

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG MASALAH

Perdagangan dewasa ini sangat pesat kemajuannya. Perkembangan tersebut tidak hanya pada apa yang diperdagangkan tetapi juga pada tata cara dari perdagangan itu sendiri. Pada awalnya perdagangan dilakukan secara barter antara dua belah pihak yang langsung bertemu dan bertatap muka yang kemudian melakukan suatu kesepakatan mengenai apa yang akan dipertukarkan tanpa ada suatu perjanjian. Setelah ditemukannya alat pembayaran maka lambat laun berter berubah menjadi kegiatan jual beli sehingga menimbulkan perkembangan tata cara perdagangan. Tata cara perdagangan kemudian berkembang dengan adanya suatu perjanjian diantara kedua belah pihak yang sepakat mengadakan suatu perjanjian perdagangan yang di dalam perjanjian tersebut mengatur mengenai apa hak dan kewajiban diantara kedua belah pihak.<sup>1</sup>

. Kecanggihan teknologi berdampak pada tatanan adat istiadat, bahasa, pendidikan dan aspek lain yang dialami dan dilakukan oleh manusia. Serba mudah adalah dampak yang diberikan oleh kecanggihan teknologi kepada manusia dalam melakukan pekerjaan. Sebagai contoh telepon genggam untuk berkomunikasi dalam jarak yang jauh, robot diciptakan untuk membantu pekerjaan rumah, internet sebagai koneksi ke berbagai penjuru dunia dan sebagainya. Perkembangan ekonomi di Indonesia melaju cepat dalam beberapa tahun belakangan ini.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Manap, Marina Abdul. "Kontrak Elektronik: Isu dan Penyelesaian Undang-Undang." *Journal of Law and Governance* 1.1 (2018), 64

<sup>2</sup> Latumahina, Rosalinda Elsin. "Aspek-aspek Hukum Dalam Transaksi Perdagangan Secara Elektronik." *Jurnal GEMA AKTUALITA* 4, no. 1 (2015): 43

Perkembangan ekonomi yang didampingi perkembangan teknologi yang begitu pesat maka banyak kegiatan ekonomi di Indonesia dilakukan berbasis teknologi pula. Salah satu bidang yang membawa dampak yang sangat besar bagi masyarakat luas adalah perdagangan secara elektronik atau e-commerce. Lahirnya e-commerce di Indonesia bermula dari hadirnya IndoNet. Saat itu, IndoNet sebagai *Internet Service Provider* (ISP) di Indonesia. Kemunculan

IndoNet menjadi cikal bakal pemanfaatan teknologi dalam segala bidang. Tidak terkecuali pada bisnis *online*.

Kemudian, pada tahun 1996, muncul Dyviacom Intrabumi atau D-Net yang dianggap sebagai perintis jual beli *online*. Kehadiran media transaksi ini tentu saja menjadi kabar yang baik tidak hanya pemilik bisnis melainkan konsumen. Dengan menggunakan internet, proses transaksi akan jauh lebih mudah. Akan tetapi, pada mulanya, penggunaan internet hanya sebatas menampilkan produk. Untuk transaksi pembayaran, tetap saja antara penjual dan konsumen harus bertemu. Istilah tersebut kemudian hari dinamakan *cash on delivery* (COD). Seiring berkembangnya kemajuan teknologi, hadir pula toko *online*. Kemudian, inilah titik mula munculnya e-commerce Indonesia.<sup>3</sup>

Era Pertengahan Tahun 2010-2011, satu per satu e-commerce di Indonesia mulai menampakkan diri. Salah satunya Go-Jek. Aplikasi yang pada mulanya hanya mengantar dan menjemput pelanggan. Namun kini bertambah fiturnya dengan

---

<sup>3</sup><https://www.xendit.co/id/blog/inilah-sejarah-perkembangan-e-commerce-di-indonesia/>

pemesanan makanan hingga membayar tagihan listrik, telepon, dan sebagainya. Tidak heran apabila Go-Jek dikatakan sebagai *startup* dengan level Unicorn karena valuasinya mencapai Rp1 miliar lebih. Inovasi yang dilakukan oleh Go-Jek memberikan banyak inspirasi ke e-commerce lainnya. Maka kemunculan Go-Jek jugadiikuti oleh e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak dan sebagainya.

Era Keemasan Saat ini, bisa dikatakan bahwa era keemasan e-commerce di Indonesia. Anda akan sangat jarang menemukan konsumen yang membelanjakan uangnya tidak melalui e-

commerce. Apalagi saat pandemi seperti ini. Semuanya hanya butuh klik dan transaksi akan terjadi. E-commerce di Indonesia yang sudah populer dan memiliki reputasi yang baik adalah seperti [www.bhineka.com](http://www.bhineka.com), [www.blibli.com](http://www.blibli.com), [www.gramedia.com](http://www.gramedia.com), [Shoope](http://Shoope) dan Lazada. E-commerce adalah sebuah layanan internet yang dimanfaatkan untuk jual-beli. Dengan ecommerce telah banyak merubah dalam proses jual-beli. Jika dalam suatu jual-beli penjual dan pembeli bertemu, namun jika dengan e-commerce mereka tidak perlu bertemu, mereka berinteraksi dengan melalui internet maupun dengan komunikasi melalui telepon. Dalam proses ini kepercayaanlah yang menjadi modal utama. Karena tanpa kepercayaan kedua belah pihak, maka proses jual-beli e-commerce bisa terjadi dan terlaksana. Namun dengan perkembangan yang semakin pesat, maka banyak toko online / e-commerce bermunculan. Baik mereka dengan memanfaatkan blog, social media, website.<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Ibid

Dengan pesatnya ini membuat semakin mudahnya dalam jual beli. Misalnya bisnis online yang melakukan jual beli barang melalui sebuah aplikasi online, pengadaan alat-alat canggih tertentu untuk memproduksi barang yang menghasilkan nilai ekonomi. Perjanjian adalah salah satu aspek penting dalam bisnis yang dilakukan oleh individu dengan individu maupun individu dengan kelompok.<sup>5</sup>

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat, maka perdagangan yang pada awalnya dilakukan secara bertemu langsung dan bertatap muka antar para pihaknya juga mengalami perubahan. Perkembangan teknologi tersebut diantaranya adalah dengan ditemukannya internet yaitu teknologi yang memungkinkan kita melakukan

pertukaran informasi dengan siapapun dan dimanapun orang tersebut berada tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Selain itu internet juga dapat diartikan sebagai hubungan antar berbagai jenis komputer dan jaringan di dunia yang berbeda sistem operasi maupun aplikasinya dimana hubungan tersebut memanfaatkan kemajuan media komunikasi (telepon dan satelit) yang menggunakan protokol standar dalam berkomunikasi yaitu protokol TCP/IP.<sup>6</sup>

Perkembangan internet menciptakan terbentuknya suatu dunia baru yang biasa disebut dengan dunia maya. Adanya dunia maya menyebabkan setiap individu memiliki hak dan kemampuan untuk berhubungan dengan individu lain tanpa ada

---

<sup>5</sup> Sekarini, Marsha Angela Putri, and I. Nyoman Darmadha. "Eksistensi Asas Kebebasan Berkontrak Berkaitan Dengan Klausula Eksonerasi Dalam Perjanjian Baku." *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* (2014), 3

<sup>6</sup>(<http://library.usu.ac.id/modules.php>)

batasan apapun yang menghalanginya. Perkembangan tersebut berakibat juga pada aspek sosial, dimana cara berhubungan antar manusia pun ikut berubah. Hal ini secara tidak langsung berpengaruh terhadap sektor bisnis. Proses transaksi yang dilakukan dalam dunia bisnis tanpa adanya pertemuan antar para pihaknya yang menggunakan media internet termasuk ke dalam transaksi elektronik. Transaksi elektronik dalam dunia bisnis terdapat berbagai macam bentuknya diantaranya adalah electronic commerce atau biasa disebut dengan e-commerce maupun e-com. Electronic commerce yang selanjutnya dalam penulisan ini disebut dengan e-commerce dapat diartikan secara gramatikal sebagai perdagangan elektronik maksud dari perdagangan elektronik ini adalah perdagangan yang dilakukan secara elektronik dengan menggunakan internet sebagai sebagai medianya.

Selain itu e-commerce juga dapat diartikan sebagai suatu cara berbelanja atau berdagang secara online atau direct selling yang memanfaatkan fasilitas internet dimana terdapat website

yang dapat menyediakan layanan *get and deliver*.<sup>7</sup> Perkembangan ini semakin memudahkan orang maupun perusahaan untuk melakukan berbagai macam transaksi bisnis khususnya perdagangan. Perjanjian e-commerce yang dilakukan oleh para pihaknya bukan seperti layaknya perjanjian pada umumnya, tetapi perjanjian tersebut dapat dilakukan meskipun tanpa adanya pertemuan langsung antara kedua belah pihak, namun perjanjian antar para pihak tersebut dilakukan secara elektronik.

---

<sup>7</sup>Simanjuntak Ricardo. Teknik Perancangan Kontrak Bisnis, (Jakarta, PT. Gramedia, 2018), 14

Menurut seorang pakar hukum Prof. Subekti “suatu perjanjian adalah suatu peristiwa di mana seorang berjanji kepada orang lain atau di mana dua orang saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal”. Perjanjian antar pihaknya dilakukan dengan mengakses halaman web yang disediakan, berisi klausul atau perjanjian yang dibuat oleh pihak pertama (penjual), dan pihak yang lain (pembeli) hanya tinggal menekan tombol yang disediakan sebagai tanda persetujuan atas isi perjanjian yang telah ada, tanpa perlu membubuhkan tanda tangan seperti perjanjian.<sup>8</sup> Sehingga para pihak tidak perlu bertemu langsung untuk mengadakan suatu perjanjian. Pengaturan mengenai perjanjian di Indonesia hanya mengatur pada perjanjian pada umumnya, hal tersebut diatur dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang menyebutkan mengenai syarat sah suatu perjanjian yang mengikat para pihaknya.

Menurut Subekti, suatu perjanjian dianggap sah apabila memenuhi syarat subyektif dan syarat obyektif. Pemenuhan atas syarat tersebut berakibat pada perjanjian yang telah dibuat menjadi sah. Perjanjian juga mengikat bagi para pihak mengenai hak dan kewajibannya,

sehingga pemenuhan syarat sahnya suatu perjanjian mutlak untuk dipenuhi. Hal ini kelak apabila dikemudian hari terjadi suatu permasalahan atau sengketa maka penyelesaiannya dapat didasarkan pada perjanjian yang telah disepakati.

---

<sup>8</sup> Ahmadi Miru. Hukum Kontrak Dan Perancangan Kontrak (jakarta, Raja Grafindo Persada, 2007), 4

Perjanjian dalam e-commerce dengan perjanjian biasa tidaklah berbeda sangat jauh, yang membedakan hanya pada bentuk dan berla unya. Media dalam perjanjian biasa yang digunakan adalah tinta dan kertas serta dibuat berdasarkan kesepakatan para pihak. Setelah dibuat dan disepakati maka perjanjian tersebut mengikat setelah ditandatangani, sedangkan dalam e-commerce perjanjian menggunakan media elektronik yang ada hanya form atau blanko klausul perjanjian yang dibuat salah satu pihak yang ditulis dan ditampilkan dalam media elektronik (halaman web), kemudian pihak yang lain cukup menekan tombol yang disediakan untuk setuju mengikatkan diri terhadap perjanjian tersebut. Hal ini tentu saja menimbulkan berbagai macam persoalan di dalam perjanjian secara elektronik mengenai sah tidaknya perjanjian tersebut.

Berdasarkan uraian dan penjelasan tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang lebih mendalam mengenai perjanjian dalam pelaksanaan e-commerce khususnya ditinjau dari hukum perjanjian di Indonesia serta faktor penghambat dan pendukung pelaksanaan e-commerce dengan mengambil judul: **"KONTRAK PERDAGANGAN MELALUI INTERNET (ELECTRONIC COMMERCE) DITINJAU DARI HUKUM PERJANJIAN"**.

## **B. PERUMUSAN MASALAH**

Dalam suatu penelitian diperlukan adanya perumusan masalah untuk mengidentifikasi persoalan yang diteliti sehingga sasaran yang hendak dicapai menjadi jelas, tegas, terarah, serta tercapai sasaran yang diharapkan. Dalam penelitian ini, penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kontrak perdagangan melalui internet (e-commerce) ditinjau dari hukum perjanjian di Indonesia?
2. Apa faktor-faktor pendukung serta penghambat atas perdagangan melalui internet (e-commerce)?
3. Bagaimana solusi apabila terjadi permasalahan dalam pelaksanaan perdagangan melalui internet (e-commerce)?

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan penelitian disini ialah penelitian berkenaan dengan maksud penulis melakukan penelitian, terkait dengan perumusan masalah dan judul (Johannes Supranto, 2003 : 191). Penulis mempunyai tujuan atau hal-hal yang ingin dicapai melalui penelitian ini. Tujuan itu berupa tujuan secara obyektif dan tujuan secara subyektif. Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Tujuan Obyektif :
  - a. Untuk mengetahui mengenai aspek hukum perjanjian dalam kontrak perdagangan melalui internet (e-commerce).
  - b. Untuk mengetahui faktor-faktor pendukung serta penghambat pelaksanaan perdagangan melalui internet (e-commerce).

c. Untuk menemukan solusi apabila terjadi permasalahan dalam pelaksanaan perdagangan melalui internet (e-commerce).

2. Tujuan Subyektif :

a. Untuk memperluas pengetahuan dan wawasan penulis di bidang hukum serta pemahaman aspek hukum dalam teori dan praktek di lapangan Hukum Bisnis, khususnya Hukum Perjanjian.

b. Untuk mengetahui kemampuan penulis dalam meneliti di bidang ilmu hukum khususnya Bisnis.

#### **D. MANFAAT PENELITIAN**

Setiap penelitian selalu diharapkan dapat memberi manfaat pada berbagai pihak. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

a. Memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu Hukum Perdata, khususnya Hukum Perjanjian, terutama mengenai aspek hukum perjanjian dalam pelaksanaan perdagangan melalui internet (e-commerce).

b. Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi mahasiswa, dosen, atau pembaca yang tertarik dalam Hukum Perdata, khususnya Hukum Perjanjian.

c. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi sebagai bahan acuan bagi penelitian di masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

a. Untuk memberikan jawaban atas masalah yang diteliti.

b. Untuk melatih mengembangkan pola pikir yang sistematis sekaligus untuk mengukur kemampuan penulis dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh.



c. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumbangan karya ilmiah dari penulis dalam perkembangan Hukum Perdata dan bermanfaat menjadi referensi sebagai bahan acuan peneliti yang lain dalam penelitian pada masa yang akan datang.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. KERANGKA TEORI**

##### **1. Tinjauan Umum tentang Kontrak**

###### ***a. Pengertian Kontrak***

Kontrak dapat disamaartikan dengan perjanjian, hal mendasar perbedaan pengertian kontrak dan perjanjian, yaitu kontrak merupakan suatu perjanjian yang dibuat secara tertulis, sedangkan perjanjian merupakan semua bentuk hubungan antara dua pihak dimana pihak yang satu berjanji kepada pihak yang lain untuk melakukan sesuatu hal. Perjanjian tidak membedakan apakah perjanjian tersebut dibuat tertulis maupun tidak, sehingga kontrak dapat diartikan sebagai perjanjian secara sempit, yaitu hanya yang berbentuk tertulis. Hal ini memberikan arti bahwa kontrak dapat disamakan dengan perjanjian. Perjanjian terjadi antara kedua belah pihak yang saling berjanji, kemudian timbul kesepakatan yang mengakibatkan adanya suatu perikatan diantara kedua belah pihak tersebut. Perikatan terdapat di dalam perjanjian karena perikatan dapat ditimbulkan oleh perjanjian disamping oleh undang-undang. Hal tersebut daitur dan disebutkan dalam Pasal 1233 Kitab UndangUndang Hukum Perdata yang berbunyi: "Tiap-tiap perikatan dilahirkan baik karena persetujuan baik karena undang-undang".<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup>. Ibid

Pengertian perikatan tidak terdapat dalam Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, akan tetapi menurut ilmu pengetahuan hukum, perikatan dapat diartikan sebagai hubungan yang terjadi diantara dua orang atau lebih, yang terletak di dalam lapangan harta kekayaan dimana pihak yang satu berhak atas prestasi dan pihak yang lainnya wajib memenuhi prestasi itu <sup>10</sup>

Sebagai realisasi dari perikatan yang terdapat di dalam perjanjian, maka diatur hak-hak dan kewajiban-kewajiban bagi masing-masing pihak. Perjanjian memiliki definisi yang berbeda-beda menurut pendapat ahli yang satu dengan yang lain. Secara umum, perjanjian menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah persetujuan (tertulis atau dengan lisan) yang dibuat oleh dua pihak atau lebih, masing-masing berjanji akan menaati apa yang tersebut dalam persetujuan itu. Perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seseorang berjanji kepada seorang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal.

Dari perjanjian tersebut maka timbulah perikatan. Perikatan adalah suatu perhubungan hukum antara dua orang atau dua pihak, berdasarkan mana pihak yang satu berhak menuntut sesuatu hal yang lain, dan pihak yang lain berkewajiban untuk memenuhi tuntutan itu. <sup>11</sup>

---

<sup>10</sup>. Ibid

<sup>11</sup>. Subekti. 2001. Pokok-Pokok Hukum Perdata. Jakarta: Intermasa.

Perjanjian atau verbintenenis adalah suatu hubungan hukum kekayaan/harta benda antara dua orang atau lebih yang memberi kekuatan hak pada satu pihak untuk memperoleh prestasi dan

sekaligus mewajibkan pada pihak yang lain untuk menunaikan prestasi. Unsur dari wujud pengertian perjanjian tersebut di atas adalah hubungan hukum yang menyangkut hukum harta kekayaan antara dua orang (person) atau lebih, yang memberikan hak pada satu pihak dan kewajiban pada pihak lain tentang suatu prestasi. Perjanjian dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata terdapat pada Pasal 1313 yang disebutkan bahwa suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih.

Definisi tersebut memiliki beberapa kelemahan yaitu:<sup>12</sup>

1) Hanya menyangkut sepihak saja

Hal ini dapat diketahui dari perumusan "satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih lainnya". Sehingga tertangkap bahwa yang berkehendak untuk mengadakan perjanjian hanya satu pihak saja, sehingga seharusnya dirumuskan "saling mengikatkan diri".

2) Kata "perbuatan" mencakup juga tanpa konsensus

Pengertian "perbuatan" termasuk juga tindakan melaksanakan tugas tanpa kuasa yang tidak mengandung suatu konsensus. Sehingga seharusnya yang digunakan adalah kata "persetujuan".

---

<sup>12</sup> Abdulkadir Muhammad. 1986. Hukum Perjanjian. Bandung: Penerbit Alumni. 1992. Hukum Perikatan. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

3) Pengertian perjanjian terlalu luas

Pengertian perjanjian dalam pasal tersebut terlalu luas melebihi dari yang dikehendaki dari Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang bersifat kebendaan, sehingga menimbulkan penafsiran lain bahwa perjanjian tersebut juga meliputi janji kawin.

4) Tanpa menyebut tujuan

Tidak tercantumnya tujuan mengadakan perjanjian menimbulkan ketidakjelasan para pihak mengikatkan diri untuk apa. Oleh karena itu perlu dirumuskan kembali apa yang dimaksud dengan perjanjian itu. Berdasarkan alasan-alasan tersebut maka perjanjian adalah suatu persetujuan dengan mana dua orang atau lebih saling mengikatkan diri untuk melaksanakan suatu hal dalam lapangan harta kekayaan. Hukum yang mengatur tentang perjanjian ini disebut Hukum Perjanjian (Law of Contract).

### ***b. Asas Hukum Perjanjian***

Menciptakan tujuan perjanjian maka perlu diperhatikan beberapa asas dari perjanjian. Beberapa asas perjanjian yaitu: <sup>13</sup>

#### 1) Asas kebebasan mengadakan perjanjian

Asas kebebasan berkontrak (*contractvrijheid*) berhubungan dengan isi perjanjian, yaitu kebebasan menentukan “apa” dan “dengan siapa” perjanjian itu

---

<sup>13</sup> Abdulkadir Muhammad. 1986. Hukum Perjanjian. Bandung: Penerbit Alumni. 1992. Hukum Perikatan. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

diadakan. Perjanjian yang diperbuat sesuai dengan Pasal 1320 Kitab Hukum Undang-Undang Hukum Perdata ini mempunyai kekuatan mengikat.<sup>14</sup>

#### 2) Asas Konsensualisme (persesuaian kehendak)

Asas ini dapat ditemukan dalam Pasal 1320 dan Pasal 1338 Kitab Hukum Undang-Undang Hukum Perdata. Dalam Pasal 1338 Kitab Hukum Undang-Undang Hukum Perdata ditemukan istilah “semua” yang menunjukkan bahwa setiap orang diberi kesempatan untuk menyatakan keinginannya (*will*), yang dirasanya baik untuk menciptakan perjanjian.

### 3) Asas Kepercayaan (vertrouwensbeginsel)

Seseorang yang mengadakan perjanjian dengan pihak lain, menumbuhkan kepercayaan diantara kedua pihak itu bahwa satu sama lain akan memegang janjinya, dengan kata lain akan memenuhi prestasinya di belakang hari. Tanpa adanya kepercayaan itu maka perjanjian itu tidak mungkin diadakan oleh para pihak.

### 4) Asas Kekuatan Mengikat

Terikatnya para pihak pada perjanjian itu tidak semata-mata terbatas pada apa yang diperjanjikan, akan tetapi juga beberapa unsur lain sepanjang dikehendaki oleh kebiasaan dan kepatutan serta moral.

---

<sup>14</sup> Mariam Darus Badruzaman. 1983. Hukum Perdata Buku III dengan Penjelasan. Bandung: Penerbit Alumni.

### 5) Asas Kepastian Hukum

Perjanjian sebagai figur hukum harus mengandung hukum. Kepastian ini terungkap dari kekuatan mengikat perjanjian itu yaitu sebagai undang-undang bagi para pihak.

### ***c. Syarat Sahnya Perjanjian***

Pasal 1320 Kitab Hukum Undang-Undang Hukum Perdata mengatur agar suatu perjanjian oleh hukum dianggap sah sehingga mengikat kedua belah pihak, maka perjanjian tersebut harus memenuhi syarat-syarat sahnya perjanjian. Syarat sahnya perjanjian meliputi syarat subyektif dan syarat obyektif.<sup>15</sup>

Syarat subyektif yaitu:

1) Sepakat mereka mengikatkan dirinya

Sepakat atau yang dinamakan dengan perizinan, dimaksudkan bahwa kedua subyek yang mengadakan perjanjian itu harus bersepakat, setuju atau seia sekata mengenai hal-hal yang pokok dari perjanjian yang diadakan itu. Apa yang dikehendaki oleh pihak yang satu juga dikehendaki oleh pihak yang lain.

2) Cakap untuk membuat suatu perjanjian

Setiap orang yang sudah dewasa atau akil baliq dan sehat pikirannya, adalah

---

<sup>15</sup> Subekti. 2001. Pokok-Pokok Hukum Perdata. Jakarta: Intermasa.

cakap menurut hukum. Dalam Pasal 1330 Kitab Hukum Undang-Undang Hukum Perdata disebut sebagai orang yang tidak cakap untuk membuat suatu perjanjian adalah:

a) Orang yang belum dewasa

b) Mereka yang berada di bawah pengampuan

c) Orang-orang perempuan dalam hal-hal yang ditetapkan oleh undang-undang, dan pada umumnya kepada siapa undang undang telah melarang membuat perjanjian-perjanjian tertentu.

***Syarat obyektif yaitu:***

1) Mengenai suatu hal tertentu

Suatu perjanjian harus mengenai suatu hal tertentu, artinya apa yang dijadikan obyek dalam perjanjian harus jelas.

2) Suatu sebab yang halal

“Sebab yang halal” ini dimaksudkan tiada lain dari pada isi perjanjian. Dengan segera harus dihilangkan suatu kemungkinan salah sangka, bahwa sebab itu adalah sesuatu yang menyebabkan seseorang membuat perjanjian itu. Syarat sahnya perjanjian harus dipenuhi untuk menghindari batalnya suatu perjanjian. Jika syarat subyektif tidak dipenuhi, maka salah satu pihak mempunyai hak untuk meminta supaya perjanjian itu dibatalkan. Sedangkan apabila syarat obyektif tidak terpenuhi maka perjanjian tersebut batal demi hukum.

## **Tinjauan Umum tentang Internet**

### ***a. Sejarah Internet***

Penggunaan internet berkembang pesat sejak penemuannya. Alih-alih menghubungkan jaringan-jaringan secara terbatas pada tipe komputer tertentu, teknologi internet memungkinkan koneksi terjadi diantara berbagai jenis komputer, antar berbagai sistem operasi. Tidak ada jaringan yang terlalu cepat atau lamban, terlalu besar atau terlalu kecil sehingga tidak bisa dikoneksikan. Internet dapat menghubungkan jaringan-jaringan canggih yang merentang antar benua dan menghubungkan ribuan bahkan jutaan komputer .<sup>16</sup>

Penggunaan internet atau Interconnection Networking dimulai pada tahun 1969 ketika Departemen Pertahanan Amerika, U.S. Defense Advanced Research Projects Agency (DARPA), melakukan riset bagaimana menghubungkan beberapa komputer menjadi satu jaringan organik. Riset ini kemudian dikenal dengan ARPANET (Advance Research Project Agency Network) kemudian pada tahun 1970 sepuluh buah komputer telah dapat disatukan dalam sebuah jaringan sehingga satu sama lain dapat saling berkomunikasi.



Roy Tomlinson, pada tahun 1972 berhasil menyempurnakan program e-mail (electronic mail) yang ia ciptakan setahun yang lalu untuk ARPANET dimana program e-mail tersebut begitu mudah sehingga populer. Pada tahun yang sama juga

---

<sup>16</sup>Adi Nugroho. 2006. e-Commerce “Memahami Perdagangan Modern di dunia Maya”. Bandung: Informatika.

diperkenalkan ikon @ sebagai lambang penting yang menunjukkan "at" atau "pada". Tahun 1973, jaringan komputer ARPANET mulai dikembangkan ke luar Amerika Serikat. Komputer University College di London merupakan komputer pertama yang ada di luar Amerika yang menjadi anggota jaringan ARPANET.

Pada tahun yang sama, dua orang ahli komputer yakni Vinton Cerf dan Bob Kahn mempresentasikan sebuah gagasan yang lebih besar, yang menjadi cikal bakal pemikiran internet. Ide ini dipresentasikan untuk pertama kalinya di Universitas Sussex. Perkembangan selanjutnya pada tanggal 26 Maret 1976, ketika Ratu Inggris berhasil mengirimkan e-mail dari Royal Signals and Radar Establishment di Malvern. Setahun kemudian, sudah lebih dari 100 komputer yang bergabung di ARPANET membentuk sebuah jaringan atau network. Pada 1979, Tom Truscott, Jim Ellis dan Steve Bellovin, menciptakan newsgroups pertama yang diberi nama USENET. Tahun 1981, France Telecom menciptakan gebrakan dengan meluncurkan telepon televisi pertama, dimana orang bisa saling menelpon sambil berhubungan dengan video link. Sebuah protokol resmi yang diakui oleh semua jaringan dibutuhkan, karena komputer yang membentuk jaringan semakin hari semakin banyak. Pada tahun 1982 dibentuk Transmission Control Protocol atau TCP dan Internet Protocol atau IP yang kita kenal semua.

Sementara itu di Eropa muncul jaringan komputer tandingan yang dikenal dengan EUNET, yang menyediakan jasa jaringan komputer di negara-negara Belanda, Inggris, Denmark, dan Swedia. Jaringan EUNET menyediakan jasa e-mail dan newsgroup USENET. Tahun 1984 diperkenalkan sistem nama domain, yang kini kita kenal dengan DNS atau Domain Name System untuk menyeragamkan alamat di jaringan komputer yang ada. Komputer yang tersambung dengan jaringan yang ada sudah melebihi 1000 komputer lebih. Pada 1987 jumlah komputer yang tersambung ke jaringan melonjak 10 kali lipat menjadi 10.000 lebih.

IRC atau Internet Relay Chat. Setahun kemudian, jumlah komputer yang saling berhubungan kembali melonjak 10 kali lipat dalam setahun. Tak kurang dari 100.000 komputer kini membentuk sebuah jaringan. Tahun 1990 adalah tahun yang paling bersejarah, ketika Tim Berners Lee menemukan program editor dan browser yang bisa menjelajah antara satu komputer dengan komputer yang lainnya, yang membentuk jaringan itu. Program inilah yang disebut www, atau World Wide Web.<sup>17</sup>

Tahun 1992, komputer yang saling tersambung membentuk jaringan sudah melampaui sejuta komputer, dan di tahun yang sama muncul istilah surfing the internet. Tahun 1994, situs internet telah tumbuh menjadi 3000 alamat halaman, dan untuk pertama kalinya virtual-shopping atau e-retail muncul di internet. Dunia langsung berubah. Di tahun yang sama “Yahoo!” didirikan, yang juga sekaligus kelahiran

---

<sup>17</sup>Ibid

Netscape Navigator 1.0<sup>18</sup>. Internet saat ini telah menghubungkan jaringan komputer lebih dari tiga ratus ribu jumlahnya yang menjangkau sekitar seratus negara di dunia

Apabila dilihat dari perkembangannya yang maju pesat seperti tersebut di atas, kebutuhan terhadap suatu informasi dan saling berinteraksi menjadi kebutuhan setiap orang. Internet juga dibutuhkan karena kemudahan-kemudahan dan banyaknya fasilitas yang ditawarkan. Melalui internet kita dapat melakukan beberapa hal, antara lain:

- 1) Melakukan pertukaran teks dan berbagai pesan dengan berjuta manusia dalam bisnis, akademi, pemerintahan, dan organisasi lain dalam lebih lima puluh negara.
- 2) Mengakses suatu perangkat lunak, dokumen (seni, politik, kebudayaan) gambar, peta cuaca, katalog perpustakaan, dan berbagai informasi dari berbagai tempat di seluruh dunia.
- 3) Melakukan komunikasi dan pertukaran sumber daya atau mendapatkan sumber daya untuk bersama-sama bekerjasama dalam satu kantor atau berbeda benua untuk tujuan yang sama. Setiap pengguna jasa internet menggunakannya untuk kepentingan masing-masing. Konsumen yang menggunakan internet, harus berhati-hati terhadap fasilitas-fasilitas yang ditawarkan, karena fasilitas-fasilitas tersebut bukan hanya memberikan dampak positif saja seperti kemudahan untuk mendapatkan informasi, melainkan juga melahirkan dampak negatif seperti

---

<sup>18</sup> Budi Rahardjo. E-COOMERCE DI INDONESIA Peluang dan Tantangan

<http://www.cert.or.id/~budi/articles/1999-02.pdf>

penipuan kartu kredit dan lain sebagainya. Oleh sebab itu, perlu diketahui fasilitas-fasilitas apa saja yang ditawarkan internet. Banyak fasilitas yang ditawarkan oleh internet. Berikut ini terdapat beberapa fasilitas yang sering digunakan:

1) *Elektronic Mail (E-mail)*

Elektronic Mail (E-mail) adalah surat elektronik yang dikirim melalui internet. Fasilitas ini merupakan salah satu fasilitas yang paling banyak diminati, dengan fasilitas ini anda dapat berkirim atau menerima e-mail dari dan ke pengguna internet di seluruh dunia.

2) *Kelompok Diskusi (Mailing List)*

Melalui fasilitas ini, berita atau file dikirim ke banyak pengguna sekaligus, sehingga penggunanya dapat melakukan diskusi, ceramah, konferensi, atau seminar secara elektronik tanpa terikat oleh ruang dan waktu.

3) *FTP (File Transfer Protocol)*

Melalui software FTP, anda dapat mentransfer data/file dari satu komputer ke komputer lain. Proses mentransfer file dari sebuah komputer ke komputer anda disebut dengan proses Download, sedangkan proses mentransfer file dari komputer anda ke komputer lain disebut Upload.

4) *World Wide Web*

World Wide Web disingkat Web adalah bagian yang paling menarik dari internet. Melalui Web, anda bisa mengakses informasi-informasi di situs-situs web tidak hanya berupa teks, tapi juga gambar-gambar, sound, film dan multimedia lainnya <sup>19</sup>

b. Pengertian Internet

Pengertian internet dapat didefinisikan bermacam-macam, namun secara umum pengertian internet merupakan hubungan antar berbagai jenis komputer dan jaringan di dunia yang berbeda sistem operasi maupun aplikasinya di mana hubungan tersebut memanfaatkan kemajuan media komunikasi (telepon dan satelit) yang menggunakan protokol standar dalam berkomunikasi yaitu protokol TCP/IP .

Menurut Budi Raharjo dalam makalah yang dipresentasikan dalam Seminar Akuntansi UTAMA tahun 2003 di Fakultas Ekonomi Universitas Widyatama menyebutkan bahwa The Internet merupakan suatu jaringan komputer global yang menghubungkan jaringan privat dan publik untuk berbagi informasi antar lembaga pendidikan, penelitian, pemerintahan, bisnis, dan masyarakat umum.

---

<sup>19</sup>Ahmad Bustami. 1999. Cara Mudah Belajar Internet. Home Site. dan HTML. Jakarta: Dinastindo.

### **3. Tinjauan Umum tentang E-Commerce**

#### **a. Pengertian E-commerce**

Saat ini pengertian mengenai e-commerce belum ada pengertian secara pasti yang disepakati bersama. Namun pengertian e-commerce secara umum dapat diartikan sebagai proses transaksi jual beli secara elektronik melalui media internet.

Menurut Mariza Arfina dan Robert Marpaung e-commerce atau yang lebih dikenal dengan e-com dapat diartikan sebagai suatu cara berbelanja atau berdagang secara online atau

direct selling yang memanfaatkan fasilitas Internet dimana terdapat website yang dapat menyediakan layanan "get and deliver"

Onno W. Purbo dan Aang Wahyudi yang mengutip pendapat David Baum menyebutkan bahwa pengertian e-commerce adalah: "E-Commerce is a dynamic set of technologies, applications, and business process that link enterprise, consumers, and communities through electronic transactions and the electronic exchange of goods, services, and information". E-Commerce merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup>Onno W Purbo. 2000. Mengenal E-Commerce. Jakarta: PT Elek Media Komputindo.

<sup>21</sup> Abdul Halim Barakatullah dan Teguh Prasetyo. 2005. Bisnis E- Commerce Studi Sistem Keamanan Dan Sistem Hukum di Indonesia. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Bryan A. Garner juga menyatakan bahwa "E-Commerce the practice of buying and selling goods and services trough online consumer services on the internet. The e, ashortened from electronic, has become a popular prefix for other terms associated with electronic transaction". Dapat dikatakan bahwa pengertian e-commerce yang dimaksud adalah pembelian dan penjualan barang dan jasa dengan menggunakan jasa komputer online di internet<sup>22</sup>

Roger Clarke dalam "Electronic Commerce Definitions" menyatakan bahwa e-commerce adalah "The conduct of commerce in goods and services, with the assistance of telecommunications and telecommunications-based tools" yang dapat diartikan bahwa ecommerce

adalah tata cara perdagangan barang dan jasa yang menggunakan media telekomunikasi dan telekomunikasi sebagai alat bantu. E-commerce juga dapat diartikan sebagai suatu proses berbisnis dengan memakai teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran/penjualan barang, servis, dan informasi secara elektronik<sup>23</sup>

*b.* Karakteristik E-Commerce

Berbeda dengan transaksi perdagangan biasa, transaksi ecommerce memiliki beberapa karakteristik yang sangat khusus. Pengertian-pengertian yang diberikan oleh

---

<sup>22</sup> Ibid

<sup>23</sup> Munir Fuady. 1999. Hukum Kontrak Dari Sudut Hukum Bisnis. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.

beberapa ahli mengenai e-commerce dapat ditarik kesimpulan bahwa e-commerce mempunyai suatu karakteristik, yaitu:

- 1) Terjadinya transaksi antar dua belah pihak
- 2) Adanya pertukaran barang, jasa dan informasi
- 3) Internet merupakan medium utama dalam proses atau mekanisme perdagangan tersebut.

Menurut Nurfansa Wira Sakti, karakteristik e-commerce diantaranya adalah:

- 1) Transaksi tanpa batas
- 2) Transaksi anonim
- 3) Produk digital dan non digital

4) Produk barang tak<sup>24</sup>

### **c. Jenis-jenis Transaksi E-commerce**

Electronic commerce dalam pelaksanaannya yang menggunakan media internet sebagai sarana utamanya tidak terlepas dari kemudahan yang ada dalam internet itu sendiri. Kemudahan tersebut diantaranya adalah kemudahan untuk diakses dimana saja dan dengan siapa seorang pengguna akan berhubungan. Selain itu, sudut pandang dari e-commerce sangatlah luas. Berdasarkan sudut pandang para pihak dalam bisnis e-commerce jenis-jenis dari suatu kegiatan e-commerce adalah sebagai berikut:

---

<sup>24</sup>Munir Fuady. 1999. Hukum Kontrak Dari Sudut Hukum Bisnis. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.

#### **1) *Business to Business (B2B)***

Business to Business merupakan kegiatan bisnis e-commerce yang paling banyak dilakukan. Business to Business (B2B) terdiri atas:

- a. Transaksi Inter-Organizational System (IOS), misalnya transaksi extranet, electronic funds transfer, electronic forms, integrated messaging, share data based, supply chain management, dan lain-lain.
- b. Transaksi pasar elektronik (electronic market transfer)<sup>19</sup>Business to Business (B2B) juga dapat diartikan sebagai sistem komunikasi bisnis online antar pelaku bisnis (Onno W. Purbo, 2000:2). Business to Business (B2B) mempunyai karakteristik, dimana menurut Budi Raharjo dalam Mengimplementasikan Electronic Commerce di Indonesia menyebutkan bahwa karakteristik itu antara lain:
- c. Trading Partners yang sudah diketahui dan umumnya memiliki hubungan (relationship)



yang cukup lama. Informasi hanya dipertukarkan dengan partner tersebut. Sehingga jenis informasi yang dikirimkan dapat disusun sesuai kebutuhan dan kepercayaan (trust).

- d. Pertukaran data (data exchange) berlangsung berulang-ulang dan secara berkala, dengan format data yang sudah disepakati bersama. Sehingga memudahkan pertukaran data untuk dua entiti yang menggunakan standar yang sama.
- e. Salah satu pelaku dapat melakukan inisiatif untuk mengirimkan data, tidak harus menunggu partner.
- f. Model yang umum digunakan adalah per-to-per, dimana processing intelligence dapat didistribusikan di kedua belah pihak<sup>25</sup>

### ***Bussines to Cunsumer (B2C)***

Bussines to Cunsumer (B2C) merupakan transaksi ritel dengan pembeli individual. Selain itu Bussines to Cunsumer (B2C) juga dapat berarti mekanisme toko online (electronic shopping mall) yaitu transaksi antara e-merchant dengan e-customer<sup>26</sup>. Budi Raharjo juga menyebutkan Bussines to Cunsumer (B2C) mempunyai karakteristik tersendiri, dimana karakteristik tersebut adalah:

- a) Terbuka untuk umum, dimana informasi disebarkan ke umum.
- b) Servis yang diberikan bersifat umum (generic) dengan mekanisme yang dapat digunakan oleh khayalak ramai. Sebagai contoh, karena sistem web sudah umum digunakan maka servis diberikan dengan menggunakan basis web.
- c) Servis diberikan berdasarkan permohonan (on demand). Consumer melakukan inisiatif dan produser harus siap memberikan respon sesuai dengan permohonan.

---

<sup>25</sup> (<http://www.cert.or.id/~budi/articles/1999-02.pdf>)

- d) Pendekatan client/server sering digunakan dimana diambil asumsi client (consumer) menggunakan sistem yang minimal (berbasis web) dan processing (business procedure) diletakkan di sisi server

### **3) Consumer to Consumer (C2C)**

Consumer to Consumer (C2C) merupakan transaksi dimana konsumen menjual produk secara langsung kepada konsumen lainnya. Dan juga seorang individu yang mengiklankan produk barang atau jasa, pengetahuan, maupun keahliannya di salah satu situs lelang<sup>26</sup>

### **4) Consumer to Business (C2B)**

Consumer to Business (C2B) merupakan individu yang menjual produk atau jasa kepada organisasi dan individu yang mencari penjual dan melakukan transaksi

### **5) Non-Business Electronic Commerce**

Non-Business Electronic Commerce meliputi kegiatan non bisnis seperti kegiatan lembaga pendidikan, organisasi nirlaba, keagamaan dan lain-lain

---

<sup>26</sup> Onno W Purbo. 2000. Mengenal E-Commerce. Jakarta: PT Elek Media Komputindo.

<sup>27</sup> Munir Fuady. 1999. Hukum Kontrak Dari Sudut Hukum Bisnis. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.

### **6) *Intrabussines (Organizational) Electronic Commerce***

Kegiatan ini meliputi semua aktivitas internal organisasi melalui internet untuk melakukan pertukaran barang, jasa, dan informasi, menjual produk perusahaan kepada karyawan, dan lainlain<sup>28</sup>

Adanya jenis-jenis kegiatan transaksi e-commerce, menimbulkan berbagai jenis konsumen. Dewi Lestari membagi jenis konsumen berdasarkan bentuk dan perilaku konsumen. Jenis konsumen tersebut adalah:

Berdasarkan bentuknya, konsumen dapat kategorikan menjadi:

a) Konsumen individual

Konsumen ini lebih banyak diperhatikan oleh media.

b) Konsumen Organisasi

Konsumen yang paling banyak melakukan bisnis di internet yang terdiri dari pemerintah, perusahaan swasta, resellers, organisasi publik yang bertindak tidak semata-mata konsumtif sebagaimana layaknya konsumen akhir. Konsumsi dilakukan untuk membuat produk baru maupun melakukan modifikasi. Berdasarkan perilaku konsumsinya, konsumen dapat dibedakan menjadi:

---

<sup>28</sup>Ibid

a) Impulsive Buyers

Konsumen yang ingin cepat-cepat membeli, cenderung gegabah dalam mengkonsumsi produk yang ditawarkan.

b) Patient Buyers

Konsumen yang teliti melakukan komparasi harga dan menganalisa produk yang ditawarkan.

c) Window Shoppers

Konsumen yang sekedar browsing atau surfing (mejelajah internet) saja

## **BAB III**

### **Metode Penelitian**

#### **A. Ruang Lingkup Penelitian**

Metode artinya adalah “jalan ke”, sedangkan penelitian adalah suatu kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan analisis dan konstruksi, yang dilakukan secara metodologis, sistematis, dan konsisten.<sup>29</sup> Metode merupakan cara yang utama yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan, untuk mencapai tingkat ketelitian, jumlah, dan jenis yang dihadapi. Akan tetapi dengan mengadakan klasifikasi yang berdasarkan pada pengalaman, dapat ditentukan teratur dan terpikirkannya alur yang runtut dan baik untuk mencapai suatu maksud. Penelitian adalah suatu usaha untuk menemukan, mengembangkan, dan menguji kebenaran suatu pengetahuan, gejala atau hipotesa, usaha mana dilakukan dengan menggunakan metode ilmiah.

Dengan demikian metode penelitian adalah jalan yang dilakukan berupa serangkaian kegiatan ilmiah yang dilakukan secara metodologis, sistematis, dan konsisten untuk memperoleh data yang lengkap yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, sehingga tujuan penelitian dapat dicapai. Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **B. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang penulis pergunakan dalam penyusunan penulisan hukum ini adalah penelitian hukum doktrinal/normatif atau penelitian hukum kepustakaan, yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier.

---

<sup>29</sup> Soerjono Soekanto. 1986. Pengantar Penelitian Hukum. Jakarta : Universitas Indonesia (UI Press).

Bahan-bahan tersebut disusun secara sistematis, dikaji, kemudian ditarik suatu kesimpulan dalam hubungannya dengan masalah yang diteliti. Hal ini sesuai dengan pandangan Soerjono Soekanto, bahwa penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder belaka, dapat dinamakan penelitian hukum normatif atau penelitian hukum kepustakaan. Penelitian hukum normatif atau kepustakaan tersebut mencakup.<sup>30</sup>

- a. Penelitian terhadap asas-asas hukum
- b. Penelitian terhadap sistematik hukum
- c. Penelitian terhadap taraf sinkronisasi vertikal dan horisontal
- d. Perbandingan hukum
- e. Sejarah hukum

Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian terhadap asas-asas hukum, sistematika hukum, serta sinkronisasi vertikal atas dokumen yang diteliti terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku.

### **C. Sifat Penelitian**

Sifat penelitian yang digunakan penulis dalam penulisan hukum ini adalah deskriptif, yaitu menggambarkan serta menguraikan semua data yang diperoleh dari hasil studi kepustakaan yang berkaitan dengan judul penulisan hukum yang secara jelas dan rinci kemudian dianalisis guna menjawab permasalahan yang diteliti.

### **D. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian dalam penulisan hukum ini adalah pendekatan normatif/juridis. Pendekatan ini merupakan metode pendekatan yang mengkonsepsikan hukum sebagai norma, kaidah, asas, atau dogma-dogma (yang seharusnya).

---

<sup>30</sup> Soerjono Soekanto. 1986. Pengantar Penelitian Hukum. Jakarta : Universitas Indonesia (UI Press)

### **E. Jenis Data dan Sumber Data**

Jenis data yang penulis pergunakan dalam penelitian ini berupa data sekunder, yaitu data atau informasi hasil penelaahan dokumen penelitian serupa yang pernah dilakukan sebelumnya, bahan kepustakaan seperti buku buku, literatur, koran, majalah, jurnal, artikel internet, maupun arsip-arsip yang berkesesuaian dengan penelitian yang dibahas.

Sumber data merupakan tempat di mana dan ke mana data dari suatu penelitian dapat diperoleh. Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data sekunder berupa dokumen publik dan catatan-catatan resmi (public documents and official records), Di samping sumber

data yang berupa Undang-Undang negara maupun peraturan pemerintah, penulis juga memperoleh data dari beberapa jurnal, buku-buku referensi, dan media massa yang mengulas mengenai e-commerce.

Menurut Soerjono Soekanto dalam bukunya Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat, data sekunder di bidang hukum ditinjau dari kekuatan mengikatnya dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu:

a. Bahan hukum primer

Bahan hukum primer adalah bahan-bahan hukum yang mengikat. Dalam hal ini penulis menggunakan bahan hukum primer, yaitu:

1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata)

b. Bahan hukum sekunder

Bahan hukum sekunder adalah bahan-bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer, seperti;

1) Rancangan peraturan perUndang-undangan

2) Hasil karya ilmiah para sarjana

3) Hasil-hasil penelitian

Dalam hal ini penulis menggunakan, RUU Informasi dan Transaksi Elektronik hasil karya ilmiah para sarjana yang berupa teori-teori dan juga hasil-hasil penelitian.

c. Bahan hukum tersier atau penunjang

Bahan hukum tersier yaitu bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, misalnya bahan dari media internet, kamus, ensiklopedia, indeks kumulatif, dan sebagainya. Dalam hal ini penulis menggunakan bahan dari media internet, kamus, buku, artikel serta dari koran dan majalah.

## **F. Teknik Pengumpulan Data**

Kegiatan pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan cara pengumpulan (dokumentasi) data sekunder berupa peraturan perundangan, artikel maupun dokumen lain yang

dibutuhkan untuk kemudian dikategorisasi menurut pengelompokan yang tepat. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik studi pustaka untuk mengumpulkan dan menyusun data yang diperlukan.

### **G. Teknik Analisis Data**

Analisis data merupakan langkah selanjutnya untuk mengolah hasil penelitian menjadi suatu laporan. Analisis data adalah proses pengorganisasian dan pengurutan data dalam pola, kategori, dan uraian dasar, sehingga akan dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.<sup>31</sup> Teknik analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah non statistik. Analisis non statistik ini dilakukan dengan kualitatif. Mengenai kegiatan analisis isi dalam penelitian ini adalah mengklasifikasi pasal-pasal dokumen sampel ke dalam kategori yang tepat. Setelah analisis data selesai, maka hasilnya akan disajikan secara deskriptif yaitu dengan jalan menuturkan dan menggambarkan apa adanya sesuai dengan permasalahan yang diteliti dan data yang diperoleh.

---

<sup>31</sup> Moleong Lexy, 2002, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung : CV. Remaja, hal 11