, maupun hukum privat.

Wilayah hukum privat yang dimasuki hukum perlindungan konsumen adalah:

- a. Hukum perdata, khususnya mengenai perikatan, yakni mengenai aspek-aspek kontraktual antara konsumen dan pelaku usaha.
- b. Hukum bisnis atau hukum perdata niaga, khususnya mengenai pengangkutan, hak atas kekayaan intelektual (HAKI), monopoli, persaingan usaha, asuransi, dan lain-lain.

Adapun wilayah hukum publik yang dimasuki hukum perlindungan konsumen adalah:

- a. Hukum pidana, dalam hal kriminalisasi dalam berbagai ketentuan standar, isi, takaran, label, etiket, pengelabuan dalam promosi, iklan, lelang, pencantuman klausula baku, dan lainlain.
- b. Hukum administrasi, dalam hal ketentuan sanksi administratif.
- c. Hukum tata usaha negara, dalam hal kewenangan pejabatpejabat perizinan dan pengawasan.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Tipe penelitian yang penulis gunakan adalah “Yuridis Normatif”, menurut Soerjono Soekanto, yaitu penelitian hukum dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder sebagai bahan dasar untuk diteliti dengan cara mengadakan penelusuran terhadap peraturan-peraturan dan literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Penelitian hukum normatif juga disebut penelitian hukum doktrinal, di mana mengkonsepsikan hukum sebagai apa yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan (*law in books*) atau hukum dikonsepsikan sebagai kaidah norma, yang merupakan patokan perilaku manusia yang dianggap pantas.

2. Sifat Penelitian

Sifat dari penelitian ini adalah deskriptif analitis yang menurut Winarto Surakhmad dalam bukunya Abdurrahman Soerjono, penelitian deskriptif analitis adalah penelitian yang tertuju pada pemecahan masalah dengan mengumpulkan dan menyusun data yang kemudian menganalisis dan menginterpretasikan tentang arti data tersebut.¹⁴ Kemudian dalam penelitian ini juga akan diberikan gambaran sejelas mungkin mengenai perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen yang menerima barang yang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan dan dideskripsikan pada situs shopee.

¹⁴ Soejono Soekanto, *Metodologi Penelitian Suatu Pemikiran dan Penerapan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2005), hlm. 56.

3. Data Penelitian

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data sekunder. Data Sekunder yaitu “data yang diperoleh dari bahan –bahan pustaka atau informasi yang sudah ada.” Di dalam penelitian hukum, data sekunder meliputi bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier.

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang bersifat auctoritatif artinya mempunyai otoritas. Bahan-bahan hukum primer sendiri dari perundang-undangan, catatan-catatan resmi atau risalah dalam pembuatan Perundang-Undangan dan putusan-putusan hakim.

Meliputi :

1. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
3. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

b. Bahan Hukum Sekunder

Terdiri dari buku-buku, majalah, informasi dari internet, dan media lain serta informasi lain yang terkait dengan permasalahan dalam penelitian ini.

c. Bahan Hukum Tertier

Bahan yang memberi petunjuk dan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder seperti kamus umum, kamus hukum, ensiklopedia dan lain sebagainya.

4. Teknik Pengumpulan

Data Teknik Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode Studi Kepustakaan, yakni dengan cara membaca dan mempelajari bahan buku bacaan maupun perUndang-Undangan dan juga sumber lain yang berhubungan dengan penulisan ini dan dijadikan sebagai dasar untuk menghasilkan suatu karya ilmiah dengan sebaik-baiknya agar lebih berbobot, yang mana data-data ini diperoleh dari penelitian kepustakaan (library research).

5. Alat Pengumpulan Data

Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi dokumen. Studi dokumen adalah alat yang dapat digunakan pada saat melakukan penelitian untuk memperoleh data-data yang valid dan relevan. Studi dokumen yaitu menghimpun, dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, gambar, maupun data elektronik.

6. Analisa Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif yaitu upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.